II. INTERNATIONAL APPLIED SOCIAL SCIENCES CONGRESS (C-IASOS)

19-21st April, 2018
"Applicable Knowledge for a Sustainable Future"



Demre Antalya / TURKEY

2018

http://iasoscongress.org

Educart Publishing House
Address: Bacau, Romania; Mihai Eminescu street, number 1/A1/13
ISBN: 978-606-94423-0-2

II. INTERNATIONAL APPLIED SOCIAL SCIENCES CONGRESS (C-IASOS) PROCEEDING BOOK

19-21th April, 2018, Demre, Antalya/TURKEY

"Applicable Knowledge for a Sustaniable Future"

EDITORS

Dr.Bogdan PATRUT
Assoc. Prof.Dr. Ercan ÖZEN
Assist. Prof. Dr. Hakan BOZ

iasoscongress.org

All copyrights of this publication belong to the Editors. No parts of this publication may not be used, copied, reproduced, redistributed, or published without being appropriately referenced. The Authors are responsible for accuracy of all statements and data containe and the accuracy of all references information, and for obtaining and submitting permission from the author and publisher of any previously published material included in this publication. The Publisher and Editors cannot be held responsible for errors or any consequences arising from the use of information contained in this this publication.

Educart Publishing House
Address: Bacau, Romania; Mihai Eminescu street, number 1/A1/13
ISBN: 978-606-94423-0-2

Internatıonal Applıed Social Scıences Congress. All Rights Reserved.

Uşak 20.05.2018

Copyright © 2018

II. INTERNATIONAL APPLIED SOCIAL SCIENCES CONGRESS (C-IASOS) PROCEEDING BOOK

19-21th April, 2018, Demre, Antalya/TURKEY

"Applicable Knowledge for a Sustaniable Future"

EDITORS

Dr.Bogdan PATRUT

Assoc. Prof. Dr. Ercan ÖZEN

Assist. Prof. Dr. Hakan BOZ

iasoscongress.org

All copyrights of this publication belong to the Editors. No parts of this publication may not be used, copied, reproduced, redistributed, or published without being appropriately referenced. The Authors are responsible for accuracy of all statements and data containe and the accuracy of all references information, and for obtaining and submitting permission from the author and publisher of any previously published material included in this publication. The Publisher and Editors cannot be held responsible for errors or any consequences arising from the use of information contained in this this publication.

Educart Publishing House

Address: Bacau, Romania; Mihai Eminescu street, number 1/A1/13"

ISBN: 978-606-94423-0-2

Internatıonal Applıed Social Scıences Congress. All Rights Reserved.

Uşak 20.05.2018

Copyright © 2018

CONGRESS ID

Name of Congress
International Applied Social Sciences Congress

Type of Participation
Davetli ve Çağrılı / Keynote and Invited

Date and Place
21-22-23 April 2018 Demre, Antalya-Turkey

Co-Chairs

Doç.Dr. Ercan ÖZEN Uşak Ü.
Dr. Öğr. Üyesi Hakan BOZ Uşak Ü.

Executive Committee

Prof. Dr. Mustafa GÜLMEZ	Akdeniz Ü.
Doç.Dr. Ercan ÖZEN	Uşak Ü.
Doç.Dr. Özlem GÜZEL	Akdeniz Ü.
Dr. Hakan BOZ	Uşak Ü.
Dr. Simon GRIMA	University of Malta
Dr. Bogdan PATRUT	University of Iasi
Dr. Mesut AT SEVER	Uşak Ü.
Dr. Özer YILMAZ	Bandırma Onyedi Eylül Ü.
Dr. Aytuğ ARSLAN	İzmir Katip Çelebi Ü.
Öğr. Gör. Burçin BOZ	Bilecik Şeyh Edebali Ü.
Burcu ÇULHAOĞLU	Uşak Ü.

Scientific Advisory Committee

Prof.Dr. Atila YÜKSEL	Adnan Menderes Ü.
Prof.Dr. Atilla AKBABA	İzmir Katip Çelebi Ü.
Prof.Dr. Belkıs ÖZK R	Afyon Kocatepe Ü.
Prof.Dr. C. Coşkun KÜÇÜKÖZMEN	İzmir Ekonomi Ü.
Prof.Dr. Cevdet AVCIKURT	Balıkesir Ü.
Prof.Dr. Erdoğan KOÇ	Bandırma Onyedi Eylül Ü.
Prof.Dr. Halim SÖZBİLİR	Afyon Kocatepe Ü.
Prof.Dr. Hasan AKBULUT	İstanbul Ü.
Prof.Dr. Kâmil TÜĞEN	Dokuz Eylül Ü.
Prof.Dr. Kemalettin CONKAR	Afyon Kocatepe Ü.
Prof.Dr. Kenan AYDIN	Yıldız Teknik Ü.
Prof.Dr. Kerim BANAR	Anadolu Ü.
Prof.Dr. M. Başaran ÖZTÜRK	Niğde Ömer Halis Demir Ü.
Prof.Dr. Mehmet ERYİĞİT	Abant İzzet Baysal Ü.
Prof.Dr. Melih ERDOĞAN	Anadolu Ü.
Prof.Dr. Muammer Zerenler	Selçuk Ü.
Prof.Dr. Murat ÖNTUĞ	Uşak Ü.
Prof.Dr. Mustafa TEPECİ	Celal Bayar Ü.
Prof.Dr. Mustafa GÜ MEZ	Akdeniz Ü.
Prof.Dr. Ruziye COP	Abant İzzet Baysal Ü.
Prof.Dr. Selçuk AKÇAY	Afyon Kocatepe Ü.
Prof.Dr. Semra Aytuğ	Dokuz Eylül Ü.
Prof.Dr. Sima NART	Sakarya Ü.
Prof.Dr. Suat ŞAHİNLER	Uşak Ü.
Prof.Dr. Süleyman YÜKÇÜ	Dokuz Eylül Universitesi
Prof.Dr. Tuğrul KANDEMİR	Afyon Kocatepe Ü.
Prof.Dr. Veysel KULA	Afyon Kocatepe Ü.

Scientific Committee

Prof. Dr. Beate SWIECKA	Szczecin University, Poland
Prof. Dr. Daniela BAGLIERI	University of Messina, Italy
Prof. Dr. Simone Domenico SCAGNELLI	University of Torino, Italy
Prof. Dr. Frank BEZZINA	University of Malta
Prof. Dr. Ivan HANAFI	University of Negeri Jakarta - Endonezya
Prof. Dr. Yaqoob Al-BUSADİ	Sultan Qaboos University, Umman (Oman)
Assoc. Prof. Dr. Agim MAMUTI	University of New York in Tirana (UNYT),Albania
Assoc. Prof. Dr. Sanela ŠADIC	University of Sarajevo, Bosnia and Herzegovina
Assoc. Prof. Dr. Erdoğan EKİZ	King Abdulaziz University
Assoc. Prof. Dr. R. Sabir qızı ABDULLYEVA	Azerbaijan National Academy of Sciences
Assoc. Prof. Dr. Edyta MARCINKIEWICZ	Lodz University of Technology, Poland
Ascoc. Prof. Dr. I. Thonse HAWALDAR	Kingdom University, Bahrain
Assoc. Prof. Dr. Volkan ALTINTAŞ	Woosong University, South Korea
Dr. Eihab FATHELRAHMAN	United Arab Emirates University, BAE
Dr. Mehmet Ali KÖSEOĞLU	The Hong Kong Polytechnic University, Hong Kong
Dr. Mirela CRISTEA	Universitatea din Craiova, Romania
Dr. Simon GRIMA	University of Malta
Dr. Bogdan PATRUT	Alexandru Ioan Cuza" University of Iasi, Romania
Dr. Tomoko OIKAWA	Limerick Üniversitesi, Ireland
Dr. Edgardo SICA	University of Foggia, Italy

Prof. Dr. Çağatan TAŞKIN	Uludağ Ü.
Prof. Dr. Funda Rana ADAÇAY	Anadolu Ü.
Prof. Dr. Metin COŞKUN	Anadolu Ü.
Prof. Dr. Savaş ARSLAN	Bahçeşehir Ü.
Prof. Dr. Senay YÜRÜR	Yalova Ü.
Prof. Dr. Şuayip ÖZDEMİR	Afyon Kocatepe Ü.
Doç. Dr. Adalet HAZAR	Başkent Ü.
Doç. Dr. Bayram ŞAHİN	Balıkesir Ü.
Doç. Dr. Birol ERKAN	Uşak Ü.
Doç. Dr. Cantürk KAYAHAN	Afyon Kocatepe Ü.
Doç. Dr. Cafer TOPALOĞLU	Muğla Sıtkı Koçman Ü.
Doç. Dr. Dilşad ÇOKNAZ	Abant İzzet Baysal Ü.
Doç. Dr.Duygu KIZILDAĞ	İzmir Demokrasi Ü.
Prof. Dr. Ekrem TUFAN	Çanakkale Onsekiz Mart Ü.
Prof. Dr. Erhan DEMİRELİ	Dokuz Eylül Ü.
Doç. Dr. Emrah ÖZKUL	Kocaeli Ü.
Doç. Dr. Ersan ERSOY	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Ü.
Doç. Dr. Ferudun KAYA	Abant İzzet Baysal Ü.
Doç. Dr. Fulya AKYILDIZ	Uşak Ü.
Doç. Dr. Hüseyin YILMAZ	Adnan Menderes Ü.
Doç. Dr. İlhan KÜÇÜKKAPLAN	Pamukkale Ü.
Doç. Dr. Mehmet Hilmi ÖZKAYA	Uşak Ü.
Doç. Dr. Murat DOĞDUBAY	Balıkesir Ü.
Doç. Dr. Murat SEZGİN	Uşak Ü.
Doç. Dr. Mustafa SOBA	Uşak Ü.
Doç. Dr. Nezih TAYYAR	Uşak Ü.
Doç. Dr. Onur GÖZBAŞI	Nuh Naci Yazgan Ü.
Doç. Dr. Şenol BABUŞÇU	Başkent Ü.
Doç. Dr. Şerife SUBAŞI	Bilecik Şeyh Edebali Ü.
Doç. Dr. Serkan ÖZDEMİR	Pamukkale Ü.
Doç. Dr. Tolga TORUN	Bilecik Şeyh Edebali Ü.
Doç. Dr. Ufuk SELEN	Uludağ Ü.
Dr. Öğr. Üyesi Abdullah TEKBAŞ	Anayasa Mahkemesi
Dr. Öğr. Üyesi Ahmet COŞKUN	Uşak Ü.
Doç.Dr.Sertaç GÜNGÖR	
Dr. Öğr. Üyesi Atıl TAŞER	Bilecik Şeyh Edebali Ü.
Dr. Öğr. Üyesi Ayben KOY	İstanbul Ticaret Ü.
Doç.Dr Aysel GÜNDOĞDU	İstanbul Medipol Ü.
Dr. Öğr. Üyesi Ayşegül T. ALTINAY	Uşak Ü.
Dr. Öğr. Üyesi Bekir KÖSE	Uşak Ü.
Dr. Öğr. Üyesi Büşra TOSUNOĞLU	Gümüşhane Ü.
Dr. Öğr. Üyesi Cuma ERCAN	Kilis Ü.
Dr. Öğr. Üyesi Derya A.YEMİŞÇİ	Uşak Ü.
Dr. Öğr. Üyesi Erdoğan KOTİL	Abant İzzet Baysal Ü.
Dr. Öğr. Üyesi Eser YEŞİLDAĞ	Uşak Ü.
Dr. Öğr. Üyesi Gonca DİLER	Afyon Kocatepe Ü.
Dr. Öğr. Üyesi Gönül İpek ALKAN	Dokuz Eylül Ü.
Dr. Öğr. Üyesi İbrahim Murat BİCİL	Balıkesir Ü.
Dr. Öğr. Üyesi İbrahim KAYNAR	Uşak Ü.
Dr. Öğr. Üyesi İsmail AYDEMİR	Uşak Ü.
Dr. Öğr. Üyesi Çağatay BAŞARIR	Bandırma Onyedi Eylül Ü.
Dr. Öğr. Üyesi Letife ÖZDEMİR	Afyon Kocatepe Ü.
Dr. Öğr. Üyesi Mehtap KARAKOÇ	Uşak Ü.
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Z. ÇÖĞENLİ	Uşak Ü.
Dr. Öğr. Üyesi Meral GÜNDÜZ	Uşak Ü.
Dr. Öğr. Üyesi Mesut ATASEVER	Uşak Ü.
Dr. Öğr. Üyesi Murat GÜNDÜZ	Uşak Ü.
Dr. Öğr. Üyesi Müberra ÇELEBİ	Abant İzzet Baysal Ü.
Dr. Öğr. Üyesi Necla KUDUZ	Uşak Ü.
Dr. Öğr. Üyesi Neşe KAFA	Adıyaman Ü.
Dr. Öğr. Üyesi Osman SİRKECİ	Giresun Ü.
Dr. Öğr. Üyesi Ozan ÖRMECİ	Beykent Ü.
Dr. Öğr. Üyesi Özer YILMAZ	Bandırma Onyedi Eylül Ü.
Dr. Öğr. Üyesi Polat CAN	Uşak Ü.
Dr. Öğr. Üyesi Selim ŞANLISOY	Dokuz Eylül Ü.
Dr. Öğr. Üyesi Serap VURUR	Afyon Kocatepe Ü.
Dr. Öğr. Üyesi S. ÖZAFŞARLIOĞLU	Uşak Ü.
Dr. Öğr. Üyesi Utku KÖSE	Süleyman Demirel Ü.
Emir ÇETİNKAYA	Ege Finans Derneği

İÇİNDEKİLER

Regional economy structure analysis towards sustainable economy: *Regional economic circulation analysis as municipality's regeneration strategy in Japan* **Tomoko OIKAWA** . 18

Different concepts of spa tourism and the model of spa tourism in Slovakia

Marica MAZUREK..... 22

Political Analyst – Software for The Axiological Analysis of the Political Discourse **Bogdan PĂTRUȚ Monica PĂTRUȚ** 24

Facebook, Which Is the Coolest High School In Town? **Monica PĂTRUȚ**..... 25

The Influencing Factors When Planning For Retirement In Malta

Sara PAVIA Simon GRIMA 26

Financial Literacy in Cashless Payments **Beata SWIECKA**..... 27

Knowledge management in the context of Virtual Organizations Through Social Internet of Things **Simona Elena VÂRLAN**, ... 28

Neoliberalizm ve Kimlik Politikaları **Assiye AKA** 29

Şiddet ve Türlerine Sosyolojik Bakış **Assiye AKA**..... 41

Kurumsal Yönetim Anlayişinin Gelişim Sürecinde İç Denetimin Rolü **Habib AKDOĞAN, Neşegül PARLAK**..... 54

Türkiye'de Üniversitelerin Kurulması ve Bağlı Birimlerinin Açılarak Öğrenci Alınmasında Ele Alınan Ölçütler **Erol YAVUZ, Faik Ahmet SESLİ, Fatih TAKTAK, M. Serhan TEMİZ** 66

Türkiye'deki Meslek Yüksekokullarına Genel Bakış **Erol YAVUZ, Faik Ahmet SESLİ, Fatih TAKTAK, M. Serhan TEMİZ**..... 74

Sera Tarımında Çiftçilerin Tarım Sigortası Satın Alma Güdüleri: Demre Örneği **Ercan ÖZEN, Elif BAYATLI** 78

Komplo Teorileri ve Yabanci Korkusunun Siyasal Paronaya Üzerine Etkisi **Ferihan POLAT, Ecem BUSE, Sevinç ÇUBUK** 83

Service Failure And Service Recovery: A Research On The Passengers Of Intercity Public Transportation **Çağatan TAŞKIN, Onur ÖZTÜRK, Ahmet Akif KARADAMAR**..... 99

Youtube Vloggers' Influence On Cosmetics Purchase Intentions **Ahmet Akif KARADAMAR, Çağatan TAŞKIN, Onur ÖZTÜRK, Seda TUNÇAY** 109

Exploring The Relationships Between Brand Love and Word of Mouth: A Research in Sport Shoes Market **Çağatan TAŞKIN, Onur ÖZTÜRK, Ahmet Akif KARADAMAR, Ezgi SÜRMELİ** 118

Destinasyon İmajının Tekrar Gelme ve Tavsiye Etme Niyetleri Üzerindeki Etkisi: Çeşme Üzerine Bir Araştırma **Ahmet Akif KARADAMAR, Çağatan TAŞKIN, Onur ÖZTÜRK, Pelin SOĞANLI**..... 127

Hastane Yönetim Bilgi Sistemlerini Kullanan Sağlik Kurumlarinda Hasta Memnuniyetini Etkileyen Faktörlerin Sem (PLS) Yöntemi İle Değerlendirilmesi Kütahya Örneği **Hasbiye DİZMAN** 139

Türkiye'de Lojistik Eğitiminin Gelişimi Konusunda Bir Değerlendirme **Mesut ATASEVER, Mehmet BORA** 149

What Does Person-Organization Fit Mean in Terms of Organizational Justice Perceptions of Employees? **Senay YÜRÜR, Nihal YAZICI** 157

Osmanlı Bilim ve Teknolojide Geri(De) Miydi? **Hatice Özkurt ÇOKGÜNGÖR** 161

Demre Ekonomisinin Geleceği İçin Tarım Turizmi Modeli: "5N + 2K" İle Bir Çözümleme **İrfan KALAYCI** 169

Finlandiya'da Santa Claus Markası Aracılığıyla Turizm Gelişimi: Laponya-Rovaniemi Örneği **Yakın EKİN** 177

Turizm Önlisans Programlarının Yeri ve Kontenjanlarının Belirlemesine Yönelik Bir Regresyon Modeli Önerisi **Öğr. Gör. Esat SAÇKES, Ümmühan Akman SAÇKES** 184

Medikal Turizmde Duygusal Zeka ve Kültürel Duyarlılık **Nilüfer A. BİYAN, Erkan AYBARAZ, Erdoğan KOÇ** 196

Sürdürülebilir Turizm ve Ekolojik Oteller; Demre Örneği **Bora BİNGÖL** 216

Geographical Information System Based Tools For Modeling Of Land-Use Change Scenarios **Ahmet BENLİAY, Orhun SOYDAN** 220

Algılanan Hizmet Kalitesinin Tekrar Satın Alma Davranışı Üzerine Etkisi **Hasan Arif EKER, Yusuf ÖCEL, Kahraman ÇATI** 233

Bitcoin Piyasasının Benford Kanunu'yla Sınanması **Emre KAPLANOĞLU, Süleyman YÜKÇÜ** 238

İklim Değişikliği ile Yiyecek ve İçecek Endüstrisi Ilişkisi **Serkan YİĞİT, İsmail ARMAĞAN, Göksel Kemal GİRGİN** 250

Türkiye'de Bankacılık Sektörünün Karşılaştığı Mali Yükler **Pınar PEHLİVAN, Mazhar DEDE** 255

Katılım Sigortacılığının Türkiye'de Mevcut Durumu, Prim Üretimleri Bakımından Sigortacılık Sistemine Katkısının Yıllar İtibariyle Seyri **Pınar PEHLİVAN, Mazhar DEDE** 267

Analysis on Accessibility of Urban Park: The Case Study of Lozan Park **Sertaç GÜNGÖR, Ahmet Tuğrul POLAT, Ertan DÜZGÜNEŞ** 274

Strategic Agility and Firm Performance Relationship: A Research in Manufacturing Firms **Özlem Yaşar UĞURLU, Emre ÇOLAKOĞLU, Emre ÖZTOSUN** 278

Ülkemizde Zorunlu Deprem Sigortalarında, Yetersiz Sigortalılık Oranı ve Bu Oranı Artırmaya Yönelik Öneriler **Mazhar DEDE, Pınar PEHLİVAN** 286

Zorunlu Mali Sorumluluk Sigortasında Tavan Fiyat Uygulamasının Sigortacılık Sektörüne Etkileri **Mazhar DEDE, Pınar PEHLİVAN** 296

Borsa İstanbul'da Sürü Davranışının Varlığının Araştırılması Investigation of Herd Behavior in Borsa Istanbul **Reyhan CAN, H. Işın DİZDARLAR** 306

Tüketicilerin Sosyal Sorumluluk Kampanya Türlerineyönelik İnanç, Tutum ve Satın Alma Niyetlerinin İncelenmesi **Fulya GÜNGÖR, Ahmet BAŞCI** 320

Investigation of Awareness of Dentistry Faculty Students About Environmental Issues

Serdar GÜNGÖR, Sertaç GÜNGÖR 324

Kentsel Alanlarda Vejetasyon Yapısının Belirlenmesinde Bitki İndekslerinin Kullanım Olanakları **Orhun SOYDAN, Ahmet BENLİAY** 328

Tüketici Güveni Konut Satışlarındaki Değişimi Öngörebilir Mi? **N. Serap VURUR, H. Gonca DİLER** 337

Kamu Sağlık Harcamalarının Belirleyicileri: Gelişmekte Olan Ülkelerden Bulgular

Kadir KARAGÖZ, Suzan ERGÜN 349

İmalat İşletmelerinde Faaliyet Etkinliğinin Finansal Başarıya Etkisi BİST İmalat Firmaları 2010-2016 Yıllarıarası Panel Veri Analizi İle İnceleme

Burcu BUYURAN,İbrahim Halil EKŞİ 361

Hastanelerde Hodds Analizi Ve Etkileri **Cantürk KAYAHAN, Tuğrul KANDEMİR, Tuğrul BAYAT, Fatih BİYİKLİ** 375

Teknoparkların Önemi ve Geleceği Üzerine Afyon Kocatepe Üniversitesinde Bir Araştırma

Cantürk KAYAHAN, Belgin EMRULLAHOĞLU, H.İbrahim GÖKGÖZ 3877

Turistlerin Bergama'daki Turistik Ürün Fiyat Algıları **Aytuğ ARSLAN, Hakan BOZ, Burçin BOZ** 393

Suyun Fiyatlandırmasında Erdemli Mal Yaklaşımı: Türk Toplumunun Algısı **Abdülkerim ÇALIŞKAN, Murat AYDIN** 4011

Sosyal Tabakalaşmayı Önlemesi Açısından Zekât Müessesesi **Murat AYDIN** 411

Muhasebe Eğitiminin Muhasebe Mesleğinin Gelişimine Katkı Sağlayan Faktörler İçindeki Yeri **Aysel GÜNEY** 425

'Çin Malı' Çağı **İrfan KALAYCI, Hatice Özkurt ÇOKGÜNGÖR** 436

Açık İnovasyonda Sürecinde Üstesinden Gelinmesi Gereken Zorluklar: Türkiye'deki Açık İnovasyon Örnekleri Üzerine Bir Araştırma **Sezer AYAZ Belkıs ÖZKARA** 443

İmar Planlarından Kaynaklanan Çevresel Kirlenmelerin İncelenmesi **Hülya SAĞLAM** 455

Genç Metal İşçilerinin Sendikaya Olan Bağlılıkları Üzerine Bir Araştırma **Melike Yağmur DURSUN, Duygu KIZILDAĞ** 460

Kadınların İşgücüne Katılımında Kadın Kooperatiflerinin Rolü **Duygu KIZILDAĞ, Bedriye TUNÇSİPER** 466

Genel Yönetim Giderleri ile Firma Kârlılığı Arasındaki İlişkinin Dinamik Panel Veri Ekonometrisi ile Ölçülmesi **Kenan İLARSLAN, Fatih BİYİKLİ** 473

Belediye İşletmelerinin Hizmet Üretiminin Geliştirilmesi Yönelik Uygulamalar: Burhaniye Belediyesi Örneği **M. Oğuzhan İLBAN, Muammer BEZİRGAN, K. Nihat PEKBAY, Fatih ÇOLAKOĞLU** 480

İşletmelerde Baby Boomers, X Ve Y Kuşaklarinin Takim Çalişmasina Yönelik Tutumlari

Necla KUDUZ, Fatih DUMAN 499

Uşak İlindeki Banka Müşterilerinin İnternet Bankaciliği Tercihlerine Etki Eden Faktörlerin Tespiti **Eser YEŞİLDAĞ, Leyla ŞENYILDIZ** 516

Örgüt Kültürü ve İşe Tutkunluk Arasındaki İlişkinin İncelenmesi **Edip ÖRÜCÜ, Sibel Özafşarlioğlu SAKALLI, Tuba KARABİLAL** 529

Yeni Nesil İçin Sosyal Medya İçerisinde Retro Pazarlama: Rotamız Kars **Tolga TORUN**. 535

Önlisans Turizm Bölümlerinde Uygulamali Mutfak Eğitiminin Önemi **Bilge SEMERCİ, Kaya Nihat PEKBAY, Esat SACKES** 541

Bireysel Yatırımcı Özellikleri ile Riskli Yatırım Tercihleri Arasındaki İlişki **Ercan ÖZEN Gürsel ERSOY**..... 543

Yüzeysel yada Derin Duygusal Emek: Bürokratik Gayrişahsiliğin Etkisine İlişkin Bir Araştırma **Sibel Özafşarlioğlu SAKALLI, Belkıs ÖZKARA** 550

Satış Geliştirme Çabalarının Tüketiciler Açısından Değerlendirilmesi **Ahmet UYAR**..... 556

Muhasebe Bölümü Öğrencilerinin Gelecek Kaygısı:Uşak Ü. Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Örneği **Mehtap KARAKOÇ, Furkan Semi KULAK**..... 560

Muhasebe Bölümü Öğrencilerinin İletişim Becerileri Üzerine Bir Araştırma: Uşak Ü. Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Örneği **Mehtap KARAKOÇ, Gamze ÖZDEMİR** 566

Türkiye'nin İhracat Performansının Arttırılmasında İhracat Pazarları Ve Çeşitliliği

Selim İNANÇLI, Mustafa TORUSDAĞ 571

Teknolojik Gelişme, Eğitim ve Sağlık İlişkisi: OECD Ülkeleri Örneği **M. Akif ARVAS, Zafer KANBEROĞLU, Mustafa TORUSDAĞ** 587

Tüketicilerin Bağlanma Stillerinin Dürtüsel Satın Alma Eğilimine Etkisi **Hakan BOZ**..... 596

İtkisel Satın Alma Eğilimi ve Rasyonel Satın Alma Tercihi **Erdoğan KOÇ, Hakan BOZ, Engin TAŞKIN** 603

Bilgi Teknolojilerindeki Gelişmelerin Muhasebe Bilgi Sistemine Yansımaları **Ali Apalı, Mesut BOZCU, Özge ACUN** 610

Tesis İçi Ürün Taşıma Operasyonunun Milk-Run İle Optimizasyonu **Bülent SEZEN, Ramazan ARSLAN** 613

Türkiye'de Yenilikçi Çevrenin Evrimi: Bilim Teknoloji Yüksek Kurulu (Btyk) Kararları Üzerine Bir İnceleme

Handan Deniz BÖYÜKASLAN, Belkıs ÖZKARA 621

Öznel Mutluluğun Ve Müşteri Deneyiminin Müşteri Memnuniyeti Üzerindeki Etkisi

Ayşe YÜZÜAK, Ruziye COP , Yusuf Volkan TOPUZ , Oya ERU..... 625

Bilgi Yönetim Yeteneği ve Girişimcilik Stratejisi Geliştirme Becerisi Arasındaki İlişki
Cenk TUFAN, Özlem Yaşar UĞURLU 633

Banka Çalışanlarının Yaşadıkları İş Stresi Kaynaklarının Tespiti: Niteliksel Bir Araştırma
Bade Ekim KOCAMAN 639

Savaş Alanları Turizmi: Şafak Ayini (Anzak Günü) Örneği **Onur AKBULUT** 644

Sosyal Politikanın Bir Göstergesi Olarak Vatandaşların İyilik Halinin Ülkelere Göre Karşılaştırmalı Analizi **Özgür ÖNGÖRE** 649

Yalın Düşüncenin Sağlık Kuruluşlarında Uygulanmasına Duyulan İhtiyacın Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma: İzmir İli Özel Medifema Hastanesi Örneği **Mustafa SOBA, Fatih EMET, Özlem TAŞTEPE** 654

Does Work Engagement Mediate the Effect of Servant Leadership on Job Outcomes?
Hasan Evrim ARİCİ 658

KKTC'nin İleri Yaş Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi **Müjdat ERTÜRK** 663

BRICS Ülkeleri ve Türkiye için Kadın İstihdamı ve Ekonomi Büyüme İlişkisinin Sınanması
Hilmi ZENGİN , Asiye TÜTÜNCÜ 667

Yılbaşı Afişlerinin Satın Alma Niyetine Etkisi: Deneysel Bir Çalışma **Alparslan ÖZMEN, Tuba VURAL, Yasemin TEKİNKAYA, Ali GÜN** 673

Sürdürülebilir Kalkınma ve Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri Bağlamında Kalkınma Bakanlığı **Fulya AKYILDIZ** 677

Finansal İnovasyonun Bankacılık Sektör Endeksi ile İlişkisi **İsmail KARA, Hasan Özgür COŞKUN, Aylin YILMAZ** 682

Altın Fiyatları İle Hisse Senedi Arasındaki Nedensellik İlişkisi **İsmail KARA, Ozan KARAHAN, Koray BULUT, Merve SOYTÜRK, Esra KILIÇDOĞAN** 685

Petrol Fiyatlarının Hisse Senedi Piyasasına Etkisi: Bist Örneği **İsmail KARA, Rabia KIRLI, Ayça AĞIRGEZ** 687

İşkolikler Üzerine Nitel Bir Çalışma: Bal Arısı Mı? Eşek Arısı Mı? **Yunus YILAN, Arzu ÖZKANAN** 690

Algılanan Aşırı Nitelikliliğe İki Yönlü Bakış: Çalışan – Amir Değerlendirmesi
Arzu ÖZKANAN 698

Avrupalılık Kimliğinin 3'lü Sacayağı: Hristiyanlık, Yunan Bilimi Ve Roma İmparatorluğu
Büşra AVŞAR 706

Effect of Big Data and Data Analytics on Continuous Auditing Applications
Adnan SEVİM 709

Sağlık Kurumlarında Tedarik ve Malzeme Yönetimi **Mustafa BEKMEZCİ** 714

Doğrudan Yabancı Yatırımlar Bibliyografyası: Türkiye'deki Lisansüstü Tezlerin Künye Analizi **Serhat ATA, Ramazan NACAR** 718

Siyasal Tercihlerin Oluşmasında Değerlerin Rolü **Murat SEZGİN, Hüsna YILMAZ** 730

Turizm Eğitiminde Modüler Eğitim Sistemi: Hayaller & Gerçekler **Serkan ÇALIŞKAN** . 734

Küçük Ve Orta Boy İşletmelerin (Kobi'lerin) Halkla İlişkiler Ve Reklam Algısı

Oylum EKŞİ 738

Pazarlama İletişimi ve Deneyimsel Pazarlama Çerçevesinde Artırılmış Gerçeklik

Kenan AYDIN, Songül Bilgili SÜLÜK 745

İşletmelerde Etkin İç Kontrol Sisteminin Verimliliğe Etkisi **Habib AKDOĞAN, Neşegül PARLAK** 753

Stratejik Yönetim Kapsamında Maliyetler Ve Bist'e Kote Bir Gıda İşletmesi Üzerine Araştırma **Rabia Kübra TÜNEL, İlker GÜLENÇER** 754

Topsis Yöntemi İle Personel Seçimi: Lojistik Sektörü Üzerine Bir Uygulama

Oya KORKMAZ 755

Türkiye Ekonomisinde Rekabet İhlalleri Ve Yoğunlaşma **Hakan SARİBAŞ, İbrahim TEKİNER** 756

Bankacılık Sektöründe Öznel Kariyer Başarısına İlişkin Bir Araştırma **Hatice ÇOBAN, Mehtap SARİKAYA** 757

Game Based Entrepreneurship Education **Selva STAUB** 759

Moving Companies Compatibility to Fourth Industrial Revolution and Employability

Selva STAUB 761

İnsan Kaynakları Politikalarının İşletme Başarısındaki Önemi: İSO İlk 30 Örneği

Mesut ATASEVER 763

İnsan Kaynakları Yönetiminde İşe Alım Süreci: Bir Durum Analizi **Mehtap SARİKAYA, Sabahat Bayrak KÖK** 764

BİST-100 Ve BİST Sürdürülebilirlik (XSURD) Endeksleri Arasındaki Volatilite Etkileşiminin Analiz **Veysel KULA, Ender BAYKUT** 766

S&P 500 Endeksi Ile BİST100 Endeksi Arasındaki Etkileşimin MGARCH Modeliyle Analizi

Letife ÖZDEMİR, N.Serap VURUR 767

S&P500 Ve BİST100 Endekslerinin Getiri Volatilitesinin Karşılaştırılması

Letife ÖZDEMİR 768

BIST Elektrik Endeksi'ndeki (XELKT) İşletmelerin Finansal Performansının Fuzzy TOPSIS Yöntemiyle Değerlendirilmesi **Tuğrul KANDEMİR, Arif ARİFOĞLU** 769

Kurumsal Yönetim Uygulamaları Ile Hisse Senedi Performansı Arasındaki İlişki: BIST XKURY Örneği **Tuğrul KANDEMİR, Arif ARİFOĞLU, Ender BAYKUT** 770

Tüketim Toplumunda Muhafazakâr Tüketiciye Bir Bakış **Gülnihal TOPAY, Nil Esra DAL** 771

Semavi Dinlerde Maliyet Muhasebesi **Süleyman YÜKÇÜ, Canan yükçü, Emre KAPLANOĞLU** 772

Türk Turizm Sektöründe İstihdamın Düzgün İş (Decentwork) Çerçevesinde Değerlendirilmesi **Ali ERBAŞ, Cesim BEHREMEN** 774

İhracat Performansına Etki Eden Değişkenlerin Tobit Regresyon Ile Analizi: BİST-100 Örneği **Veysel KULA, Ender BAYKUT** 776

Türkiye Ekonomisinde Taylor Kuralının Doğrusal Olmayan Yöntemle Analizi: Markov Rejim Değişim Modeli **Özge Filiz YAĞCIBAŞI, Mustafa Ozan YILDIRIM** 777

Beklenti Ve Güven Endekslerinin Sektörler Üzerine Etkisi:Borsa İstanbul Uygulamasi **N.Serap VURUR, H.Gonca DİLER** 778

Bilinmeyene Yolculukta 'Kadın' Olmak: Mülteci ve Siğinmaci Kadınların Deneyimleri **Ayşenur GÖNÜLAÇAN** 779

A Game Theoretic Evaluation of Tax Evasion **Hakan ULUCAN** 780

Can Transaction Costs Be Measured? A Comparative Analysis of Coase and Williamsons' Point of View **Belkıs ÖZKARA, Fatih BIYIKLI** 781

Türkiyede Değişen Siyasal Sistem ve Siyasal Parti Yapıları Ekseninde Parti İttifaki **Ahmet Bora TARHAN** 782

Türkiye'nin Dış Ticaretindeki Dikey Uzmanlaşmanın Girdi-Çıktı Modeli ile Analizi **Nihat DAĞİSTAN** 783

Sürdürülebilirlik ve Elon Musk Örneği **Yasal ÖZDEMİR** 785

Açilmiş Miras Payinin Devri **Mehmet ÜÇER** 786

İnançli Temlik (Devir) **Mehmet ÜÇER** 788

İdari Yargi Tarihimizde Kanun Yollari **Mehmet KARAARSLAN** 789

Hukuk Muhakemeleri Kanunu'na Göre Delil Avansi ve Gider Avansi **Derya BULUTTEKİN** 790

Avukatin Reklam Yapma Yasağı **Derya BULUTTEKİN** 791

Banknot İhracina Sahip Milli Bir Devlet Bankasinin Kuruluşu: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankasi (1930) **M.Burak BULUTTEKİN** 792

1913-1915 Yılları Sanayi Sayımı'na Göre Osmanlı Sanayisinde İktisadi Faaliyet Kolları ve İstihdam **M. Burak BULUTTEKİN** 794

Bilgi Paylaşımının Teknoloji Kabul Modeli Üzerinden Incelenmesi **Alkan ALKAYA, Fatih ŞAHİN, Sevda ÇELİK** 796

Users Intention Towards Using Social Media Apps: Perspective of Psychological Motivations, Innovation Diffusion Theory and Technology Acceptance Model **Fatih ŞAHİN, Alkan ALKAYA** 798

İşletme Sahipleri Perspektifinden Hayvancilik Sektöründe Risk Değerlendirmeleri: Bolvadin Örneği **Cantürk KAYAHAN, Tuğrul KANDEMİR, Halil İbrahim GÖKGÖZ**..... 800

İvedi Yargılama Usulü **Mehmet KARAARSLAN**..... 801

E-Ticaret İşletmelerinde Çokkültürlü Yönetim, Zorluklar Ve Çözüm Önerileri

Mesut ATASEVER 802

Katilim Bankalarinda Banka Karliliği ile Bilanço Dışı İşlemler Arasındaki İlişkinin Panel Veri Analizi ile İncelenmesi **Mustafa SOBA, Ayşenur TARAKÇIOĞLU, Altinay Esra TEMEL** 803

Gençlik Merkezleri Faaliyetlerine Yönelik Tutum Ölçeği Geliştirilmesi: Güvenirlik ve Geçerlik Çalişmasi **Ömer ATAÇ, Reşat SADİK, Muhsin DURAN, Emrah ÖZDEMİR** 805

8 Haftalik Esneklik Antrenmaninin 11-13 Yaş Kiz Voleybolcularin Fiziksel Parametreleri Üzerine Etkisi **Nurgül Tezcan KARDAŞ, Reşat SADIK, Atakan ÇAĞLAYAN, Emrah ÖZDEMİR** 806

Herfindal-Hirschman Endeksi ile İlgili Türkiye'de Yapılan Çalışmalar Üzerine Nitel Bir Araştırma **Mehmet Hilmi ÖZKAYA, Ömür ÇAKİR**..... 807

Internet Banking Technology Acceptance of Public Employees: A Pilot Study **Minire KIRBAŞLI, Zehra Binnur AVUNDUK** 808

Örgütlerde Farklık Yönetiminde Sosyal Medyanın Etkisi **Senem NART** 810

Investigation of Augmented Reality Applications in Terms of Brand Trust and Purchasing Intention **Bilsen BİLGİLİ, Emrah ÖZKUL, Erdoğan KOÇ, M.Oğuz ADEMOĞLU**.... 811

Frankfurt School and Consumer Society in the Realm of International Trade

Gözde YİRMİBEŞOĞLU 813

Kadın İstihdamına Yönelik Bir Model Önerisi: Sındırgı Belediyesi Hanımeli Çarşısı Örneği

K. Nihat PEKBAY, M. Oğuzhan İLBAN, Muammer BEZİRGAN, Fatih ÇOLAKOĞLU 815

Toplumsal Hafıza Bağlamında Aile Şirketlerinde Kadınlık Halleri: Uşak İli Örneği

Sevcan KARCI..... 817

Dünyanın En İyi Restoranları ve Türk Restoranları **Göksel Kemal GİRGİN, Özkan DEMİR, Mustafa GÖKYAR**..... 818

Yöneticilerin Sosyal Zeka Düzeylerinin İncelenmesi **Bayram ŞAHİN, Burçin BOZ** 820

Ekonomik Krizlerin Politika Koordinasyonu Üzerine Bozucu Etkileri: Türkiye İçin Ampirik Kanıtlar **TETİK, Metin YİLDİRİM Ozan.**..... 821

Yatırımcıların Risk Algıları Üzerine Bir Analiz: Finansal Krizden Kanıtlar

Metin TETİK E. Tuğba CİĞEROĞLU Eser YEŞİLDAĞ..... 822

Türkiye'de Konut Fiyatları Ve Konut Kredisi Faizleri Arasındaki İlişkinin Analizi **Şadan ÇALİŞKAN, Mustafa KARABACAK, Oytun MEÇİK** 823

Adalet Teorileri Bağlamında Bilginin Önemi **Yasal ÖZDEMİR, Mustafa Yaşar TINAR** 824

Dijital Ekonominin Gelişimi ve Yeni Vergileme Sorunları Üzerine Bir Değerlendirme
Ercan BAHTİYAR 825

1960-1980 Yılları Arasında Türk Siyasal Hayatında Yer Alan Akademisyen Milletvekilleri Üzerine Bir İnceleme **Erhan EZİCİ** 826

Havacılık Sektöründe Yenilikçiliğin Hizmet Kalitesi ve Müşteri Memnuniyeti ile İlişkisi
Meral AYAR, Ruziye COP 827

Muhasebe Bilgi Sistemleri Bölümü Öğrencilerinin Meslek Etiği Algilari ve Uşak Üniversitesi Örneği **Ahmet COŞKUN, Nisanur İŞCAN** 828

Biyokütle ve Fosil Yakıt Enerji Tüketiminin Ekonomik Büyüme Üzerine Etkisi: 1980-2013 OECD Ülkeleri **Mustafa TORUSDAĞ M. Akif ARVAS** 829

Stres ve Stresle Başa Çikma Becerilerinin İşletmelere Etkisi **İbrahim KAYNAR** 830

Türkiye Muhasebe Standartları (TMS 20) Çerçevesinde Devlet Teşviklerinin Muhasebeleştirilmesi Ve Devlet Yardımlarının Açıklanması **Meral GÜNDÜZ** 831

Büyük ve Orta Boy İşletmelerde Finansal Raporlama Standartlarina Göre Barter İşlemleri Ve Muhasebeleştirilmesi **Ahmet COŞKUN, Abdurrahman Can DEMİR** 833

Türkiye'de Kadin Girişimci Profilinin İncelenmesi **Samet Ceyhun MAHSERECİ** 834

Sosyal Bilimlerde Bilim Felsefesi **Hasan ASLAN** 835

Doğru Bilinen Yanlış Serisi (2): Hipotez Doğrulamak! **Atila YÜKSEL** 836

T.C.
KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI

C-IASOS

International Applied Social Sciences Congress



Demre (Myra) /Antalya/Turkey

19th-21st April 2018

IMPORTANT DATES

Abstract Submission: 19th of March 2018
Announcement of accepted papers: 2-5 days following abstract / extended abstract submission
Early Bird Registration: 20th of March 2018
Late Registration: Untill 2nd April 2018
Congress Days: 19th-21st April 2018

TOPICS

- Accounting
- Archaeology
- Business Administration
- Communication
- Econometrics
- Economics
- Finance
- Health Management
- Hospitality
- History
- International Relations
- International Trade
- Labor Economics
- Logistics
- Management
- Marketing
- Occupational Health and Safety
- Public Administration
- Public Finance
- Pysical Education and Sports
- History of Arts
- Tourism

CONTACT

iasoscongress@gmail.com
www.iasoscongress.org

Conference Languages: English and Turkish

International Applied Social Sciences Congress

Yeni Ürün ve Destinasyon Geliştirme Aracı Olarak "Agro-Turizm"

Keynote Speech



Prof. Dr. Erdoğan KOÇ

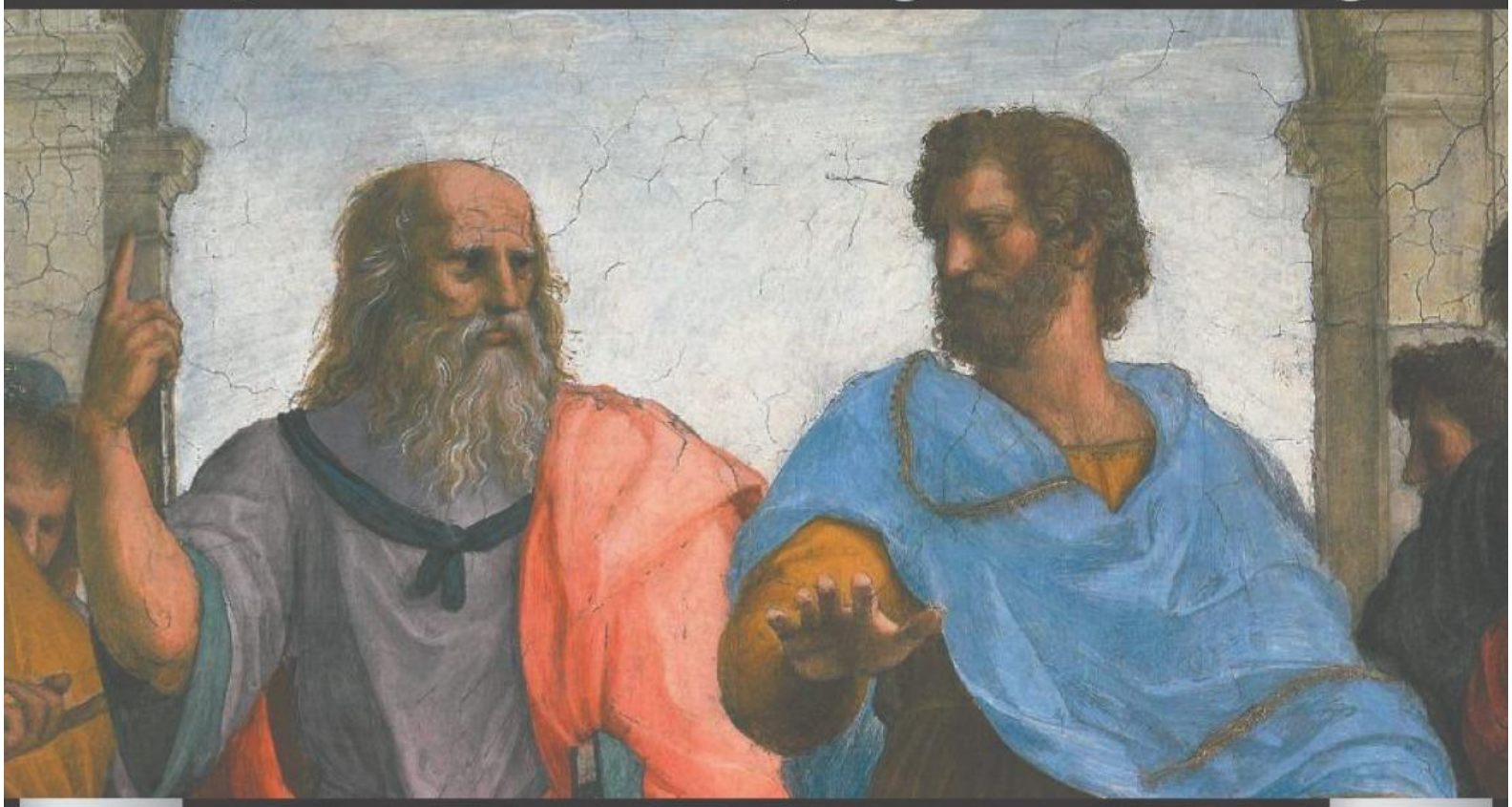
19/04/2018
11:00

Demre, Antalya

International Applied Social Sciences Congress

COLLOQUIUM

"Sosyal Bilimlerin Dünü, Bugünü ve Geleceği"



Prof.Dr. Nevzat ÇEVİK
(Akdeniz Üni. Arkeoloji Bölümü Öğretim Üyesi)

Prof.Dr. Hasan ASLAN
(Akdeniz Üni. Felsefe Bölüm Başkanı)

Prof.Dr. Atila YÜKSEL
(Adnan Menderes Üni. Turizm Fakültesi Öğretim Üyesi)

Prof.Dr. Mustafa GÜLMEZ
(Akdeniz Üni. Uygulamalı Bilimler Fakültesi Dekanı)

Doç.Dr. Çağatan TAŞKIN
(Uludağ Üni. Pazarlama Anabilim Dalı)

Kongre Oteli Demre Salonu
Saat 16:30 Tarih 20/04/2018 Cuma

Regional economy structure analysis towards sustainable economy: Regional economic circulation analysis as municipality's regeneration strategy in Japan

Tomoko Oikawa[1]

Full Text

1. Introduction

Regional regeneration has remained a key issue since the 1980s, when municipalities got to grips with declining regional economies by moving out of young generation and declining of local industries in Japan. Since then many approaches to this issues been carried out by the administration, academics and local people.

2. Literature and the rationale of the Study

Various agencies have committed in regional regeneration in different approaches ever since. 'One village one product movement (OVOP)', which started in the 1960s, and other movement in Japan are well-acknowledged successful cases by local people with communities and co-op. OVP, in particular, has been emulated in some Asian and African countries for local regeneration. This movement is widely acknowledged as a showcase of local solidarity.

This is bottom-up or grassroots regeneration movements. Such approach has been continuing as shown in a popular case of *michi-no-eki* (roadside station), for which the government has had provided infrastructure and where local people sell special local products with help and advice from co-op.

Apart from these grassroots or bottom-up regeneration strategy, this paper will focus on the theory 'Regional economy structure analysis' and 'Regional economic circulating analysis' claimed by Nakamura (2009, 2013, 2017). This theory claims that sustainable regional economy requires the continuity of independent system. For this, it is essential to grasp the regional economic structure to resolve structural problems.

3. Methodology

To grasp structural problems, focus is on input-output flow analysis in the case of a city in Japan translated from Nakamura's research. For this, to produce 'Input-Output Table'[2] of the town under research is necessary.

4. What is regional economic structure analysis?

Nakamura (2017) argues that regional economy has structural problems, and needs accordingly transformation of regional economic structure effectively. Figure 1 shows the destination of income which is distributed from added value produced. There are three approaches of regional economic structure analysis; (i) flow analysis: two-sided analysis of real economy and monetary economy, (ii) stock analysis, (iii) portfolio analysis.

[1] Dr. Euro-Asia Centre, Dept of Economics, Kemmy Business School, University of Limerick, Ireland

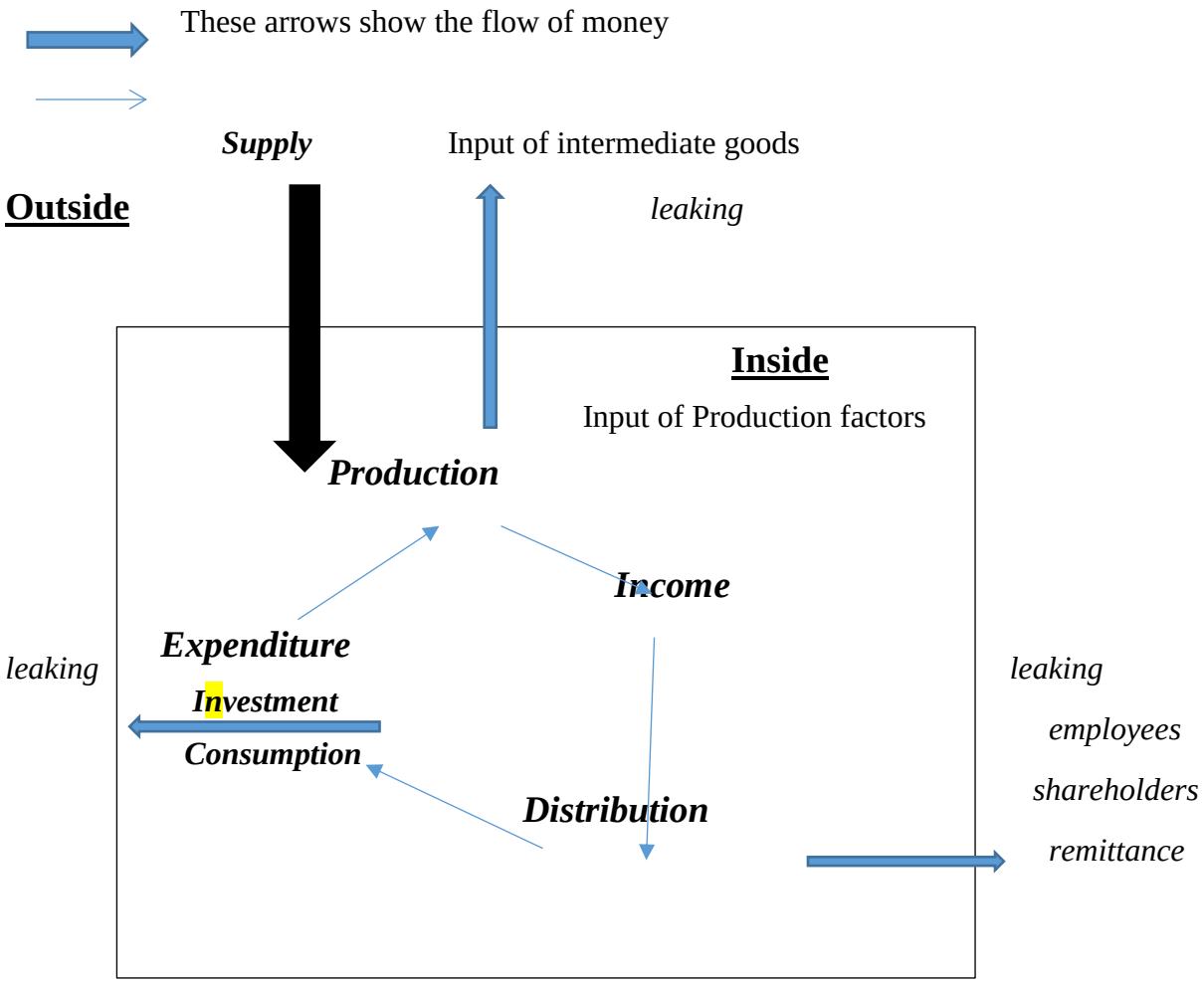
[2] An input-output table is a means of presenting a detailed analysis of the process of production and the use of goods and services (products) and the income generated in that production.; they can be either in the form of (a) supply and use tables or (b) symmetric input-output tables (OECD).

(i)It is important to visualize how much money regional people are getting as income and how much regional money is getting outside.

Figure 2 shows the flow analysis in the case of a city in Japan in 2014.

Figure 1

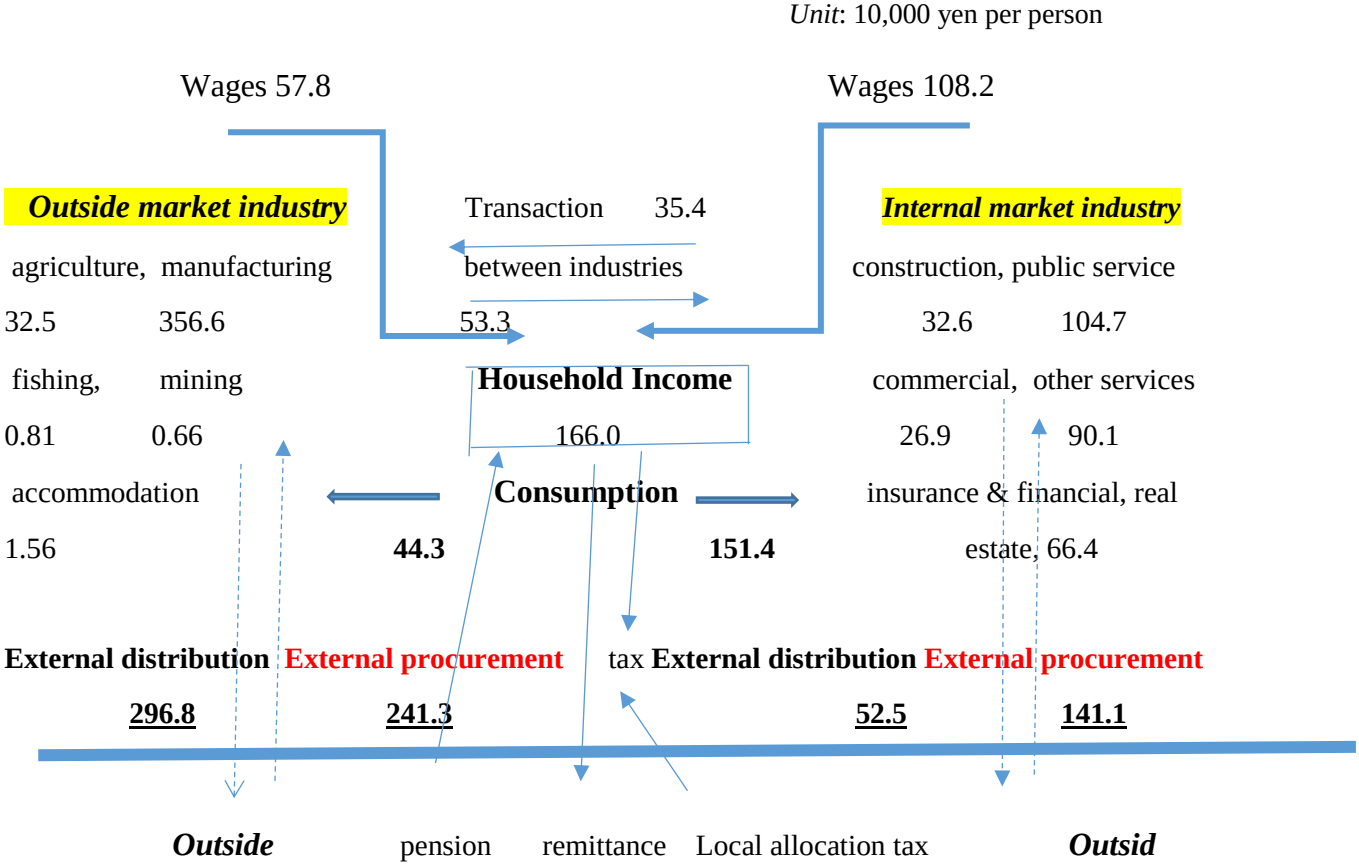
Regional economy - Principle of equivalent of three aspects (production, income, expenditure)



Source: Nakamura (2017)

Figure 2

Flow analysis view - the case of a city in Okayama 2014



Source: Nakamura (2017)

(ii) Stock is the source of flow. Through stock analysis, comparative advantage may be newly found in regional resources, private capital, human resources, social capital, natural resources and so on. (iii) Portfolio analysis provides the idea of preferable match of industry and enterprise.

By using these three approaches it can make us possible not only to grasp the economic situation, but also to look at distinction of economic ripple effect which depends on the degree of internal circulation.

In these three approaches to regional economic structure analysis, the main thing is; (1) to distinguish regional economic structure and its mutual relationship, (2) to look at linkage and circulation in regional economy. In other words, they suggests; (1) to distinguish core industry which has power to make money, and which industry supports regional employment or has employment capacity; (2) to clarify whether relationships between regional industries and enterprises are close. For example, to make sure whether regional industry or enterprises have provision of intermediate goods or parts by other regional industry or enterprises. This may be emphasized in Marshall's external economies.

5. Conclusion

Nakamura has been involved in more than 20 cities or towns in Japan to advice regional economic structural problems based on his theory explained in this paper. His approach as such has

corresponded with the administration in terms of policy decision making. On the other hand, we have witnessed other various regional regeneration activities, in the villages, towns and cities at grass roots level. It is quite remarkable that Agriculture Cooperatives, SMEs Cooperatives or Consumer Cooperatives have always provided real support for them. As Nakamura (2017) remarked at the end of his research paper, it is ordinary people who are ultimately responsible as a driving force for transformation.

Keywords: Regeneration strategy, regional economic circulation analysis, 'input-output table', outside market industry.

JEL Codes: R11, R15

References

Nakamura, R. (2009, Sept.). 地方経済循環による自立と格差の解消をめざして（towards independence and elimination of disparity by regional economy circulation）,*JOYO ARC.*

Nakamura, R. (2013, Dec.). 地方経済の自立と持続可能性に向けて（towards independence and sustainability of regional economy, 「*DIO*」（連合総合生活開発研究所）

Nakamura, R. (2017, July). 地域経済構造分析と循環型経済への自治体戦略（municipality's strategy towards regional economic structure analysis and circulating economy）RIETI (Research Institute of Economy, Trade and Industry), Gekkan gabanan'su (Monthly Governance)

Different concepts of spa tourism and the model of spa tourism in Slovakia

Marica Mazurek[3]

Full Text

Abstract

Overview

This article will be focused on the traditional spas and countries with the old fashioned models of spas in Europe, especially on the development of spas and spa tourism in Slovakia. Nowadays Slovakia belongs to the countries with a high potential in spa tourism and its professional marketing strategy and competitive price policy create opportunities for the further development of spa tourism.

Literature and The Rationale of the Study

First official list of all spas at the territory of the Austrian-Hungarian empire was originated in 1763. The development of spas at the territory of the Austrian-Hungarian Empire started in 18th century, but the highest development of spas started in the end of the 19th and in the beginning of the 20th centuries. To be closer to the concept of spa tourism in the traditional European countries we need to explain some concepts of health-care tourism. "We define health-care tourism as the attempt on the part of a tourist facility (e.g. hotel) or destination (e.g. Baden, Switzerland) to attract tourists by deliberately promoting its health-care services and facilities, in addition to its regular tourist amenities.

These health-care services may include medical examinations by qualified doctors and nurses at the resort (spa) or hotel, special diets, acupuncture, transvital injections, vitamin-complex intakes, special medical treatments for various diseases (Goodrich et al, 1987, p. 217). Based on this explanation, there are many countries with health-care tourism facilities – Switzerland, France, Germany, Austria, Hungary, the USA, The United Kingdom and others (Goodrich et al, 1987, p. 217). These services could be offered in the traditional health care facilities or in some hotels as part of the offered wellness program, but the most traditional form of offering are spas with the full medical service and supervision. Spas are located close to the thermal water resources and the healing influence of the mineral resources is used for the treatment of different diseases. Healing power of thermal water, sulphur mud, rehabilitation treatments, electrotherapy, mechanic therapy, oxygen-therapy, reflection massages, and acupuncture creates the interesting product of spa tourism.

3 [1]Marica Mazurek, MSc., Assistant Professor at the Zilina University, Faculty of Humanities, Zilina, Slovakia, e-mail contact: marica.mazurekova@fhv.uniza.sk

Methodology

Conceptual paper will be based on the comparison of two concepts of the approach to spa tourism in Europe and North America, especially the concepts of spas and medical tourism generally. Specifically will be discussed two approaches to spa tourism in some parts of Europe, southern European countries, Scandinavian countries and the former countries, which belonged to the Austrian-Hungarian Empire and Germany. This type of research is a qualitative research and there have been used mostly secondary research sources.

Conclusions

Spa tourism in Europe has a long-term tradition. The concept of spa tourism is very different in European and in North American culture. Most European spas offer health care treatment and the leisure component is only secondary. However, the new trends, changes and globalization have influenced some changes in this concept too. Many countries in Europe started to approach closer the North American concept of spas that defines spas as a center of leisure and relax. Some European countries as Spain and France have followed this development. On the other hand, Germany, Austria and some east European countries as Slovakia, Czech Republic, Poland, and Hungary still offer in their spas traditional health care treatments based on the traditional model of spas. In many of these countries exists the combination of traditional concept of spas and the modern perception of spas as the leisure product based on the demand of the customers.

Keywords: Spa tourism, models of spa tourism, medical tourism, marketing strategies, wellness, leisure facilities

Political Analyst – Software for The Axiological Analysis of the Political Discourse

Bogdan Pătruț[4] **Monica Pătruț**[5]

Abstract

The program *Political Analyst* has been developed as a tool for specialist in political science. The program can simultaneously analyse different types of political, economic and socio-economic values for several parties and their candidates.

Te program can determine the frequency of values in the political programme of a party or its candidate, and then it allows the automatic generation of the values' graph and of the connections among them based on the co-occurrence of words-values in fragments of text-size established by the user. Subsequently, the user may insert new edges and associate sizes of the edges' costs. The nodes may be moved on the graph's editing area and the edges between these nodes are preserved. The generated graphs can be subsequently modified by the researcher who may analyse by himself the political program. The program *Political Analyst* can generate answers to all of the questions specified below.

a) which is the dominant value in a political speech;

b) which groups of values have ties between them and have no connection with the rest;

c) which is the order in which political values should be set in order to obtain an equivalent but more synthetic speech compared to the already given one;

d) which are the links between values that form the "core" political speech.

Keywords: Political Science, Graph Theory, Political Values, Content Analysis,

[4] Associate Professor, Romania Iasi University
[5] Associate Professor, Romania Iasi University

Facebook, Which Is the Coolest High School In Town?

Monica Pătruț[6]

Abstract

Social media tools have an increasingly important role in external communication and institutional image promotion. Taking advantage of this trend, institutions of the romanian secondaryschools turn to them in order to convey information regarding the identity of the organization and the educational model approached, to attract new members, to increase the educational community, to promote their offer and educational events. The biggest advantage of social media is the bidirectional communication that allows interaction with external audiences, which increases the visibility and credibility of educational institutions.

The aim of this study is to analyze the way in which high schools in the municipality of bacau carry out a permanent communication campaign in social media. We analyzed the official facebookpages of thesehigh schools using the honeycomb model (kietzmann, hermkens, mccarthy & silvestre, 2011) to track their strategies when communicating with their internal and / or external audiences.

Keywords: Social Media, High School, İnstitutionalcommunication, Bidirectional Communication, School Organization, Romania

[6] Associate Professor, Faculty Of Letters, Vasile Alecsandri University Of Bacău Monicapatrut@Yahoo.Com

The Influencing Factors When Planning For Retirement In Malta

Sara Pavia[7] **Simon Grima**[8]

Abstract

The main objective of this study is to gain an understanding of what affects Maltese individuals' behaviours when it comes to retirement planning. Given that longevity is on the increase, state pension income is limited (and most probably unsustainable over the long term) and that many individuals expect to be able to enjoy a comfortable retirement, it sets out to determine which macro- and micro-environmental factors are likely to encourage positive behaviour or otherwise.

We did this by consulting and analysing existing literature and designing an online survey which was specifically created to capture qualitative data about public sentiment and behaviours with respect to retirement planning.

The study identifies a general sense of confusion in relation to financial concepts related to retirement. In line with other countries' findings, the prevalence of myopia, procrastination and inertia has also been observed through the research undertaken.

Through established behavioural finance theories and literature, as well as actual European practical examples, the research explores the best ways of "nudging" people into recognising the importance of taking action and making the right long-term financial decisions, to their own benefit and to that of society as a whole.

Notwithstanding, that overall savings of the Maltese is around the average established for Europe, the study found that savings tend to be shorter term, and therefore insignificant when considering the actual requirements for the desired quality of life at retirement. The research showed how, as with other countries, behavioural biases have been limiting people from taking action or making the right choices.

Of the most prominent of behaviours, procrastination, myopia and inertia were observed. In the local market, these seemed to stem from a sense of disorientation as to the meaning of certain concepts, how to initiate the process and which actions to take. In fact, although many did not admit it outright, respondents showed low levels of confidence in their abilities, and avoid taking action out of fear that it may not be the right choice. At the same time, they would try to rationalise their lack of action by the premise that things would sort themselves out, although this is typically labelled as over-confidence, it is likely to be an attempt to feel better about their stance on the matter.

Keywords: Retirement Planning; Behavioural Finance; Financial Literacy; Personal Pensions; Market Sentiment.

[7] University of Malta – Faculty of Economics, Management and Accountancy
[8] University of Malta – Faculty of Economics, Management and Accountancy

Financial Literacy in Cashless Payments

Beata Swiecka[9]

Abstract

Topics related to non-cash payments are a very important and multifaceted area of research investigation in sciences of finance. Their strength is in the diversity and complexity of the problem. Due to the pragmatic nature of non-cash payments, there is a need to enrich their theoretical achievements. It is important to acquire new knowledge of a descriptive and normative character because such knowledge allows explaining the phenomena studied and to formulate recommendations for business practice in terms of payments and non-cash transactions. **(Aim)** In theory and practice, it is important to recognize and understand how financial literacy affects the development of non-cash transactions, including non-cash payments. The aim of the article is to analyze financial literacy in cashless payment. (**Hypothesis**) In the articles propose a hypothesis: there is a relationship between the level of financial knowledge and the using non-cash payments. This hypothesis is complemented by the statement that people with a higher level of financial knowledge more often use non-cash payments. For the article it is propose four levels of non-cash payments using. The first one is the use of a transfer, the second is the use of debit cards, the third one is the implementation of contactless payments, and the fourth is the payment by mobile phone. **(Research method).** In order to achieve the goal, it will describe the development of non-cash payments in Poland. The article will also show the results of own research, which was carried out of the Foundation for the Development of Non-Cash Transactions using the research company IPSOS. The own research shows the importance of financial literacy in the development of non-cash transactions. **(Survey)** The survey was carried out using the CAPI (Computer-Assisted Personal Interview) method, from February 9 to March 1, 2018. In survey was using a questionnaire. The survey was conducted on the Polish nation at age 15 and more. A total number of interviews were 1100. To ensure the representativeness of the collected data, edge weighing was carried out to the structure of the Polish population aged 15 and more using rim weighting.

Keywords: cashless payment, financial literacy, payments cards, mobile payment

JEL Code: D14

[9] Department of Banking and Comparative Finance, Centre of Household and Behavioural Finance, Faculty of Management and Economics Services, University of Szczecin, Poland, European Union

Knowledge management in the context of Virtual Organizations Through Social Internet of Things

Simona Elena Vârlan[10],

Abstract

In the early years a new vision emerged, the one of a Social Internet of Things - SIoT. The new vision coined from two already known and studied domains, Internet of Things and Social Media. The scope of this emerged paradigm is to create a social network of (intelligent) things/objects that can "communicate" information about themselves to other objects, computer applications, devices and, most important, people. In virtual organizations knowledge management is the core of the entire business process and the key to success is a good sharing process between involved parties. Because the central point in the knowledge sharing process is to create connections between things, developing the right infrastructure to increase the sharing process from one participant to another, is a need. The right technologies exist already, all we should do is to combine them and assure that the knowledge management process will benefit from the advantages that this new paradigm can bring.

[10] "Alexandru Ioan Cuza" University of Iași, Romania

Neoliberalizm ve Kimlik Politikaları[11]

Assiye AKA[12]

Full Text

1.Giriş

Bu yazında postmodern zamanlarla eş zamanlı olarak akademik ve siyaset arenasında yer alan; tıpkı kimlik ve kimlik politikalarında olduğu gibi pek çok görünüme sahip olan ve bununla birlikte insanların yaşamının her anını derinden etkileyen neoliberalizmin kimlikle olan diyalojik ilişkisine yer verilmiştir. Neoliberal ekonomi politiğin bir kesişme alanı olan kimlik ve kimlik/tanınma/farklılık politikalarına olan akademik yazının ilgisinin tarihsel perspektiften bakıldığında, düzenlilik arz etmediği görülmektedir. Şimdilerde ise Fraser'ın (2014) cümleleriyle ifade edilirse şunlar söylenebilir: "Nesnelcilik, sistemik belirlenimcilik, güdülenmeye dair araçsal, çıkar odaklı anlayışlar, toplum bilimcilerini kimlik ve kimlik politikalarının yeterince kavranamamasına engel teşkil eden durumlardır". Postmodern/yapı-söküm/post yapısal/postfordist (toplumsal-ekonomik) zamanlarında her kavram ya da fenomen yerinden edilmiş, diğer bir ifadeyle görünmez olan farklılıkların altı çizilmiştir. Ülkemizde de deliberatif demokrasi tartışmasının yapıldığı dönemlerde eş zamanlı olarak kimlik ve kimlik politikaları akademik ve siyasi gündemin sorunsalı haline gelmiştir. Görünen o ki, şimdilik bu sorunların çözümü bağlamsal ve zamansal olarak askıya alınmıştır. Kimlik politikaları bir sınıf politikasıdır. Ekonomik eşitsizlik ve eşitsizlikten faydalananların çıkarlarını temsil eder, onlara sosyal adalet için bir model sunar. Kesinlikle pozitif kimlikler (beyazlar, zenginler, iktidar ve hırs tutkunları, sürekli kazanma güdüsü olanlar, var olan düzeneği yeniden üretenler, eril zihniyet ve başkalarının acılarına tuz basmadan zevk alanlar, araçsal aklı çok iyi kullananlar vs.) neoliberalizme hayran olmakta ve onun gelişmesi için elinden gelen her şeyi yapmaktadırlar. Neoliberalizm de doğal olarak bu kimlikleri tercih etmekte ve önündeki tüm engelleri birer birer kaldırmaktadır. Kimi zaman da kendini eleştirenleri kısmen affetmekte ve yoluna devam etmek için onların önünü açabilmekte ve ömürleri tükendiğinde de ipini çekmektedir. Planlanmanın devamı olarak da, yaratılan türevler ve muadillerle –örneğin, çeşitli cemaat yapılanmaları- daima önüne bakmakta ve dümdüz bir yolda çeşitli kıvrımlarla yoluna devam etmektedir. Kapitalizmin yeni bir uğrak alanı olan neoliberalizm, 1970'ler ve sonrasında keskin bir şekilde tanımlandı ve finansal önlemler konusunda çok başarılı oldu. Esasında neoliberalizm içinde, kimlik bireysel olarak gerçekleştirilen bir şey değil; ekonomik sermayesi güçlü olanların belirlediği ve geçerliğini kesinleştirdiği ve bireylere bahşettiği tanımlama biçimidir. Kamusal alanda tanınma/farklılık/görünme arzusu, postmodern teorinin neden olduğu olağan bir sonuç ve buna ek olarak kimliği yerinden etme -metalaşma süreci- de postmodernitenin belirsizlikle sonuçlanan hazır reçetesizlik şeklinde kendini sunduğu ve aslında müphem bir çözüm ürettiği durumdur. Bir taraftan insanda sürekli bir kafa karışıklığı yaratma (farklı uyarıcılara aynı anda maruz bırakma), diğer taraftan da bu karmaşıklığı hem anlama hem de çözüm üretme yolu arayan bireysel kimlik/kimlikler farklı kolektif kimlikler içerisinde kendine uygun bir pozisyon arar. Kolektif kimliklerde sürekli yolda olan ve kendini bulmaya çalışan bireysel kimliklere çekici gelen, fazlasıyla özgüven sunan ve yeniden dağıtım ilkesinin önemini vurgulayan mekanlar olur. Altı çizilmesi gereken bir nokta da şudur ki bireylerin araçsal akıl karşında yaşadıkları çaresizlik durumunda reçete bulmak için gittikleri kolektif kimliklerinde neoliberal ekonomi politik tarafından belirlenmiş olmasıdır. Finansal başarıyı elde etme hırsından yoksun olarak bir birey yetersiz olarak tanımlanır veya etiketlenir. Sonra dışarıda veya eleştirel süreçlerde kimlik arayışına giren

[11] Bu çalışma Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi BAP (2016-2018 Akademik Takvim) çerçevesinde SBA-2016-770 Kadına Yönelik Şiddet Anlatılarının Neoliberal Ekonomi/Politik Perspektiften Analizi: "#sendeanlat Tweeti ve Şiddeti Deneyimlemiş Kadınlar Özelinde"adlı projenin" bir bölümünü oluşturmaktadır.

[12] Doç. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Biga İ.İ.B.F. Kamu Yönetimi Bölümü, akaasiye@comu.edu.tr

başarısız/yetersiz olarak addedilen bireysel kimlik, hem aşağılanır hem de marjinalleşir. Kolektif kimlik (ekstra ekonomik ve sosyal kimlik) dışsal dünyaya bireyi yabancılaştırır ve kurumsal olarak karşı isyankâr bir öğe olarak neoliberal kimliğe devreder.

2. Neoliberalizm: Neliberalizmi bir çırpıda tanımlamak zordur. Kimilerine göre yeni bir ideoloji; kimilerine göre yeni bir ekonomi-politik; kimilerine göre yeni bir yönetimsellik; kimilerine göre de çoklu bir stratejidir. Belki de Weber'in hem araçsal hem de amaçsal aklının birbirinin yerini ikame edecek şekilde özel ve kamusal alanda dolaşıma sokulmasıdır. Gamble da (2009: 71) benzer bir şekilde asla tek bir neoliberalizmden söz edilemeyeceğini söyler. Kavramı başlangıçta 1930'larda Alman İktisatçı Alexander Rüstow, müdahaleci devlete düşmanlık besleyen liberal düşünceyi tanımlamak için kullanmıştır (terim başlangıçta liberal ekonomik düşünceyi neoliberalizmden ayırt etmek için kullanılmıştır). Bu yüzden terim Herbert Henry Asquith'in Birleşik Krallık'ı, Bismarc'ın Almanyası ve bütün kolektif biçimlerde -Nazizm de, Sovyetlerde - Keynezyencilikte- popüler oldu (Dixon, 1998: 6-7; akt., Bell, 2011: 139). 1938 Paris Konferansı'nda Friedrich von Hayek ve Ludwig Heinrich Edlervon Mises gibi bir grup Avusturyalı iktisatçı bir araya gelerek klasik liberalizmin yenilenmesini önerdirler. İkinci Dünya Savaşı patlak verdiği için bu düşünce 1947'de İsviçre-Montrö'nün yakınlarında ekonomik liberalleri bir araya getiren yeni bir konferansta yeniden ele alındı ve Mont Pelerin Cemiyeti (Küresel Sermayenin Beyni) kuruldu (Bell, 2011: 139). Bu cemiyette yirminci yüzyılın neoliberal fikirleri oluşturuldu ve iyi bilinen Şikago İktisat Okulu'nun temsilcisi Milton Friedman ve Londra İktisat Okulu'ndan Lionel Robbins tarafından geliştirildi (Dixon, 1998, s. 6-7; akt., Bell, 2011: 139).

Mont Pelerin Cemiyeti'nin entelektüelleri tarafından neoliberalizm desteklendi ve thinks thanks'lere (düşünce klüpleri) ilham oldu. Antony Fisher, Arthur Sheldon ve Ralph Harris gibi 1955 yılında İngiltere'de kurulan Ekonomik Meseleler Enstitüsü'nün entelektüelleri -19.yy. klasik liberalizminin bir formu- ekonomik ve sosyal meselelere devletin minimal müdahale etmesi gerektiğini düşünen Adam Smith geleneğinden geliyorlardı (Bell, 2011: 140). Hayek'in tartıştığı gibi neoliberalizm totalitarizme yol açacak olan refah devletinin panzehiri olarak anlaşılıyordu (Bell, 2011: 140). Sheldon (2001: 58-59), "insanları teste maruz bırakan hükümet eliyle hapsetmenin ahlaki ve kurumsal bir gerekçesi olmadığını" belirtmiştir. Kaldı ki piyasalar ona göre daha iyisini yapabilir". Neoliberaller devletin rolünün; düzenin sürdürülmesi, sözleşmelerin uygulanması, kalıcı hastalığından dolayı serbest piyasa devletinde yaşamını sürdüremeyenlerin bakımını üstlenmesi gerektiğini ve devletin rolünün hızla küçültülmesi gerektiğini ileri sürmüşlerdir (Harris, 2001: 63). Bu yüzden devlet kendi sınırlarına çekilerek, merkezi rollerinin azaltılması gerekmektedir (Bell, 2011: 140).

Neoliberalizmin kurucu karakteri olarak görülen Hayek (2012) Keynezyencilikle mücadele etmede ve kapitalizmin yeniden "kurtarılmasının" teorik temelini hazırlamıştır. Hayek'in (2013) "Özgürlüğün Anayasası" adlı eserinde, sosyal ideallerin diktatörlüğünün planlamasına yer verilmiştir. Hayek için planlama (ekonomide devlet müdahalesi olarak yorumlanmamalıdır), "tüm toplumu organize etme istekliliği", tüm kaynakları sonlandırma arzusu, zorbalık gibi görünmektedir. Bireylerin sonsuz özerklik alanını yeniden organize etmeyi reddetme yüceliktir; bunu yaparken de planlama "insanların pozisyonlarından dolayı onlara tahsis edilen farklı insani değerleri "tam bir etik kodun mevcudiyeti" olduğu zannedilir (Hayek, 1944: 56-57; akt., Rankin, 2004: 15).

Toplumun planlanma arzusu; toplumun girişimci bir şirket kültürü gibi yönetilmesini zorunlu hale getirmiştir. Bu kültürün üretilmesi ve yeniden üretilmesi için yeni bir öznenin de yaratılması gerekir. Diğer bir ifadeyle girişimci yönetimsellik, kendi gücünü kapsayıcı karakterinden alan akılsallık bütünlüğünden kaynaklanır. Öznelerin yeni özlemleri ve arzularını tarif etmeyi, öznelerin tutumları üzerinde uygulanması gereken denetim ve etki tarzlarını öngörmeyi, kamu faaliyetinin misyon ve biçimlerini yeniden tanımlamayı sağladığı için kapsayıcıdır. Özneden-devlete ve oradan da şirketten geçerek de özneyi, "kendi yaşamını başarma"

arzusu ve kendi hedeflerini gerçekleştirmek için "rehberlik edilme", "teşvik edilme", "formüle edilme", "güçlü kılınma" tarzıyla tanımlanmayı sağlar. Diğer bir ifadeyle neoliberal rasyonalite ihtiyaç duyduğu özneyi yaratırken, onu, karşılaşması gereken riskleri alarak ve muhtemel yenilgilerin tüm sorumluluğunu üstelenerek azami sonuçlar elde edecek, gerçekten rekabet halindeki bir yapı gibi davranabilecek şekilde yönetme imkânlarını elinde bulundurur (Dardot ve Laval, 2012: 367).

Teoride iyi bir planlama yapan neoliberaller, pratiğe geçerken farklı sorunlarla karşılaştılar. Örneğin neoliberalizmin Demir Leydi'si olan Margaret Thatcher bütün konuşmalarında devletin kendi sınırlarına çekilmesi gerektiğini söylese de bunu yapmada son derece başarısız oldu. Eğitim, sağlık, sosyal fayda değeri ve kişi başına düşen mili gelir olarak kamu harcamaları onun döneminde yükselmeye devam etti (Gamble, 1994, s. 122; akt., Bell, 2011: 140). O refah devletinin seçime dayalı basit bir şekilde kabul edilemez olduğunu kabul etti (Harris 2001: 54; akt., Bell, 2011: 140). İlginç bir şekilde serbest piyasayı teşvik etmesi gayretine rağmen Thatcher, devletin kendi sınırlarına çekilmesini değil ama devletin eylemlerinin daha kriminalize etmesini sağlayarak; devletin iktidarını güçlendirmiştir. Diğer bir ifadeyle pratikte evrensele karşı olan diğer bütün neoliberalizm formlarında olduğu gibi Thatcherizm de, devletin bir ileri bir geri adımla eşzamanlı yuvarlanması gibi ekonominin önündeki bütün bariyerler kalkarken; kendi güvenliğini sağlayan güçlü bir devlet inşa etmiştir. Piyasa özgürlüğünün sağlanması ve gerekli kurumların düzenlenmesi için devlet müdahale etmeye mecbur bırakılmıştır. Bu yüzden neoliberalizm çok nadir olarak devletin bütün fonksiyonlarının özelleştirilmesi gerektiğini savunan fundamentalist şerite karşılık olarak uygulanır. Neoliberalizm, pratikte piyasa çözümlerinin destekçisi ve rekabeti kolaylaştırıcı olarak rasyonel ve özgür bireyler için devletin aktif rolünü korur.

3. Kimlik

Temel sorunsalımız kimliğin tanımı ve oluşumu değil; neoliberal ekonomi politiğin araçsal akılla inşa ettiği ve sonra da bireylerin bu kimliği kendi çıkarları doğrultusunda tercih ederek içselleştirdikleri tezini tartışmaktır. Bu nedenle önce kimliğin kısaca farklı sosyal bilim dalları tarafından tanımlanmasına ve kimliğin boyutlarına yer verilip sonra da neoliberalizmle kurduğu tarihsel etkileşim ayrıntılandırılacaktır.

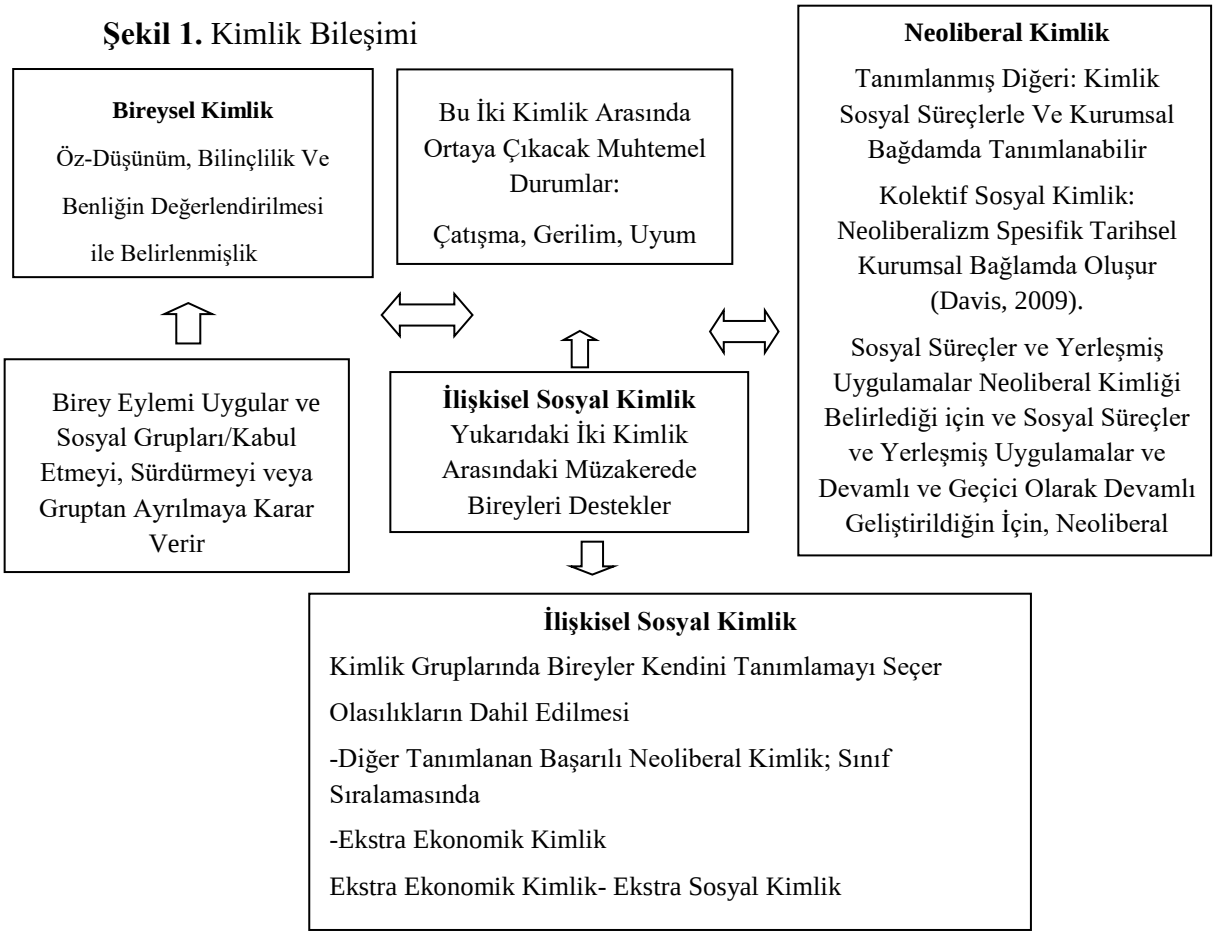
Kimlik kim olduğumuz ve buna yüklediğimiz anlamlar sorunudur. Kimliği tarihsel olarak çok gerilere götürmek mümkün olsa da bu kavram sosyal bilimlerde 1950'lerden sonra gündem oluşturmaya başlamıştır. Kimlik sıklıkla psikoloji, sosyoloji, siyaset bilim ve antropoloji bilim dalları tarafından tanımlanmıştır. Kimliğin psikolojik tanımlanmasında Ericson karşımıza çıkar. Ona göre kimlik "bireyler ve onları çerçeveleyen toplumsal ortam arasındaki etkileşimle şekillenir ve değişir; fakat bu değişim ve krize rağmen, kişinin kendi varlığının içsel aydınlığı ve sürekliliğinde gerçekleşen bir güven duygusudur" (Gleason, 2014: 33-34). Sosyologlar ise genellikle kimliği birey ve toplum arasındaki bir etkileşimin ürünü olarak görmek eğilimindedirler. Berger ve Goffman ilk akla gelen isimlerdir. Felsefe açısından ise Locke ve Hume benliğin/kendiliğin bütünlüğünün altını çizerler. Locke'a göre kimlik "durmaksızın uçup giden madde parçacıklarıyla devam eden yaşamdan başka bir şey ihtiva etmeyen bir şeydir. Etnisite araştırmacıları açısından ise kimliğin verili mi yoksa tercihe bağlı geliştirilen bir durum mu olup olmadığıdır. Karşıtlık, süreklilik ve kalıcılık sorununun her iki karşıt yorum grubunda da merkezi olması gerçeğinde yatar (Gleason, 2014: 35). Antropologlar ise kimliğin kökeniyle ilgilenmişlerdir. Kökenciler sürekliliği vurgularken; tercihçiler, kimliğin belirli sınırlar içinde, bilinçli seçim tarafından üstlenildiğini ya da ortaya konulduğunu kabul ederler.

Brewer (2001) ve Davis (2009)'in kimlik tipolojilerini analiz etmek kimlik sorunsalını anlamamızı kolaylaştırak gibi görünmektedir. Brewer (2001: 117-119) sosyal kimliğin üç boyutlu görünümü olduğunu; bireysel-ilişkisel (relational) ve kolektif kimlik olarak tipolojilere ayırırken Davis de (2009) benzer bir kategorik ayrım yapar. Davis'e göre (2009) birbiriyle ilişkili üç farklı öğenin açıklaması kimlik analizi için gereklidir. Bunlardan birincisi; "kişisel (personal) kimlikler" (verili-benlik); "kolektif sosyal kimlikler" (diğer verili kimlikler) ve ilişkisel sosyal kimlikler

(gönüllü olarak girilen sosyal gruplarla kimliğin tanımlanması; her bir sosyal gruba değişen düzeylerde sadakatle formel ve enformel şekilde benliğin tanımlanması). Thoitsand Virshup'a göre (1997) rol kimlikleri, diğerleriyle kurulan ilişkilerde benliği/kendiliği tanımlar (Stryker, 1980; akt., Brewer, 2001: 118). Bunun sebebi Brewer ve Gardner'a göre (1996) rol kimliklerinin sosyal kimliğin bir versiyonu olması ve bunun da daha geniş sosyal bağlamlarda bireylerarası ilişkiden türemiş olmasındandır. Bu özbenlik kurgusunda kültürel farklılıkların analizlerinde Markusand Kitayama (1991) tarafından geliştirilen bağımlı benlik (the interdependent self) kavramına tekabül eder. İlişkisel kimlikler mesleki rol ilişkilerini (doktor-hasta, öğretmen-öğrenci, avukat-müvekkil), ailesel ilişkileri (aile-çocuk, kardeş-kardeş) ve bireylerarası ilişkileri (arkadaşlık ve partner ilişkisi) içerir. Bu kategori aynı zamanda aile, takım çalışması ve sosyal kulüp gibi iletişimsel eylemde bulunan bireyler arasındaki ilişkiler ağı ile tanımlanan grup kimliklerini de içerir (Brewer, 2001: 118).

Bireylerin sahip olduğu tüm kimlikler ve bu üç öğe tüm bireysel kimliklerin hepsini kapsar. Bu üç parçanın birbiriyle ilişkisi kavrandığında kimliğin neoliberalizmle de olan ilişkisi anlaşılmış olacaktır. Wrenn'e göre (2014: 504) bireysel kimlik benlik üzerinde düşünme, bilinçlilik ve benliğin değerlendirilmesi yoluyla belirlenir. Bu kimlik kolektif etkileşimli sosyal kimlikle oluşturulur, ancak orantılı ölçüde bu iki parça toplamına indirgenemez. Aksine, bireysel temsillerin ve zihinsel modellerle birlikte, bireysel kimlik, kolektif ve etkileşimli sosyal kimliğin sonucu olarak çerçevelenmiş olabilir (Şekil 1).

Şekil 1. Kimlik Bileşimi



Kaynak: Mary Wrenn (2014: 505)

Bireysel fail kolektif sosyal kimlik üzerinde kontrol gücüne sahip değildir; kurumsal bağlamın kuşatılmasıyla tahsis edilir ve ırk, cinsiyet ve sınıf geliri veya sosyal olarak inşa edilen anlam tanımlamaları ile biyolojik özelliklere dayandırılır. Kolektif sosyal kimlik, okullar, hapishaneler gibi devlet kurumları ile gizlenen sosyal güvenlik, ulusal sigorta veya vergi kimlik

numaraları, parmak izi veya retina tanımlama, kamusal alanların kamera sistemi gözetlenmesi ya da kayıtlar gibi devlet tarafından istihdam edilen resmi araçlar sayesinde bireysel kimlik formel araçlar yolu ile aktif olarak şekillenir (Davis, 2010). Buna ek olarak çekicilik veya zekâ gibi herhangi bir kültürün zımni ölçümlerini iletişim kurmak için çalışan resmi olmayan mekanizmalar vasıtasıyla da bireysel kimlik şekillenir. Davis'e göre bu tahsis edilen kimlikler tarih boyunca sabittir çünkü sosyal kurumlarla kimlikleşme süreçleri noktasından bireyler zaman içinde izlenmelidir ve çünkü sosyal/kültürel kurumlar yavaş gelişir (Davis, 2009).

Nancy Folbre'nin tanımladığı gibi, kolektif sosyal kimlik belli gruplara dahil olmayı gerektirirken (verili olma), ilişkisel sosyal kimlik "seçilen gruplarla" kimlikleşme sürecidir (tercih edilme), bu yüzden bireysel eyleyen daha önceki tanımlamaya bağlılık göstermek ya da ait olmak zorunda değildir, fakat sonraki tanımlanma biçimini tercih edebilir (Davis, 2002; Folbre, 2004: a. 50-51; akt.,Wrenn, 2014: 504).

Bireysel kimlik ve kolektif sosyal kimlik sorunsuz bir şekilde bütünleşemez; harmoni, bireysel farkındalık ve benlik arzuları arasında benliğin var oluşu tanımlanırken çatışma ve gerilimle gerçekleşir (Davis, 2009). Bireysel kimlik ve kolektif sosyal kimlik arasındaki sözleşmede, ilişkisel sosyal kimlik, bireysel amaçları birleştirmek ve bireyleri desteklemek için tercih edilir (Davis, 2009). Birey kuruma uygular ve hangi sosyal gruplara/kimliklere ait olmak istediğine karar verir, bunun yanı sıra her bir sosyal grubun perspektifine nasıl taahhüt edeceğine karar verir. İlişkisel sosyal gruplar kültürel ya da karşı kültürel idealleri temsil edebilir ve paylaşılan sosyal normların herhangi bir tipine bağlı olabilir: Din, politik, etnik vs. ilişkisel sosyal kimlik bu yüzden bireysel eyleyenin bireysel kimliği ile kurumsal yapının kuşatılmasıyla ve diğer tahsis edilen kolektif sosyal kimliğin etkileşiminin sonucudur (Davis, 2007; akt.,Wrenn, 2014: 504-505). Bu sayede, bireyler ilişkisel sosyal kimliği birlikte inşa ederler (Davis, 2010; akt.,Wrenn, 2014: 505). İlişkisel kimlikler, ilişkide diğer partilerin davranış ve beklentilerinden sorumlu olduğu ve bir birey tarafından ifade edilen karakteristikler ve davranışlara bağımlı olmasıdır. Bir ölçüde sosyal roller tamamlayıcı rolleri işgal eden diğer spesifik yok etmeyle gereksinimlere ve karakteristiklere adapte edilmelidir (Brewer, 2001: 118).

Davis'e göre de (2010) ilişkisel sosyal kimlik aynı zamanda bireysel eyleyenin temsilcisi olarak, bireysel kimliğini ve ona tahsis edilen kimliğini ve kolektif sosyal kimliğini uzlaştırma mücadelesini karakterize edebilir; son ikisi arasındaki uyuşmazlığın algılanması, daha da önemli olan ilişkisel sosyal kimlik failin bireysel kimliği olur. Bu mücadele yoluyla kimlik politikalarının -özellikle neoliberalizm çerçevesinde- nedeni ve doğası anlaşılabilir (Wrenn, 2014: 505).

3.1. Neoliberal Kimlik: Neoliberal projede, birey adaletin zirvesini temsil eden sorumlulukları üstlenen bir birey olarak düşünülür. Neoliberallere göre insanlar yaptıkları her şeyden kendileri sorumludur. Onlar kendi çıkarlarını en iyi şekilde korurlarken kamu hizmetini de yerine getirmiş olurlar. Neoliberaller kendi yalıtımlarında çalışan diğer bireylerden ziyade daha büyük bir grubun kimliğini paylaşmazlar. Başkalarının keyfi iradesine maruz kalmış dönemler, yaşamın ertelendiği ve zamanın tutuklandığı dönemlerdir: "Keyfiyete maruz kalan kişi, zamanın akışında askıya alınmıştır; bir sonraki anın ona ne getireceğini beklemesi gerekir. Kendi anlarını kullanma hakkına sahip değildir (O'Neill, 200: 125).

Bununla birlikte, liberallerin, bazen bireysel kendini oluşturma olarak anlaşılan özerklik kavramına getirdiği güçlü bir yorum vardır. Bu güçlü yorum, cemaatçi eleştirmenlerce ortaya konduğu şekliyle liberal benlik görüşüne denk düşer. Liberal-siyasal teori, başka bireyler, cemaatler, gelenekler, projeler ve iyilik anlayışlarına bağlılık yükünü taşımayan bir benlik görüşünü peşin bir şekilde varsayar: Özerk birey, her tür bağlılığın dışında kalabilen, her zaman onlar arasında seçim yapma olasılığını gören kişi olarak kabul edilir: "Modern bireyciliğin bakış açısından, ben her zaman olmayı seçtiğim şeyim. Varlığımın yalnızca tali toplumsal özellikleri olarak görülenleri sorgulamak istersem, her zaman sorgulayabilirim". MacIntyre'nin eleştirisinde, liberal benlik, Goffman'ın ortaya koyduğu benlikte sosyolojik muadiline sahiptir. Goffman benliği farklı

bağlamlarda farklı rollerin asıldığı bir mandal olarak çizer: "Benlik bir 'hayaletvari ben'e indirgenir. .. rolü sıkı sıkıya biçimlenmiş bir durumdan diğerine yavaş yavaş uçup gider. Bu benlik resmine karşı, cemaatçi bir aktörün kimliğinin özgül bağ ve bağlılıklarla oluştuğunu ve etik dünyaya bu bağlılıklarla bireyleştirilmiş olarak girdiğini ileri sürer (O'Neill, 200: 125).

Neoliberalizmde, bütün tabi kılma düzeylerinin çoğaltılması için ekonomik alan toplumu baskı altına alır, neoliberal kapitalizmin yabancılaşmasının kaçınılmazlığı sosyal alanların tümüne yayılır. Modern yurttaşın kimliği neoliberal ideoloji tarafından belirlenir, böylece bireysel kimlik yönleri birbirinden ayırt edilir (Rawls, 2005). Bireysel kimliğinin fedakârlığını üstlenen birey kendi kimliğinin de diğerinin sorumluluklarını da azaltan bir kişi olarak görülür. Piyasa mantığı ve ekonomik alandaki neoliberalizm yaşamın tüm alanını baskılar. Bu durumda da neoliberalizm tarafından kuşatılan kolektif sosyal kimliğin nedeni olur. Diğer bir ifadeyle bireysel kimliğin bir parçası neoliberal kimlik olarak adlandırılır (Wrenn, 2014: 507).

Neoliberal kimlik izole edilir, toplumun geri kalanından bağlantısı kesilir ve yabancılaşan birey ayrılır. Yabancılaşma, piyasa ve inşa edilen benlik/kendilik arasında bağlantıyı daha açık hale getiren neoliberal kapitalizmin bir ürünüdür. Emek gücünün yoğunlaşmasıyla birey süreç ve ürünün her ikisinden birden koparılmış olur, birey topuma herhangi maddi bir katkı sağlamaz. Sosyal yükümlülükler ve eklerden ayrılma, piyasa ayarlamalarını kızıştırır. Bu yoğunlaştırılmış pazar ayarlamalarının tarafsızlığında pazarın kendisi de yabancılaşır (O'Neill, 2003; akt.,Wrenn, 2014: 507).

Bireyselleşme ile deneyimlenen yabancılaşmanın tersine (neoliberalizmin irrasyonelliğine karşı işçi sınıfının potansiyel devrimine karşı bir ölçüt olarak), bireyler demokrasinin kurumsallaşmasından, özgürlük ve bireysel özgürlüklerin metalaşmasından oluşan sosyal bağlama daha çok inandırılarak sosyalleştirilir. Vatanseverlik mitinin inşa edilmesinin veya özgürlük temasının arkasında nüfusun bütünleştirilme fikri yatar. Kolektif kimliklerin oluşumu, paylaşılan değerler ve idealler sosyal bütünleşmenin yerine geçer. Piyasanın yoğunlaşmasıyla birlikte sosyal ilişkiler ve yaşamın tüm alanı piyasalaşır. Bu sosyal çimento sınıf bölünmesinden kaynaklanan çatlağı önler ve bireyler ve işçi sınıfı arasında paylaşılan bilinçliliğin üstünü örter. Paylaşılan değerlerin biçimsiz ve çatlaklar oluşturabileceği beklenen bir sonuçtur (Wrenn, 2014: 507).

Comaroff ve Comaroff'a göre (2001), "postmodern bireyler nesnelerle oluşturulan özneler olduğu" bilinen gerçekliktir. Kapitalizm kültürü onlara göre "topluluğun belli bir üretici formları olarak yeniden tasavvur edilen kişiler değil, ancak pazarda tüketicidirler: Tasarlanmış insan niteliklerinden ziyade, toplumun veya tarihin çok azına mecbur olan grubun kimliği olan bireylerdir (Comaroff ve Comaroff, 2001: 13). Piyasa daima insan ve sermaye farklılıklarına sahipken, bu süreçler liberal bireysel özgürlüklere bağlılık arttığında ekonomi/politik için temel olur (Comaroff ve Comaroff, 2001). Liberal "vatandaş-devlet" çağının sonlanmasıyla onun yerine geçen neoliberal "tüketici devlet", mülkiyet tabanlı mantık farklılıkta açık bir ticaret haline gelen liberal demokrasiye içkindir. Kimlikler, insanca üretilmiş nesneler-mallar gibi görünür ve rol oynar, fakat bağımsız bir öze ve kendilerine ait bir değere sahip görünmezler. Onların son çalışmalarında bu olayların sonuçları ve "kimlik endüstrisi" ile "etnisite" konuları yer alır (Leve, 2011: 522).

3.2.Kimlik Politikaları: Extra Ekonomik-Sosyal Kimlik

Michaels'in (2010: 8) ifadesiyle ayrımcılık ve eşitsizlik politikaları devam etiği sürece kimlik sorunsalı gündem oluşturmaya devam edecektir. Rekabetçi piyasaya teslim olma ekonomik eşitsizliği arttır, fakat ırksal ve cinsiyet ayrımcılığı ile üretilen eşitsizliği azaltmaz. Piyasa karşı-ayrımcılık bir etik kimlik üretirse, karşı-ayrımcılık başarı için istenen kimlik üretir. Ayrımcılığa karşı olma ekonomik eşitsizliğe karşı çıkmak anlamına gelmez ve kimlik politikalarına teslimiyet, ona direnmekten ziyade piyasa özgürlüğü için daha çok kendi arzumuzu ifade etmiş oluruz. Örneğin bir feminist olarak, kadın ve erkek arasında ücret eşitliği ve ayrıca yönetim ve emek arasında da eşitlik isteyebiliriz. Fakat realitede cam kadehte sunulan fırsatlara kim karşı çıkabilir ki? Kim kendi bireysel çıkarını bireysel ve kolektif kimliğinin önüne koyabilir? Neoliberelizm böyle bir varsayımdan hareket ederek farklı kimlikler yarattı.

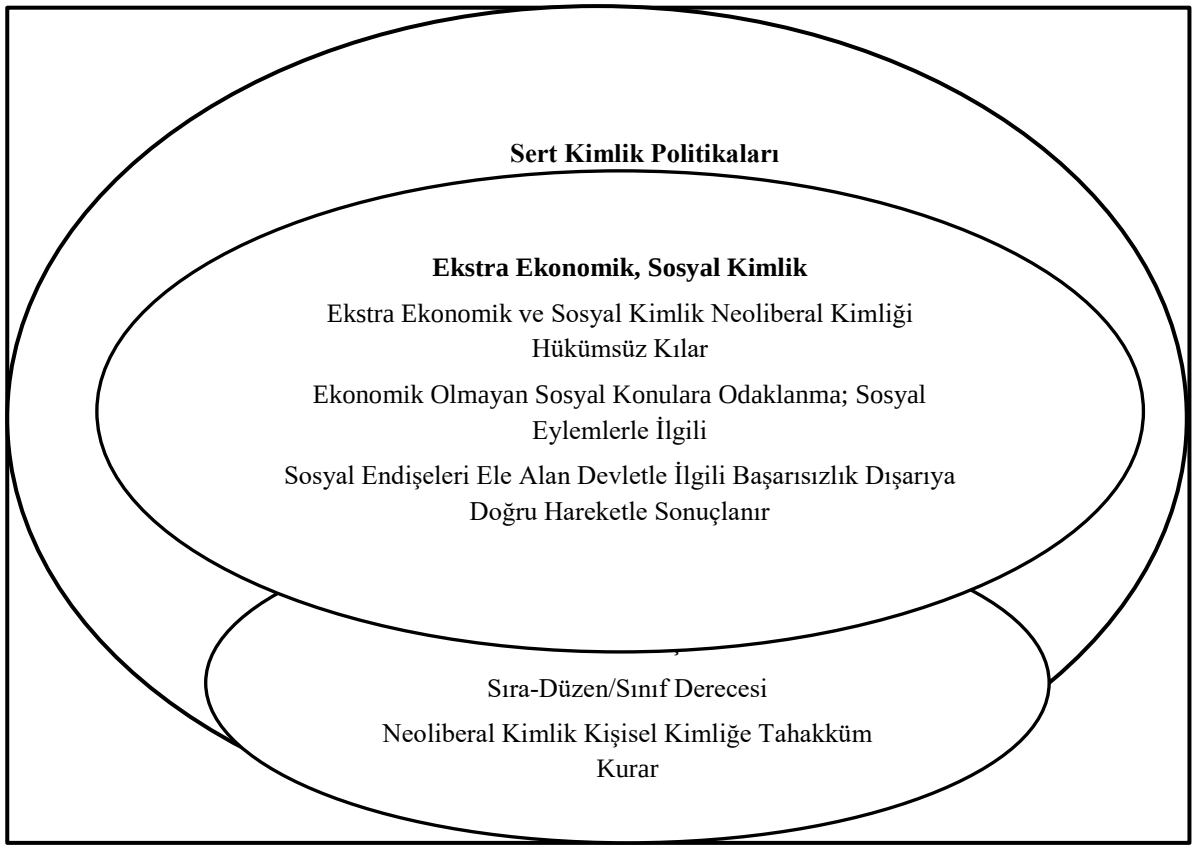
Finansal başarı yoluyla ölçülen neoliberal kimlikler sadece sınıf kategorileriyle değil aynı zamanda onların sıralanma derecesine de tekabül eder: Hiyerarşik sıralamada çalışanın açık derecelendirmelerini gösteren üst, orta ve düşük sıralamaya da işaret eder. Neoliberel kimlikler tarafından atfedilen bireysel kimlikler finansal başarı ya da ilerleme ile elde edilmezler -kaybedenler, römork çöpü, getto ve refah kraliçesi gibi- (George, 2006: 433-434; akt.,Wrenn, 2014: 509).

Neoliberal başarı hikayelerini temsil edenler, neoliberal kimliğin etkisini azaltmayan ya da destekleyen ilişkisel sosyal kimliği kabul edeceklerdir ve kullanım hakkını teşvik edeceklerdir. Golf grubuna, sosyete tabakasına ve lions gruplarına üyelik gibi.

Neoliberel otorite tarafından atfedilen kimliğe uymayan bireysel kimlikler ve bu yüzden toplumun ana akımı tarafından reddedilir ve yabancılaşır. Birey bu durumda ilişkisel soysal kimlik vasıtasıyla diğerleriyle bağlantı kurabilir. Diğer bir ifadeyle, soysal kimliklerin oluşumu, tasavvur ve sosyal statüler arasındaki uyuşmazlık, haksız bireyin algısına en azından verilen cevabın bir parçasıdır (Jaynes, 2000; akt.,Wrenn, 2014: 509-510).

Neoliberel kimliğin güçlenmesinin başarısızlığı olarak, bireyin bilinçli ya da bilinçsiz oluşuna bakılmaksızın, imkân dâhilinde ekonomik olmayan sosyal kimliği araştırmaya başlar (Şekil 2, içten dışarıya doğru sıralanan dairede olduğu gibi).

Şekil 2. Kimliğin İnşası



Kaynak: Mary Wrenn (2014: 505).

Sıra düzen ekstra sosyal grup içinde var olabilir; sosyal grup kimliği; birey ve ekonomik olmayan bir hiyerarşi sağlayan ekstra-ekonomik sosyal gruba doğru çekilebilir. Örneğin Lions Derneği'ne dahil olma gibi. Bu dernekte birey, bireysel toplulukta gönüllü hizmetler gibi, sosyal katkılara dayanan sıra düzen sistemine dahil olup olmamayı seçebilir. İlişkisel sosyal kimliğe eklenme ekstra ekonomiktir, birey ilişkisel sosyal kimlikle birlikte daha güçlü olmayı benimser, bireysel eylemliliği ve öz-değeri sosyal bağlamda artar. Öz-yeterlilik algısı failin neoliberal

kimliğin etkisini azaltırken, bir sosyal gruptaki öz-yeterlilik algısı bireyin ilişkisel sosyal grup kimliğini daha da güçlendirebilir (Davis, 2007). Bu nedenle birey, toplumun daha geniş kısmından ziyade kendini bu sosyal grupta daha güvende hisseder (Wrenn, 2014: 510).

Yukarıda kimliğin oluşumunun açıklamasına yer verildikten sonra şimdi kimlik politikalarının genel olarak ne olup olmadığı; neyi içerip içermediği meselesine geçilebilir. Kimlik politikaları, neoliberalizmin çıkarları uğruna vatandaşlarını ihmal eden, tarihsel bağlamda devlete karşı olan bir harekettir. Kimlik politikaları pratikleri ekstra-ekonomik ve ekstra sosyalin her ikisini de göz önünde bulunduran eylemi kapsar. Bu hareket ideal meydan okuma veya karşı çıkış olarak tasavvur edilebilir. Barış ve şiddeti işaret edebilir ve hatta hayatta kalmanın bir fonksiyonu olarak ilerleme veya ayaklanma olarak düşünülebilinir.

Calhoun (2014: 165) kimlik politikalarının karakteristiklerinin bireysel değil kolektif olduğunu; özel olabileceği gibi aynı zamanda kamusal olduğunun altını çizer. Diğer bir ifadeyle kimlik politikaları tıpkı neoliberalizmin temel karakteristiklerinde olduğu gibi kültürel, psikolojik ve siyasi nitelikler taşımaktadır. Aynı zamanda belli insan kitlelerinin basit bir şekilde bir araya gelmesi değil bir mücadele biçimidir. Sonuçlarını kısmen iktidar belirler ve bu sonuçları kısmen iktidar değiştirebilir. Bu mücadeleyi yürütenlerin tek amacı seslerini duyurma veya özerklik kazanmak değil aynı zamanda tanınma ve meşruiyet kazanmadır. Calhoun'nun cümleleriyle devam edildiğinde şunlar söylenebilir: "Popüler psikoloji ve kişisel gelişim retoriklerinin en önemli sorunlarından biri de kimlik politikalarının zorunlu toplumsal, siyasi ve kamusal karakterinin üstünü örtme eğilimidir. Nihayetinde kimlik politikalarına yönelik eylem biçimleri siyasi bir nitelik taşır. Çünkü ötekilerin bireylere yakıştırdıkları kimlikleri reddetmeyi, azaltmayı ya da yerinden etmeyi içerir" (Calhoun, 2014: 165). Irk, cinsiyet ve etnisite kimliklerine karşı geliştirilen tüm önyargıların tarih boyunca hep canlı tutulduğuna herkes tanık olmuştur.

Dayatılmış kimliklere ve sabitlenmiş kimliklere direniş meselesi pek çok çevrede kimlik politikalarından farklılık politikalarına doğru bir değişim olduğu yönündedir. Derridacı ve Foucaltcu söylemlerle negatif kimliklere eğilmektense kimlik kavramının eleştirisi yapılmıştır. Sancılı bir sorun olan kimlik meselesinden bahsetme sadece baskı uygulama olarak anlaşılamaz. Yapısöküm ve kimlik sorunsalı gerilimli bir çerçevede var olabilir, fakat her durumda bir arada olmaları ve birbirlerini beslemeleri gerekebilir.

Kimlik politikaları, kamusal alanda mevcut düzenlemelere karşı çıkmak ya da dinde, cinsel ilişkilerde veya insanın doğayla, toplumsal yaşamla, çalışma yaşamı ve ekonomiyle kurduğu ilişkiler ölçüsünde -yeniden neoliberalizme atıfla- toplumsal yaşamın diğer boyutlarında yeni imkanlar bulmak için uğraşan bütün eylem biçimlerini kapsar.

Siyasi iktidar kimi zaman pek çok gündeminin yanında gündelik yaşam pratiklerinin örgütlenmesini ve kimi zamanda direnişe zemin hazırlar. Yaşadığımız çağ siyasi hareketler açısından çok verimli olmakla birlikte belli hareketlerin dışında son derece başarısız olmuştur. Örneğin kamusal alanda türban özgürlüğü kabul edilmiş, fakat kadınların kürtaj, çalışma saatleri, süt izinleri, doğum sonrası ücretli izin talepleri siyasi iktidar tarafında kabul görmemiştir. İlginç şekilde herhangi bir sorunun siyasi gündemde tartışılması –örneğin şiddet, kimlik, öteki ve son zamanlarda değer tartışmaları- bu sorunların çözümüne yönelik değil de -neolieberal paradigmayı daha da güçlendirecek bir şekilde- geçici krizler ve pragmatik sonuçlar yaratma yönünde olduğu söylenebilir.

Bireyin kimliği ekstra-ekonomik ve ekstra sosyal bağlamda, ekstra sosyal gruplar içinde (örneğin sivil toplum örgütleri) kendi yorumlamaların ve açıklamalarını, doğru ya da yanlış bir şekilde kendi var oluş standartlarında özgür bir şekilde ifade eder. (O'Neill, 2001). Neoliberal piyasanın rasyonelliğinde ya bireye rehberlik eden evrensel hukukun aklına doğru ya da inşa edilen tutarlı kimlikle bireyin var oluş standartlarını harekete geçirir. Bu kendi kendini maruz bırakan standartlarla, birey rasyonel, olmayan sistem yoluyla kuşatılan akıl ve ahlakını oluşturur, aksi halde

bu sistemin içine girer. Bu tip gruplar ekstra ekonomik ve ekstra sosyaldir. Çünkü neoliberal normların dışında işleyen toplumu yaratmak ve ayaklanmadan ziyade neoliberal devlette değişiklik yapmak için sistemin içinde kendilerini organize edemezler (Wrenn, 2014: 511).

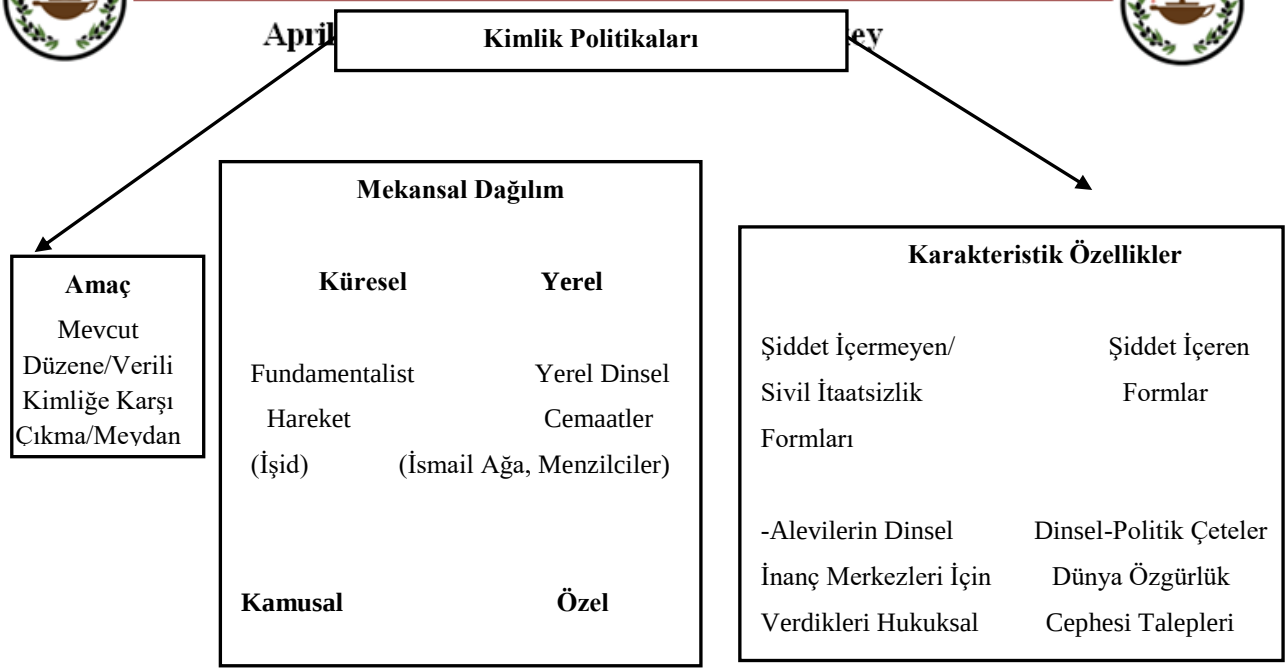
Wrenn'in (2014: 511) bu gurupların politik olmadığı iddiası tartışılır. Çünkü bu eylem biçimlerinin hepsi politiktir. Hayatta kalma tarzı yaratmak, bireysel çözümler üretmek, girişimci özne pozisyonunu oynamak hem ekonomik hem sosyal hem de politiktir. Nihayetinde onun verdiği örnekler incelendiğinde "basit bir şekilde hayatta kalma tarzlarını kabul etme, sokaklarda silahlı veya yasadışı eylemlerle marjinalleştirilmiş fikirler yolu ile üretilen neoliberal kimliklere yapılan yatırımların hepsi politik bir nitelik taşır. Jaynes (2000) sınırlı emek piyasası fırsatlarının siyah topluluğa, özellikle neoliberal projede düşük gelirli mesleklere en iyi ihtimalle "köle gibi" olmayı kabul eden kimliklere fırsatlar sunar. Bunun nedeni alçaltıcı neoliberal kimlikten kaçınmak isteyen birey, yeni kimlik araştıracaktır ve ekstra-ekonomik/ekstra-sosyal etki alanı yoluyla kendisine bir yaşam alanı açacaktır: "Bu kimlik failleri, suçlu ve hesaplanamayan, sokak fahişelerinin acı çığlığı ve boşa harcanan hayatlar için ayrılan ödülleri takip eden yapıcı isyan eden bir dizi kimliği kapsar" (Jaynes, 2000).

Neoliberallere göre ekstra- ekonomik/ekstra-sosyal alanda bireysel çalışmanın çalışma etiğiaçısından sorun teşkil etmez; gerçektende dolandırıcı ya da uyuşturucu satıcılarının çalışması yoğun çalışma ve sıkı bağlılık gerektirir. Bireyler neoliberal projenin dışında çalışma yapmamayı tercih ederler çünkü daha kolay seçimdir veya tembelidirler ya da saygı duyulmadıklarından dolayı bu yolu seçebilirler. Gerçektende özsaygı, sınırlı emek piyasası tarafından sunulan "köle" fırsatlarından kaçınmak için bu bireyleri tahrik eder ve ekonomik ve sosyal neoliberal normların dışında işleyen düzeneklerde var olma kararı vermek zordur (Jaynes, 2000: 136).

Kamusal alanda kimlik politikalarına katılma veya çalışma, ekonomik ve sosyal normların dışında işlemesine rağmen, şiddet içermeyebilir. Yirminci yüzyılın büyük kısmını oluşturan sivil haklar hareketi bastırılmış marjinal bireylerin bütününü ve ihtiyaçları, devlet tarafından görmezden gelinen grupları temsil eder. Bu bireyler ekstra-ekonomik/ekstra-sosyal kimliği paylaşırlar ve evrensel hukuk eşitliğinin gerçekleşmesi için mücadele ederler. Sivil itaatsizlik eylemleriyle ilgilenirler, katılımcılar şiddet içermeyen sivil haklar hareketiyle ayrıca devletin şiddetle yerleştirdiği hukuk kurallarına karşı da ekstra sosyal davranışlarla meşgul olurlar (Şekil 2).

Kimlik politikaları ayrıca şiddet içeren bir özellik de taşıyabilir. Radikaller örneğin özerk yaşamı tercih eden fundamentalistler, Allah'ın hukukunun kesin bir şekilde uygulanmasını isteme (şeriat), yeni teknolojiyi kullanamayan işçiler, politik çeteler, milis hareketler, bir avuç dolusu anarşist vb. evrensel hukuk ve piyasa hukuku olarak kendi standartlarını oluştururlar. Bu şiddet eylemleri kişileri veya özellikleri yaralayabilir. Örneğin, Dünya Özgürlük Cephesi, çevresel çıkarlara dikkat çekmek için mülkiyete verilen zararı över, fakat insanlara veya hayvanlara verilen fiziksel yarayı soruşturmaksızın bırakır. Diğer taraftan Ari Ulusal Grup insanlara ağır bir şekilde zarar vermeyi destekler. Şiddet ya da barış yanlısı olup olmamalarına göre (Malcolm X, Martin Luther King, 68 Öğrenci Hareketi, Ulusal Tüfek Birliği, Demokratik Toplum Öğrenci Hareketi vb.), kimlik politikaları yalıtım politikalarında ısrarcıdırlar ve neoliberal devleti ihmal ederler (Wrenn, 2014: 512).

Şekil 3. Kimlik Politikalarının Genel Özellikleri



Kimlik politikaları sorunsalında özetle şunlar söylenebilir: Bu meseleye tarihsel olarak bakılmalı ve yeni bir olgu olmadığını söylemek gerekir. Örneğin kadın hareketinin kökleri en az iki yüzyıl geriye götürülebilir. On dokuzuncu yüzyılda Avrupa'da ortaya çıkan ulusalcı hareketler de olduğu gibi günümüzde İspanya'da Katalanlar; Balkanlarda yükselen milliyetçilik hareketleri; Afro-Amerikalıların mücadeleleri, sömürgecilik karşıtı hareketler; Türkiye'de Romanların, Alevilerin, Kürtlerin, Eşcinsellerin, Kadınların vb. kimlik talepli tanınma arzularını örnek vermek mümkündür. Bu hareketlerin hiçbirisi esasında -Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşinde olduğu gibi- maddi ihtiyaçlarını karşılamaya muktedir olanların eylem biçimleri değildir. Modern zamanlarda sıradan insanların ve kendi çıkarlarını kamusal alanda görünür kılmaları; devletin onlara alan açmasıyla ilişkilidir. Sonuç olarak bu taleplerin büyük çoğunluğu karşılanmazken; neoliberal ekonomi-politik-tüketim-kültürel yapılarla bütünleşen muhafazakâr kesimin bütün talepleri karşılanmıştır. Neolieberal kimliğin yerel kimlikle etkileşime girmesi onun kendi arzularını güçlü kılmasındandır. Nihayetinde sermayenin önü dümdüzdür. Ne cinsiyeti, ne açık bir rengi, ne yaşı, ne bölgesi, ne de milliyeti vardır. Farklı görünümlerle siyaset sahnesine çıkması basit bir olasılık da değildir. Bundan ziyade küresel siyasetin/iktidarın yerel siyasetle kurduğu ilişki biçimine dayanır.

4. Sonuç

Günümüzde tanınma politikaları kendini kimlik politikaları olarak sunmaktadır. Tabi kılınmış grupların otantik kimlikleri görünür oldukça ayrımcılık, gerilim, aşağılama, hiçleştirme ve hoş görüsüzlük artmaya devam etmektedir. Ayrıca bu kimliklerin görünür olması, onların tanınmasını ve egemenlerin onlar üzerindeki iktidarını pekiştirmektedir. Ekonomik ve sosyal adalet konuları seçmen için sadece bağlantısızlık ve şeytanlığa dönüşür. Neoliberalizmin montaj sanayi özelliğinden dolayı yerel/otantik kimliklerle kurdukları diyalojik ilişkiler ve toplumsal/kültürel yapıda gömülü olan kurnaz kimlikler çok başarılı şekilde yoluna devam etmektedir. Çözüm olarak yanlış tanınmayı ve metalaşmayı yersiz ve yurtsuz kılmak ve ekonomi politikle ilişkisini iyi kavramak gerekir. Sakatlanmış hayatlar olarak yola devam etmek ya da tamamen içe kapanma

politikası değil de, şiddet içermeyen kimlikçi olmayan alternatif bir tanınma politikası geliştirmek gerekmektedir. Tamamen araçsal akla teslim olmadan, kendini dışsal tehlikelere karşı koruyarak ve yirmi dört saatlik güvensizlik ekonomi-politiğe karşı daima tedbirli olarak, panoptize şeklinde kısmi paranoyak olmayı tercih etmek ama sakatlanmaya karşı farklı pozisyonları işgal etmek gerekir.

Anahtar Kelimeler: Neoliberalizm, Kimlik, Kimlik Politikaları

JEL Kodları: P16, Z18, R38,

Kaynakça

Bell, E. (2011). *Criminal Justiceand Neoliberalism. Palgra and Macmillan Limited. Pro Quest Ebook Central,*

https://ebookcentral.proquest.com/lib/canakkale/detail.action?docID=652369.

Bannerji, H. (2016). *Patriarchy in the Era of Neoliberalism: The Case of India,* http://www.jstor.org/stable/2489024. pdf, (19-04-2018).

Brewer, M.B. (2001). "The Many Faces of Social Identity: Implications for Political Psychology", *Political Psychology*, http://www.jstor.org/stable/3791908. pdf, (13/07/2011).

Calhoun, C. (2014). "Kimlik ve Tanınma Politikası", *Kimlik Politikaları* (Ed.) Mollaer, F. Ankara: Doğu-Batı Yayınları, ss.132-177.

Comaroff, J.,and J. L. Comaroff (2001). "Millennialcapitalism: Frstthoughts on a Secondcoming", *in Millennial Capitalis Mandthe Culture of Neoliberalism* (Ed.) Comaroff, J.L., Durham, NC: Duke UniversityPress, pp. 1-56.

Dardot, P., Laval, C. (2012). *Dünyanın Yeni Aklı, Neoliberal Toplum Üzerine Deneme*, (Çev.) Ergüden, I., İstanbul: İstanbul Bilgi Üniv. Yayınları.

Davis Jr., John B. (2007). "Akerlof and Kranton on Identity in Economics: Invertingthe Analysis." Cambridge Journal of Economics, 31(3): 349-362.

Akkaş, İ. ve Uyanık, Z. (2016). "Kadına Yönelik Şiddet", *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Ü. SBE Dergisi*, 6: 32-42.

DavisJr., John B. (2009). "Identity and Individual Economic Agents: A NarrativeApproach" , *Review of Social Economy*, 67(1): 71-94.

Fraser, N. (2014). "Tanınma Politikasını Yeniden Düşünmek", *Kimlik Politikaları* (Ed.) Mollaer, F. Ankara: Doğu-Batı Yayınları, ss. 259-274.

Gleason, P. (2014). "Kimliği Tanımlamak: Semantik Bir Tarih", *Kimlik Politikaları* (Ed.) Mollaer, F. Ankara: Doğu-Batı Yayınları, ss. 21-52.

Jaynes, G. D (2000). "Identity and Economic Performance." *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 568(1): 128-139.

Leve, L. (2011). "Identity", *Current Anthropology,*

http://www.jstor.org/stable/10.1086/660999 (11-04-2018).

Hayek, F. A. (2012). *Hukuk, Yasama ve Özgürlük*, (Çev.) Yayla A., Erdoğan, M., Öz, M., İstanbul: İş Bankası Yayınları.

Hayek, F. A. (2013). *Özgürlüğün Anayasası,* (Çev.) Çelikkaya.,Y. Z. Ankara: BigBang Yayınları.

Michaels, W.B. (2010). "Identity Politics: A Zero-Sum Game", *New Labor Forum*, http://www.jstor.org/stable/25701482. pdf, (12-04-2018).

O'Neill, J. (2001). *Piyasa*, (Çev.) Kaya, Ş. S., İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Bauman, Z. (2005: 252). *Bireyselleşmiş Toplum*, (Çev.) Alogan, Y., İstanbul: Ayrıntı Yayıncılık.

Rankin, K. N. (2004). *The CulturalPolitics of Markets*. PlutoPress: London.

Wrenn, M. (2014). "Identity, Identity Politics, and Neoliberalism", *Panoeconomicus*, pp. 503-515.

Şiddet ve Türlerine Sosyolojik Bakış[13]

Assiye Aka[14]

Full Text

1.Giriş

Fiziksel şiddet dışında ilk karşılaşıldığında ne olduğu hemen anlaşılamayan, tepki verilemediğinde ise katlanarak devam eden bir süreç halini alan; bu sürece zaman zaman toplumsal, kültürel, hukuksal ve güvenlik mekanizmalarının hatta psikolojik/dinsel mekanizmaların eşlik edebildiği; ve en sonunda kurbanın ya ölümüyle/intiharıyla ya da canına tak edip zarar veren faili yok ettiği bir süreç olarak şiddet sorununu, neden ve sonuçlarıyla anlamak ve açıklamak gerekir. Sorunun hayati önemi nedeni ile şiddet konusu pek çok disiplinin en merkezi sorunlarından birisi olmuştur. Bunlardan ilk akla gelenleri sosyoloji, antropoloji, psikoloji, siyaset felsefesi ve hukuktur. 1980'lerden itibaren neoliberal ekonomi/politikanın dünya ölçeğinde yaygınlaşmasıyla birlikte, eşzamanlı olarak bu ekonomi/politiğin kendisini üreten ve yeniden üreten araçlara (aile, eğitim, sağlık, sivil toplum örgütleri, din ve hukuk) ve yeni bir değer sistemine de (ideoloji, similasyon, amaca giden herseyin doğru olması, bireyselleşme, kuralsızlaşma ve finansallaşma vb.) gereksinimi vardı. Bu gereksinimin en uygun şekilde karşılanma hali hegemonik bir projenin dolaşıma sokulmasıydı. Elbette -örneğin psikoloji disiplininden bakıldığında şiddet sorununun doğuştan getirildiği varsayımı bir tarafa bırakılırsa- bu sorununun temel nedenlerinin, içinde doğup büyüdüğü kök saldığı nesnel toplumsal yapılardan bağımsız düşünmek mümkün değildir. Son zamanlarda şiddet eyleminin gerek gündelik hayatta gerekse de kamusal alanda ve zaman/mekan ayrımı yapılmaksızın, esasında cinsiyetsiz ve savunmasız bedenlere uygulanan bu saldırı biçiminin çok hızlı bir yükselişe geçtiği söylenebilir. Diğer bir anlatımla, neoliberal zamanlarda liberal olmayan politikaların bir tezahürünün yaşandığı bir dönemden geçilmektedir. Bu bildiri kadına yönelik şiddet meselesinin sorunsallaştırıldığı devam eden bilimsel bir projenin küçük bir bölümünden oluşmaktadır. Tarih boyu savaş ve iktidar kesişmesinde yer alan ve belki de iktidarın ete kemiğe bürünmüş en somut hale getirildiği "şiddet" kavramının tanımı ve farklı perspektiflerden algılanma biçimi ve çok genel şiddet türleri ve yukarıda ifade edildiği gibi bu sorunun önemli nedenlerinden biri olan neoliberal ekonomi/politiğin kendine uygun bir toplumsal yapı (ataerkil muhafazakar eril bir yapı) ile olan ilişkisi sosyolojik olarak okunmaya çalışılacaktır.

2.Şiddet Fenomeni

Yaşamın her anında karşılaşma olanağı yüksek ve bir kez karşılaşıldığında geri kalan yaşamın her anını kuşatan şiddet kavramının tanımlarına bakıldığında;

Şiddetin Latince kökenine bakıldığında violentia'dan geldiği görülür. Violentia, kisiliğe atıfta bulunur; sert ya da acımasız kişilik, güç anlamına gelir.

Webster's Third New International Dictionary'de (Springfield, Mass.: G. E. Merriam & Co., 1963: 2554; akt., Lawrence, 1970: 31) şiddetin isim ve sıfat şekli şu şekilde tanımlanmıştır:

İsim olarak şiddet "violcence", 1. Herhangi bir fiziksel gücün yaralanmaya veya kötüye kullanılmasına karşı savaşılması (savaş ganimetinde olduğu gibi ya da bir eve zorla girildiğinde olduğu gibi) … 2. Uygun bir şekilde değerlendirilmiş ya da gözetlenmiş bir şeye ve bir

[13] Bu çalışma Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi BAP (2016-2018 Akademik Takvim) çerçevesinde SBA-2016-770 Kadına Yönelik Şiddet Anlatılarının Neoliberal Ekonomi/Politik Perspektiften Analizi: "#sendeanlat Tweeti ve Şiddeti Deneyimlemiş Kadınlar Özelinde"adlı projenin" bir bölümünü oluşturmaktadır.

[14]Doç. Dr ., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Biga İ.İ.B.F. Kamu Yönetimi Bölümü, akaasiye@comu.edu.tr

düşünceye saygısızlık, ihlal, geri dönme, çarpıtma, reddetme, şeklinde incitme, 3. Yoğun, çalkantılı veya öfkeli eylem, kuvvet veya duygu, genellikle yıkıcı...şiddetli duygu veya ifade: Kızgınlık öfke, hiddet…çatışan, sarsıcı, uyumsuz veya ani mizaç değişimi...4. İfadelerin ya da duygunun aşırı şekilde değişmesi (metnin düzenlenmesi ya da yorumlanması gibi).

Sıfat olarak şiddet ... 1. Aşırı güçle karakterize edilmiş ... anormal ani fiziksel aktivite ile uygulanmış ... 2. Uygunsuzluk, adaletsizlik veya yasadışılık noktasında kızgın ya da öfkeli ... 3. Son derece inandırıcı veya gürültülü (renkler, gürültü).

Oxford English Dictionary'de ise şiddet sözcüğü, "bedene zor uygulama", "bedensel

zedelenmeye neden olma", "kişisel özgürlüğü zor yoluyla kısıtlama", "... büyük güç, sertlik ya da haşinlik, "kişisel duygularda sertlik", "tutkulu davranışlara ya da dile başvurma" gibi çeşitli şekillerde tanımlanmaktadır (Bufacchi, 2005: 195; akt., Avşar, 2015: 716).

Türk Dil Kurumu şiddeti, "bir hareketin, bir gücün dengesi, yeğinlik, sertlik; aşırılık; karşıt görüşte olanlara, inandırma veya uzlaştırma yerine kaba kuvvet kullanma" şeklinde tanımlamaktadır.

Mülga 4320 sayılı Ailenin Korunması Hakkında Kanun'dan farklı olarak 6284 sayılı Kanun ve bu Kanunun Uygulanmasına Dair Yönetmelikteki Kanuna göre şiddet;

"kişinin, fiziksel, cinsel, psikolojik veya ekonomik açıdan zarar görmesiyle veya acı çekmesiyle sonuçlanan veya sonuçlanması muhtemel hareketleri, buna yönelik tehdit ve baskıyı ya da özgürlüğün keyfi engellenmesini de içeren, toplumsal, kamusal veya özel alanda meydana gelen fiziksel, cinsel, psikolojik, sözlü veya ekonomik her türlü tutum ve davranıştır" şeklinde tanımlanmıştır.

Şiddet konusunda çalışan diğer bilim insanları ise, şiddeti şu şekilde tanımlamışlardır: Raziel Abelson'a göre şiddet, "gayri meşru veya aşırı güçlerin birleştirilmesidir ve bazı şiddet içeren eylemler kınanırken; diğerleri maruz görülür. Graham ve Gurr ise şiddeti dar anlamda tanımlayarak şunları söyler: "İnsanları fiziksel olarak yaralama ya da mülke zarar verme şeklinde gerçekleşen eylemdir (Lawrence, 1970: 32). Bauman ise (2005: 252) şu şekilde tanımlar: "İnsanları kendi iradelerine karşı eyleme yönetmek ve böylelikle onları seçme hakkından yoksun bırakmak anlamına gelir; ve evet, bu türden etkiler uğruna insan bedenine zarar verilir, acı çektirilir, içi dışına çıkmış et ve kan havuzları hayaleti ile ya da direnecek kadar cesur ya da kibirli erkeklerin ve kadınların kendi bedenlerine yaptıkları ve kanlarını döktüklerine dair söylentiler ile yayılır".

Harold Lief, şiddeti "saldırgan davranışların devamlılığı üzerine bir son nokta" olarak tanımlar. Aşırı güçle ... aynı zamanda irrasyonel doğasıyla karakterize eder, böylece asıl hedef oryantasyonu bozmak olan şiddet eyleminin kendisi bir son haline geldikçe kaybolabilir". Bir başka bilim insanı olan H. L. Nieburg ise şiddeti, "kişileri ya da mülkleri kısıtlamak, yaralamak ya da yok etmek için uygulanan doğrudan ya da dolaylı eylem" olarak tanımlar (Lawrence, 1970: 32).

Şiddet ister bireysel; ister kolektif şekilde tanımlanırsa tanımlansın yukarıdaki tanımlarda Lief ve Nieburg şiddeti bir "saldırgan eylem" olarak tanımlarken Bauman ise "etki" olarak tanımlamaktadır. Şiddet denilince akla gelen ilk nokta bu eylem ve sürecin öznesi olan (kurbanı) bireyin bedensel ve/veya ruhsal bütünlüğüne ve mülkiyetine zarar veren duygu ve davranış bozukluğudur. Buna ek olarak bütün tanımlardaki ortak nokta ise, yasal olmayan şiddet eylemlerinin (irrasyonel eylemlerin) hepsinin meşru hale getirilerek ve rasyonalize edilerek toplumsal dolaşıma sokulduğu görülmektedir.

Şiddet konusunda son yapılan araştırmalara, Dünya Sağlık Örgütü (WHO) yol göstermekte ve örgütün yaptığı tanım tüm dünyaca kabul görmektedir. Örgüt, ilk kez 2002 yılında "Dünya Şiddet ve Sağlık Raporu" nu yayımlamış ve bu raporda şiddetin çerçevesini belirlemiştir. Buna göre şiddet, "gücün ya da fiziksel kuvvetin tehdit yoluyla ya da gerçekte, ölüm, fiziksel, psikolojik zarar,

gelişme engeli ya da yoksunluğa neden olacak şekilde, kendine veya bir başkasına ya da bir grup veya bir topluma karşı niyetli biçimde kullanılması" (WHO, 2002:5) olarak belirlenmiştir (akt., Nair, 2015: 13)

Şimdi de bazı bilim dalları ve disiplinler açısından bu kavrama nasıl bir anlam yüklenmektedir ona değinilecektir.

Sosyoloji şiddetin, daha çok bedene yönelik olan kısmı ile değil, semboller ve kültür aracılığıyla yapılan şiddet türü ile ilgilenmektedir. Şiddet alanı, savaş, terörizm, etnik temizleme, aile içi şiddet, nefret suçu gibi birçok konuyu içine alır. Sosyolojide şiddet olgusu -daha çok birbirleriyle ilişki içinde olan bireyler ve gruplar arasında görüldüğü kabulüyle-toplumsal ilişkilerin dinamikleri içinde, bütüncül bir yaklaşımla ele alınmaktadır.

Çünkü çatışmalar daha çok birbirleriyle ilişki içinde olan bireyler ya da gruplar arasında olmaktadır. Yves Michaud (1991: 8-9), "bir karşılıklı ilişkiler ortamında taraflardan biri veya birkaçı doğrudan veya dolaylı, toplu veya birkaçı dağınık olarak, diğerlerinin veya birkaçının bedensel bütünlüğüne veya törel ahlaki/moral/manevi bütünlüğüne; mallarına veya sembolik ve kültürel değerlerine, oranı ne olursa olsun zarar verecek şekilde davranırsa, orada şiddet olduğunu belirtmektedir.

Antropolojik perspektiften ise şiddet kavramı, saldırganlığı, saldırıyı ve savaşçılığı çağrıştırmaktadır. Bu çalışmalarda en çok kullanılan saldırganlık kavramının saldırıya ve çatışmaya öncelik verdiği görülür. Eksik yanı -ve bu denli tutulmasının nedeni- ise, her türlü aşırı ve/veya zararlı davranışı kapsayabilmesidir. Savaşçılık kavramı da belirli açılardan aynı yan anlamı taşısa da, ek olarak olumlu bir yapıyı, hatta işlevsel ve uyumsal bir yapıyı da önerir (Michaud, 1991: 62).

Psikoloji ise şiddeti bir davranış olarak açıklamaya çalışmıştır. Freud, saldırganlık ve şiddetin, insanda temel iki güdü olduğunu varsaymış ve bunu "ölüm içgüdüsü" olarak adlandırmıştır. Freud'a göre insan şiddet ve ölüm içgüdüsü ile doğmuştur; öldürme insanın doğasında vardır (Erten ve Ardalı, 1996: 160; akt. Avşar, 2015: 716). Freud'un şiddetin insanın içgüdüsel bir davranış olmasına yönelik olan yorumu şiddetin daha çok öğrenilen bir davranış olduğu ve bu öğrenme sürecinde de çevreden etkilenildiği görüşüyle yanlışlanmaya çalışılır. Freud'un bu inancının zıddı olarak, saldırganlığın doğuştan gelen bir özellik olmadığını savunan görüşler ve göstergelerin olduğunu gösteren Archer ve Gartner ise, (Erten ve Ardalı, 1996: 160-vd.; akt. Avşar, 2015: 716) saldırganlığın öğrenilmiş bir toplumsal davranış biçimi gibi gözükmekte olduğunu ve tüm diğer faaliyet türlerinde olduğu gibi aynı biçimde edinildiğini, aynı toplumsal, durumsal ve çevresel faktörlerden etkilendiğini belirtmektedirler. Diğer bir ifadeyle saldırganlık içgüdüsel bir biçimde önceden var olan bir şey değildir, gerçekte ortaya çıkışını teşvik eden -ve harekete geçiren- koşullar karmaşasından doğar (Erten ve Ardalı, 1996: 160; akt. Avşar, 2015: 716-717).

Siyaset felsefesi açısında şiddet ise, sivil durum ile devletçi durum arasındaki birlikteliğe değinen Kant ile Walter Benjamin'in "Şiddet Eleştirisi Üzerine" kaleme almış olduğu yazısı bize kamusal alan/özel alan; kamu hukuku/medeni hukuk ayrımları üzerinde düşünmeye itecektir. Kant'ın doğal durum ve şiddet taşıyan ögesi ile (keyfilik) Walter Benjamin'in özel alanın keyfiliği sayesinde şiddetin bağlamından çıkılabileceği önermesi arasında oldukça farklı noktalar göze çarpar. Birincisinin pozitif hukukun medenileştirici karakterini ileri sürerek şiddet-dışı bir toplumsallığın söz konusu olabileceğini iddia etmesine karşı, Benjamin doğal durumun şiddeti ile pozitif hukukun şiddeti arasında "teolojik" bir fark ortaya koyarak; Yahudi ilahi hukuku ile kurucu hukuku oluşturan Eski Yunan hukuku arasındaki şiddet ayrımını göstermesi ve oradan itibaren de ikisinin arasında var olan bir ittifak ilişkisinden bahsetmesi üzerine kurucu hukuk ile tutucu hukuk arasındaki fark kadar beraberlikleri de vurgulaması, onun Kant'ın Aydınlanmacı paradigmasından ne kadar uzaklaştığını ve "mehdi ci" bir rasyonelliği ön plana çıkardığını bize göstermektedir. Rousseau'da ortaya çıkan paradoksların Kant ve Benjamin arasındaki görüş farklarında daha belirgin bir halde ortaya konulması, bu çelişkilerin günümüz toplumlarında da ne kadar gündemde

olduğunu bize hissettirmektedir. Kant'ın savaşı önlemek üzere sivil durumun kamu hukukunu oluşturan anlayışı karşısında Benjamin'in kamu hukukunda şiddetin kurucu öğesini buluşu arasındaki fark, Rousseau'nun çelişkisini irdelemektedir (Akay, 2005: 432-433).

Hukuk perspektifinden ise Akay'a (2005: 433) atıfla şunlar söylenebilir: Kant, hukukun düzeninden başka adalet olmadığını söyler. Derrida ise, Benjamin'in bir cümlesinden yola çıkarak hukuk ve şiddet arasındaki ilişkiye şu şekilde değinir: "Hukukun kendi içinde çürümüş bir şeyler var. Hukuk'un aşağılık, kirli bir yanı var; bu da, hukuku daha başından yargılar ve yıkıma uğratır (Dekonstrüksiyon). Özellikle ölüm cezası ve polis devleti söz konusu olduğunda hukukun içinde çürümekte olan ölüm cezasının ölüm fiili var. Derrida, yapıbozum (dekonstrüksiyon) için de, Benjamin'in şiddetine benzer bir durum içerdiğini yazar. Kant'ın "sürekli barış" kavramının karşısına Benjamin savaşın doğal durum olmadığını; çünkü her savaşın da bir barış serenomisi gibi, bir seremoni oluşturduğunu göstermektedir. Doğal olmayan savaş yine bir hukuk durumunu bize anlatır, öyleyse savaşın bu pozitif hukuk şekli göz önüne alındığında ise, savaşın bir hukuk kurucu rol üstlendiği görülür. Şiddet, hukuki düzenin kurucusudur ve hukukun kökenini oluşturur: "Kurucu hukuk ve tutucu hukuk olarak ikiye ayrılan hukuk, ikili bir şiddete sahiptir". Bu iki şiddet zamanla birbirine benzer ve aradaki ayrımlar ortadan kalkar. İşte bu eyleme, Derrida, "yapıbozum" eylemi adını verir: Hukuk ve şiddet arasındaki farkın silinmesi ikili bir okuyuşla gerçekleştirilmektedir (Akay, 2005: 433).

2.1.Şiddet Türleri

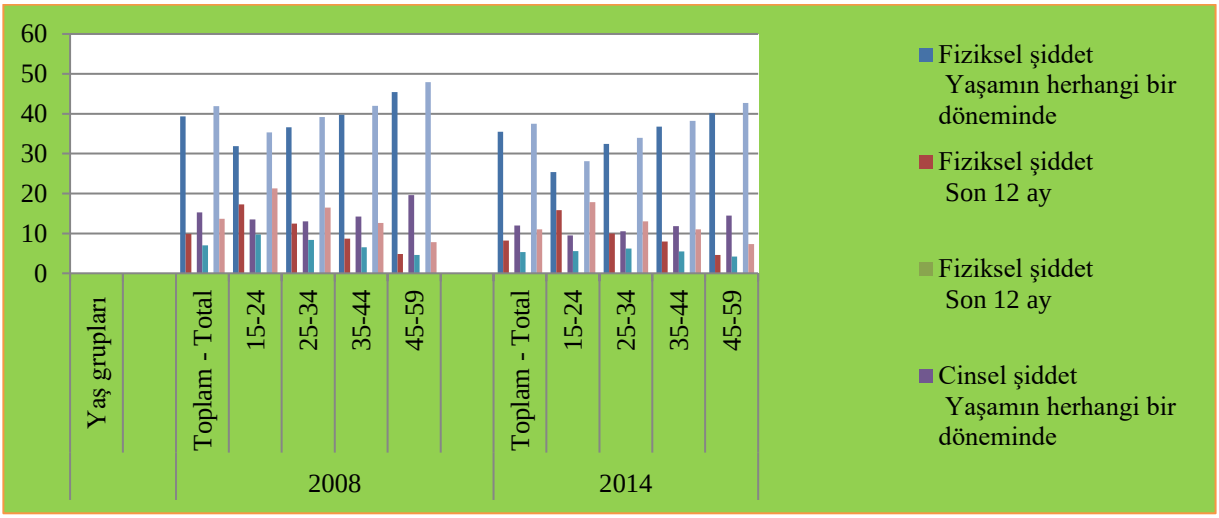
Şiddetin türlerine ilişkin birçok farklı sınıflandırma yapılmaktadır. Sınıflamalardaki çeşitliliğin temel nedeni yukarıdaki tanımlarda olduğu gibi çok çeşitlilik göstermektedir. Ve bunun doğal sonucu olarak da örneğin -uygulanma biçimleri, nedenleri, nicelikleri, kapsamları gibi- farklı şiddet tipolojileri yapılmaktadır. Çalışmada şiddet eylemine maruz kalan (kısa ya da uzun süreli) kadınlarla yüzyüze yapılan görüşmelerde bu kavramdan söz edildiğinde uzun zaman geçse bile ilk akla gelen duygunun öfke, nefret ve isyan şeklinde beliren şiddet eyleminin uygulanma biçimlerinin (fiziksel, psikolojik, cinsel, ekonomi/politik ve sembolik/şekil 1) ve niceliklerine göre (bireysel/özel ve kolektif/ şekil 2) kategorik ayrımlarına aşağıda kısaca değinilecektir.

2.1.1.Uygulanma Biçimlerine Göre Şiddet

2.1.1.1. Fiziksel Şiddet: Fiziksel zora dayanan, çoğu kez karşı tarafta (mağdur) ağır ve gözle görülür izler bırakan ve hatta şiddet denildiğinde ilk akla gelen biçimdir. "Tekme, tokat, yumruklama, kafa atma, kafasını duvara vurma, sopa, odun, kemer, hortum gibi sert bir maddeyle vurma, boğazını sıkma, vücudunda sigara söndürme, vücuduna kızgın ütü değdirme, kesici-delici aletlerle yaralama, saç yolma, saçından tutup sürükleme, yüzüne kezzap dökme vb. şekillerde görülebilen ve genellikle kalıcı izler bırakan, bazı durumlarda ise ağır fiziksel sakatlıklara hatta ölüme bile yol açabilen bir şiddet türüdür (Mavili, 2014: 33; akt., Gökalp, 2014: 5).

Fiziksel şiddetin sosyal ve ekonomik maliyetleri dikkat çekicidir. Kişinin kendisine veya karşısındakine verdiği fiziksel zarardan, savaş ortamında yaşanan yıkıma kadar geniş bir yalpazede karşımıza çıkan fiziksel şiddetin iş gücü kaybından, sağlık harcamalarına, kentlerin yıkımından toplu ölümlere kadar uzanan etkileri toplumları ağır şekilde etkilemektedir (Nair, 2015: 17).

Grafik 1. Yaş gruplarına göre fiziksel veya cinsel şiddet yaygınlığını gösteren grafik (2008-2014)



Kaynak: ASPB, Türkiye'de Kadına Yönelik Aile İçi Şiddet Araştırması (2008-2014)

Grafik 1'e göre 2008 ve 2014 yıllarında fiziksel veya cinsel şiddet travması en fazla 45-49 yaş aralığında yaşanmıştır. Aynı zamanda 2008 ve 2014 yılları kıyaslandığında ise, 2008 yılında yaşanan fiziksel veya cinsel travma oranları daha yüksektir. Verilere göre; 2008 yılında, 45-49 yaş aralığında yaşamın herhangi bir döneminde fiziksel veya cinsel şiddet travması % 47,9; fiziksel %45,4; cinsel %19,6; son 12 ayda fiziksel %4,8; cinsel %4,6'dır.

2.1.1.2. Psikolojik Şiddet: Genellikle fiziksel şiddetten önce yaşanır. Sürekli eleştiriler, aşağılamalar, özgüven sarsıcı sözler ve bakışlar kişinin güvenini sarsar. Giderek kişi kendisini, başkasına bağımlı, muhtaç ve kendine yetemeyen, beceriksiz, hiçbir konu da yetkin veya yetenekli olmayan biri olarak görmeye başlar.

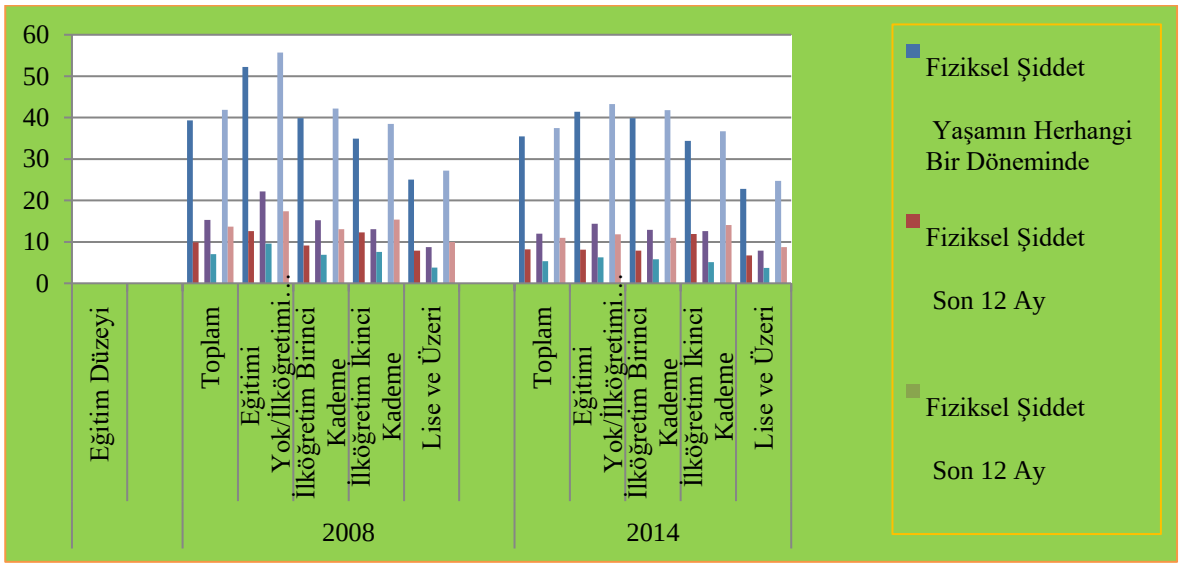
Diğer şiddet türlerinde olduğu gibi, duygusal istismardaki nihai hedef, mağdur üzerindeki kontrol ve gücü arttırmaktır. Tacizciler çoğunlukla kurbanlarına duygusal olarak güçlü hissetmek ve mağdurlar üzerinde kontrolü sürdürmek için saldırırlar (Grothues & Marmion, 2006: 18; Barış, 2015: 47).

Psikolojik taciz daha az önemli bir sosyal sorun olarak kabul edilir. Aynı zamanda psikolojik kötüye kullanım hakkında yanlış bir kanaat de vardır. Fiziksel bir sakatlık yoksa, eylemin kötüye kullanım olarak görülmediğine inanılmaktadır. Bununla birlikte, çoğu kurban, duygusal istismarın fiziksel yaralanmadan daha acı verici ve zarar verici olduğunu belirtmiştir (Nichols, 2006: 6-7; Browne, 1997: 59; DeKeseredy & Schwartz, 2011: 5-6; Barış, 2015: 47). Etkisi 'kanıtlaması da oldukça çok zor olduğu için' uzun vadede görülür, daha zararlı ve oldukça yaygındır.

2.1.1.3. Cinsel Şiddet: Cinsel şiddet; "mağdurun tanıdığı ya da tanımadığı kişi ya da kişiler tarafından herhangi bir ortamda (sokak, ev, işyeri vb), cinsel içerikli, istenmeyen ifade, öneri, eylem ya da saldırı ile karşılaşması olarak" (Krug vd., 2002: 6; Yıldız vd. 2011: 3) tanımlanmaktadır. Cinsel şiddet, "tecavüzü, fuhuşa zorlamayı, cinsel tacizi, sünneti, ensest vb. faktörleri" (Gökkaya, 2009:172; akt., Nahir, 2015. 18) kapsamakta, "laf atma, el kol hareketi yapma, kişiye bir cinsel eşyaymış gibi davranma, aşırı kıskançlık" (Yalçın, 2012: 23; akt., Nahir, 2015: 18) gibi çeşitli

davranışları da içine almaktadır. Cinsel şiddet kişinin kendisine yönelik uyguladığı şiddet içinde bulunmayan tek tür olma özelliği taşımaktadır.

Grafik 2. Öğrenim durumuna göre fiziksel veya cinsel şiddet yaygınlığını gösteren grafik (2008, 2014)



Kaynak: ASPB, Türkiye'de Kadına Yönelik Aile İçi Şiddet Araştırması (2008, 2014).

Grafik 2'ye göre yaşamın herhangi bir döneminde fiziksel veya cinsel şiddet travması yaşamış olanlardan en fazla ilköğretim birinci kademede öğrenim görmüş olanlardır (%42,2). Aynı zamanda yaş bağımsız değişkeninde olduğu gibi 2008 ve 2014 yılları kıyaslandığında ise, 2008 yılında yaşanan fiziksel veya cinsel travma oranları daha yüksektir. Yaşamın herhangi bir döneminde fiziksel şiddet travma oranı %39,9; cinsel şiddet travma oranı %22,2'dir.

2.1.1.4. Sembolik Şiddet: Hükmedilenin hükmedene (dolayısıyla tahakküme) gösterememezlik edemediği bağlılık aracılığı ile kurulur; yani onu düşünürken ve kendini düşünürken (onunla olan ilişkisini düşünürken) elindeki tek araç onunla ortaklaşa sahip olduğu tanıma araçları olduğunda, kurulur. Başka bir anlatımla, kendini algılamada ve anlamada ya da hükmedenlerin algılamada ve anlamada başvurduğu şemalar da (yüksek/ alçak, eril/dişil beyaz/siyah vb.) kendi toplumsal varlığının bir ürünü olduğu (ve böylece doğallaşmış olan) sınıflandırmaları somutlaşmalarının üründür (Bourdieu, 2015: 51) . Örneğin Türk erkeklerinin çok büyük çoğunluğu kendilerinden daha genç, ekonomik ve öğrenim durumu açısından daha düşük statülü kadınlarla birliktelikleri erkeklerin kadınlar üzerinde tahakküm kurmalarını kolaylaştırır.

Sembolik şiddetin, bilinç ve istek düzleminin aşağısında bir tanıma ve tanımama pratiği aracılığı ile uygulamaya geçebilir; tüm görünümler, buyruklar, imalar, cazibeler, tehditler, sistemler, düzenler ve düzen çağrıları da taşıdıkları hipnotik güçleri bu pratikten devşirirler. Ancak ve ancak yatkınlıkları işbirliği ile işlevini yerine getirebilen bir tahakküm ilişkisi, kendi sürekliliği veya dönüşümü için, bu yatkınlıkları da birer ürünü olduğu yapıların sürekliliği veya dönüşümüne derinden bağımlıdır. Özellikle de temel yasası kadınların aşağıdan yukarıya doğru dolaşımındaki nesneler gibi muamele görmesi olan sembolik mallar piyasasının yapısında bu böyledir (Bourdieu, 2015: 58-59).

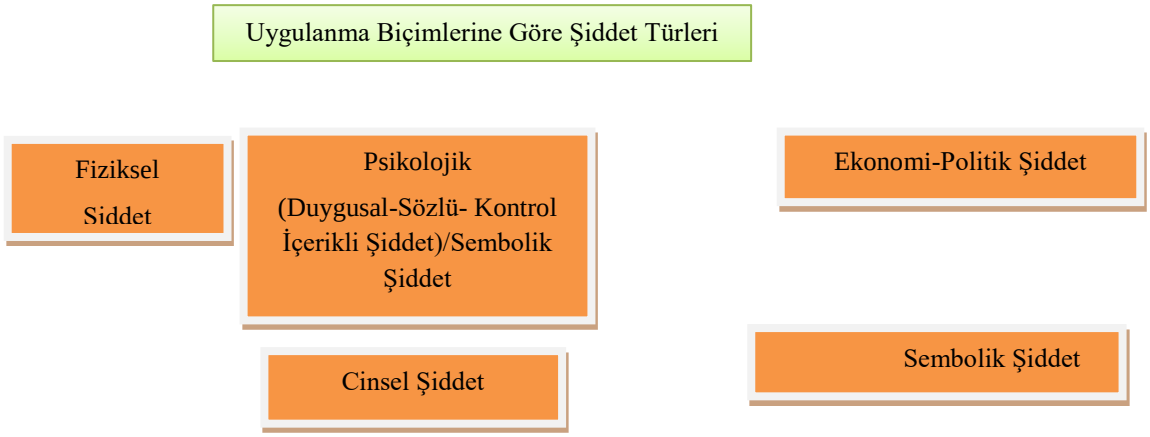
2.1.1.5. Ekonomi/Politik Şiddet: Gerek özel gerekse kamusal alanda kişinin/kişilerin, yaşamsal koşullarını, karar verme kabiliyetini, hareket alanını, fikir özgürlüğünü kısıtlayan ve sınırları belirlenmiş bir çember alanına sokan ve kişinin/kişilerin, dışına çıkmasını da engelleyen bir şiddet

biçimidir. Örneğin kadınların nasıl giyineceği, kaç çocuk doğuracağı, maaşını nasıl harcayacağı, beden ölçüleri ve tüketim kalıpları, kime oy vereceği, çalışma yaşamında düşük ücret, hamilelik sürecinden dolayı özel sektörde istihdam problemi, siyasi karar mekanizmalarında erkeklerin kadınlara tanıdığı ölçüde yer almaları vs.

Kısa vadede kişinin/kişilerin bir kısırdöngü dar boğaza girmesini sağlama, intihara sürükleme ve hırsızlık, dolandırıcılık, ahlaksızlık, fuhuş gibi suçlara yönlendirme gibi değer değişimine yol açarak piyasanın sunumuna ve kullanımına hazır nesne yaratan ve politik olarak uysal bedenler inşa eden, sistemin devamı için oldukça işlevsel olan bir şiddet biçimidir.

Yukarıdaki şiddet biçimlerinin uygulanması tek bir kez olduğu gibi süreklilik de arz edebilir. Tek bir biçimi uygulansa da örneğin fiziksel şiddet uygulansa bile bu psikolojik şiddete zamanla dönüşebilir. Hepsinde mağdurun üzerinde kısa ve uzun vadede olumsuz etki bıraktığı birçok çalışmada gözlemlenmiştir.

Şekil 1. Uygulanma Biçimlerine Göre Şiddet Türleri



2.1.2. Niceliklerine Göre Şiddet

Aşağıda niceliklerine "Historie de la violence" başlıklı çok kapsamlı bir incelemenin yazarı olan Fransız araştırmacı Jean-Claude Chesnais'in (1981) uluslararası polis örgütü Interpol'ün sınıflandırmasına ve Tilly'nin ise (2009: 17-32) "Kolektif Şiddet Siyaseti" adlı eserinde bireysel/özel ve kolektif şiddet kavramsallaştırmasına yer verilecektir (Şekil 1).

2.1.2.1. Bireysel/Özel Şiddet

Chesnais'a göre (1981; ak. Akkaş ve Uyanık, 2016: 36) şiddet genel itibariyle iki başlık altında toplanmıştır: Özel/bireysel şiddet ve kolektif şiddet (Şekil 5).

Özel şiddet ikiye ayrılır: Cürümsel şiddet ve cürümsel olmayan şiddet.

A. Cürümsel Şiddet

1.Ölümle sonuçlanan şiddet: Cinayetler, suikastlar, zehirlemeler, (ebeveyn ya da çocuk öldürmeleri de dâhil), idamlar vb.

2. Bedensel Şiddet: Bilerek yapılan darbe ve yaralamalar.

3. Cinsel Şiddet: Irza geçmeler

B. Cürümsel Olmayan Şiddet

1. İntihar (intihar ve intihar teşebbüsleri)

2. Kaza (trafik kazaları da dâhil)

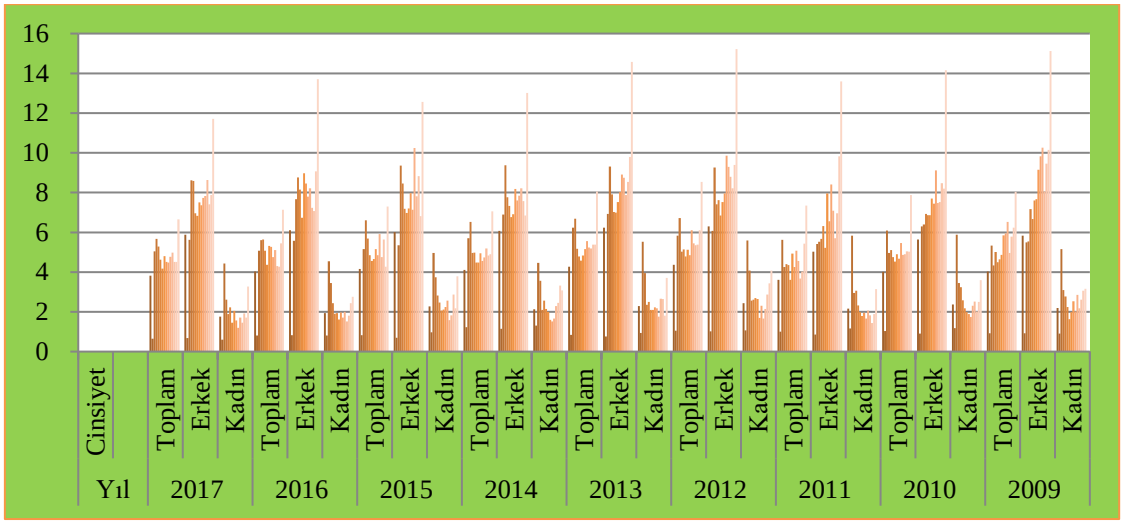
Jean-Claude Chesnais'e göre kolektif şiddet üçe ayrılır:

1.Vatandaşların iktidara karşı şiddetidir. Bunlar: terör, grevler ve ihtilallar

2. İktidarın vatandaşlara karşı şiddetidir. Bu ise; devlet terörü ve endüstriyel şiddettir.

3. Savaş

Grafik 3. Cinsiyete göre yaşa özel intihar hızını gösteren grafik, 2009-2017 (yüz binde olarak)



Kaynak: TÜİK, İntihar İstatistikleri, 2009-2017

Grafik 3'e göre Türkiye'de cürümsel olmayan şiddet türlerinden intihar olgusunun en fazla erkeklerde ve 2009 yılında gerçekleştiği görülmektedir (yüzbinde 15 erkek; yüzbinde 3 kadın). Aynı zamanda 2009 ve 2017 yıllarında en fazla intihar eden erkeklerin ortalama oranları yüzbinde 10; kadınların ki yüzbinde 2,2'dir.

2.1.2.2. Kolektif Şiddet

Kolektif şiddet, örgütlü ve düzenli bir biçimde gerçekleşirken, önceden hazırlıksız, "kendiliğinden oluşan kolektif şiddet örnekleri de söz konusu olabilmekte, bir protesto eyleminin yakıp yıkma ve yağmaya" (Ünsal, 2005: 31-32) dönüşebilmektedir. Tilly ise (2009: 17-32) "Kolektif Şiddet Siyaseti" adlı eserinde bireysel ve kolektif şiddet kavramsallaştırmasını yapar ve sonrada şiddet sorunsalını açıklayan üç temel yaklaşımın birbirleriyle olan çekişmeli yönlerini detaylandırır.

Ona göre üç temel yaklaşım şunlardır: Düşünce perspektifinden[15], davranışçı perspektiften[16] ve son olarak da sosyal etkileşim perspektiften[17] kolektif Şiddeti açıklayan yaklaşımlar. Tilly'e göre bu üç yaklaşım bazı ölçütler bakımından birbirinden kesinlikle ayrılır. Örneğin kolektif şiddetin önlenmesinde çözüm önerisi olarak yıkıcı düşünceleri bastırmak ya da ortadan kaldırmak gerektiğini ileri sürerler. Davranışçılar, bireysel duyguların sosyal etkileşimlerden kaynaklandığı ve sosyal ortamdaki değişikliklere karşılık geldiğine vurgu yaparlar. Fakat bireysel duygulanımlar, psikolojik değişiklikler ve dalgalanmalar arasındaki bağlantıların üzerinde durmazlar. Aynı zamanda davranışçılar, şiddetin ne miktarda, hangi ölçekte, kim tarafından ve kime uygulandığı gibi unsurların, güçlü duyguları açığa çıkaran kısıtlamalar ve olanaklar üzerinden belirlendiği konusunda ısrarcılardır. Sosyal etkinlikler ise müzakere edilen etkileşimler içindeki nedenselliği saptarken, bireysel övgü, savunma ve suçlamaya ilişkin belirlemeler yapmazlar.

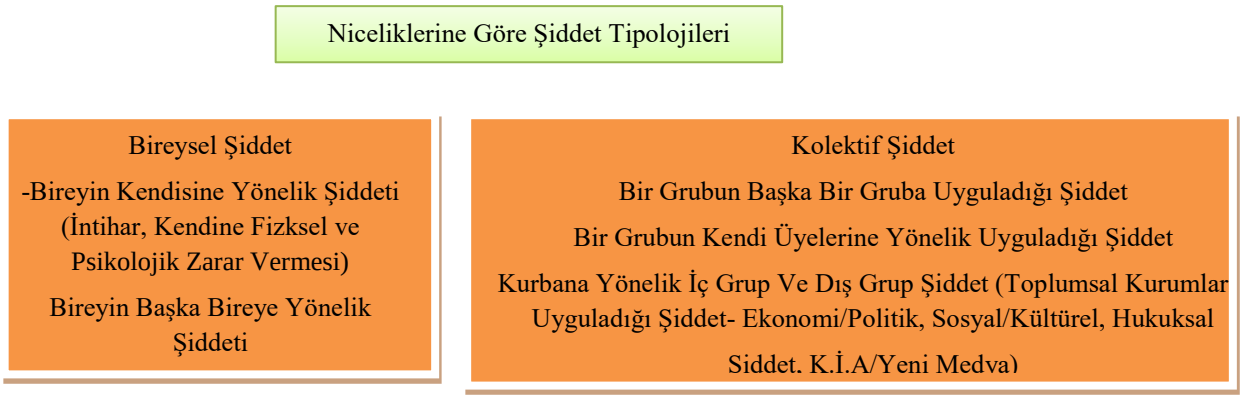
Sadece şiddetin öznesi olan bireyin değil, dolayımında toplumsal/kültürel yapının kendisinin de bu zarardan etkileneceği açıktır. Diğer taraftan da şiddetin zarar verici özelliğinin yanısıra bu zararın neden olduğu dereceler de zorunlu olarak şiddet tiplerinin tanımlanmasını zorunlu hale getirmiştir. Bu bağlamda aşağıda şiddet tipolojileri ayrıntılandırılacaktır.

[15] Düşünce perspektifinden yaklaşanlar açısından şiddet: Davranışların temelinde bilincin yattığını vurgularlar. İnsanların sahip oldukları inançları, kavramları, kuralları, hedefleri ve değerleri dışarıdan (toplumsal çevresinden) edindiklerini, netice itibariyle sosyal olarak kazandıkları fikirleri dışarıya yansıttıklarını iddia ederler. Düşüncecilerin bir kısmı bireysel ve kolektif düşüncelerin kısmen ayrı yerlere ait olduğunu iddia ederlerken, bir kısmı da birey ve toplum arasında tam bir bütünlük olduğunu savunur. Her iki görüşe göre de, başkalarının değerlerine ve saldırgan hareketlerin cazibesine ilişkin düşünceler, insanın ya da bir halkın kolektif şiddete katılma eğilimini büyük oranda etkiler (Tilly, 2009: 17).

[16] Onlar güdülerin, dürtülerin ve olanakların özerkliğini vurgular. Büyük bir kısmı, bireysel ya da kolektif ayrımı yapmaksızın, saldırgan davranışın kökeni olarak insan evriminin altını çizer. Örneğin çiftleşmek, sığınak bulmak, avlanmak ve saldırılardan korunabilmek için saldırganlaşan primat ve primat toplulukları için hem doğal hem de cinsel seleksiyonun faydalı olduğunu öne sürerler. Bunun doğal sonucu olarak saldırganlığın, insanların genetik dağıtımına da işlediği tartışması ortaya çıkar. Bazı davranışçılar ise, evrimsel açıklamalardan kaçınırken, kolektif şiddetin altında yatan genel ihtiyaçlardan ve hükmetme, sömürme, itibar, itaat, korunma veya güvenlik birimlerinden sıkça söz ederler. Ayrıca şiddeti mülkiyet ve hizmet elde etmede bir araç olarak gören iktisatçı bir tavır sergilerler (Tilly, 2009: 18-23). Bir diğer ifadeyle davranışçılar, bütün kolektif fenomenlerin bireysel davranışları veya belli genlerin etkilerini özetlemekten ibaret olduğunu söyleyerek genelde indirgemeci bir tavır takınırlar.

[17] Sosyal etkileşimciler, insanlar ve gruplar arasındaki etkileşimleri, düşünceci ve davranışçılardan çok daha merkezi hale getirirler. İnsanların kendi benliklerini ve pratiklerini diğer insanlarla mübadele ederek geliştirdiklerini ve kendilerin de gerçekleşen bu değişimin, anlaşma ve yaratıcılık içerdiğini savunurlar. Sosyal etkileşimciler açısından kolektif şiddet, bir tür müzakere anlamına gelir, ancak bu müzakere gaddar veya tek taraflı olabilir. Onlar, bireysel eğilimlerin etkilerini çoğunlukla ayrı bir yere koyarlarken, bir yandan da kolektif sürecinin indirgenemez şekilde farklı niteliklere sahip olduğunu ileri sürerler. Bu bakış açısına göre şiddet engellemek, kötü düşünceleri gidermek, fırsatları ortadan kaldırmak veya dürtüleri bastırmaktan ziyade insanlar ve gruplar arasındaki ilişkileri dönüştürmeye bağlıdır (Tilly, 2009: 18-19).

Şekil 2. Niceliklerine Göre Şiddet Tipolojileri



3.1.Şiddet-Toplumsal Yapı İlişkisi

Son yıllarda Dünya'da ve Türkiye'de bütün şiddet eylemlerinin günbegün arttığına tanık olunduğu bir dönemden geçmekteyiz. Acaba şiddet eylemi/eylemleri sadece son yıllara özgü bir şey mi yoksa insanlık tarihini bir şiddet tarihi olarak okumak mümkün mü? Bu soruya maalesef, şiddetin insanlık tarihiyle eş zamanlı ilerlediği şeklinde bir cevap vermek olanak dahilindedir. Örneğin savaşlar, istilalar, cüzzamlıların açık denize bırakılması, günah çıkarma ritülleri, küçücük çocuklara yapılan kolektif taciz ve tecavüzler vb. Bu satırları yazarken bile kadın, çocuk, yaşlı, hayvan öznelere ve hatta cansız nesnelere yapılan ihlallerin devam ettiğini belirtme zorunluluğu insanın ruhunu da acıtmaktadır. Son dönemlerde -her türlü şiddetin savunmasız çocuk bedenlerine yapılan şiddet olaylarında bile- ve hatta gündelik konuşmalarda bile "senin suçundu", "senin davranışlarında" da hata payı vardı şeklindeki kurbanın suçlanmasının aksine; şiddetin asıl nedeni nesnel yapıların (aile, kolluk güçleri, hukuk, din, ekonomi/politik, kitle iletişim araçları ve yeni medya vb) kendisidir. Diğer bir anlatımla, şiddet tıpkı iktidar ilişkisi/ilişkileri sarmalına benzer. Şiddet ve türleri, toplumsal yapının en derin noktalarına sirayet eden ve toplumsal/kültürel yapının (örf, töre, gelenek görenek, din ve belli ölçülerde hukuk) kendisinin bizatihi şiddet sorunsalına kaynaklık ettiği ileri sürülebilir.

Şiddetin temsili arttıkça (gerek kitle iletişim araçları gerekse de yeni medya yoluyla) her türlü şiddetin büyük ölçüde arttığı gerçeği toplumsalın her alanında devam etmektedir. Bannerji'nin (2016: 3) ifade ettiği gibi "emperyalist saldırganlıkların ve dünyadaki birçok kesimde uluslararası çatışmaların ve neoliberalizmin öncülerinin üçüncü dünya ülkelerinde ve istikrarsız başka yerlerde insan kitlelerinin yaşam biçimlerini ve geçimlerini organize ederek"; aslında yaşamsal alanları kendi arzu ve isteklerine göre düzenleyerek yerel ve küresel boyutta motor rolü oynamaktadırlar. Küçük ölçekli ve büyük ölçekli savaşlar, mutlak mülksüzleştirme, mültecilerin yer değiştirmesi, genel toplumsal değerlerin yozlaşması, kapitalizmin farklı bir evresinin yaşandığını göstermektedir. Böyle bir şiddet, daha itinalı bir şekilde raporlansa bile, buna benzer bir kültürlenme süreci üretecektir.

Şiddetin mağduru olan bireyler (savunmasız olanlar- literatürde cinsiyet olarak kadınlar, çocuklar, gayler/lezbiyenler ve hayvanlar), şiddeti gerçekleştiren fail karşısında itaat etme pratiklerine zorlanırlar. Bourdieu'nun diliyle (2015: 56) ifade edilecek olursa: "Kurbanı suçlamak için yararlanılan itaatkar yatkınlıklar nesnel yapıların ürünüdür ve bu yapılar etkili olmalarını tetikledikleri ve üretimine katkıda bulundukları yatkınlıklara borçludur. Sembolik güç, ona maruz kalanların katkısı olmaksızın hayata geçirilemeyen ve onların bu güce maruz kalmalarının sebebi de onu bu şekilde inşa etmiş olmalarından kaynaklanır. Ancak, bu ifadede takılıp kalmamak için (idealist yapısalcılık, etnometodoloji veya diğerleri gibi), harekete geçip dünyanın ve onun güçlerinin inşa edilmesine ilişkin edimlerini düzenleyen bilişsel yapıların toplumsal olarak nasıl

yapıldığını anlamak gerekir. Aynı zamanda da, izole bir öznenin bilinçli, hür ve düşünüp taşınılmış bir entelektüel edimi olmanın çok uzağında yer alan bu pratik inşanın kendisinin de bir gücün etkisi olduğunu anlamak gerekir; bu güç, algı ve yatkınlık (hayran olmaya, saygı duymaya, sevmeye vb.) şemaları biçiminde hükmedilenlerin bedenlerine kalıcı olarak aktarılmıştır ve bunlar onu gücün bazı sembolik göstergelerine karşı hassas kılarlar" (Bourdieu, 2015: 56).

3.2. Zaman-Mekan İlişkiselliğinde Şiddet

Yaşadığımız yüzyıl aydınlanma düşüncesinin "lineer ilerlemeci" tahayyülün aksine, şiddet yüzyılı oldu. Diğer bir deyişle barış söylemi üzerinden şiddet hakikatinin normalleştiği bir süreç yaşanır oldu. Kısaca insanlık tarihinin en şiddetli dönemlerinden bir tanesinden daha geçildiğini iddia etmek olanaklı görünüyor. Bugün şiddetin kapsamı küresel ve büyüklüğü muazzam ölçüde yaygınlaşmış haldedir. Uzun süren savaşlar, ölüm haberleri ve ölümcül protestolardan gelen yaralanma raporları; cinsel şiddete maruz kalan savunmasız kadınların ve çocukların ve hatta hayvanlarla cansız nesnelerin sessiz çığlıklarından ve tür olarak canlının altında bulunan ama "insan" görünümünde bazı yaratıkların kurbanları karşısında sözün bittiği yer olarak derin bir sessizliğe teslim olunan bir çağcıl dönemden geçiyoruz.

İkinci Dünya Savaşı sonrası dönem barış değil, soğuk savaş ve askeri-sinai-emek (military-industrial-labour) kompleksi olmuştur. Arendt'e göre (1996: 10) "toplumdaki asli yapısal gücün savaş yapma potansiyelinin önceliği olduğundan" söz etmek, "iktisadi sistemlerin, siyasal felsefelerin, corpora juris'in (yargı bünyesinin) savaş sistemine hizmet ettiğini ve bu sistemi yaygınlaştırdığını, tersinin geçerli olmadığını" ileri sürmek, "bizatihi savaşın temel toplumsal sistem olduğunu, başka ikincil toplumsal örgütlenme tarzlarının bu sistem içinde mücadele ettiğini ya da ayakta kalmaya çalıştığını" savunmak -tüm bunlar Engels ya da Clausewitz'in 19. yüzyıl formüllerinden daha ikna edicidir. 1990'lar ve sonrasında ise soğuk savaş tam bitti derken yeniden görünür olmuştur. Şiddetin mikrofiziği yerel ve küresel boyutta birbirine benzer düzeyde düşük yoğunluklu neo-soğuk savaş olarak yayılarak devam etmektedir. Rus fizikçi Sakharov'un deyişiyle, "Termonükleer bir savaş, (Clausewitz'in formülünde olduğu gibi) siyasetin başka araçlarla sürdürülmesi gibi görülemez. Ancak evrensel intiharın bir yolu olarak görülebilir" (Arendt, 1996: 10).

Şiddet her yerde, aynı anda yanı başımızda ve etkileri ise uzun erimlidir. Uzaklarda değil başucumuzdadır. Özel alanda (eş, sevgili, anne-baba, ağabey, amca, dayı vs.), kamusal alanda (iş yerinde, otobüste, serviste, alışveriş mekânlarında, sokakta), günün herhangi bir saatinde (gece-gündüz), mekanın niceliksel yoğunluğunda (kalabalık ya da tenha bir yerde) her an yaşanabilecek; planlı ya da kendiliğinden olarak gerçekleşebilecek bir eylem ve süreç biçimidir.

Çeşitli eleştirel ve kültürel çalışmalar şiddeti tanımlamakta ve anlamakta da fazlasıyla yetersiz kalır. Yapılan hiçbir çalışma şiddeti tamamen açıklayamaz ve hiçbir rapor bize bu konuda eksiksiz bir veri seti de sunamaz. Freud'un iddia ettiği gibi doğuştan sahip olunan bir özellik mi yoksa toplumsallaşma sürecinde öğrenilen bir eylem biçimi mi ya da şiddet zorla öğretilen bir şey mi tartışması devam ederken; insanların çoğu için, bizi kuşatan ve içten gelen şiddet, bir iğrençlik ve bir tehdit, savaşılacak ve ortadan kaldırılacak bir şeydir. Birçokları için de şiddet, politik, sosyal ve ekonomik bir sunuma hizmet eder. Henry Giroux'un ifadesiyle "gündelik kurumsal yapılarda kök salmış, şiddet, Amerikalıları bir araya getirirken aynı zamanda çok ırklı ve çok kültürlü bir demokrasiyi genişletip inşa etmelerini engelleyen zehirli bir yapıştırıcı haline gelmiştir" (Giroux, 2002: 231; akt., Leo ve Mcclennen, 2012: 241).

"Tehlikeli bir virus" olarak yayılan şiddet ilişkiselliği, bireysel, kültürel, toplumsal, ekonomik (sosyal refahın) dokuların yanı sıra demokrasinin kendisi için de bir tehdit unsuru oluşturur. Şiddet bir taraftan hiçbir yerde yoktur; diğer taraftan da her yerdedir. "Canını Tak Eden Kadınlar" adlı çalışmasında Hürtaş (2014) suça mahkum olmuş kadınların görmezden gelinen ve piyasaya

dolaşıma sokulan birbirinden parçalayıcı kadın bedenlerinin anlatılarını kaleme almıştır. Bu bedenlerin dolaşımda iken çığlıkları görünmez olmuş ve bilinmek istenilmemiştir. Adeta saat gibi işleyen bir düzenek haline gelmiş; kamusal bir mal haline gelen kadın bedenleri "kimi zaman aşk, kimi zaman da öğrenilmiş çaresizliğin zavallı birer kurbanları ve sonra da eylemin zorunlu olarak failleri haline gelmişlerdir. Toplumsal ve siyasal iktidar kadın bedenleri üzerinden işlerken; kadınlar yaşadıklarının artık sadece kendi bedenleri değil çocuklarını da kapsayacak noktasına geldiklerinde şiddetin kurbanları durumundan şiddetin faili durumuna doğru sıçrama yapar hale gelerek; bireylerin yaşam haklarının garantörü olan hukuk sistemi, şiddetin kurbanları durumundayken seyirci olmayı tercih ederken; aktörleri/failleri (öldürme eylemleri) durumuna geçtiklerinde üst düzeyde cezalar vermiştir (çünkü kader kurbanı kadınlar yine diğer çocuklarının hayatları etkilenmesin diye yeniden sessizliğe gömülmüşlerdir).

4. Sonuç

Şiddet insanlık tarihiyle eşzamanlı ilerlemektedir. İnsanlığın belli aşamalarında şiddet kırılmalar ve sıçramalar yapmıştır Ama şiddetin kendisi apriori kalmıştır. Bunun nedeni savaş-saldırganlık ve iktidar sarmalının kesişiminde yer alan şiddeti doğurup büyüten ekonomi/politik ve toplumsal/kültürel yapı, gelenek, görenek ve örf, hukuk ve dindir. Neden bu yapılar şiddete başvurmaktadır sorusunun cevabı şiddetin sosyal kontrol olarak işlev görmesinden kaynaklanır. Bireysel ya da kolektif şidddet türleri iktidarın son derece rahat işlemesini sağlamaktadır. Şiddete şiddetten başka bir yolla karşı durmak şu anda olanaksız gibi görünüyor. Böyle bir durumda kazanmanın ya da yitirmenin önemi yoktur, kazanan hep şiddet eyleminin kendisidir. Şiddet, karşısına çıkarıldığı sanılan engelleri eylem aracına dönüştürüyor; adeta sönsün diye üstüne atılan her şeyi yutan bir alev gibi yayılmaya devam ediyor. Gittikçe "herkesin herkese karşı" biçimindeki çatışma biçiminde yaşanan reel durum, yerini "herkes bir tek kişiye karşı" biçimine bırakmaktadır. Sanki bunalım derinleştikçe tüm topluluk mensupları şiddet ikizlerine dönüşmektedir.

Anahtar Kelimeler: Şiddet, Bireysel Şiddet, Kolektif Şiddet

JEL Kodları: K38, J19, J29, Z18

Kaynakça

Afşar, S. T. (2015). "Türkiye'de Şiddetin "Kadın Yüzü", *Sosyoloji Konferansları*, No: 52.

Akay, A. (2005). "Şiddetin Bağlarından Çıkmak Üzere", *Cogito. Şiddet Sayısı*: 6-7 Kış-Bahar '96, İstanbul: Yapı Kredi Kültür Sanat Yayıncılık A.Ş, ss. 429-441.

Akkaş, İ. ve Uyanık, Z. (2016). "Kadına Yönelik Şiddet", *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Ü. SBE Dergisi*, 6: 32-42.

Arendt, H. (1996). Şiddet Üzerine. *Cogito, Şiddet Sayısı*: 6-7 Kış- Bahar '96, İstanbul: Yapı Kredi Kültür Sanat Yayıncılık A.Ş. ss. 7-21.

Barış, G. (2015). *Female Offenders' Attıtudes Towards Gender And Vıolence And Theır Violence Experiences: Sincan Women's Prison.* The Degree of Doctor of Philosophy in The Department of Sociology. Ankara: A Thesis Submitted to the Graduate School of Social Sciences of Middle East Technical University.

Bannerji, H. (2016). *Patriarchy in the Era of Neoliberalism: The Case of India,* http://www.jstor.org/stable/2489024. pdf, (19-04-2018).

Bauman, Z. (2005: 252). *Bireyselleşmiş Toplum,* (Çev.) Alogan, Y., İstanbul: Ayrıntı Yayıncılık.

Bourdieu, P. (2015). *Eril Tahakküm*, (Çev.) Yılmaz, B., İstanbul: Bağlam Yayınları. Dişsiz, M., Şahin, N. (2008). "Evrensel Bir Kadın Sağlığı Sorunu: Kadına Yönelik

Şiddet", *Maltepe Ü. Hemşirelik Bilim ve Sanatı Dergisi*,1(1): 50-58.

Gökalp, Ö.T. (2014). *Ailenin Korunması ve Kadına Karşı Şiddetin Önlenmesine Dair Kanunda Kadın ve Şiddet*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul: Marmara Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Hürtaş, S. (2014). *Canına Tak Eden Kadınlar*, İstanbul: İletişim Yayıncılık.

Lawrence, J. (1970). *Social Theory and Practice.*

http://www.jstor.org/stable/23556635.pdf, (12-04-2018).

Leo, J. D. & McClennen, McClennen, S. A (2012). *Postscripton Violence*. https://www.jstor.org/stable/10.5250/symploke. Pdf, (19-04-2018).

Michaud, Y. (1991). *Şiddet*, (Çev.) Muhtaroğlu, C., İstanbul: Yeniyüzyıl Kitaplığı.

Nair, Güney (2015). *Gençlik Şiddetinin Toplumsal Nedenleri (Sivas Merkez İlçe Örneği)*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Sivas: Cumhuriyet Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü.

www.tuik.gov.tr/

Ünsal, A. (2005). Genişletilmiş Bir Şiddet Tipolojisi, *Cogito, Şiddet Sayısı*: 6-7 Kış- Bahar '96, İstanbul: Yapı Kredi Kültür Sanat Yayıncılık A.Ş, ss. 31-35.

World Health Organization, (2005). *Multicountry Study on Women's Health and Domestic Violence Against Women: Initial Results on Prevalence, Healty Outcomes and Women's Responses,* Geneva.

Tilly, C. (2009). *Kolektif Şiddet Siyaseti,* (Çev.) Özel, S., Ankara: Phoenix.

www.Tdk.Gov.Tr., 12.11.2014.

Kurumsal Yönetim Anlayişinin Gelişim Sürecinde İç Denetimin Rolü

[1]Habib Akdoğan [2]Neşegül Parlak
Full Text

ÖZET

Günümüzde, işletmelerin çevresi ile ilişkilerinin artması ile kurumsal yönetim anlayışı gündeme gelmiştir. İşletmelerin yaşadığı sorunlara karşı yapısal çözümler sunmaya çalışan bu anlayışının gelişimi iç denetimin etkinliği ile yakından ilişkilidir. İç denetim sistemi, iş süreçlerinin kurumsal yönetim anlayışına uygun olmayan yönlerinin tespiti ve bunların giderilmesinden birinci derecede sorumludur. Kurumsal yönetim anlayışının, etkinliği ve verimliliği sonraki süreçlerde iç denetim faaliyetlerinin gerçekleştirilmesini kolaylaştıracaktır. Aynı şekilde etkin ve verimli işleyen iç denetim süreci de, kurumsal yönetim anlayışının devamlılığını ve etkinliği sağlamada önemlibir görev üstlenmektedir. Çalışmada kurumsal yönetim anlayışı ve iç denetim konuları ayrı ayrı ele alınacak ve kurumsal yönetimin anlayışının gelişim sürecine iç denetimin etkisi ve önemi anlatılmaya çalışılmıştır.

GİRİŞ

İşletmelerin, uzun vadede varlıklarını devam ettirebilmeleri,etkin bir kurumsal yönetim anlayışını benimsemeleri ile yakından ilgilidir. Kurumsal yönetim anlayışı, işletme yatırımcısının güvenini artırmanın yanı sıra ekonomik büyümenin geliştirilmesi sürecinde önemli bir faktördür (Cengiz, 2013: 406). Aynı zamanda, işletmenin hedeflerini belirlenmesinde ve bu hedeflere ulaşılmasında da önemli bir unsurdur.

İç denetim, işletmedenpay ve menfaat sağlayan grupların işletmeye karşı olan güvenlerinin oluşmasında büyük katkı sağlar. Dolayısıyla, iç denetim, etkin bir kurumsal yönetim anlayışının geliştirilmesine destek olarak işletmelerin güçlü bir yapıya sahip olmasını sağlar.

1. KURUMSAL YÖNETİM

Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) kurumunun yapmış olduğu tanıma göre; *"şirketlerin yönlendirildiği ve kontrol edildiği sistemdir ve esasen şirketin yönetimi, yönetim kurulu, hissedarları ve diğer çıkar grupları arasındaki ilişkiler dizisini içerir"* seklindedir. Kurumsal yönetim anlayışının amacı, işletmelerin yürütme oldukları faaliyetlerinden kâr sağlaması ve tüm pay ve menfaat sahiplerinin haklarının korunmasını sağlamak ve gruplar arasındaki ilişkileri düzenlemektir (Şehirli, 1999: 8). Bu anlayışın, uluslararası alanda tek bir standart uygulama biçimi olmayıp, uygulayıcı ülkenin ekonomik ve toplumsal değişim süreci ve bu sürecin sonunda oluşan değerler ve ilkelere göre ülkeden ülkeye farklı şekillerde uygulanabilmektedir (Dinç ve Abdioğlu, 2009:160).

Kurumsal yönetim anlayışı, sadece ülkemizde değil tüm dünya ülkelerinde gelişen bir yönetim anlayışıdır. Bu gelişimi sağlayan faktörlere aşağıda yer verilmiştir (Deloitte, 2007: 84):

- Büyük şirketlerde yaşanan skandallar ile şirket kontrollerinin öneminin artması,
- Pay sahiplerinin niteliklerinin farklılaşması, kurumsal yatırımcıların pay sahibi olma oranının artması,
- Kurumsal yatırımcıların portföylerini çeşitlendirmek için kârlı denizaşırı yatırımlar yapmaya ve bu yatırımların korunabilmesi için kendilerini güvence altına almak istemeleri,
- Teknolojide meydana gelen hızlı gelişimler, kurumsal yatırımcıların birbirleri ile daha sık iletişim kurmalarına ve yatırımları açısından önemli olan kurumsal yönetim konusunda fikir alışverişinde bulunmaları,
- İşletmelerin finansman ihtiyacı duyması nedeniyle, fon arz edenlerin güvenini kazanmak ve daha düşük maliyetle fon sağlayabilmek için kurumsal yönetim anlayışının önemine inanmaları,
- İşletmelerin, kurumsal yönetim anlayışının, ekonomi piyasalarında güveni artıracağına ve yatırım açısından daha çekici olacağına olan inançları.

Etkili bir kurumsal yönetim anlayışı için küresel çerçevede; şeffaflık, hesap verilebilirlik, adillik ve sorumluluk, genel kabul görmüş kurumsal yönetim ilkeleri olarak kabul edilmiştir. Bu ilkeleri kısaca şu şekilde özetleyebiliriz: Şeffaflık; işletme faaliyetleri hakkındaki somut ve anlaşılabilir bilgiye erişimin sağlanabilmesini ifade etmektedir. Hesap verebilirlik; işletme yönetim kurulu tarafından, yönetimin işlev ve sorumluluklarını yerine getirdiğinin, hissedar ve yöneticilerin taleplerinin sıraya koyulduğunun güvence altına alınması ve nesnel kararlar alındığına ilişkin takibin yapılmasıdır. Adillik veya eşitlik; pay sahiplerinin hak ve menfaatlerinin korunmasında eşitlik sağlanması hususuna değinmektedir. Kurumların yasal çerçevelerde hareket etmelerini ve şahısların kişisel eylemlerinde yasaların uygulanabileceğini kabul etmeleri gerektiğini ifade eder. Sorumluluk; yasalara ve toplumsal değerlere uygunluğu güvence alarak, doğru hedefler belirlemek ve bu hedefleri uygulamayı ifade eder (Dinç ve Abdioğlu,2009:160-161).

Kurumsal yönetim anlayışının amaçları aşağıda yer almaktadır (Aktan, 2006: 24):

- Şirket yönetiminin güç ve yetkilerini keyfi kullanımının önüne geçilmesi,
- Pay ve menfaat sahiplerinin hak ihlaline uğramamasının güvence altına alınması, adil ve eşit muameleye tabi tutulmasının sağlanması,
- Şirketin güncel durumu ilgili olarak kamuoyunun aydınlatılması ve kurumsal yatırımcılar için önemli olan bilginin zamanında ve eksiksiz olarak paylaşılması ve şeffaflığın sağlanması,
- Şirket yönetim kurulunun görev ve sorumluluklarının açık olarak belirlenmesi,
- Şirket yönetiminin karar ve işlevlerinden dolayı pay ve menfaat sahiplerine hesap verme yükümlülüğünün sağlanması,
- Vekâlet maliyetlerinin minimize edilmesi;
- Şirket kazancının pay ve menfaat sahiplerine hakları oranında geri dönüşümünün sağlanması,
- Büyük pay sahiplerinin azınlık paylarına el koyma tehlikesinin önüne geçilmesi,
- Uzun vadeli yatırımcılar için güven sağlanması ve sermaye maliyetinin düşürülmesi, şirketin finansman kaynaklarına kolay erişim imkânlarının arttırılmasıdır.

Kurumsal yönetim anlayışının hakim olduğu işletmelerde, pay sahipleri işletmeye güven duyarak finansal yatırım yapacak ve bu durum işletmelere finansal güç kazandırarak dış borçlanma oranının azalmasına ve öz sermaye oranın artmasına katkı sağlayacaktır. Öz sermaye oranın artması işletmelerde sermaye maliyetini azaltacak ve likiditeyi arttıracaktır. Böylece, piyasa itibarı artan işletmeler sermaye piyasası tarafından kabul görecektir (Karacalar, 2015: 24). Kurumsal yönetim anlayışının işletmeye sağladığı faydalar maddeler halinde aşağıda yer almaktadır (Bakırhan, 2005:18):

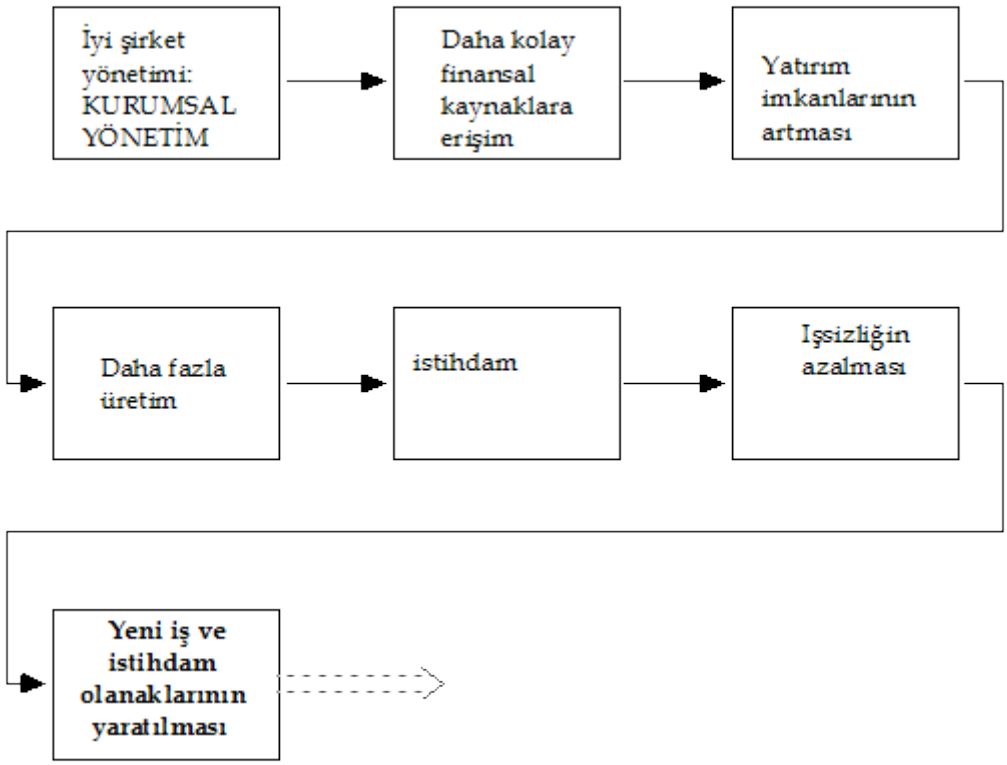
- Sermaye maliyetinin düşmesi,
- Finansman kaynaklarının ve dolayısıyla likiditenin artması,
- Krizlerde ayakta kalabilme gücü,
- Rekabet gücü,
- Şirket imajının artması,
- Şirket değerinin artması,
- Yüksek getiri oranı,
- Sermaye piyasalarına katılım,
- Finansman ihtiyacının uluslararası sermaye piyasalarından daha kolay temin edilebilmesi,
- Kalıcı, istikrarlı, uluslararası sermaye akımlarının ve kurumsal yatırımcıların çekilmesi,
- Doğru yatırım ve birleşme kararları alabilme,
- Başarılı risk yönetimi,
- Şirkete duyulan güvenin artması,
- Şirket performansını artırarak, istikrarlı büyüme ve yüksek karlılık sağlanması,
- İlgili tarafların karşılıklı hak ve yükümlülüklerinin belirlenmesi,
- Uzun vadeli tasarruf sağlaması,
- Zamanında, doğru ve eksiksiz bilgiye ulaştırması.

Kurumsal yönetim anlayışı sadece uygulandığı işletmeye değil aynı zamanda işletme ile ilişkide bulunan tüm taraflara fayda sağlar. Kurumsal yönetim anlayışının taraflara sağladığı faydaları özetleyecek olursak;

Etkin olan bir kurumsal yönetimin amacı, sürdürülebilir büyümenin temini ve ülke riskinin minimize edilmesine yardımcı olmaktır. Kurumsal yönetim anlayışının ülke ve topluma sağlayacağı faydaları şu şekilde özetleyebiliriz (Aktan, 2006: 14):

- Ülkeye rekabet avantajı sağlar,
- Ekonomik krizler ile baş edebilme gücü verir,
- Finansal sistemin derinliğin artmasına imkân sağlar,
- Sermaye piyasalarının gelişmesine imkân sağlar,
- Yurtiçi tasarrufların artarak, halka açık şirketlere kaymasına imkân sağlar,
- Makro ekonomik performansın artmasına katkı sağlar (Şekil 1).

Şekil 1: Kurumsal Yönetim Anlayışının Makro Ekonomik Etkileri



(Kaynak: Aktan, 2006: 15).

2. İÇ DENETİM

İşletme faaliyetlerinin işletme içerisinden incelenmesi ve değerlendirilmesine duyulan ihtiyaç, bilimsel bir çerçeveye sahip ve uluslararası standartlarla ortaya konulan belirli bir sistematik içerisinde işleyen iç denetim birimlerinin kurulmasını zorunlu kılmıştır (Aslan, 2010: 65). Diğer taraftan, özellikle son yıllarda batıda meydana gelen hile ve yolsuzluk nedenli şirket iflasları iç denetimde standartlaşmanın önemini arttırmıştır.

İç denetim, İlk olarak 1991 yılında İç denetçiler Enstitüsü (IIA) tarafından tanımlamıştır. Buna göre iç denetim; "*organizasyona bir hizmet olarak organizasyon içinde kurulmuş uzman bir bağımsız denetim işlevi"*dir. İç denetim, işletmeye değer katmak ve işletme faaliyetlerini geliştirmek amacıyla oluşturulan ve işletmeye nesnel güvence sağlayan, bağımsız bir danışmanlık faaliyetidir (Pickett, 2003: 239). Başka bir tanımlamaya göre iç denetim, yönetim biriminin kendisine ait şirketinde kurmuş olduğu birime veya kendi çalışanlarına yaptırdığı ya da kendisinin bizzat gerçekleştirdiği denetim faaliyetidir (Okur, 2010: 576).

İç denetimin temel amacı, işletme varlıklarının her türlü zararlara karşı korunup korunmadığının, işletme faaliyetlerinin öncen belirlenmiş politikalarla uyum içinde yürütülüp

yürütülmediğini araştırmaktır (Güredin, 1994: 15). İç denetim birimi, işletme faaliyetlerinin önceden saptanmış standartlara, politikalara ve hedeflere uygun bir şekilde yerine getirilip getirilmediğini kontrol eden bir birim olarak tanımlanmıştır (Saka, 2001: 50). İç denetim birimi aşağıdaki konularda yöneticileri bilgilendirmekte ve destek olmaktadır: Bu konular (Öztürk, 2013: 55) ;

- Finansal ve faaliyet bilgilerin doğruluğu ve güvenilirliği konusunda kontrollerin yeterliliğinin gözden geçirilmesi ve değerlendirilmesi,
- Üst yönetim tarafından önceden belirlenen politika, plan ve prosedürlere ne ölçüde uyulduğunun araştırılması,
- İşletme varlıklarının her türlü zarara karşı ne ölçüde korunduğunun araştırılması,
- İşletme kaynaklarının ekonomik ve verimli bir şekilde kullanılması,
- Alınan sorumlulukların yerine getirilmesinde performans kalitesinin değerlendirilmesidir.

İşletme ile ilgili ve işletmece yerine getirilen her türlü denetim iç denetimin konusuna girmektedir. Bu yönüyle iç denetim diğer denetim türlerini de kapsayan daha geniş bir denetim türüdür. İç denetim, faaliyetlerin, finansal olaylar ile ilişkili olup olmaması ya da parasal değerinin olup olmaması ile ilgilenmez (Özer, 1997: 67).

İç denetim, işletme yönetimine, güvence ve danışmanlık hizmeti sunmakta (Memiş, 2008: 76) ve işletme faaliyetlerini geliştirerek, işletme değerini yükseltmektedir. Ayrıca, işletmede, kurumsal yönetim, kontrol ve risk yönetimi gibi fonksiyonların kazanılmasına da imkân sunmaktadır (Kurnaz & Çetinoğlu, 2010: 33). İşletmenin pay ve menfaat sahipleri, iç denetimin sunduğu danışmanlık hizmetlerinden yararlanabilmesi yalnızca işletme bünyesinde oluşturulan bir kurumsal yönetim anlayışı ile mümkün olabilmektedir (Ergüden, 2012: 58-59).

Günümüz dünyasında, küresel rekabetin hızla artması ve onun paralelinde risklerin de sürekli artması işletmelerin ayakta ve güçlü kalabilmek için etkin bir iç denetim sistemine ihtiyaç duymaktadırlar. İç denetim, işletmelerin güvenilirlik ve hesap verebilirlik sağlamasında üst yönetime destek işlevi üstlendiğinden işletme açısından önemi her geçen gün artan bir sistemdir. Günümüzde, iç denetim sistemi uluslararası standartlarda yerine getirilen bir yönetim disiplini haline gelmiş ve pek çok ülkede yasal altyapıya kavuşmuştur.

İç denetim, işletme yönetiminin bir fonksiyonu olmasında rağmen, uygulamada bağımsız bir işletme mekanizması olarak faaliyetini yürütmekte ve dolayısıyla, işletmede hesap verebilirliğin oluşmasında önemli bir katkı sağlamaktadır(Kurnaz & Çetinoğlu, 2010: 35).

İç denetimin unsurları aşağıda sıralanmıştır (Türedi vd., 2015):

- İç denetim sistemi, işletmenin faaliyetlerine değer katar ve bu faaliyetlerin geliştirilmesini sağlar,
- İşletmenin hedeflerine ulaşmasında önemli bir destek faktörüdür,
- Tarafsız ve bağımsız bir denetim yöntemidir,
- İşletme ile ilgilenen taraflara danışmanlık ve güvence hizmeti sağlar,
- İşletmenin iç kontrol yapısı, risk ve kurumsal yönetim süreçlerinin etkinliği değerlendirilerek süreçlerin geliştirilmesine yardımcı olur,
- İç denetim, sistematik ve disiplinli bir yaklaşım sergileyen faaliyetler bütünüdür, şeklinde ifade edilebilir.

İç denetim üst yönetime sunduğu raporlar ile aşağıdaki durumların düzeltilmesi için üst yönetimin alacağı kararlarda etkili rol oynar (Kurnaz & Çetinoğlu, 2010: 35) :

- Finansal ve faaliyet bilgileri güvenilmez, hatalı veya eksik olabilir,

- Faaliyetler etkisiz ve yetersiz olabilir,
- Varlıklar, finansal olarak manipüle edilmiş veya tamamen ortadan kaldırılmış olabilir,
- Faaliyetler yürütülürken yasalara, düzenlemelere veya işletmenin iç politikalarına uyulmamış olabilir,
- Ahlaki kültür, yasa dışı veya yanlış davranışı destekleyebilir.

İç denetim, işletmenin geleceğe yönelik stratejik planlarının yapılması, kâr etmenin teminat altına alınması ve finansal verilerin net bir şekilde aktarılması konularında işletmeye danışmanlık sunan önemli bir olgudur (Karatekin, 2017: 53).

3. KURUMSAL YÖNETİM ANLAYIŞI VE İÇ DENETİM ETKİLEŞİMİ

Kurumsal yönetim anlayışı, işletmenin çevresine nasıl uyum sağlayacağını gösteren sistem temelli bir anlayıştır. İşletmenin dış çevre ile olan etkileşimi sonucu oluşan uyumlu ve kontrollü faaliyetler ve bu faaliyetler sonucunda ortaya çıkan kural, uygulama ve prosedürlerin yürütülmesi süreçlerini ifade eder (Cevher, 2015: 6).

İşletme ile ilgilenen taraflar açısından, kurumsal yönetim anlayışının gelişimde, kurumsal güven ve itibarın temininde iç denetim önemli bir rol üstlenmektedir. Risk odaklı iç denetim uygulamaları, işletmede oluşabilecek hata, hile ve yolsuzlukları önlemekte ve kurumsal yönetim ilkelerinden hesap verebilirlik ve şeffaflık ilkelerinin önemini arttırmaktadır (Türedi vd., 2015: 69).

İç denetim faaliyetinin etkin yürütülmesi ile işletmelerin, iç kontrol yapısı, kurumsal yönetim ve risk yönetimi süreçleri değerlendirerek iyileştirilmesi sağlanmaktadır.

Kurumsal yönetim anlayışının gelişmesinde en önemli faktör olan iç denetim sistemi etkin olduğu sürece işletmenin kurumsal yapısının iyileştirilmesi hususu kendiliğinden gerçekleşecektir (Karatekin, 2017: 62).

Kurumsal yönetim anlayışı, işletmenin ekonomik faaliyetlerini her türlü etkiler ve bu etkinin önemi son yıllarda daha da artmıştır. Kurumsal yönetim anlayışı ile iç denetim arasında kurulacak ilişkinin etkinliği de performansı artırır ve rekabet avantajına olanak tanır (Karagiorgos vd., 2010: 17-20).

Kurumsal yönetim anlayışının işlevsellik kazanması ve gelişmesi bakımından iç denetim, işletmelerde son derece önemli bir yere sahiptir. İç denetim, kurumsal yönetim anlayışı ile işletmenin kontrol ve risk yönetimi süreçlerinin etkinliğini değerlendirme ve geliştirme amacı taşıyan disiplinli ve sistemli bir yaklaşım geliştirerek işletmenin hedeflerine ulaşması için önemli bir faktördür. İç denetim, sunmuş olduğu danışmanlık ve güvence hizmetlerini birlikte yürütebiliyor olması yönüyle diğer denetim türlerinden ayrılmaktadır (Ergüden, 2012: 60). Kurumsal yönetim anlayışı ve iç denetimi bünyesinde tutabilen işletmeler, yatırımcıları ikna edebilmek için güven ve istikrarı kullanabilmektedir (Türedi vd., 2015: 56).

İşletme bünyesinde, kurumsal değerlerin, kurumsal kültürün ve stratejik hedeflerin belirlenmesi, işletme faaliyetlerinin sürdürülmesini kolaylaştırmakta ve iç denetim faaliyetini gerçekleştirebilmesine olanak sağlamaktadır (Ergüden, 2012: 60). İşletmede, etkin bir iç denetim sistemin varlığı, işletmenin muhasebe bilgi sisteminde yaşanacak herhangi bir hata, hile ve yolsuzlukların önüne geçecektir (Ergüden, 2012: 60).

İşletmenin kurumsal yönetim anlayışını benimsemesi, önemsemesi ve devamlılığının sağlanması adına iç denetim, sistemin tamamlayıcı bir parçası konumundadır (Karatekin, 2017: 63).

Küreselleşme sonucunda gelişmekte olan ve gelişmiş ülkelerde meydana gelen kültürel, ekonomik, toplumsal, politik ve teknolojik gelişmeler, işletme içerisinde ki risk yönetimi anlayışına

yeni bir bakış açısını da beraberinde getirmiş olup bu gelişmeler iç denetimin rolünü de etkilemiştir. İç denetim kavramı, son yıllarda muhasebe hile ve skandalları konularında finans piyasalarına karşı sarsılmış olan güvenin yeniden temini maksadıyla, işletmenin verimliliğinin artırılmasından başlayıp, faaliyetlerle beraber işletmenin bütün menfaat gruplarına danışmanlık hizmeti sunması noktalarında, üstünde durulan bir husus haline gelmiştir (Tektüfekçi, 2008: 80-82).

Aralık 2001'den sonra batı dünyasında, Enron, Worldcom, Global Crossing ve Andersen gibi şirketlerde çıkan muhasebe hileleri, finansal raporlamanın güvenilirliği konusunda iç denetimin yeniden gözden geçirilmesi gerekliliğini gündeme getirmiştir. İşletme iflasları bütün ekonomik piyasaları olumsuz etkilemiş ve kurumsal yönetim anlayışı ve iç denetiminin yeniden yapılandırılması gereğini ortaya çıkarmıştır.

Kurumsal Yönetim anlayışı ile birlikte, iç denetim sisteminin uygulanma aşamasındaki başarı faktörlerini aşağıdaki gibi sıralayabiliriz (Uzun, 2008: 7):

- İç denetim, işletme yönetiminin amaçları, öncelikleri ve stratejik yaklaşımları üzerine odaklanmalıdır,
- İç denetimin enerjisi geçmişten çok geleceğe odaklanmalıdır,
- Sorunların çözümüne ilişkin, katma değer sağlayan danışman yaklaşımı ve denetlenen alandaki gelişim ihtiyaçlarını ön plana çıkarılmalıdır,
- Kilit iş riskleri için iç kontrol sistemi değerlemesi tasarlanmalıdır,
- Faaliyetlerin etkinlik, verimlilik ve ekonomikliği değerlendirilmelidir,
- İç denetim, işletme yönetimini, faaliyetlerini ve bilgi sistemlerini kapsayan kontrollerin etkinlik ve yeterliliğini değerlendirmelidir.

Kurumsal yönetim anlayışı ile iç denetim uygulamaları güncellenmekte ve işletmeler için iç denetimin önemi artmaktadır. İşletmeler açısından, kurumsal yönetim anlayışına işlevsellik kazandırması yönüyle de iç denetim önemli bir fonksiyondur. İşletme içerisinde oluşabilecek sorunları önceden tespit ederek işletme yönetimin çözüm bulmasını sağlamaktadır. Böylece, kurumsal yönetim anlayışının oluşumu aşamasında da, , hata, hile ve suiistimalleri önleyeceğinden, işletme ile ilgilenen tüm taraflar için de güven sağlamaktadır. İç denetim, kurumlarda kurumsal yönetim ilkelerinin yerleşmesi için önemli bir fonksiyondur (Sezgin, 2002: 9). Etkin bir iç denetim sisteminin var olmadığı işletmenin, etkin bir kurumsal yönetim sistemi oluşturmasından ya da sürdürmesinden söz etmek olanaksızdır. İşletme içerisinde organize olmuş bir iç denetim sisteminin varlığı, kurumsal yönetim anlayışının önemli bir göstergesidir (Eliuz, 2007: 75). İşletmeler için her geçen gün önemi artan kurumsal yönetim anlayışının temel nedeni iç denetim sisteminin işletmeye sağladığı yararlar ve buna paralel olarak işletme için artan önemi olduğunu söylemek mümkündür.

Kurumsal yönetim anlayışının en önemli konularından birisi denetimdir. Kurumsal yönetim ilkelerinin faaliyete geçirilmesi ve işletme ile ilgilenen taraflara kurumsal itibar ve güvenin sağlanmasında iç denetim önemli bir rol üstlenmektedir. İç denetimin risk odaklı gerçekleşmesi, oluşması muhtemel hata, hile ve yolsuzlukların engellenmesini sağlayacak ve bu da kurumsal yönetim anlayışının, hesap verilebilirlik ve şeffaflık ilkelerini destekleyecektir. Kurumsal yönetim anlayışı kapsamında iç denetimin temel görevleri aşağıdaki gibi sıralanabilir.

Literatürde, kurumsal yönetim ve iç denetim kavramlarını birlikte değerlendirmeye yönelik birçok çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmalardan bazılarına aşağıda yer verilmiştir;

YAZAR	AMAÇ	SONUÇ
Yenigün, (2008)	Kurumsal yönetim ile iç denetim kavramlarını teorik olarak incelemek.	Yeni rol ve sorumluluklarla iç denetimin, kurumsal yönetimin etkin bir şekilde gerçekleştirilmesinde önemli bir rol oynadığı kanısına varılmıştır.
Ceyhan, (2010)	İç Denetim ve Kurumsallaşma etkileşiminin tespit etmek.	İç denetçilerin kurumsal yönetim kapsamında değişen dünya ihtiyaçlarına cevap verebilmesi için belirli niteliklere sahip olması gerektiğini dile getirmiştir.
Küpçü, (2011)	Türkiye'de faaliyette bulunan bir şirkette, kurumsal yönetim anlayışında iç denetimin rolünü tespit etmek.	Kurumsal yönetim anlayışının etkin bir şekilde gerçekleştirilmesi için iç denetim faaliyetinin, bir sigorta niteliğinde olduğu belirlenmiş.
Cengiz, (2013)	Borsa İstanbul'da işlem gören ve farklı sektörlerde faaliyette bulunan işletmelerde bazı bilimsel verilere dayanarak kurumsal yönetimin içerisinde, iç denetimin rolünün ne olduğu ve kurumsal yönetimi etkileyen iç denetim uygulamalarının etkin olduğu unsurları tespit etmek.	Çalışma sonucu, "kesin doğrular" yerine, izleyen araştırmalarda tekrar tekrar denenmesi gereken "açıklama önerileri" şeklinde algılanması dile getirilmiştir.
Köroğlu & Aktaş, (2014)	Marmaris bölgesinde hizmet veren dört ve beş yıldızlı otellerin kurumsal yönetim ile iç denetim anlayışlarındaki ilişkinin incelenmesi	İç denetimin temel faaliyetleriyle kurumsal yönetimin belirli ilkeleri arasında anlamlı ilişkilerin olduğuna bulgulardan ulaşılmıştır.
Tanç, (2015)	Kurumsal yönetim ilkeleri ve iç denetim hakkında Borsa İstanbul'da imalat sektöründe faaliyette bulunan şirketlerin iç denetim fonksiyonlarının	Sonuç olarak yıllık raporlara, kuruluşun durumunu aktarma ve güven tesisi için önem verilmesi gerektiği, ayrıca şirket için

	yapısıyla alakalı olarak, yıllık faaliyet raporları içerik analizi yöntemiyle incelenmesi	denetimlerde referans niteliği taşıdığı hususuna da vurgu yapılmıştır.
Usul, Titiz & Ateş, (2011)	İç denetimin, kurumsal yönetim anlayışının oluşumundaki etkinliğini belirlemek (Bir işletme uygulaması)	İşletmede, iç denetimin nakit ve nakit benzerlerinin korunmasında, muhasebe sisteminde ve satışlar için etkin bir iç denetimin olmadığı tespit edilmiştir.

SONUÇ

Günümüz dünyasında, küreselleşme ve teknolojik yeniliklerin etkisi ile artan rekabet, ekonomik, sosyal ve çevresel sorunları beraberinde getirmiştir. Özellikle işletme bünyesinde hazırlanan mali raporlarda hile ve suiistimaller olabilme olasılığını arttırmıştır. İşletme yönetiminin kurumsal yönetim anlayışını benimsemesi ve kurumsal yönetim ilkelerini (adalet, sorumluluk, şeffaflık, hesap verebilirlik) devamlı suretle uygulanmasını sağlamaya yönelik denetimin yapılması gerekmektedir. Bu yönü ile kurumsal yönetim anlayışının hakim olduğu işletmeler için iç denetim son derece önemli bir fonksiyondur. Türkiye'de yeni yeni gerçekleştirilen düzenleme ve çalışmalar iç denetimin uygulanması hususunda önemli bir gelişme gibi görülse de henüz gerekli seviyeye ulaşmadığını söylemek mümkündür.

Kurumsal yönetim anlayışında yaşanan aksaklıklar işletme ile ilgilenen tarafları etkileyecektir. İç denetim, işletme ile ilgilenen taraflara danışmanlık hizmeti sağlayan ve işletme faaliyetleri ile ilgili bilgilerin doğruluğu hakkında makul güvence sunan kurumsal yönetim anlayışının en önemli kontrol mekanizmasıdır. Ayrıca, İşletmede risklerin yönetilmesi ve risklerden kaynaklanan olumsuzlukların minimize edilmesi konularında da işletme yönetimine değer katan önemli bir yönetim faaliyetidir.

Kurumsal yönetim anlayışının etkin olduğu işletmelerde iç denetime verilen önem de artmaktadır. Bu durumda, iç denetim biriminin sorumluluk ve görev alanı da artan ihtiyaçları karşılayacak nitelik ve kalitede genişlemektedir. Sonuç olarak, etkin olan iç denetim faaliyetleri neticesinde meydana gelen olumlu gelişmeler, temelde kurumsal yönetim anlayışının da amaç ve hedefleri ile paralel olduğunu söyleyebiliriz.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal Yönetim, İç Denetim

KAYNAKÇA

Aktan, C. C. (2006). "Kurumsal Şirket Yönetimi", SPK Yayınları, Ankara.

Aslan, B. (2010). "Bir Yönetim Fonksiyonu Olarak İç Denetim", Sayıştay Dergisi, Sayı:77

Bakırhan, C. (2005). "Kurumsal Yönetim İlkeleri ve Denizbank Uygulamaları", Türkiye Bankalar Birliği Konferansı.

Cengiz, S. (2013). "İşletmelerde Kurumsal Yönetim Kapsamında İç Denetimin Yeri Ve Önemi: Borsa İstanbul'da Bir Araştırma", Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF Dergisi C. XV, S. II.

Cevher, E. (2015). "Kurumsallaşma Küçük İşletmeler İçin Bir Çözüm Müdür Yoksa Yok Olma Nedeni Midir?" The Journal of International Social Research 7(32): 11.

Ceyhan, İ F. (2010). "İç Denetim ve Kurumsallaşma", Kırıkkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Kırıkkale.

Deloitte, (2007), "Nedir Bu Kurumsal Yönetim?", Kurumsal Yönetim Serisi.

Dinç, E. & Abidinoğlu, H. (2009). "İşletmelerde Kurumsal Yönetim Anlayışı Ve Muhasebe Bilgi Sistemi İlişkisi: İMKB–100 Şirketleri Üzerine Ampirik Bir Araştırma", Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Cilt 12 Sayı 21 Haziran 2009, ss.157-184

Eliuz, A. (2007). "Kurumsal Yönetim Çerçevesinde Etkin Bir İç Denetim İçin Denetim Komitesinin Rolü ve GMKB-100 şirketleri Üzerine Bir Araştırma", Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Kütahya.

Ergüden, E. (2012). "Kurumsal Yönetim Çerçevesinde İşletmelerde İç Denetim'in Rolü ve Yeni Türk Ticaret Kanunu'nda İç Denetim". TKYD, Sonbahar. S.59-60.

Güredin, E. (1994). "Denetim", Beta Yayınları, İstanbul.

Karagiorgos T , Drogalas G, Gotzamanis E, Tampakoudis I. (2010)." Internal Audıtıng As An Effectıve Tool For Corporate Governance", Journal Of Busıness Management 2(1): 17-23.

Karatekin, E. (2017). "Kurumsal Yönetim Uygulamaları Ve İç Denetimin Rolü: Borsa İstanbul' Da Faaliyet Gösteren Şirketler Üzerine Bir Araştırma", Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Nevşehir.

Kurnaz, N. Çetinoğlu, T. (2010). "İç Denetim-Güncel Yaklaşımlar", Umuttepe Yayınları, 1. Baskı. Kocaeli Üniversitesi.Memiş, M. (2008). "Etkin ve Başarılı Bir İç Denetim İçin Gerekli Koşullar", İSMMMO Mali Çözüm Dergisi (85): 75-91.

Küpçü, H. (2011). "İç Denetim ve Kurumsal Yönetim", Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Sakarya.

Köroğlu, Ç. Aktaş, R. (2014), "Turizm Sektöründe Kurumsal Yönetim Anlayışı ve İç Denetim İlişkisi: Marmaris Bölgesinde Bir Uygulama", Journal of Business Research Turk, 6 (3), ss. 273-290

Okur, Y. (2010). "Türkiye'de Teftiş ve İç Denetim: Kavramlar, Beklentiler ve Hayatla Yüzleşme", Maliye Dergisi (158): 572-578.

Özer, M. (1997). "Tek Düzen Muhasebe Sistemi Sermaye Piyasası Mevzuatı ve 3568 Sayılı Kanun Kapsamında Denetim-I".

Öztürk, F. (2013). "Kurumsal Yönetim İlkeleri ve İç Denetimin Rolü", Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Muhasebe Denetim Bilim Dalı, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul.

Pehlivanlı, D. (2008), "Kurumsal Risk Yönetimi Temelli İç Denetim ve Türkiye Uygulamaları", Doktora Tezi, Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.

Pickett, S. (2003). "The Internal Auditing Handbook", John Wiley & Sons Ltd, İngiltere.

Saka, T. (2001). "İç Denetim Mesleği, Bankacılık ve Risk Yönetimi", İç Denetim Dergisi, Sonbahar, Sayı: 1.

Sezgin, C. (2002). "Dünya Ve Türkiye'de Yönetişim", İç Denetim Dergisi, Sayı: 3, Bahar.

Şehirli, K. (1999). "Kurumsal Yönetim", Araştırma Raporu (Yeterlik Etüdü) , Sermaye Piyasası Kurulu Denetleme Dairesi.

Tanç A .(2015), "Corporate Governance Principles Introduced by the Capital Markets Board of Turkey and an Investigation About Internal Audit in Companies Listed on Borsa İstanbul", Journal of Modern Accounting and Auditing 11(3): ss.150-158.

Tektüfekçi, F. (2008). "İç Denetimin Değişen Rolü: Değer Yaratmak". Mödav Dergisi 2: 79-108.

Türedi, H. Karakaya G. İldem M. (2015), "Kurumsal Yönetim ve İç Denetim İlişkisi", Sayıştay Dergisi, 96: 60-71.

Usul, H. Titiz, İ. & Ateş B. A. (2011), "İç Kontrol Sisteminin Kurumsal Yönetimin Oluşumundaki Etkinliği: Marmara Bölgesi Belediye İşletmelerine Yönelik Bir Uygulama", Muhasebe Ve Finansman Dergisi, ss.48-54.

Uzun, A. K. (2008). "İç Denetim Nedir?", Dünya Gazetesi.

Yenigün, T. (2008). "Kurumsal Yönetim ve İşletme İçi Denetim", Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İzmir.

Türkiye'de Üniversitelerin Kurulması ve Bağlı Birimlerinin Açılarak Öğrenci Alınmasında Ele Alınan Ölçütler

Erol YAVUZ[1], Faik Ahmet SESLİ[2], Fatih TAKTAK[1], M. Serhan TEMİZ[1]

Full Text

Özet

Bu çalışmada ülkemizde Üniversite, Fakülte, Bölüm ve Program açılması ve öğrenci alınması için gerekli ölçütler ele alınmıştır. Bu amaçla öncelikle mevcut ölçütler incelenmiş, eksiklikler belirlenmiş ve yeni ölçütler önerilmiştir. Gerçek ve güncel veriler ile ülke ve bölge ihtiyaçlarını dikkate almaksızın yapılacak değerlendirmelere göre verilecek Üniversite, Fakülte, Bölüm ve Program açma ve öğrenci alma kararları birçok sorunu da beraberinde getirecektir.

2547 sayılı Yükseköğretim Kanunu'nun Ana İlkeler başlığı altındaki 5.maddesinin f bendinde "Üniversiteler ile yüksek teknoloji enstitüleri ve bunlar içindeki fakülte, enstitü ve yüksekokullar, kalkınma plan ve programlarının ilke ve hedefleri doğrultusunda ve yükseköğretim planlaması çerçevesinde Yükseköğretim Kurulunun görüşü veya önerisi üzerine kanunla kurulur" denilerek üniversite ve üniversitelere bağlı birimlerin kuruluş amaçları verilmiştir.

Aynı kanun'un 5. Maddesinin Ana İlkeler başlığı altındaki h bendinde ise "Yükseköğretim kurumlarının geliştirilmesi, verimlerinin artırılması, genişletilmesi ve bütün yurda yaygınlaştırılması amacına yönelik olarak yenilerinin açılması, örgün, yaygın, sürekli ve açık eğitim - öğretimi de kapsayacak şekilde planlanır ve gerçekleştirilir" denilerek kuruluş amaçlarına nasıl ulaşılacağı açıklanmıştır.

Kanunda öngörülen hedefler doğrultusunda kurulan üniversitelerde açılan fakülte, bölüm ve programlar bu hedeflere ulaşmada içerikleri itibariyle doğru seçenekler midir?

İstanbul, Ankara ve İzmir gibi büyük illerdeki üniversite bölüm ya da programlarına alınacak öğrenci kontenjanları azaltılmalı, böylece diğer illerdeki kontenjanların artması sağlanmalıdır

Büyük illerdeki üniversitelerde ihtiyaç duyulan akademisyen sayısı belirlenmeli, ihtiyaç fazlası olan akademisyenlerin diğer illerdeki üniversitelere gitmeleri sağlanmalıdır. [1819]

Keywords: Üniversite, Fakülte, Bölüm, Program, Üniversite Kurma, Bölüm ve Program Açma, Öğrenci Alma.

[18] Uşak Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Harita Mühendisliği Bölümü
[19] Samsun Ondokuz Mayıs Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Harita Mühendisliği Bölümü

1. Giriş

Üniversitelerin kuruluş amacı mezunlarına istihdam olanağı yaratmak değildir. Üniversite mezun sayısının fazla olması bir ülkenin kalkınmışlık ölçütlerinin başında gelir. Üniversitelerin temel işlevleri araştırma, araştırma sonuçlarını insanlık yararı ile bölge ve ülke kalkınmasında kullanma, üretilen bilgiyi paylaşmak ve aktarmaktır. 2547 sayılı Yükseköğretim Kanununda üniversitenin tanımı "Bilimsel özerkliğe ve kamu tüzel kişiliğine sahip yüksek düzeyde eğitim - öğretim, bilimsel araştırma, yayın ve danışmanlık yapan; fakülte, enstitü, yüksekokul ve benzeri kuruluş ve birimlerden oluşan bir yükseköğretim kurumudur" şeklinde tanımlanmıştır. Bu tanımdan hareketle üniversitelerin ülke bazında yaygınlaştırılması ve en azından her ilde bir üniversite ve bu üniversitelere bağlı fakülte, bölüm vb. birimlerin olması gerçekçi bir yaklaşımdır. Üniversite çağına gelmiş herkesin bu olanaktan yararlanması ülkemiz için bir kazanımdır.

Her ilde en az bir üniversite olmasını eleştirenlerin temel dayanağı istihdamdır. Bu, sığ bir bakış anlayışıdır ve üniversite tanımına yani eşyanın tabiatına aykırıdır. Konuya sadece istihdam açısından bakmak bir nevi tüccar zihniyetidir. 1989 yılında Bulgaristanda yaşayan Türklere uygulanan asimilasyon neticesinde ülkemize göç eden göçmenlerin neredeyse tamamı bir meslek sahibi olduğundan kolayca iş bulabildiler. Konuya istihdam açısından bakılsa bile üniversitelerin sayısının artması her zaman için pozitif bir kazanımdır. Sorun üniversitelerin artmasında değil üniversitelerde görev yapan akademik ve idari personelin sayı ve kalitelerinin arttırılmasındadır.

2. Ülkemizde Yükseköğretimin Genel Durumu

Cumhuriyetimizin 10. yılında Mustafa Kemal Atatürk'ün önderliğinde yapılan üniversite reformu ile 1 Ağustos 1933'te kurulan ilk üniversite İstanbul üniversitesi olmuş, sonrasında sırasıyla 1944 yılında İTÜ, 1946 yılında Ankara Üniversitesi, 1955 Ege Üniversitesi, 1955 Karadeniz Teknik Üniversitesi, 1956 Ortadoğu Teknik Üniversitesi, 1957 Atatürk Üniversitesi, 1967 Hacettepe Üniversitesi ve 1969 İstanbul Devlet Mühendislik ve Mimarlık Akademisi olarak toplamda 10 üniversite kurulmuştur. Bunu takiben 2018 yılına kadar kurulan üniversiteleri onar yıllık aralıklarla listelersek; (bkz, https://istatistik.yok.gov.tr/)

Tablo 1. Onar Yıl Aralıklarla Kurulan Devlet Üniversitesi Sayısı

Sıra	Kuruluş Yılı 1970 - 1980	Sıra	Kuruluş Yılı 1981 - 1990
1	Anadolu Üniversitesi	1	Akdeniz Üniversitesi
2	Boğaziçi Üniversitesi	2	Dokuz Eylül Üniversitesi
3	Cumhuriyet Üniversitesi	3	Gazi Üniversitesi
4	Çukurova Üniversitesi	4	Gaziantep Üniversitesi
5	Dicle Üniversitesi	5	Marmara Üniversitesi
6	Erciyes Üniversitesi	6	Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi
7	Fırat Üniversitesi	7	Trakya Üniversitesi

8	Gazi Üniversitesi	8	Yüzüncü Yıl Üniversitesi
9	İnönü Üniversitesi		
10	Ondokuz Mayıs Üniversitesi		
11	Selçuk Üniversitesi		
12	Uludağ Üniversitesi		

Tablo 2. Onar Yıl Aralıklarla Kurulan Devlet Üniversitesi Sayısı

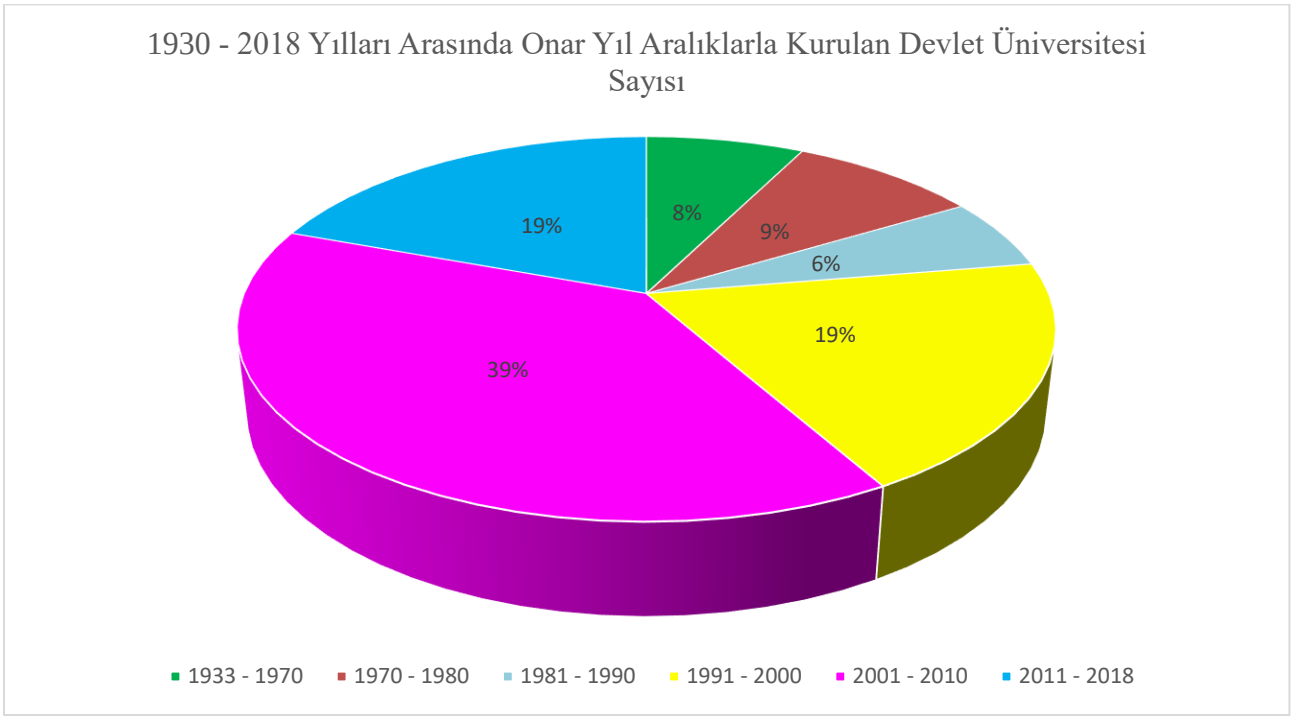
Sıra	**Kuruluş Yılı 1991 - 2000**	**Sıra**	**Kuruluş Yılı 2001 - 2010**
1	Adnan Menderes Üniversitesi	1	Abdullah Gül Üniversitesi
2	Afyon Kocatepe Üniversitesi	2	Adıyaman Üniversitesi
3	Aydın Adnan Menderes Üniversitesi	3	Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi
4	Balıkesir Üniversitesi	4	Ahi Evren Üniversitesi
5	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi	5	Aksaray Üniversitesi
6	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi	6	Amasya Üniversitesi
7	Eskişehir Osmangazi Üniversitesi	7	Ardahan Üniversitesi
8	Galatasaray Üniversitesi	8	Artvin Çoruh Üniversitesi
9	Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü	9	Bartın Üniversitesi
10	Harran Üniversitesi	10	Batman Üniversitesi
11	İzmir Yüksek Teknoloji Enstitüsü	11	Bayburt Üniversitesi
12	Kafkas Üniversitesi	12	Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi
13	Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi	13	Bingöl Üniversitesi
14	Kırıkkale Üniversitesi	14	Bitlis Eren Üniversitesi
15	Kocaeli Üniversitesi	15	Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
16	Kütahya Dumlupınar Üniversitesi	16	Bursa Teknik Üniversitesi
17	Manisa Celal Bayar Üniversitesi	17	Çankırı Karatekin Üniversitesi
18	Mersin Üniversitesi	18	Düzce Üniversitesi
19	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi	19	Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi
20	Mustafa Kemal Üniversitesi	20	Erzurum Teknik Üniversitesi
21	Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi	21	Giresun Üniversitesi
22	Pamukkale Üniversitesi	22	Gümüşhane Üniversitesi
23	Sakarya Üniversitesi	23	Hakkari Üniversitesi
24	Süleyman Demirel Üniversitesi	24	Hitit Üniversitesi
25	Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi	25	Iğdır Üniversitesi

26	Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi	26	İstanbul Medeniyet Üniversitesi
		27	İzmir Katip Çelebi Üniversitesi
		28	Karabük Üniversitesi
		29	Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi
		30	Kastamonu Üniversitesi
		31	Kırklareli Üniversitesi
		32	Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi
		33	Kilis 7 Aralık Üniversitesi
		34	Mardin Artıkulu Üniversitesi
		35	Muş Alparslan Üniversitesi
		36	Namık Kemal Üniversitesi
		37	Necmettin Erbakan Üniversitesi
		38	Nevşehir Üniversitesi
		39	Ordu Üniversitesi
		40	Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi
		41	Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi
		42	Rize Üniversitesi
		43	Siirt Üniversitesi
		44	Sinop Üniversitesi
		45	Şırnak Üniversitesi
		46	Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi
		47	Tunceli Üniversitesi
		48	Türk-Alman Üniversitesi
		49	Uşak Üniversitesi
		50	Yalova Üniversitesi
		51	Yıldırım Beyazıt Üniversitesi
		52	Yozgat Bozok Üniversitesi

Tablo 3. Onar Yıl Aralıklarla Kurulan Devlet Üniversitesi Sayısı

Sıra	**Kuruluş Yılı 2011 - 2020**	**Sıra**	**Kuruluş Yılı 2021 - 2030**
1	Alanya Alaattin Keykubat Üniversitesi		
2	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi		

3	Ankara Müzik ve Güzel Sanatlar Üniversitesi		
4	Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi		
5	Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi		
6	Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi		
7	Eskişehir Teknik Üniversitesi		
8	Gaziantep Bilim ve Teknoloji Üniversitesi		
9	Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi		
10	İskenderun Teknik Üniversitesi		
11	İzmir Bakırçay Üniversitesi		
12	İzmir Demokrasi Üniversitesi		
13	Kahramanmaraş İstiklal Üniversitesi		
14	Konya Teknik Üniversitesi		
15	Kütahya Sağlık Bilimleri Üniversitesi		
16	Malatya Turgut Özal Üniversitesi		
17	Munzur Üniversitesi		
18	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi		
19	Sağlık Bilimleri Üniversitesi		
20	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi		
21	Samsun Üniversitesi		
22	Sivas Bilim ve Teknoloji Üniversitesi		
23	Tarsus Üniversitesi		
24	Trabzon Üniversitesi		
25	Türkiye Uluslararası İslam, Bilim ve Teknoloji Üniversitesi		
26	Türk – Japon Bilim ve Teknoloji Üniversitesi		



Grafiği incelediğimizde özellikle 1991 – 2000 arasında açılan devlet üniversitesi sayısı 26 iken 2001 – 2010 yılları arasında üniversite sayısı ise bunun iki katı yani 52 olmuş, YÖK'ün kurulduğu dönemi de kapsayan 1981 – 1990 yılları arasında ise sadece 8 üniversite açılmıştır.

3. Üniversite ve Bağlı Birimlerin (Fakülte, Bölüm Vb.) Kurulmasında Ele Alınan Ölçütler

Her ile en az bir üniversite açılmış olması oldukça olumlu bir karar olmasına rağmen bu kararın üniversiteleri üniversite yapan parametrelerle desteklenmesi gerekir. Aksi halde bu üniversiteler tabela üniversitesi olmaktan öteye gidemez. Öncelikle bu parametreleri belirleyip bunlar üzerinden yorum yapılmalıdır. Bu parametreler;

3.1 Üniversitenin Yerleşimi

Kurulacak üniversite şehir merkezine yakın olmalıdır. Merkez dışındaki kampüs anlayışı terk edilmelidir. Üniversiteli mezun olduğunda karşılıklı alış, veriş de bulunacağı insanlarla iç içe olmalı, birbirlerini tanımalıdırlar. Bunun ekonomik anlamda yöre halkına da katkısı olacaktır. Üniversite sosyal ve kültürel alanlara yakın olmalıdır. Öğrencilerin terör örgütlerinin ve cemaatlerin eline düşmemesi için barınma ve diğer ihtiyaçların ucuz bir şekilde öğrenciye sunulmasında devlet destek olmalıdır

3.2 Akademik Personel

Bölümler kurulurken bir Profesör (ya da iki Doçent), bir Doçent ve bir Doktor Öğretim Üyesi ile en az iki Araştırma Görevlisi olması şartı aranmalıdır. Bu şart sağlanamıyorsa büyük şehirlerdeki üniversitelerden rotasyona tabi olarak öğretim elemanı görevlendirmesi yapılmalıdır.

3.3 İdari Personel

Duruma fakülte ve fakülteye bağlı bölümler bazında baktığımızda; Fakülte sekreteri; Her bir bölüm için bölüm sekreteri, Yazı işleri, diğer işler için 2 memur ve 1 kurye gerekli olan minimum personel sayısıdır. Yapılacak hizmet içi eğitimlerle personel sürekli eğitilmelidir.

3.4 Bütçe

Bütçe imkanları araştırma, geliştirme, laboratuvar ve atölyelerin geliştirilmesi için yeterli olmalıdır. Akademisyenlerin katıldıkları kongre, sempozyum vb. etkinliklerin her türlü ücreti etkinliğin bitiminden sonra beklemeksizin derhal ödenmelidir. Bu tip etkinliklerden önce avans da verilmelidir. Katılım belgesi, konaklama, yeme, içme ücretleri yolluk olarak değil faturalandırıldığı gibi ödenmelidir. Bu imkanlar sağlanmadan akademisyenden yayın yapmasının istenmesi bir aldatmacadan başka bir şey değildir.

Sonuç

Üniversitelerin kuruluş amacı nitelikli insan gücü yetiştirmek ve bilimsel araştırmalar yaparak toplumsal gelişmeye katkı sağlamaktır.

Bildiride maddeler halinde açıklanan temel üniversite ve çalışan ihtiyaçlarının karşılanması durumunda yeni üniversiteler kurulmasının sakıncası yoktur. Üniversiteler mezunlara istihdam yaratmak için kurulmaz gerçeğini göz önünde bulundurmalıyız. Ülkenin bu kadar inşaat mühendisine ihtiyacı mı var? Şeklindeki son derece basit ve sığ düşüncelerden kaçınmalıyız. Üniversite mezunlarının sayısı bir açıdan ülkenin kalkınmışlığının da bir göstergesidir. Üniversitelerin bölgesel göçlerin önlenmesinde de çok büyük katkıları vardır.

Üniversitelerin amaç fonksiyonunun gerçekleşmesinin bir ayağı olarak Yükseköğretimi düzenleyici bir kurum olarak YÖK şimdiye değin yapmadığı bazı düzenlemeleri de yapmalıdır. Bunlar;

1. Aynı meslek odası altında örgütlenen ve mezunlarının aynı işleri yaptığı fakat farklı bölüm isimlerine sahip olan bölümlerin (örneğin; Harita Mühendisliği ve Geomatik Mühendisliği) tek bir isim altında olması sağlanmalıdır.

2. Aynı bölümlerin farklı ders planlarına, ders içeriklerine ve kredilerine sahip olması önlenmeli ve bunlar için bir standart getirilmelidir.

3. Büyük şehirler dışındaki üniversite bölüm kontenjanlarının düşmesini önlemek için büyük şehirlerdeki üniversite bölümlerinin kontenjanları azaltılmalıdır.

4. Büyük şehirlerdeki üniversitelerde hemen hemen her bölümde akademisyen fazlalığı vardır. Bu fazla kadroların rotasyonla diğer şehirlerdeki üniversitelere aktarılması gerekir.

Türkiye'deki Meslek Yüksekokullarına Genel Bakış

Erol YAVUZ[1], Faik Ahmet SESLİ[2], Fatih TAKTAK[1], M. Serhan TEMİZ[1]

Full Text

Özet

Ülkemizde Meslek Yüksekokullarının temelini 1953 yılında Milli Eğitim Bakanlığı bünyesinde kurulan teknikerlik okulları oluşturmaktadır. Bu anlamda 1965 yılında biri Ankara'da diğeri İstanbul'da olmak üzere MEB bünyesinde iki adet Tekniker Yüksekokulu açılmıştır. 1970 li yılların başlarında bu okullar kapatılmış, bunların yerine 1974-1975 eğitim-öğretim yılında YAY-KUR (Mektupla Öğretim) olarak adlandırılan Yaygın Eğitim Kurumu Daire Başkanlığı'na bağlı olarak "Meslek Yüksekokulları" adı altında eğitim-öğretim devam etmiştir. 1981 yılında çıkarılan 2547 sayılı Yükseköğretim Kanunu ile tüm yükseköğretim kurumları Yükseköğretim Kurulu (YÖK) çatısı altında toplanması kanunda yer aldığından, Meslek Yüksekokulları da 1982 yılında üniversitelere bağlanmıştır. O yıllarda alınan kararlara bakıldığında Meslek Yüksekokullarından büyük beklentiler vardır. Bu beklentide ihracata dayalı endüstrileşme stratejilerinin önemli rol oynadığı vurgulanabilir. Çünkü böyle bir modelin başarıya ulaşmasında, endüstriyel büyümede kilit rolü oynayan ara insan gücü büyük öneme sahiptir. 1980 sonrası dönemde önem kazanan ara insan gücü konusu, kalkınma planları, iş dünyası ve bilim çevreleri tarafından daha sık vurgulanır olmuştur (2).

Meslek Yüksekokullarına giriş 2002 yılına kadar tüm liseler için YGS (Yükseköğretim Geçiş Sınavı) ile olurken, 2002 yılında çıkarılan 4702 sayılı yasayla mesleki ve teknik ortaöğretim mezunlarına Meslek Yüksekokullarına girişte sınavsız geçiş hakkı verildi. Sınavsız geçiş hakkı ile bu okullarda öğrenci kalitesi sorunu negatif anlamda artmıştır. MYO'lardaki öğrenci kalitesinin düşmesi 2017 yılına kadar artarak devam etti ve nihayet 2017 yılında sınavsız geçiş kaldırıldı. [20]. [21]

Anahtar Kelimeler : Mesleki Yüksekokulu, Meslek Lisesi, Meslek Yüksekokullarında Kalite, Meslek Yüksekokullarında Problemler, Mesleki ve Teknik Eğitim, Ara Eleman, Sınavsız Geçiş.

[20] Uşak Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Harita Mühendisliği Bölümü
[21] Samsun Ondokuz Mayıs Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Harita Mühendisliği Bölümü

1. Giriş

Meslek Yüksek Okulları sanayinin ihtiyacı olan ara eleman yetiştirilmesi amacıyla açılmıştır. Her ne kadar günümüz anlamında bir meslek yüksekokulu olmasa da kuruluşu 1911 olan "Kondüktör Fen Mektebi" Meslek Yüksekokulları'nın ilk modeli olarak kabul edilmektedir. Sanayinin ara eleman ihtiyacını karşılamak amacıyla açılan bu okullar sonrasında üniversite kapılarında yığılmaları önlemek amacıyla özellikle siyasilerin can simidi haline gelmiştir.

Avrupa Birliği ile bütünleşme anlamında 2000'li yılların başında meslek yüksekokullarındaki öğrenci sayılarını iki katına çıkarmak için çok ilginç kararlar alınmıştır. "Mesleki ve Teknik Orta Öğretim Kurumlarından Meslek Yüksekokullarına Sınavsız Geçiş Uygulaması" adlı proje ile sınavsız geçişle öğrenci alınmaya başlanmıştır (1). Bu projenin uygulanması meslek liselerindeki öğrencileri üniversiteler ile bütünleştirme açısından olumlu katkılar verse de eski sisteme göre eğitim-öğretim kalitesini oldukça düşürmüştür. Özellikle teknik programlara sınavsız geçiş yapan öğrenciler en basit matematiksel işlemleri bile yapamaz durumdaydılar (3). Bunun sorumlusu ne bu çocuklar ne de meslek liseleriydi. Sorun ilköğretim ve orta öğretimden gelmekteydi. Önceleri seçme sınavıyla girilen meslek liselerinde uygulanan yanlış politikalar nedeniyle eğitim-öğretim kalitesi adeta bitirilmiş, meslek liseleri artık örgün liselere giremeyip açıkta kalan öğrencilerin mecburen girdikleri orta öğretim kurumları haline getirilmiştir. Günümüzde de bu durumda herhangi bir değişme yoktur.

2. Meslek Yüksekokullarında Kalite Sorunu

1985-995 yılları arasında YÖK/Dünya Bankası Endüstriyel Eğitim Projesi kapsamında ihracata yönelik imalat endüstrilerinin ihtiyat duyduğu ara insan gücünü, nitelik ve nicelik bakımından uluslararası standartlara uygun olarak yetiştirmek amacıyla içlerinde İzmir, Çankırı, Düzce, İskenderun, İstanbul, Konya, Kırıkkale, Malatya, Şanllıurfa, Ege, Kayseri, Elazığ, Karadeniz Ereğlisi, Amasya, Gaziantep, Kahramanmaraş, Tekirdağ, Balıkesir, Bursa, Kocaeli, Ordu ve Rize illerinde bulunan Kontrol ve Enstrumantasyon İletişim, Endüstriyel Elektronik, Elektrik, Makine, Tarım, İnşaat, Döküm, İklimlendirme ve Soğutma Teknolojisi, Petrol, Petrokimya, Bilgisayar Teknolojisi, Gıda ve Tekstil gibi programlar projeye dahil edilmiştir. Kapsamda bu programlar geniş derslik, alet, edevat, laboratuvar ve atölye imkanlarına kavuşmuştur. Proje kapsamına alınan bu programlardan meslek yüksekokullarına sınavsız geçiş projesi başlayıncaya kadar çok kalifiye teknik elemanlar yetişmiştir.

Meslek Yüksekokullarında 2002 yılında uygulamaya başlanan sınavsız geçiş uygulamasına kadar hem öğrenci hem de akademik kadro açısından bir kalite vardı. Sınavsız geçişle birlikte öğrenci kalitesinin düşmesi kaliteli akademik kadronun meslek yüksekokullarından kaçışına neden olmuştur. Meslek Yüksekokullarından ayrılmayıp kalan akademik kadronun bir kısmı da sınavsız geçiş yapan öğrencilerin durumundan etkilenerek araştırmayı ve kendilerini geliştirmeyi bir tarafa bırakarak yeni yapıya uyum göstermişlerdir.

AB uyum yasaları nedeniyle meslek yüksekokulları'ndaki öğrenci sayısını arttırmak için YÖK'ün istemiyle hemen hemen tüm meslek yüksekokullarında yeni programlar açıldı ve

ikinci öğretime de geçildi. Fakat açılması mecbur tutulan programlar ve ikinci öğretim için meslek yüksekokullarının ne fiziki kapasitesi, ne akademik kadrosu ne de idari kadrosu yeterliydi. Uygulamaya geçilen bu yeni projenin içeriğinde ikinci öğretim için ayrı akademik kadro ve idari kadro istihdam edileceği öngörülmesine rağmen bu yapılmadı ve gündüz öğretimindeki akademik ve idari kadro kullanıldı.

Mevcut yapılanma nedeniyle bu yeni yapılanma karşılanamadığından fiziki mekan olarak meslek liseleri ile protokoller yapılarak meslek liselerinin derslik, laboratuvar ve atölyeleri kullanıldı. Akademik kadro yeterli olmadığından meslek liselerindeki öğretmenler saat ücreti karşılığında meslek yüksekokulu derslerinde görevlendirildiler. Meslek yüksekokulu öğrencilerinin meslek liseli öğrencilerle aynı mekanda öğrenim görmeleri de farklı sorunları beraberinde getirdi. Bu nedenle meslek lisesi idarecileri zorlamalı uygulanan bu projeye hiç sıcak bakmadılar. Meslek Yüksekokullarında olmayan laboratuvar ve atölye imkanları çoğu meslek yüksekokulunda yoktu. Meslek yüksekokulu öğrencilerinin meslek liselerinin laboratuvarlarını kullanmaları da başlı başına bir problemdi. Sonuçta bu problemlerin artarak büyümesi uygulamanın yanlış olduğunu ortaya koyduğundan uygulamadan vazgeçildi.

Meslek Yüksekokullarında kontenjanlar yeniden düşürüldü ve meslek liseleri ile yapılan protokoller iptal edildi. Meslek yüksekokullarının fiziki mekanlarında iyileştirmeler yapıldı ve meslek yüksekokulları eğitim-öğretimi yeniden kendi mekanlarında sürdürmeye başladılar.

Sorun bir şekilde halledilse de öğrenci kalitesi iyileştirilemedi. Şöyle ki Meslek Yüksekokullarındaki öğrencilere yönelik bir AB projesi olan Leonardo Da Vinci projesine çok az başvuru yapıldı ve bitirilen ortak proje sayısı oldukça düşük oldu. Bunun nedeni sınavsız geçişle gelen öğrencilerin yabancı dil seviyelerinin çok düşük olması ve onları AB ülkeleri meslek yüksekokulları ile ortak proje yapmak için cesaretlendirecek akademik kadronun yetersizliği idi.

Sınavsız geçiş uygulamasının yanlış olduğu her çevrede yıllarca dillendirildi ve en nihayetinde 15 yıl sonra 2017 yılında bu uygulamaya son verildi.

Sonuç

Doğru sistemi bulmak için "kervan yolda dizilir" mantığından vazgeçilmelidir. Büyük hedefleri olan ve olması gereken devletler en basit bir projelerde bile amaç ve hedeflerini doğru ortaya koyarak, planlamalarını bu amaç ve hedefler doğrultusunda yapması gerekirken ülke kalkınmasında önemli görevler üstlenecek meslek yüksekokulları gibi önemli projelerde çok daha titiz olmalıdır.

İlk ve ortaöğretimdeki kalite nasıl arttırılır? İlk çözüm bulunması gereken konu bu olmalıdır. Bu okullardan mezun olan tüm öğrencilerin birbirlerine yakın kalitede olması buralarda görev yapan öğretmen ve idarecilerin kalitesi ile yakından ilgilidir. Üniversitelerin yüksek puanla öğrenci alan bölümleri arasında eğitim fakülteleri nasıl yer bulur? sorusuna cevap aranmalıdır.

Birbirine bağlı bu sorunlar çözüldüğünde meslek liselerine de başarılı öğrenciler gideceğinden meslek yüksekokullarındaki en önemli sorun çözülmüş olur. Akademik kadrodaki kalite sorunu da buna bağlı olarak çözülmüş olur.

Kaynakça

1. Milli Eğitim Bakanlığı ve YÖK; "Mesleki ve Teknik Orta Öğretim Kurumlarından Meslek, Yüksekokullarına Sınavsız Geçiş Uygulama Esasları", Ağustos 2002, Ankara.

2. Atanur Baskan Gülsün, "YÖK/Dünya Bankası Endüstriyel Eğitim Projesi Uygulamalarının Değerlendirilmesi", Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Sayı 1, Ocak 1999, Kütahya.

3. Yavuz Erol, Alp Selçuk, "Problems on Vocational Schools Based on Education in Vocational High Schools in Turkey" **Uluslararası, International Vocational Education And Training Association (IVETA) konferansı**, Ankara

Sera Tarımında Çiftçilerin Tarım Sigortası Satın Alma Güdüleri: Demre Örneği

Ercan ÖZEN[22] Elif BAYATLI[23]

Full Text

Özet

Tarım sigortaları bir ülkede çiftçilerin üretim gücünü koruyan önemli bir araçtır. Bu sayede çiftçi korunurken, diğer taraftan da halkın gıda talebine karşı arz sağlanmış olmakta ve ülkenin gıda stoklarının güvenliği de belirli ölçüde koruma altına alınmış olmaktadır.

Bu çalışmanın amacı; Sera tarımında çiftçilerin tarım sigortası ile ilgili tutumlarını anlamak, sigorta yaptırmada engel oluşturan faktörleri ortaya çıkarmak ve sigorta bilincinin artmasına katkı sağlayacak unsurların belirlenmesidir. Bu nedenle 15-25 Ocak 2018 tarihleri arasında Antalya'nın Demre ilçesinde 192 çiftçi ile anket çalışması yapılmıştır.

Çalışma bulgularına göre Tarsim sisteminde hasar ödemeleri konusunda sorun algılandığı, çiftçilerin ürün pazarlanmasında ve finansal olanaklar bakımdan sorun yaşadıkları, sigortalama süreçlerinin karmaşık bulunduğu belirlenmiştir. Sonuçlar, Türkiye'de daha etkin işleyen bir tarım sigorta sisteminin oluşmasına katkı sağlayacaktır.

Anahtar Kelimeler: Tarım Sigortası, Tarsim, Sera Tarımı, Çiftçi, Demre

Farmers' Motivation for Purchasing Agricultural Insurances in Greenhouse Agriculture: Demre Example

Abstract

Agricultural insurances are an important tool of protecting the farmers' production power in a country. While the farmer is protected on this side, the other side provides the supply against the food demand of the people and the security of the foodstuff of the country is also under certain protection.

The purpose of this study is; to understand the attitudes of farmers about agricultural insurance in greenhouse farming, to identify the obstacles to obtaining insurance and to determine the factors that will contribute to the increase of the insurance consciousness. For this reason, a survey was conducted with 192 farmers in the Demre district of Antalya between 15-25 January 2018.

According to the findings of the study, it was determined that the insurances were complicated, some problem in the damage payments was detected in the agricultural insurance system, the farmers had problems in product marketing and financial issues. The results will contribute to the formation of a functioning more effective agricultural insurance system in Turkey.

Key words : Agriculture Insurance, Greenhouse Agriculture, Farmer, Demre

Giriş

Dünya nüfusu her geçen yıl artmakta ve bu nüfusun yeterli ve sağlıklı beslenmesi önemli bir sorun haline gelmektedir. Gıda insanlar için süreklilik gösteren bir ihtiyaçtır. Bu nedenle çiftçilerin tarımsal faaliyetlerinde de sürekliliğin sağlanması gerekmektedir. Diğer tarım biçimlerinde olduğu gibi sera tarımı da farklı riskler altındadır. Yağmur, rüzgar, hortum, zirai don olayı, hastalık gibi unsurlar çiftçilerin maruz kaldığı risklerdendir. Bu risklere maruz kalındığında çiftçilerin hasat döneminde elde edecekleri ürün ve üründen sağlanacak gelir ciddi

[22] Doç.Dr.., eozentr@hotmail.com, Uşak Universitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Bankacılık ve Finans Bölümü, Usak./Türkiye.
[23] Lisans Öğrencisi, elifbayatlii@gmail.com, Uşak Universitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Bankacılık ve Finans Bölümü, Usak./Türkiye.

ölçüde azalmaktadır. Bu durum da aile işletmeciliği biçiminde yapılan sera tarımının sürdürülebilirliği tehlikeye düşmektedir. Tarım sigortaları, tarım güvenliğini sağlayıcı bir faktör olarak önem göstermektedir. Sera tarımında ürünlerin örtü altında özel koşullar altında yetiştirilme zorunluluğu bulunmaktadır. Seralar yapıları gereği de diğer tarımsal ürünlerin yetiştirilme ortamından farklılık gösterir ve bu nedenle zarar ortaya çıkma olasılığı yüksektir.

Doğa koşullarına bağlı olaylar nedeniyle önemli zarara uğrayan, Sera tarımı ile uğraşan çiftçilerin bu tarımı faaliyetlerini sürdürmesi zordur. Bu üretim gücünün sürdürülebilmesi için zarar nedeniyle ortaya kayıpların telafi edilmesini sağlayacak bir sigorta sistemi gereklidir. Çiftçilerin bu sigorta sistemine dahil olmalarının sağlanması gerekir. Çiftçilerin tarım sigortası ile ilgili düşünceleri, yaşanan sorunların belirlenmesi ile sistemde oluşabilecek sorunların çözümü mümkün olabilecektir.

Literatür

Çiftçilerin tarım sigortalarına bakış açısı ve tutumları dünyanın farklı ülkelerinde araştırmaya konu olmaktadır (Malini, R.,2011; Tsikirayi, vd., 2013, Jin, vd., 2016; Sibiko vd., 2017) Malini (2011) Hindistan'da 60 çiftçi ile yaptığı çalışmada çiftçilerin tarım sigortalarında prim oranlarının uygunluğu, formalitelerin kolaylığı, görevlilerin rehberliği ve ortaya çıkan zararları karşılaması konularında olumlu tutum içinde bulunduklarını belirlemiştir. Tsikirayi, vd., (2013) Zimbabve'de yaptıkları araştırmada, tarım sigortalarının yaygınlaşması için sigortacılar ve çiftçiler tarafından sunulan önerileri belirlemiştir. Sigortacılara göre çiftçilerin sigorta ile ilgili farkındalığın arttırılması en önemli faktör durumundadır. Sigortacılara göre diğer önemli başlık, müşteri ihtiyaçlarını karşılayacak yeni sigortacılık ürünlerinin geliştirilmesidir. Tsikirayi, vd., (2013) çiftçilerin en önemli bulduğu konunun makul sigorta primleri olduğunu ve sigortacıların düşüncelerine benzer biçimde farkındalık yaratmanın da önemli olduğunu belirlemiştir.

Sibiko vd.(2017) de Kenya'da yapılan çalışmalarında hava durumu değişim endeksi sigortasının gelişmesi için çiftçilere daha iyi eğitim verilmesi, sistemin daha şeffaf olması, bireysel çiftçiler yerine küçük gruplara poliçe teklif etmenin sigorta prim ödeme isteğini arttıracağını önermektedir. Jin vd.(2016) da Çin'de Sibiko vd.(2017) gibi hava durumu değişim endeksi sigortası üzerine yaptıkları çalışmada çiftçilerin riskten kaçınma düzeylerinin, çiftçilerin inançlarının, eğitim düzeyinin, toprak büyüklüğünün ve gelirin sigorta yaptırmada etkili olduğunu belirlemiştir.

Yöntem ve Bulgular

Çalışmada çiftçilerin tarım sigortası yaptırma güdülerini ortaya koymak için 5'li likert tipi ölçekten oluşan 29 soruluk bir anket uygulanmıştır. Anket, 15-25 Ocak 2018 tarihleri arasında Antalya iline bağlı Demre ilçesinde yapılmıştır. Anket formunun oluşturulmasında Malini (2011), Jin vd. (2016), Tsikirayi vd.(2013) çalışmalarından faydalanılmıştır. Anketler 1-Kesinlikle Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Kararsızım, 4-Katılıyorum ve 5-Kesinlikle Katılıyorum biçimimde kodlanarak analiz edilmiştir. Anketler, 192 çiftçi ile birebir görüşülerek doldurulmuştur.

Tablo 1'de ölçeğe ilişkin tanımlayıcı istatistikler yer almaktadır. Ölçekte 1-7 sorular çiftçilerin Tarsim ile ilgili tutumları yer almaktadır. 8-11 arasındaki sorular çiftçilerin Tarsim sigortası yaptırmasını olumlu etkileyen koşullara sahip olup olmadıklarını araştırmaktadır. Çiftçilerin Tarsim yaptırma gerekçelerine ilişkin sorular 12-15'inci sorulardan oluşmaktadır.16-24 arasındaki sorular Tarsim sigortası yapmaya engel olan faktörleri, 25-29 arasındaki sorular ise çiftçilerin daha çok Tarsim sigorta yapma isteğini artırabilecek sorulardan oluşmaktadır.

Çiftçilerin sigorta ile ilgili tutumları tarım sigorta yapma istekleri üzerinde önemli rol oynamaktadır. Tutumla ilgili olarak sorular 7 adet soruya verilen yanıtlara bakıldığında bunların 5 tanesinin soru değeri ortalamasının 3'ten büyük olduğu görülmektedir. 2 sorunun ortalaması 3'ün altındadır. Çiftçiler Tarım sigortasının uygun maliyette yapılabildiği (3,0677) konusunda kararsız görünmektedir. Tarsim'in poliçe ile teminata bağlanan tüm zararları karşıladığı algısı (3,0833) ve kapsam bakımından tüm sigorta ihtiyaçlarının karşılanabildiği algısı (3,0885) da düşüktür. Çiftçiler formalitelerin kolay olmadığını (2,8333) ve sigorta eksperlerin sorun çözümünde yetersiz (2,7396) olduğunu düşünmektedir. Tarsim sigortasının kısa zamanda yapılabilmesi ve Tarsim yetkililerinin sigortalama sürecinde yeterli desteği verdiği konusundaki düşünceler de 4 değerinin altında kalmaktadır. Bu sonuçlar Tarsim sigortasının tanıtımında etkinliğin artması gerektiğini göstermektedir.

Çiftçilerin sigorta yapmasını etkileyebilecek koşulları 8-11 arasındaki sorular göstermektedir. Çiftçilerin ürünlerini pazarlayabilmede (2,1823) yeterli imkanlara sahip olmadığı, tarım işletmeciliğini uygun teknolojik araç gereçlere (2,4427) sahip olmadıkları, İşçilik maliyetlerinin (2,3906) uygun olmadığı ve Ürünlerin iyi fiyatla satılmadığı (1,9062) ortaya çıkmaktadır. Bu kötü koşullar altında tarım sigortası için ödenen bedel çiftçiler açısından uygun karşılanmamaktadır. Bu nedenle özellikle ilgili kuruluşlarca ürünlerin pazarlanması konusunda etkin politikalar üretilmesine ihtiyaç duyulmaktadır.

Tablo 1: Tanımlayıcı İstatistikler

		Sayı	Minimum	Maksimum	Ortalama	Standart Sapma
1	Tarsim Sigortası yaptırmak ucuzdur.	192	1,00	5,00	3,0677	1,28650
2	Tarsimde Formaliteler çok kolaydır.	192	1,00	5,00	2,8333	1,25466
3	Tarsim Sigortası yaptırmak çok kısa zaman almaktadır.	192	1,00	5,00	3,2500	1,14864
4	Tarsim Görevlilerinin yol göstermesi Tarsim sigortası yapma isteğimi arttırmaktadır.	192	1,00	5,00	3,7760	1,11480
5	Tarsim, Hasar olduğunda anlaşmada yer alan tüm zararları karşılamaktadır.	192	1,00	5,00	3,0833	1,25048
6	Tarsim kapsam bakımından farklı türde tarımsal sigortalama ihtiyaçlarıma cevap vermektedir.	192	1,00	5,00	3,0885	1,24802
7	Sigorta eksperleri sorun çözümünde yeterlidir.	192	1,00	5,00	2,7396	1,27599
8	Çiftçiler ürünlerini iyi bir şekilde pazarlayabilmektedir.	192	1,00	5,00	2,1823	1,33542
9	Çiftçiler tarım işletmeciliğini daha iyi şekilde yapmak için yeterli teknolojik aletlere sahiptir.	192	1,00	5,00	2,4427	1,30518
10	İşçilik maliyetleri uygun/makul düzeydedir.	192	1,00	5,00	2,3906	1,31385
11	Ürünlerimiz iyi fiyatla satılmaktadır.	192	1,00	5,00	1,9062	1,22434
12	Gelecekte iklime bağlı hasar riskinin yüksek olması sigorta yaptırma isteğimi arttırır.	192	1,00	5,00	4,0521	,97476

13	Tarsim'in devlet tarafından desteklenmesi ve yürütülmesi sigorta yaptırma isteğimi arttırır.	192	1,00	5,00	4,0521	1,04225
14	Fırtına Dolu gibi Doğa olaylarının ürünlere zarar vermesi sigorta yaptırma isteğimi arttırır.	192	1,00	5,00	4,1771	,87424
15	Tarsim primlerinin devlet tarafından kısmi olarak karşılanması sigorta yaptırma isteğimi arttırır.	192	1,00	5,00	4,0365	1,05042
16	Arazinin kira olması Tarsim sigortası yapılmasına engeldir.	192	1,00	5,00	3,2865	1,29284
17	Tarım sigortası hakkında teknik bilgi eksiğimin olması Tarsim sigortası yapmama engeldir.	192	1,00	5,00	3,3594	1,22838
18	Sigorta ile ilgili hesaplama ve muhasebe bilgimin yetersiz olması Tarsim sigortası yapmama engeldir.	192	1,00	5,00	3,2760	1,22873
19	Para/Finansal kaynaklarımın yetersiz olması Tarsim sigortası yapmama engeldir.	192	1,00	5,00	3,5573	1,18757
20	Tarsim sigortasının iyi tanıtılmaması Tarsim sigortası yapmama engeldir.	192	1,00	5,00	3,5260	1,21049
21	Hasar ödemelerinin düzensiz/eksik olarak yapılma olasılığının olması Tarsim sigortası yapmama engeldir.	192	1,00	5,00	3,7135	1,14234
22	Sigorta yapmak için ödenmesi gereken primlerin yüksek olması Tarsim sigortası yapmama engeldir.	192	1,00	5,00	3,5521	1,17896
23	Sigortalama sürecindeki yasal prosedürlerin karmaşık olması Tarsim sigortası yapmama engeldir.	164	1,00	5,00	3,6341	1,12977
24	Tapu ile ilgili yasal sorunlarının olması Tarsim sigortası yapmama engeldir.	164	1,00	5,00	3,6707	1,16234
25	Ziraat odası gibi kurumların benim adıma bazı yasal prosedürleri yerine getirmesi Tarsim sigortası yaptırma isteğimi arttırır.	164	1,00	5,00	3,6037	1,15445
26	Sigorta primlerinin ucuz olması Tarsim sigortası yaptırma isteğimi arttırır.	164	1,00	5,00	4,0732	,89003
27	Sigorta kurumlarının adil davranması Tarsim sigortasına sahip olma isteğimi arttırır.	164	1,00	5,00	4,0366	,88540
28	Ziraat odası gibi yerel kurumlarla işbirliğine gidilmesi Tarsim sigortasına sahip olma isteğimi arttırır.	164	1,00	5,00	3,8354	1,02291
29	Sigorta ürünlerinin kapsamının çiftçinin ihtiyaçlarını karşılayacak düzeyde geliştirilmesi Tarsim sigortası yaptırma isteğimi arttırır.	164	1,00	5,00	4,1585	,86471

Çiftçilerin sigorta yaptırmak için düşündükleri gerekçeleri ise 11-15 sorular ele almaktadır. Her dört soru da 4 puanının çok az üzerindedir. Bunlar; iklime bağlı olaylar, Tarsim'in devlet tarafından desteklenmesi, fırtına ve dolu gibi doğa olaylardır.

Tarsim sigortası yapılmasının önündeki engeller 16-24 arasındaki sorularla araştırılmıştır. Çiftçiler için Tarsim sigortası yapılması için görülen en önemli engelin Hasar ödemelerinin düzensiz veya eksik yapılması (3,7135) olduğu görülmektedir. Diğer önemli görülen engeller tapu ile ilgili sorunlar (3,6707), sigorta işlemlerinin karmaşık olması (3,6341), finansal gücün yetersiz olması (3,5573) ve prim tutarlarının yüksek olması (3,5521) biçimdedir.

Sigorta yapma isteğinin nasıl artacağı konusu da 25-29. sorularla ele alınmıştır. Bu konuda en çok önem verilen konu Tarsim poliçe kapsamının daha geniş olması beklentisidir (4,1585). Sigorta primlerinin daha ucuz olması (4,0732), ilgili sigorta sisteminin uygulamalarda daha adil olması (4,0366) ve Tarsim sistemi ile çiftçi arasındaki iletişimin artması gibi faktörler Tarsim sigortası yaptırılması açısından önemli görülmektedir.

Sonuç

Bu çalışmada Sera tarımı yapan çiftçilerin Tarım Sigortası (Tarsim) konusundaki tutumları, sigorta yapmayı kolaylaştırıcı ortam, sigorta yapma nedenleri, sigorta yapmada ortaya çıkan engeller ve sigorta yapma oranlarının artmasıyla ilgili koşullar araştırılmaktadır. Birebir görüşme yapılan 192 çiftçiden anket yoluyla alınan verilere göre, çiftçilerin Tarsim ile ilgili olarak tutumlarının yüksek olduğunu söylemek söz konusu değildir.

Çiftçilerin sigorta yaptırabilmek için sahip oldukları koşulların da yetersiz olduğu görülmektedir. En önemli görülen koşul ürünlerin pazarlanması ve fiyat konusunda yaşanmaktadır. Sigorta yaptırma konusunda en önemli gerekçe doğal olaylardan kaynaklanacak muhtemel zararlardır.

Çiftçilerin sigorta yapmamasında en önemli görülen engelin Hasar ödemelerinin düzensiz veya eksik yapılabileceği algısıdır. Tapu ve finansmanla ilgili sorunlar da diğer önemli engellerdendir. Diğer taraftan çiftçiler sigortada güvence kapsamının geniş olmasının sigorta yaptırmada etkili olabileceğini düşünmektedir. Çalışma bulguları Tarsim'in işleyişi ile ilgili sorunların anlaşılması ve sistemin daha işler hale gelmesi açısından katkı sağlayacaktır.

Kaynakça

Jin, J., Wang, W., & Wang, X. (2016). Farmers' risk preferences and agricultural weather index insurance uptake in rural China. International Journal of Disaster Risk Science, 7(4), 366-373.

Malini, R. (2011). Attitude of Farmers Toward Agriculture Insurance: A Study with Special Reference to Ambasamudram Area of Tamil Nadu. IUP Journal of Agricultural Economics, 8(3), 24-37.

Sibiko, K.W., P.C. Veettil, M. Qaim (2017). Small Farmers' Preferences for Weather Index Insurance: Insights from Kenya. GlobalFood Discussion Paper 93, University of Göttingen. http://www.uni-goettingen.de/de/213486.html.

Tsikirayi, C. M. R., Makoni, E., & Matiza, J. (2013). Analysis of the uptake of agricultural insurance services by the agricultural sector in Zimbabwe. Journal of International Business and Cultural Studies, 7, 1.

Komplo Teorileri ve Yabancı Korkusunun Siyasal Paronaya Üzerine Etkisi

Ferihan POLAT[24] Ecem Buse SEVİNÇ ÇUBUK[25]

Full Text

1. Giriş

Bu çalışma, 11 Eylül 2001'de Dünya Ticaret Merkezine gerçekleştirilen terör saldırısından sonra, siyasal paranoya, komplo teorisi ve yabancı düşmanlığı kavramlarının gelişimini, hakemli dergilerde yayımlanmış 73 makale arasından seçilen 20 çalışmanın sistematik analizini yaparak retrospektif bir açıdan ele almaktadır. Bu bağlamda, araştırmaya dâhil edilen çalışmalar araştırma türleri, yöntemleri, temel varsayımları ve bulguları kapsamında değerlendirilmiştir.

11 Eylül 2001'de Dünya Ticaret merkezine yapılan terörist saldırı, siyasal paranoyanın devlet politikalarının merkezine yerleşmesinde oldukça önemli bir rol oynamıştır. 21. yüzyılın temel ilkesini terörü engelleme, dini militanlığı sonlandırma ve Orta Doğu siyasetine yön verme düşünceleri oluşturmaktadır. Hem ulusal hem de uluslararası siyasetin genel hatlarını, ülke içi ve küresel terör tehdidi belirlemektedir. "Terörle mücadele" ülkelerin gerek ulusal gerekse uluslararası politikalarının başlıca konusu haline gelmiştir. Bu durumun doğal bir sonucu olarak da korku ve paranoyaları tetikleyen senaryolarla dolu bir siyaset anlayışı gelişmektedir.

Siyasal paranoyalar, komplo teorileri ve yabancı düşmanlığı gibi iki olgudan beslenir. Paranoya ve komplo teorisi dendiğinde de başarılı bir politikanın güdülmesi için hedef alınacak ilk duygu da korku olmaktadır; çünkü "korku, aklın en güçlü düşmanıdır" (Gore, 2007: 23). Bu nedenle, insanların korkularını harekete geçirerek veya onlarda yeni korkular yaratarak davranışlarını yönlendirmeye çalışmak kimi zaman (belki de çoğunlukla) siyasetin temel fonksiyonlarından birini oluşturabilmektedir.

Modern demokrasinin gittikçe seçime dayalı siyasi rekabete dönüşmesi, bireylerin oy tercihlerini etkilemeye yönelik politikaların geliştirilmesine neden olmaktadır. Rekabetin temel unsuru da muhtemel rakiplere karşı üstünlük sağlama olduğundan, burada bahsi geçen paranoyaların, komplo teorilerinin ve korkuların hedef aldığı bir "düşman" olması

[24] Doçent Doktor, Pamukkale Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü Öğretim Üyesi, fyildirim@pau.edu.tr.
[25] Araştırma Görevlisi, Adnan Menderes Üniversitesi, Söke İşletme Fakültesi, Kamu Yönetimi Bölümü, ecembuse.sevinc@adu.edu.tr.

beklenmektedir. Bu yüzden, siyasal paranoyanın temelinde bir düşman yaratma amacı yatmaktadır. Bu bağlamda ele alınması gereken kavramlardan biri de yabancı düşmanlığı (korkusu) olmaktadır.

Google Akademik Endeksinde İngiliz dilinde 2001 (11 Eylül Olayı) yılından sonra hakemli dergilerde yayımlanmış makaleler taranmıştır. Tarama kriterleri arasında öncelikle anahtar kelimeler belirlenmiştir. "Siyasal paranoya", "komplo teorisi", "yabancı düşmanlığı", "korku politikası", "nefret", "öteki", "propaganda politikası" gibi kavramların İngiliz dilindeki karşılıkları, eş anlamlıları ve yakın kelimeleri başlık, özet, metin veya kaynakça bölümünde barındıran 73 makale arasından yalnızca 2001'den öncesini inceleyen çalışmalar kapsam dışı bırakılmış; kalan 48 makaleden araştırma sorularına cevap veren 10 tanesi alınmıştır. Çalışmanın genel hatlarını çizen araştırma soruları ise şu şekilde belirlenmiştir: "siyasetin paranoyak yüzü kamuoyu nefretine ve korkularına nasıl yön vermektedir?", "siyasal paranoya kavramının evrimi nasıl gerçekleşmiştir?", "paranoya kavramı modern ahlak ve entelektüel bilincin merkezine nasıl yerleşti?", "hangi toplumlarda paranoid siyaset daha etkili olmaktadır?", "siyasal paranoya (ya da sadece paranoya) yalnızca 'trend bir hastalık' (*disease-of-the-week syndrome*) mıdır?", "paranoya artıyor mu?" ve "korkulacak yabancı geçici midir, yoksa değişmeyen bir kadere mi sahiptir?".

Araştırma, siyasal paranoyanın içeriği bakımından bir moda akımı *(disease of the week*) olarak kabul edilebilse de toplumsal ruh hali kapsamında kalıcı ve tedavi edilemeyen bir sendrom olduğunu ve toplumlara verdiği zarara rağmen kişilerin ders çıkarma eğiliminde olmadığını ortaya koymaktadır. 21. Yüzyılı özgün yapan tek unsurun sosyal medya ve İnternetin gelişmesiyle paranoid düşüncelerin yayılma alanı ve hızı olduğu dikkat çekmektedir. Ayrıca, yabancı olarak atfedilen grupların her zaman önyargılarla mücadele etmesi gerektiği ve Yahudilerin komplo teorilerinin merkezinde yer aldığı gerçeği de araştırmanın elde ettiği sonuçlar arasındadır.

Anahtar Kelimeler: Siyasal paranoya, yabancı düşmanlığı, komplo teorisi, korku politikası, yönlendirme politikası

Kavramsal Çerçeve: Siyasal Paronaya, Komplo Teorileri ve Zenofobi

Paranoya, hiçbir kanıt olmasa da (veya çok az kanıt olsa da) tehdit altındaymış gibi hissetmektir (Foster, 2016: 4). Paranoid düşünceler aynı zamanda sanrılar olarak da ifade edilmektedir. Kişilerin korktuğu veya endişe duyduğu pek çok tehdit bulunmaktadır. Günlük

hayatta karşılaşılan diyaloglar ve hareketler bile bazen tehdit olarak algılanabilmektedir. Bu nedenle, paranoid düşünceler, abartılı şüpheler şeklinde de ortaya çıkabilmektedir. Örneğin, bir kişinin başka bir kişi hakkında uygunsuz ve kötü bir yorum yapması, yorum yapılan kişi tarafından kendisine yönelik nefret kampanyasının yapıldığı şeklinde algılanabilmektedir.

1.1 Siyasal Paranoya

Siyasi düzlemde yaşanan paranoya da benzer şekilde tanımlanmaktadır. Robert S. Robins ve Jerrold M. Post (1997: 5), *Political Paranoia: The Psychopolitics of Hatred* (Politik Paranoya: Nefretin Psikopolitiği) adlı kitaplarında siyasal paranoyayı, "*sistemleştirilmiş sanrılarla ve kişisel çatışmaların başkalarında olduğu varsayılan düşmanlığa yüklenerek yansıtılmasıyla tanımlanan ruhsal bozukluk*" olarak tanımlamaktadır. Robins ve Post'un dayanak aldığı tanımlamalardan bir diğerine göre siyasal paranoya, "*mantık dizgesine oturtulmuş, ısrarlı, değiştirilmez, çoğunlukla büyüklük ve zulme uğrama sanrılarıyla tanımlanan, sinsice gelişen kronik işlevsel psikoz*" olarak değerlendirilmektedir (1997:5).

Siyasal paranoya, Robins ve Post'a göre yeni bir olgu olmamakla birlikte aslında insan evrimi tarihinin bir parçasını oluşturmaktadır. Paranoid düşüncelere yön veren başlıca siyasi mesajların toplumsal tabanda kök salmaya başlamasından önce bazı koşulların oluşması gerekmektedir. Yazarların bu düşüncesini, 1692'de kurulan Salem Cadı Mahkemeleri, 1950-54 arasında Joseph McCarthy tarafından yürütülen "gizli kızıl" avı politikası, 1963'te yaşanan John F. Kennedy Suikasti, 1978 yılında Jonestown'da "Halkın Tapınağı" tarikatının (900 kişi) liderleri Jim Jones ile beraber toplu intiharı (intihar ya da deney olduğu iddiaları hale çözülememiştir), 1993'te New York'ta Dünya Ticaret Merkezi saldırısı ve 11 Eylül 2001 yılında yaşanan Dünya Ticaret Merkezi saldırısı gibi örneklerde gözlemlemek mümkündür. Bu örnekler bir bakıma koşulların paranoyadan önce geliştiğini destekler nitelikte olsa da mevcut paranoyaları destekleyecek koşulların kasten oluşturulduğu yönündeki iddiaları da düşündürmekte, ancak kanıtsız bırakmaktadır.

Özellikle 11 Eylül faciası siyasal paranoyanın devlet politikalarının merkezine yerleşmesinde oldukça önemli bir rol oynamıştır. 21. yüzyılın temel ilkesini terörü engelleme, dini militanlığı sonlandırma ve Orta Doğu siyasetine yön verme düşünceleri oluşturmaktadır. Hem ulusal hem de uluslararası siyasetin genel hatlarını, ülke içi ve küresel terör tehdidi belirlemektedir. "Terörle mücadele" ülkelerin gerek ulusal gerekse uluslararası politikalarının başlıca konusu haline gelmiştir. Bu durumun doğal bir sonucu olarak da korku ve paranoyaları tetikleyen senaryolarla dolu bir siyaset anlayışı gelişmektedir.

Ancak, paranoya odaklı siyasetin giderek güçlenmesinin temellerini 11 Eylül'den önceki tartışmalarda gözlemlemek mümkündür. Bu tartışmaların içeriğinde bakılması gereken nokta, giderek politikleşen bir paranoya olgusudur. Robins ve Post, bu gözlemi mantıklı bir kapsamda ele almaktadır. Yazarlara göre, 20. yüzyılın sonlarına doğru, paranoya kavramı psikiyatri biliminde giderek popülerliğini kaybetmektedir. Amerikan Psikiyatri Derneği'nin *The diagnostic and statistical manual of mental disorders* adlı yayınında «paranoya» teriminin gittikçe daha az kullanılması da bu argümanın temel dayanaklarından birini oluşturmaktadır. Klasik paranoid bozukluğun psikiyatri alanında zamanla yok olması ve paranoyanın bir hastalıktan ziyade semptom olarak kabul görmeye başlaması (Foster, 2016: 7) bu düşünceyi destekler niteliktedir. Bu duruma karşılık, paranoya teriminin siyasi ve medyatik gündemde yükselmesi (Robins ve Post, 1997: 12), "Paranoya politikleşti mi?" sorusunu gündeme getirmektedir.

1.2. Komplo Teorileri

Siyasal paranoyaları destekleyen araçlardan biri de komplo teorileridir. Komplo teorileri temelinde dünyanın nasıl işlediğinin bir açıklamasıdır. Komplo teorisi kavramına kesin ve kusursuz bir tanım getirmek oldukça zordur. Kuramsallaştırmadaki bu karmaşa öncelikle kavramın kendisinin algı oyunlarına dayanmasından kaynaklanmaktadır. Komplo teorilerinin var oluş amacı sürekli bilinmeyen, gizli ve arka plandaki bilgileri açığa çıkarma ve bu bilgileri kamuoyuna kabul ettirme olduğu için önermelerinin gerçekçiliği, doğruluğu ve şeffaflığı şüphe uyandıran bir açıklamaya ideal ve açık bir tanımlama yapmak hem güç hem de risklidir. Ayrıca, argümanları kabul görmeyen veya uygun bulunmayan komplo teorisi *pejoratif* (küçültücü söz) bir terim olarak kullanılabilmektedir (Marmura, 2014: 2378).

Tüm bu karmaşık doğasına karşın, komplo teorisi terimi hem hayatın her alanında (günlük yaşam, medya, siyaset, sağlık vb.) hem de akademik yazında yaygın bir şekilde kullanılan ve tartışılan bir kavramdır. Dolayısıyla, tüm kullanım biçimleri ve özellikleri göz önünde bulundurularak kavrama bir tanımlama yapmak gerekmektedir. Genel itibariyle, komplo teorisi, kamuyu büyük zarara uğratan kötü bir fiil gerçekleştiren ve gerekli olduğu hallerde yanlış kişi ve grupları suçlamak için kamuoyunu yönlendiren küçük bir grup komplocu oluşturarak ya son derece önemli bir olayı (*tekil komplo*) ya da olayların bütün bir halini (*küresel komplo*) açıklamaya çalışmaktadır (Landes, 2007: 10). Birçok tekil komplo teorisi, *cui bono* (Kimin yararına? Bu durumdan kim karlı çıkar?) ilkesiyle hareket etmekte ve geçmiş olayları yaşananlardan faydalananlar üzerinden açıklamaya çalışmaktadır. Örneğin; "Roosevelt neden

Pearl Harbor'ın yaşanmasına izin verdi?" sorusunun cevabı, "Ancak bu olayın yaşanmasıyla savaşa girmek için bir mazereti olacaktı." olacaktır. Geçmişteki komplo teorilerinin çoğu, "Bu gizli güçlerle kim mücadele edebilir?" yaklaşımıyla hareket eden pasif ve kaderci teorilerdi (Pipes, 1996: 26-29). Teorilere yönelik yapılan açıklamalar da bilişsel ve duygusal teselli ödülleri şeklinde yapılmaktaydı: "Artık neden kaybettiğimizi biliyoruz ve bu durum bizim hatamız değil."

Michael Barkun (2003: 3) *A culture of conspiracy: Apocalyptic visions in contemporary America* adlı kitabında komplo teorilerini "bireylerden veya gruplardan oluşan bir kuruluşun kötü niyetli bir amaca ulaşmak için örtülü bir davranarak gündeme getirdiği inanç" olarak tanımlamaktadır. Barkun'un tanımında, iki önemli anahtar kavram bulunmaktadır: "bireylerden veya gruplardan oluşan kötü niyetli bir aktör" ve "gizli bir eylem". Barkun (2003: 5) söz konusu gizli (örtülü) eylemin hem bilinen hem de bilinmeyen aktörler tarafından yapılabileceğini vurgulamaktadır.

Bir komplo teorisinin en çekici yanı, olaylara açıklık getirmesidir. Etno-milliyetçi (*ethno-nationalist*) komplo teorilerini (anti-Semitik komplo teorileri gibi) benimseyen aşırı sağ gruplar için komplolar, bazı grupların neden yaygın destek bulamadıklarını açıklamak için oldukça uygun bir araçtır (Billig, 1978: 153). Özellikle "binyılcılık" gibi yeni dini hareketler bağlamında komplo teorileri, hem bazı grupların neden yeteri kadar tanınmadıklarını hem de dünyanın bir sona ulaşmada istikrarlı başarısızlığını açıklamada oldukça yeteneklidir (Barkun, 2003: 3).

Robertson (2016: 208), komplo teorilerinin "kaybedenlerin, tahliye edilmişlerin, mülksüzleştirilmişlerin tanrıbilimi, felsefi teorisi" (*theodicy of the dispossessed*) görevini üstlendiğini ve teori taraftarlarının kendi talihsizlikleri için kendi yaptıkları veya yaşanan olaylardan ziyade kötü niyetli yabancı grupları suçlamalarına olanak sağladığını ifade etmektedir. Daha da önemlisi, komplo teorilerine inanmak sadece rahatlatıcı bir nedensellik sağlamakla kalmaz; aynı zamanda özel bilgiye sahip olma algısı yarattığından bireyin kendisini farklı hissetmesini sağlamaktadır.

Politik paranoya ve komplo teorileri üzerine inceleme yapan önemli eserlerden biri Richard Hoffstadter'in 1964'te yayımladığı *The Paranoid Style in American Politics* (Amerikan Siyasetinin Paranoyak Tarzı) adlı kitabıdır. Hofstadter, Amerikan siyasi söylemindeki rakip güçleri ve uç (marjinal) grupların siyasi partilerin daha büyük gündemlerini nasıl etkileyebildiklerini incelemektedir. Bireylerin davranışlarının gerçek siyasi konularla

orantısız hareket etmesi ve bu davranışların daha büyük grupları nasıl etkilediği konusunda aydınlatıcı olan irrasyonel politikaları araştırmaktadır.

Hoffstadter (1964: 84), komplo teorisine inanmayı gerçeğe karşı savaşmaya, bireyin kendi üstünlüğüne inanmaya ve kendi kimliğini "militan lider" görmeye benzetmektedir. Komplo teorileri aynı zamanda zaten var olan inançların doğrulayıcı olarak öne sürülmektedir. Hoffstadter'e göre, kitle medya araçlarının gelişmesi ve paranoyak tarz arasında oldukça güçlü bir ilişki bulunmaktadır. Komplo teorilerinin medya kanalıyla daha hızlı ve etkili bir şekilde yayılması, toplumun paranoya seviyesini arttırmada önemli bir rol oynamaktadır. Günümüzde özellikle Internet ve sosyal medyanın da kitlelere ulaşma hızı düşünüldüğünde, komplo teorilerinin bireylerde ve toplumsal gruplardaki paranoid düşüncelerin seviyesi ve bu düşüncelerin davranışlarına olan yansımaları daha fazla önem kazanmaktadır.

Siyasal paranoyanın yükselerek komplo teorilerinin başarıya ulaşması, bu amaç doğrultusunda çizilen senaryoların iyi kurgulanması ve kurguları destekleyecek etkili realitenin bulunmasının ötesinde, bireylerin bazı duygularını da baskın hale getirmesi gerekmektedir. Paranoya ve komplo teorisi dendiğinde de başarılı bir politikanın güdülmesi için hedef alınacak ilk duygu da korku olmaktadır; çünkü "korku, aklın en güçlü düşmanıdır" (Gore, 2007: 23). Bu nedenle, insanların korkularını harekete geçirerek veya onlarda yeni korkular yaratarak davranışlarını yönlendirmeye çalışmak kimi zaman (belki de çoğunlukla) siyasetin temel fonksiyonlarından birini oluşturabilmektedir. Eski ABD Başkan Yardımcısı Al Gore (2007: 24), korku politikasının önemini şu şekilde dile getirmektedir:

> *Uluslar, bilinmeyene meydan okudukları ve korkuyla baş ettikleri oranda başarılı ya da başarısız olurlar ve temel karakterlerini tanımlayabilirler. Bu sürecin gelişimi de çoğunlukla liderlerin kalitesine bağlıdır. Liderler, halkın korkularını sömürerek halkı başka koşullarda yapmayacakları şekilde davranmaya yönlendirirse, korku ulusal bilince ve kimliğe zarar veren, kendi kendine varlığını sürdüren ve vurdumduymaz bir güç haline gelebilir. Bu tarz bir korku, dikkati gerçek tehditlerden alarak her ulusun geleceğiyle ilgili yapması gereken temel seçimlerde karışıklığa neden olmaktadır.*

Sinir bilimi üzerine yapılan son çalışmalarda, insanların sanılanın aksine rasyonel olarak değil de duyguları ve güdüleri ile hareket ettiğini gösteren bulguların arttığını belirten Gore, korkunun mevcut siyasete istenen şeklin verilmesinde korkunun çok etkili bir araç olduğunu düşünmektedir. Bu nedenle, paranoid siyasetin gelişmesinde korku politikalarının uygulandığını öne sürmek makul bir değerlendirme olacaktır.

1.3. Zenofobi

Modern demokrasilerde, yöneticilerin veya yönetici adaylarının kamuoyu algısına en fazla ihtiyaç duydukları aşama genellikle seçim süreçleri olmaktadır. Modern demokrasinin gittikçe seçime dayalı siyasi rekabete dönüşmesi, bireylerin oy tercihlerini etkilemeye yönelik politikaların geliştirilmesine neden olmaktadır. Rekabetin temel unsuru da muhtemel rakiplere karşı üstünlük sağlama olduğundan, burada bahsi geçen paranoyaların, komplo teorilerinin ve korkuların hedef aldığı bir "düşman" olması beklenmektedir. Bu yüzden, siyasal paranoyanın temelinde bir düşman yaratma amacı yatmaktadır. Bu bağlamda ele alınması gereken kavramlardan biri de yabancı düşmanlığı (korkusu) olmaktadır.

Zenofobi olarak adlandırılan yabancı düşmanlığı ya da korkusu Yunanca *xenos* (yabancı) ve *phobos* (korku) kelimelerinden türemektedir. Oksana Yakushko (2009: 43), zenofobi kavramını "*göçmenlere ve yabancı olarak algılananlara yönelik tutumsal, duyuşsal ve davranışsal önyargı biçimi*" olarak tanımlamaktadır. Merriam-Webster Sözlüğü'nün tanımına göre, yabancı korkusu ve bu korkunun etkileri, kendi grubunun veya kültürünün başkalarına göre daha üstün olduğu düşüncesiyle nitelendirilen etnosentrizm ile bağlantılıdır. Crowther (1995: 1385) ise zenofobinin diğer ülkelerden gelen ve yerli bireylerin "yoğun bir hoşnutsuzluk ve korku" beslediği kişilere odaklanan bir konu olduğunu belirtmektedir.

Zenofobik söylem ve politikaların siyasi rekabette üstünlük sağlayabilmesi için korkulan veya istenmeyen grubun rakip statüsünde olması şart değildir. Bu gruplara yönelik negatif duygular dolaylı olarak temel ideolojileri destelemek adına sıklıkla kullanılmaktadır. Örneğin; aşırı milliyetçi partiler, bazı gruplara karşı genel bir korku ya da hoşnutsuzluk yaratarak, bu grupların tehdit olarak algılanmasını sağlayıp kendilerinin yabancılara karşı kısıtlayıcı ve baskıcı politikalarını haklı çıkarma eğilimi içine girebilirler.

Diğer yandan, korkuya sebep olan yabancının bir ülke için gerçekten de yabancı olmasına da gerek yoktur. Aslında aynı ülkede yüzyıllardır ortak bir hayat yaşamalarına rağmen bazı gruplar etnik kimlik, din, kültür, cinsiyet, yaş vb. gibi sınıflandırma ölçütleri kullanılarak siyasete malzeme edilmekte ve içinde yaşadıkları topluma yabancılaştırılabilmektedir.

Günümüzde toplumsal algıyı yönlendirmenin en etkili yöntemlerinden biri spin (yönlendirme) politikası, yani propaganda politikasıdır (*politics of spin*). Propagandalar bazen bilinçli olarak bazen de kendiliğinden toplumda paranoid düşüncelerin oluşmasına zemin hazırlayabilmektedir. Bu nedenle, siyasal paranoya ve zenofobi ekseninde dikkate alınması gereken kavramlardan biridir. Siyasi yönlendirme, bir olayın yanlılıkla yorumlanması yoluyla elde edilen ya da kamuoyunu bazı örgütlere veya kamusal figürlere karşı ikna etmeye yönelik

kampanya oluşturmayla sağlanan propaganda biçimidir (Grattan, 1998: 34). Bu süreçte, siyasi mesajın sunumunda semboller ve siyasi tarz oldukça önemlidir. Grattan (1998: 35), yönlendirme siyasetinin medyayı maksimum oranda kontrol edip manipüle ederek siyasi mesajın profesyonel bir şekilde satışını ifade ettiğini belirtmektedir. Etkili bir yönlendirme yapabilmek için siyasilerin ve devlet yöneticilerinin medya danışmanlarının olduğunu belirten Grattan (1998: 35), modern toplumlarda medyanın bir silah niteliği taşıdığını öne sürmektedir. Yönlendirme ve propaganda politikası, hedef düşman belirleyerek toplumsal paranoyanın en üst seviyeye çıkarılmasında medya manipülasyonunun rolünü daha da önemli kılmaktadır.

2. Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırmada, hakem denetiminden geçmiş, 2001 yılından sonra akademik dergilerde yayınlanan makaleler incelenmektedir. 2001'den sonraki makalelerin değerlendirmeye alınmasının temel sebebi 11 Eylül 2001'de yaşanan Dünya Ticaret Merkezi saldırısından sonra siyasal paranoya ve siyasi gerçeklik kavramlarının uygulamada birbirine karıştığının yaygın olduğu düşüncesidir (Bale, 2007: 46). 11 Eylül faciası, tüm medya kanalları aracılığıyla gözler önüne serilerek, sadece paranoid düşüncelerin oluşmasına zemin hazırlamamış, aynı zamanda komplocu siyasete yönelik bir sorgulama da başlatarak gerçek düşmanın kim olduğu yönünde çok yönlü yaklaşımların gelişmesine neden olmuştur (Bale, 2007: 48).

Bu bağlamda, 2001 yılından sonra yayınlanan 10 makale çalışmanın temelini oluşturmaktadır. Google Akademik Endeksinde İngiliz dilinde 2001 (11 Eylül Olayı) yılından sonra hakemli dergilerde yayımlanmış makaleler taranmıştır. Tarama kriterleri arasında öncelikle anahtar kelimeler belirlenmiştir. "Siyasal paranoya", "komplo teorisi", "yabancı düşmanlığı", "korku politikası", "nefret", "öteki", "propaganda politikası" gibi kavramların İngiliz dilindeki karşılıkları, eş anlamlıları ve yakın kelimeleri başlık, özet, metin veya kaynakça bölümünde barındıran 73 makale arasından yalnızca 2001'den öncesini inceleyen çalışmalar kapsam dışı bırakılmış; kalan 48 makaleden araştırma sorularına cevap veren 10 tanesi alınmıştır. Anahtar kelimelere «apokalipsi» kavramı eklenmemiştir; çünkü bu kavram komplo teorisinin bir parçası olduğundan komplo teorilerine değinen makalelerde zaten bulunmaktadır.

Makale sayısını sınırlandırmak ve araştırma kapsamının net bir çerçevesini oluşturmak için araştırma sorularına cevap veren yazılar incelemeye dâhil edilmiştir. Çalışmanın genel hatlarını çizen araştırma soruları ise şu şekilde belirlenmiştir: "siyasetin paranoyak yüzü kamuoyu nefretine ve korkularına nasıl yön vermektedir?", "siyasal paranoya kavramının evrimi nasıl gerçekleşmiştir?", "paranoya kavramı modern ahlak ve entelektüel bilincin

merkezine nasıl yerleşti?", "hangi toplumlarda paranoid siyaset daha etkili olmaktadır?", "siyasal paranoya (ya da sadece paranoya) yalnızca 'trend bir hastalık' (*disease-of-the-week syndrome*) mıdır?", "paranoya artıyor mu?" ve "korkulacak yabancı geçici midir, yoksa değişmeyen bir kadere mi sahiptir?".

Araştırmaya konu olan metinler, bazı kıstaslar kapsamında sınıflandırılmıştır: a) makalenin türü, b) yayım yılı, c) araştırma yöntemi, d) teorik/kavramsal çerçeve, e) çalışmanın kapsamı ve f) temel çıkarımlar. Bu başlıklar altında, çalışmaların ortak yönleri ve farklılıkları değerlendirilerek araştırma soruları cevaplanmıştır.

3. Bulgular

Yöntem bölümünde detayları verilen sistematik literatür taraması aşamaları sonucunda araştırmanın amacına hizmet eden 10 makale elde edilmiştir. Tablo 2'de bu makalelerin genel görünümü belli başlıklar altında sunulmaktadır: a) makale başlığı, b) yazarlar, c) yayımlandığı dergi, d) makalenin türü, e) yayım yılı, f) araştırma yöntemi, g) teorik/kavramsal çerçeve, h) çalışmanın kapsamı ve i) temel çıkarımlar.

Tablo 1'de siyasal paranoya ve yabancı düşmanlığı arasındaki ilişkinin uygulamada ortaya çıkışı üzerine değerlendirme yapan makalelerin elde ettiği sonuçlar ortaya konmakta ve siyasal paranoya kavramının tarihsel gelişimi, hedef aldığı kitle ve kalıcılığı üzerine yapılan tespitler sunulmaktadır.

Araştırma kapsamında incelenen metinlerin Türkay S. Nefes'e ait ampirik çalışma haricindekiler, değerlendirme ve açıklama yazısı şeklinde kaleme alınmış ve tercih ettikleri yöntemler arasında literatür analizi, içerik analizi, gömülü teori ve örnek olay incelemesi bulunmaktadır. Çalışmaların çoğu, analizlerini kuramsal temele dayandırmamaktadır. Bu durumun başlıca nedeni ise, siyasal paranoya kavramının komplo teorisi ile iç içe olmasıdır.

Tablo 1: Tanımlanmış Özelliklere Göre Makalelerin Sistematik Analizi

	Makale Başlığı	Yazarlar	Makalenin Türü	Yayınlandığı Dergi	Yıl	Araştırma Yöntemi	Teorik/Kavramsal Çerçeve	Çalışmanın Kapsamı	Temel Çıkarımlar
1	"It's not paranoia when they are really out to get you": the role of conspiracy theories in the context of heightened security	Benjamin J. Lee	Değerlendirme Yazısı	Behavioral Sciences of Terrorism and Political Aggression	2017	Literatür Taraması	İslamlaştırma Komplo Teorisi Karşı Cihat Komplo Teorisi	"Komplo teorisi, karşı cihat hareketinin önemli bir parçası olarak kalırken, güvenlik ve medya bağlamında, komplo teorisi, açık eylemler yoluyla üretilen öfkenin arkasında kalmış gibi görünmektedir."	"karşı cihat izleyicileri komplo teorisi açıklamaları hakkında ya az bilgi sahibi ya da hiç bilgiye sahip değil... hakaret ve eylemler komplo teorilerinden önce gelmektedir."
2	Bush's America and the Return of Cold War Science Fiction: Alien Invasion in Invasion, Threshold, and Surface	Steffen Hantke	Değerlendirme Yazısı	Journal of Popular Film and Television	2010	İçerik Analizi (TV programları)	Kuramsal çerçeveye dayandırılmamakta, "tarihsel analoji (kıyas, benzetim)" yapılarak terör, işgal, anavatan gibi kavramlar vurgulanmaktadır.	"2005 yılında ABD'nin üç televizyon kanalında 11 Eylül sonrası şartları yorumlayan ve 1950'lerde yayınlanan benzer filmlerle olukça yakınlık gösteren, yabancı işgaliyle ilgili bilim kurgu programları yayınlanmaya başladı."	"İzleyicilerin sürekli tekrar eden komplo teorilerini sorgulaması, 2005 yılındaki yayınların 1950'lerdeki filmler kadar destek görmemesine neden oldu. ABD vatandaşları artık yabancıyı devlet bünyesinde aramaya başladı."
3	The Changing Shapes of Our Fears	Stacy Takacs	Değerlendirme Yazısı	Cinema Journal	2016	İçerik Analizi (TV programları)	Kuramsal çerçeveye dayandırılmamakta, "bozguncu anlatı", "istisnaların görüntüsü" ve "korku" gibi kavramlarla paranoya arasında ilişki kurulmaktadır.	Medya, terör ve güvenlik konularında siyasi uyuşukluğu sağlamak için "bozguncu anlatı ve istisnaların görüntüsünü", siyasi faaliyet ve reformlara oranla daha fazla tercih etmektedir."	"Korku üzerine yapılan sosyal vurgu; özellikle yoksullar, göçmenler, mülteciler, Müslümanlar ve Araplara "benzeyen" şeklinde tanımlanan insanlar gibi savunmasız nüfuslarda artan baskının ortaya çıkmasına neden olmaktadır."

4	The Jews as Contested ground in Postmodern Conspiracy Theory	Richard Landes	Açıklayıcı	Jewish Political Studies Review	2007	Gölümü Teori	Komplo Teorisi Modern & Postmodern-Suçlama (*Scapegoating*)	"11 Eylül vakasına cevap olarak, normal modeli tersine çeviren, "postmodern" ve politik açıdan doğru bir komplo geliştirildi: 'bizi' suçluyorlar ve 'onları' bağışlıyorlar."	"Öz eleştiri mekanizması güçlü Batılılar, paranoyak cihatçıların suçlamalarını kabul etmektedir. Modern komplo düşüncesinde her zaman olduğu gibi, Yahudiler, özellikle Siyonistler olayların merkezinde yer almaktadır."

5	The USA PATRIOT Acts (et al.): Convergent Legislation and Oligarchic Isomorphism in the "Politics of Fear" and State Crime(s) Against Democracy (SCADs)	Kym Thorne, Alexander Kouzmin	Değerlendirme Yazısı	Flinders Journal of Law Reform	2007	Karşılaştırmalı Analiz/Örnek Olay İncelemesi	Kuramsal çerçeveye dayandırılmamakta, ancak "Yeni Dünya Düzeninden", "Terörle Mücadele" düzenine geçilmesi	"'Teröre Karşı Savaş', ABD, İngiltere / Avrupa ve Avustralya'daki terörle mücadele yasalarının çerçevelendirilmesi ve yeniden çerçevelenmesi sürecinde büyük ölçüde 'görünmez' olanın gerçekliğini görmede alışılmadık bir kapı aralamıştır."	"Yapılan analizler, tarih dışı ve bitmeyen 'Yeni Dünya Düzeni/ Terör Savaşı' söylemini, daha reel-politik, tarihsel yankı uyandıran bir formülasyonla ya da Hristiyanlar, Yahudiler ve Müslümanların bir arada yaşadığı bir düzenle karşı karşıya bırakmıştır."
6	The Cognitive and Emotional Sources of Trump Support: The Case of Low-Information Voters	Richard C. Fording & Sanford F. Schram	Açıklayıcı	New Political Science	2017	Örnek Olay İncelemesi	Kuramsal çerçeveye dayandırılmamakta, ancak "low-information voting", "vulnerability" ve "Need for Cognition" kavramlarıyla siyasal paranoya	"Donald Trump, 'düşük seviyede bilgi sahibi' yandaşlarından eşi benzeri görülmemiş bir düzeyde destek almıştır."	"Yeterli siyasi bilgi ve eleştirel düşünceye girme isteği olmaksızın, duygusal olarak manipüle edilmiş seçmenler, demokratik hesap verme sorumluluğunu yerine getirme yeteneklerini kaybederler."

							arasındaki ilişki açıklanmaktadır.		
7	Fears of *Fédéralisme* in the United States: The Case of the 'North American Union' Conspiracy Theory	Chip Berlet	Açıklayıcı	Fédéralisme Régionalisme	2009	Örnek Olay İncelemesi	The North American Union Conspiracy Theory	"Vatansever ve Silahlı Militya Hareketleri'nin şüpheli komplocu endişeleri, temel kavramların abartılı versiyonlarını yansıtıyor olsa da, bu kavramların periyodik olarak Amerikan Rüyasını rahatsız eden belirli kabuslarda kök saldığını görmek yararlı olacaktır."	"Kuzey Amerika Birliği komplo teorisi çöktüğünde, yerini alacak başka bir komplo teorisi olacaktır. Mevcut ekonomik kriz karşısında, ileriki dönemlerde ortaya çıkacak günah keçilerinin yalnızca zamane teorilerinin içeriğini oluşturmakla kalmayacağını aynı zamanda fiziksel tehdit ve şiddet eylemleriyle de karşılaşacaklarını düşünmek gerekir."

8	Scrutinizing impacts of conspiracy theories on readers' political views: a rational choice perspective on anti-semitic rhetoric in Turkey	Türkay Salim Nefes	Ampirik çalışma	The British Journal of Sociology	2015	İçerik Analizi	Komplo Teorisi	"Sağcılar, Dönmelerin Yahudi kökenlerine tepki gösterirken, solcular da Dönmelerin baskın burjuva figüre oldukları yönündeki iddialara karşı çıkmaktadır."	"Sol ve sağ kanattaki taraftarlar, komplo hesaplarını kendilerinin siyasi görüşleri ve ontolojik güvensizliklerine göre kullanmaktadır."
9	Islamophobia: Incitement to religious hatred – legislating for a new fear?	Pnina Werbner	Değerlendirme Yazısı	Anthropology Today	2005	Gömülü Teori	Irkçılık İdeolojisine Yönelik Modeller	"Asıl soru İslam düşmanlığının hangi oranda özel bir kanun gerektiren benzersiz bir ırkçılık şekli olduğudur."	"Sembolik kanunların kötü kanunları oluşturduğunu iddia etmek mümkündür. Yeni kanun, kendilerini

									kamusal iftiraya karşı koruyacaklarına inanan Müslümanları ve diğer azınlıkları hayal kırıklığına uğratacak gibi görünmektedir.”
10	The Politics of Paranoia	Aaron Belkin	Açıklayıcı	Journal of Homosexuality	2013	Örnek Olay İncelemesi	Kuramsal çerçeveye dayandırılmamakta, “Don’t ask, don’t tell” kanunundaki retoriğe yönelik bir analiz yapılmaktadır.	“Paranoya hem Amerikan sağında hem de Amerikan solunda bulunmaktadır. Bu kavram koridorun bir yanına veya diğerine özgü bir fenomen değildir.”	“‘Sorgulama, söyleme’ politikası sadece bireyleri siyasal paranoyaya sürüklemekle kalmadı; aynı zamanda yöneticilerin geylerin neden askeriyede yer almalarına karşı oldukları hakkında (muhalefetlerinin ahlaki zemini) da yalan söylemelerine fırsat verdi. Böylelikle, yöneticiler temel savlarını birlik bütünlüğüne dayandırabildi.”

Tartışma ve Sonuç

Yapılan araştırma, siyasal paranoya ve yabancı düşmanlığı arasındaki ilişkinin gelişimi üzerine önemli değerlendirmeleri ortaya koymuştur. Araştırmanın sonuçlarına geçmeden önce, barındırdığı bazı kısıtlılıklara değinmenin faydalı olacağı düşünülmektedir. Araştırma kapsamı ve yöntemi bakımından bazı sınırları içermektedir. Öncelikle, araştırmaya yayınlanmamış veya hakemli olmayan yayınlarda çıkan metinler dâhil edilmemiştir. Bu kısıtlama, bilimsel araştırma yöntemleri bakımından değerli görünse de mevcut tartışmaların içeriği hakkında bazı sapmalara neden olabilmektedir. Özellikle bildiri metinlerinin inceleme dışı bırakılması akademik tartışma ortamlarında konunun ele alınış biçimlerini göz ardı etmektedir. Araştırmada, yalnızca İngiliz dilinde yazılan metinler değerlendirmeye alınmıştır. Bu kısıtlama, özellikle Orta Doğu ve Asya'daki siyasal paranoyaların yabancı algısına yönelik yansımalarını kapsam dışı bırakmaktadır. Ayrıca, yabancı düşmanlığı kavramına genel çerçevede bakılmıştır. İleriki çalışmalarda ötekileştirilen her bir gruba yapılan muamelenin ayrı bir inceleme konusu olabileceği düşünülmektedir. Son olarak, siyasal paranoya (veya yalnızca paranoya) ve yabancı düşmanlığı sadece akademik değil; medyatik tartışmaların da gündeminde bulunmaktadır. Bu bağlamda, medya haberleri ve akademik yazılar arasındaki benzerlikler ve farklılıkları ele alan başka bir çalışma alana katkısı bakımından faydalı olacaktır.

Araştırmanın sonuçları dikkate alındığında, varılan ilk sonuç siyasal paranoya kavramının pratiğinin yeni bir olgu olmadığı ve modern topluma geçişte, bilhassa aristokrasinin yükselmesinin ardından güç savaşları kapsamında popülerlik kazanmaya başladığıdır. Kavram olarak ise Soğuk Savaş döneminde popülerlik kazanmaya başlamış ve 20. yüzyıl dünya siyaseti paranoyalarla şekillenmiştir.

Paranoid düşünceler topluma çok fazla zarar vermesine rağmen toplumun ders çıkarma niyeti gözlemlenmemektedir. Mevcut paranoyalar, başka paranoyalarla kapatılmaktadır. Bu durum, yazar tarafından "ağrının yer değiştirme teoremi" olarak adlandırılmaktadır. Var olan ağrılar, hiçbir zaman tam anlamıyla tedavi edilmeye çalışılmamakta, başka ağrıların ortaya çıkmasıyla yalnız unutulmaktadır. Eski ağrıları hatırlatacak başka semptomlar meydana geldiğinde de bireyler ve toplumlar geride bıraktığı ağrılarını tekrardan deneyimlemektedir.

Çok kültürlü toplumlarda korku ve paranoyaların daha etkili olduğu gözlemlenmektedir. Bu sonuç, paranoyanın doğası ve tehdit algısıyla olan yakınlığı düşünüldüğünde doğal bir sonuçtur. Çok kültürlü toplumlarda "öteki" veya "düşman" yaratma fırsatı daha fazladır. Her ne kadar saf bir ulus oluşturmak imkansız olsa da, ulus-toplum/ulus-

devlet düzeninde ulus dışı bırakılması makul görünen grupların çok kültürlü toplumlarda daha rahat bulunması ön görülebilir bir sonuçtur.

"Zeno" kapsamında ele alınan toplumsal grubu eğer Yahudiler oluşturuyorsa, yapılan araştırma zenonun kaderinin değişmesinin oldukça zor olduğunu göstermektedir. Günümüzde yapılan çalışmalarda bile modern toplumdaki her türlü dünya düzeni anti-Semitik komplolara dayanmaktadır. Zenonun kaderi yerel, ulusal, bölgesel ve küresel çıkarlara bağlıdır. Bir birey ya da grup, bir kere "zeno" olarak kabul gördüğünde, o gruba yönelik önyargı ve korkuların tamamen iyileşmesi oldukça güçtür.

Siyasal paranoya, içeriği bakımından bir moda akımı *(disease of the week*) olarak kabul edilebilse de toplumsal ruh hali kapsamında kalıcı ve tedavi edilemeyen bir sendromdur. Paranoya ne artmakta ne de azalmaktadır; yalnızca mevcut şartlar altında bastırılmakta ve uygun koşullar oluştuğunda tekrardan gün yüzüne çıkartılmaktadır. Siyasal paranoya yöneticiler için öğrenilen bir yöntem olarak değerlendirilmektedir. Bu bağlamda, siyasal paranoya yaratmada kullanılan stratejiler ve yabancı düşmanlığını destekleyen politikalar bir bakıma halkla ilişkiler ve talep artırma çalışması olarak kabul edilebilir. Aslında politik kampanya ile arasında fark bulunmaktadır; ancak iki kavram arasında ayrım yapmak oldukça zordur. Çünkü hangi bilginin hangi insanlarda paranoid düşüncelere neden olabileceği öngörülebilir değildir.

KAYNAKÇA

Bale, J. M. (2007). "Political paranoia v. political realism: on distinguishing between bogus conspiracy theories and genuine conspiratorial politics", Patterns of Prejudice, 41(1), 45-60.

Barkun, M. (2003). *A culture of conspiracy: Apocalyptic visions in contemporary America*. Berkeley: University of California Press.

Baumeister, R. F. ve Leary, M.R. (1997). "Writing narrative literature reviews." *Review of General Psychology*, 3, 311-320.

Baumeister, R. F. (2013). "Writing a literature review". M. J. Prinstein ve M. D. Patterson(Eds.), *The portable mentor: Expert guide to a successful career in psychology* (s.119-132). New York: Springer Science+ Business Media.

Belkin, A. (2013). "Politics of Paranoia", *Journal of Homosexuality*, 60, 214–218.

Bem, D. J. (1995). "Writing a review article for Psychological Bulletin", *Psychological Bulletin*,118, 172-177.

Berlet, C. (2009). "Fears of *Fédéralisme* in the United States: The Case of the 'North American Union' Conspiracy Theory", *Fédéralisme Régionalisme*, 9(1). Çevrimiçi Makale, http://popups.ulg.ac.be/1374-3864/index.php?id=786 (Erişim tarihi: 12 Ekim 2017).

Billig, M. (1978). *Fascists: A social psychological view of the national front*. London: Academic Press.

Cooper, H. M. (2003). "Editorial", *Psychological Bulletin*, 129, 3-9.

Crowther, J. (1995). *Oxford advanced learners dictionary of current English: International new students*. London: Oxford University Press.

Fording, R. C. ve Schramb, S. F. (2017). "The Cognitive and Emotional Sources of Trump Support: The Case of Low-Information Voters", *New Political Science*, 39(4), 670-686.

Foster, C. (2016). *Understanding Paranoia*. London: Mind.

Gore, A. (2007). *The Assault On Reason*. New York: Penguin Press HC.

Grattan, M. (1998). "The Politics of Spin", *Australian Studies in Journalism*, 7, 32-45.

Hantke, S. (2010). "Bush's America and the Return of Cold War Science Fiction: Alien Invasion in Invasion, Threshold, and Surface , Journal of Popular Film and Television, 38(3), 143-151.

Hoffstadter, R. (1964). *The Paranoid Style in American Politics.* Çevrimiçi Kitap, https://harpers.org/archive/1964/11/the-paranoid-style-in-american-politics/ (Erişim tarihi: 10 Ekim 2017).

Landes, R. (2007). "The Jews as Contested Ground in Postmodern Conspiracy Theory", *Jewish Political Studies Review*, 19(3/4), 9-34.

Lee, B. J. (2017). "'It's not paranoia when they are really out to get you': the role of conspiracy theories in the context of heightened security", *Behavioral Sciences of Terrorism and Political Aggression*, 9(1), 4-20.

Marmura, S. (2014). "Likely and unlikely stories: Conspiracy theories in an age of propaganda", International Journal of Communication, 8, 2377–2395.

Merriam-Webster. *Dictionary*. Çevrimiçi, http://www.m-w.com/cgi-bin/dictionary (Erişim tarihi: 12 Ekim 2017).

Nefes, T. S. (2015). "Scrutinizing impacts of conspiracy theories on readers' political views: a rational choice perspective on anti-semitic rhetoric in Turkey", *The British Journal of Sociology*, 66(3), 557-575.

Pipes, D. (1996). *The Hidden Hand: Middle East Fears of Conspiracy*. New York: St. Martin's.

Robertson, D. (2016). *UFOs, conspiracy theories and the new age: Millennial conspiracism*. London: Bloomsbury.

Robins, R. S. ve Post, J. M. (1997). *Political Paranoia: The Psychopolitics of Hatred*. Connecticut: Yale University.

Sternberg, R. J. (1991). "Editorial", *Psychological Bulletin*,109, 3-4.

Takacs, S. (2016). "The Changing Shape of Our Fears", *Cinema Journal*, 56(1), 124-131.

Thorne, K. ve Kouzmin, A. (2007). " The USA PATRIOT Acts (et al): Collective Amnesia, Paranoia and Convergent, Oligarchic Legislation in the 'Politics of Fear'", *Flinders Journal of Law Reform*, 10, 543-580.

Werbner, P. (2005). "Islamophobia:Incitement to religious hatred – legislating for a new fear?", *Anthropology Today*, 21(1), 5-9.

Wong, L. P. (2007). "Summarizing Research Findings: Systematic Review and Meta-Analysis", *Malaysian Family Physician*, 2/1, s. 8-12.

Yakushko, O. (2009). "Xenophobia: Understanding the Roots and Consequences of Negative Attitudes toward Immigrants", *The Counseling Psychologist*, 37(1), 36-66.

Service Failure And Service Recovery: A Research On The Passengers Of Intercity Public Transportation

Çağatan Taşkın[26], Onur Öztürk[27], Ahmet Akif Karadamar[28]

Full Text

1. Introduction

As services are more likely to be high in credence and experience, purchasing them is more risky than products because customers generally rely on other customers' opinions rather than the classic advertising tools (Kotler and Keller, 2014: 357). Service companies that provide high quality services get higher customer satisfaction rates, loyalty and as a result generate higher profits than their competitors (Villi and Koç, 2018: 41). The literature for services has been quite a phenomenon for academicians because of the rapid growth of service sector (Fisk et al., 1993:61-62). Service failure and service recovery has been a critical topic for both researchers and service managers as it is almost impossible to provide error-free service due to the unique nature of services (McCollough et al., 2000:121; Weun et al., 2004:133, Wen and Chi, 2013: 306). Failures are critical parts of all types of services. Even though the failures are inevitable for services, by implying successful recovery strategies, customers may feel satisfied and customer retention can be provided (Hart et al., 1990: 148; Balaji et al., 2018:109). A service failure happens when a service does not succeed to meet customers' expectations (Villi and Koç, 2018:41, Ha and Jang, 2009:319). Service failures may create negative feelings and negative intentions of behavior for customers. Customer dissatisfaction, negative word of mouth, increased costs, lower employee morale and performance and customer defection are some of the consequences of service failures (Koç et al., 2015:1; Maxham, 2001:11). The aim of the study is to present the service failure types that the passengers of intercity public transportation encounter and the service recovery strategies for those failures.

2. Service Failure and Service Recovery

The term "service failure" is quite familiar to the customers in their daily lives. People may experience various service failures on a daily basis such as a wrong hair cut, a late departure of a bus, an overcooked meal in a restaurant, etc. As service failures may lead easily to dissatisfaction of customers, service companies should implement effective service recovery strategies in order to fix the problems their customers encountered and make them satisfied again (Bell and Zemke, 1987: 32). This would be beneficial for service companies because it is known that people tend to share the unpleasant experiences more than the pleasant ones.

It may seem easier for service companies to ignore most of the service failures and blame customers for making trouble, decision makers of the service companies should avoid these so called easy solutions because in the long term it will be harmful for the company as it

[26] Assoc. Prof. Dr., Uludağ University, ctaskin@uludag.edu.tr (corresponding author)
[27] Res. Assist., Uludağ University, onurozturk@uludag.edu.tr
[28] Res. Assist., Uludağ University, aakaradamar@uludag.edu.tr

costs much more than keeping the existing ones (Hart et al, 1990: 149). It is also known that most customers who experience some kind of service failures tend to keep the unpleasant service encounters to themselves and eventually leave the company without giving them any feedback.

Customers think of service failures as negative situations. The service providers should try to understand the main reason that generate anger and other unfavorable emotions. First of all service firms need to understand the types of failures. The service failure literature generally define service failure types into three main categories such as process and outcome failures, core and none-core failures and magnitude of failures. Outcome failures are about what customers get from the service while process failures are about how they receive the service during the service encounter. Core service failures are related with the technical misfunctions or the mistakes related with the services. Customers usually perceive the core service failures as more important failures while none-core service failures are mostly perceived as minor problems. As the magnitude of the service failures seem higher, the customers are more likely to be more dissatisfied (Nguyen and Kennedy, 2003: 47).

The customers may give different responses after experiencing a service failure. These may vary from doing nothing to taking legal actions against the service company. Huang (1996) categorizes customer responses to service failures in five categories:

1. Doing nothing- Ignoring or assimilating the service failure.

2. Changing the future behavior- Not buying the service from that company again.

3. Complaining privately- Warning the family members and friends about the service or the service provider.

4. Voice complaint- Complaining to the service provider.

5. Third party- Complaining to customer groups, taking legal actions against the service company.

Service recovery includes the actions that the service providers do as a response to service failures. Companies try to compensate customers for their loss during the service encounter as a result of service failures. As failures are inevitable due to the unique characteristics of services, if service firms are not able to prevent service failures, they should create service recovery strategies to solve problems that derived from the negative service encounters (Weun et al, 2004: 134; Park and Park, 2016: 236). Service recovery consists of the actions which are carried out as a result of the falling points during the service encounter that customers perceive (Kelley and Davis, 1994: 53).

Handling the service failures and complaints from the customers successfully is known as the service recovery strategy. It is the point where the service providers treat the dissatisfied and angry customers in a way that after they receive the recovery process, they would feel

positive and relieved towards the service company and even willing to visit the same service firm again in their future transactions. The simultaneous production and consumption of services makes it almost impossible to undo or redo the services. On the other hand, the customer involvement at higher levels may lead to good opportunities for a successful service recovery (Mudie and Pirrie, 2006: 254).

Bell and Zemke (1987) proposed five ingredients for effective service recoveries:

1. Apology- Service recovery demands the acknowledgement of the problem as quick as possible after a failure. The first person apology seem to be more effective than the corporate apologies.

2. Urgent Reinstatement- The process and the outcome of the service recovery must be handled effectively. The employees must convince the customers that they give their best effort to solve their problem in an urgent manner even though sometimes it may not be possible to fix the problem correctly.

3. Empathy- A sincere expression of showing compassion for the person who had trouble during the service encounter.

4. Symbolic Atonement- A type of compensation that may include a great discount for the service or not taking a fee for the current or future services.

5. Follow- up: Tracking the customer or getting a feedback after the service recovery to realize if the customer is satisfied or not.

Bitner et al. (1990) used the critical incident technique and collected 700 incidents from the airlines, restaurants and hotel customers and they suggested that an effective service recovery should include four key elements:

1- Acknowledgement of the problem

2- Explanation of the service failure reason

3- An appropriate apology

4- Compensation

Fitzsimmons and Fitzsimmons (2011) suggests there are four basic approaches for effective service recovery. These are: The case by case approach, the systematic response approach, an early intervention approach and an alternative recovery approach. The case by case approach handles each customer's complaint for service failures individually. This approach is usually cheap and easy to perform but it may lead to perceptions of unfairness by dissatisfied customers as most aggressive and angry customers usually get satisfactory answers after the service failures while more soft customers do not. The systematic response approach has specific steps to solve problems. It is usually more reliable than the case by case approach in most situations as it has planned actions based on the failure points and criteria. This approach would be very beneficial as long as the service providers update their response

guidelines because this approach offers a timely and stable responses.

Early intervention approach aim to intervene and solve the problems before they affect the customers. Finally the alternate recovery approach is based on taking the advantage of the failure of a rival service provider to win their customer by offering them an alternative service recovery. Sometimes the rival service provider even may support this idea for their own benefit as well. A hotel front desk employee may send their customer to a competitor hotel after realizing that they are overbooked. Instead of having an angry customer with an unsolved service failure, the hotel employee or manager may accept and even help the customer to go and stay at another hotel. By doing that, they would hope that the customer will feel less angry or dissatisfied (Fitzsimmons and Fitzsimmons, 2011: 136-137).

3. Methodology

The research was conducted on the passengers of intercity public transportation. Data were collected via an online questionnaire. Convenience sampling method was used in the research. Data were collected in the months of January and February 2018. A total of 98 questionnaires were used for the analysis. The scales for this study was adapted from the study of Park and Park (2016).

3.1. Demographic Characteristics of the Respondents

Demographic characteristics of the respondents were given in Tables 1, 2, 3, 4 and 5. As seen from Table 1, 32 (%32.7) of the respondents had a problem with Kamil Koç, while 25 (%25.5) of the respondents with Metro. Other bus companies were Nilüfer and Pamukkale.

Table 1. Frequency of Bus Companies with Service Failure

Company Name	Frequency	Percent
Kamil Koç	32	32.7%
Metro	25	25.5%
Nilüfer	7	7.1%
Pamukkale	11	11.2%
Other	23	23.5%
Total	98	100%

According to Table 2, 15 respondents (%15.3) were 23 years old and younger, while 72 (%73.5), 8 (%8.2), 2 (%2.0) and 1 (%1) people were between 24-34, 35-44, 45-54 and 55 and above respectively.

Table 2. Age

Age	Frequency	Percent
23 and below	15	15.3%

24-34	72	73.5%
35-44	8	8.2%
45-54	2	2.0%
55 and above	1	1.0%
Total	98	100%

Most of the respondents (63 people with %64.3) were female and 35 people were male as it can be seen from Table 3.

Table 3. Gender

Gender	Frequency	Percent
Male	35	35.7%
Female	63	64.3%
Total	98	100%

In Table 4, the service failure types were shown that customers faced during their journey. The most frequent type of service failure the passengers experienced was the late departure of the bus with a percentage of %30.6. The second frequent type of service failure was the rude behaviors of the service personnel with a %26.5 percentage. The other types of service failures which intercity public transportation passengers faced were careless behaviors of drivers (%13.3), problems with the tickets (11.2), other service problems (%7.1), non-working components of the buses (%5.1), too many stops during the journey (%3.1) and breakdown of the bus during the journey (%3.1).

Table 4. Service Failure Types

Failure Type	Frequency	Percent
Rude Behaviors of Service Personnel	26	26.5%
Problems with Tickets	11	11.2%
Careless Behaviors of Drivers	13	13.3%
Late Departure of the Bus	30	30.6%
Non-working Components	5	5.1%
Too Many Stops During the Journey	3	3.1%
Breakdown of the Bus During the Journey	3	3.1%
Other	7	7.1%
Total	98	100%

Table 5 shows the response of the bus companies for the service failures that happened

during the journey. The most frequent response to service failures from the bus companies was doing nothing with a percentage of %65.3. The explanation of the reason of the service failure and apologizing was the second most frequent company response with a rate of %16.4. The other responses which intercity public transportation companies did were explaining the reason of the failure (%8.2), aggressive/not appropriate/rude responses (%6.1), giving free or discounted tickets to customers (%2.0) and other responses (%2.0) respectively.

Table 5. Companies' Responses to Failures

Companies' Response	Frequency	Percent
Did Nothing	64	65.3%
Agressive/Not Appropriate/Rude Responses	6	6.1%
Explaining the Reason of the Failure	8	8.2%
Explaining the Reason of the Failure+Apology	16	16.4%
Giving Free/Discounted Ticket	2	2.0%
Other	2	2.0%
Total	98	100%

3.2. Types of Service Failures and the Responses of Bus Companies

The types of service failures which respondents encountered during their journeys with the intercity bus companies were shown in the Figure 1. As Figure 1 states, the passengers of Kamil Koç experienced the late departure of the bus mostly. The second frequent type of service failure they encountered were the rude behaviors of service personnel. According to the Metro Turizm passengers, they experienced the rude behaviors of the service personnel more than the other types of service failures. The careless behaviors of drivers was the second most frequent type of service failures they encountered. After that, the late departure of the bus seemed to be another important service failure type.

Figure 1. Types of Service Failures Customers Encountered

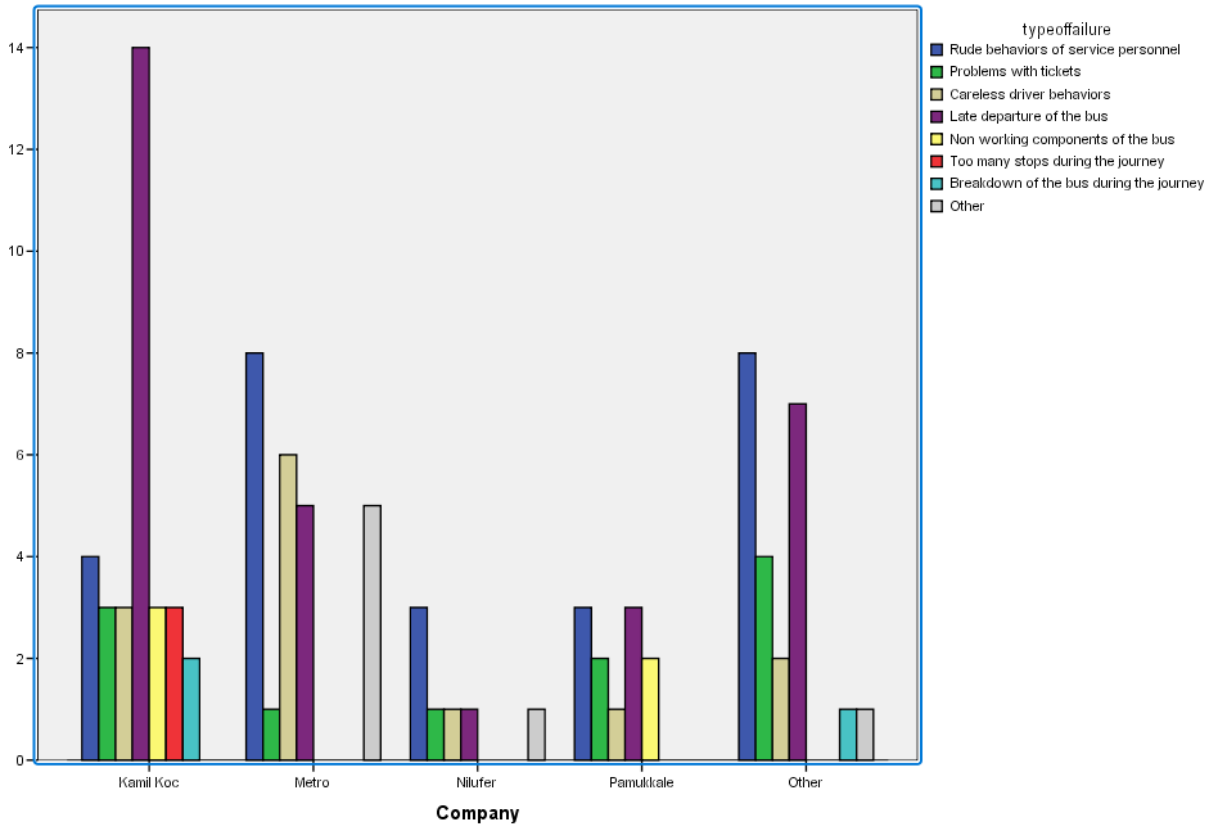
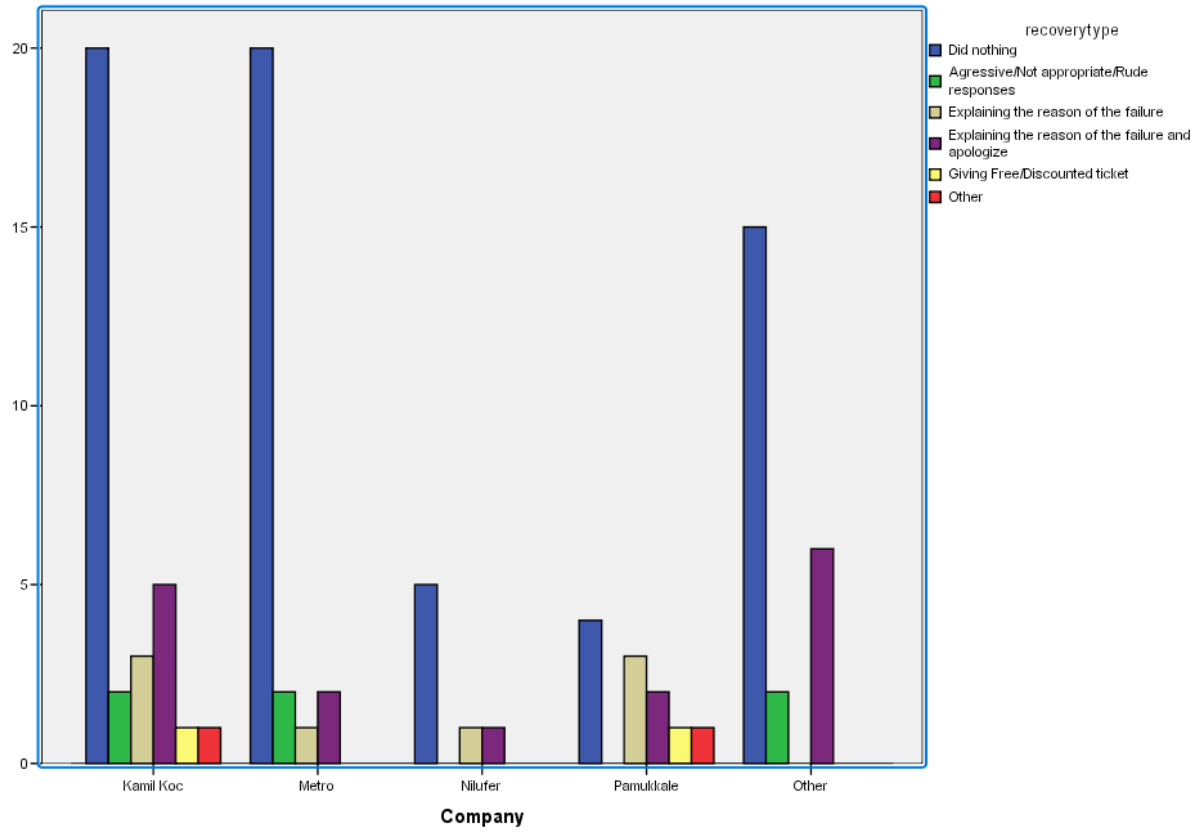


Figure 2. Companies' Recovery Strategies for Service Failures



4. Conclusion

This study helps to draw useful implications for the managers of intercity bus companies to understand what type of service failures are likely to occur and what can be done to compensate them. As it can seen from Table 4, most of the service failures happen because of the late departure of the bus and rude behaviors of the service personnel. Bus companies need to be more punctual and careful for their arrival and departure times as it can be frustrating for passengers to wait for a long time, especially during hot summer and cold winter days. It is well known that sometimes traffic causes this type of service failures and the bus company has very little to do with the service failure but customers usually do not care where it stems from. They also want some compensation for the service failure. In some cases, even a sincere apology may be enough to calm down the angry customers but as it can be seen from Table 5, in most cases bus companies did absolutely nothing to compensate the service failure. Most companies usually focus on gaining new customers rather than keeping their existing ones. It is well known that keeping the existing customers loyal is much cheaper than finding new customers. Bus companies need to focus on making their customers happy and they need to pay attention how their service personnel response when a service failure occurs. Implementing effective service recovery strategies may help customers to feel less dissatisfied, even more satisfied than the status before they encounter with service failures. This is called service recovery paradox in the extant literature. Companies need to form effective service recovery systems and they should

generate effective training programs for their service personnel and teach them how to behave when a service failure occurs. In addition, companies need to empower their personnel and by doing so, service personnel could implement more effective service recovery strategies.

Keywords: Service failure, service recovery, intercity public transportation.

JEL Codes: M30, M31

References

Balaji, M.S., Jha, S., Sengupta, A. S., & Krishnan, B. J. (2018). "Are cynical customers satisfied differently? Role of negative inferred motive and customer participation in service recovery", *Journal of Business Research,* 86: 109-118.

Bell, R., & Zemke, R. E. (1987). "Service Breakdown: The Road to Service Recovery", *Management Review,* 32(10): 32-35.

Bitner, M. J., Booms, B. H., & Tetreault, M. S. (1990). "The Service Encounter: Diagnosing Favorable and Unfavorable Incidents", *Journal of Marketing,* 54: 71-84.

Fisk, R. P., Brown, S. W., & Bitner, M. J. (1993). "Tracking the Evolution of the Services Marketing Literature", *Journal of Retailing,* 69(1): 61-103.

Fitzsimmons, J. A., & Fizsimmons, M. J. (2011). "Service Management: Operations, Strategy, Information Technology", *Seventh Edition,* New York, McGraw-Hill.

Ha, J., & Jang, S. (2009). "Perceived Justice in Service Recovery and Behavioral Intentions: The Role of Relationship Quality", *Journal of Hospitality Management,* 28: 319-327.

Hart, C. W. L., Heskett, J. L., & Sasser Jr, W. E. (1990). "The Profitable Art of Service Recovery", *Harvard Business Review,* 68(4): 148-156.

Huang, J. H., Huang, C. T., & Wu, S. (1996). "National Character and Response to Unsatisfactory Hotel Service", *International Journal Hospitality Management,* 15(3): 229-243.

Kelley, S. W., & Davis, M. A. (1994). "Antecedents to Customer Expectations for Service Recovery", *Journal of the Academy of Marketing Science,* 22(1): 52-61.

Koç, E., Ulukoy, M., Kilic, R., Yumusak, S., & Bahar, R. (2015). "The Influence of Customer Participation on Service Failure Perceptions", *Total Quality Management&Business Excellence,* 28(3-4): 390-404.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2014). "Marketing Management", 14th Edition, Prentice Hall.

Maxham III, J. G. (2001). "Service Recovery's Influence on Consumer Satisfaction, Positive Word-of-Mouth, and Purchase Intentions", *Journal of Business Research,* 54(1): 11-24.

McCollough, M. A., Berry, L. L., & Yadav, M. S. (2000). "An Empirical Investigation of Customer Satisfaction After Service Failure and Recovery", *Journal of Service Research,* 3(2): 121-137.

Mudie, P., & Pirrie, A. (2006). "Services Marketing and Management", *3rd Edition,* Elsevier.

Nguyen, D. T., & McColl-Kennedy, J. R. (2003). "Diffusing Customer Anger in Service Recovery: A Conceptual Framework", *Australasian Marketing Journal,* 11(2): 46-55.

Park, J. J., & Park, J. W. (2016). "Investigating the Effects of Service Recovery Quality Elements on Passengers' Behavioral Intention", *Journal of Air Transport Management,* 53: 235-241.

Villi, B., & Koç, E. (2018). "Employee Attractiveness and Customers' Service Failure Perceptions", *Journal of Hospitality Marketing&Management,* 27(1): 41-60.

Wen, B., & Chi, C. G. (2013). "Examine the Cognitive and Affective Antecedents to Service Recovery Satisfaction: A Field Study of Delayed Airline Passengers", *International Journal of Contemporary Hospitality Management,* 25(3): 306-327.

Weun, S., Beatty, S. E., & Jones, M. A. (2004). "The Impact of Service Failure Severity on Service Recovery Evaluations and Post-Recovery Relationships", *Journal of Services Marketing,* 18(2): 133-146.

Youtube Vloggers' Influence On Cosmetics Purchase Intentions

Ahmet Akif Karadamar[29], Çağatan Taşkın[30], Onur Öztürk[31], Seda Tunçay[32]

Full Text

Introduction

Social media has become a very popular and effective communication tool in our age. Internet platforms have a very important role for influencing consumers' preference (Ananda and Wandebori, 2016: 264). By using the social media, people can access user generated information including product and brand reviews easier and quicker (Lee and Watkins, 2016: 2; Xiang and Gretzel, 2010:179). The growing number of consumers is using platforms of social media for content sharing, blogging, improving their social network, discussing and purchasing various products. Social media websites can reach millions of users, which make those platforms a part of their daily lives. By the quick development of smart phones and tablets, people can reach social media platforms easier than ever (Li et al., 2016: 487; Kietzmann, 2011:241).

Youtube is one of the most used social media platforms in the world. It is a video sharing site, that includes different and various social networking features. Like the other social media sharing sites, it allows users to calibrate their participation and interaction levels. YouTube allows registered users to upload their videos and share them with the public. Uploading videos and sharing them with friends or through other social media is extremely getting popular especially among young generation. Besides, a new concept called vlogger emerged because of the developments in Youtube (Preece, 2010). Youtube vloggers who are popular try to influence consumers by giving advices about the products that they use.

Nowadays, consumers have a wide range of cosmetic products and brands. As a reason, they have thousands of choices available and it makes things more complicated for customers to consider alternatives and make the right decision (Putri and Wandebori, 2016: 256). It is natural for women to look and feel beautiful. As a result, they prefer using make up to look more beautiful for both themselves and people around. For that, they are very interested in cosmetic products (Ananda and Wandebori, 2016: 264). Beauty vlogs on Youtube usually attract more viewers and subscribers compared to clips uploaded by the brand's own channels (Rahmi et al., 2016: 14). Youtube vloggers can be helpful for customers to choose the right cosmetics for them as people tend to listen what other people think and feel after consuming products and brands. The aim of this paper is to explore the influence of YouTube vloggers on cosmetics purchase intentions of female consumers by means of PLS-Sem. The research is

[29] Res. Assist., Uludağ University, aakaradamar@uludag.edu.tr (corresponding author)
[30] Assoc. Prof. Dr., Uludağ University, ctaskin@uludag.edu.tr
[31] Res. Assist., Uludağ University, onurozturk@uludag.edu.tr
[32] Graduate Student in Business Administration, Uludağ University, s.tuncay93@gmail.com

conducted on female consumers. This study helps draw relevant and useful implications for both academics and practitioners.

2. Methodology

A survey was conducted on female consumers. Convenience sampling method is used. The scale includes 17 items and five dimensions (social attractiveness, physical attractiveness, para-social interaction, brand-user-imagery fit and purchase intentions). The items were adapted from extant literature (Lee and Watkins, 2016; Miller and Mills, 2012; Dodds et al., 1991). As seen from the model, social attractiveness and physical attractiveness, called generally attraction, are the antecedents of para-social interaction. Para-social interaction is the antecedent of brand-user-imagery fit and brand-user-imagery fit is the antecedent of purchase intentions.

According to Lee and Watkins (2016), attraction to a media personality, both social and physical, is an antecedent of para-social interaction. Attraction to a media personality increases as the number of rewarding "interactions" or repeat viewing increases found media personalities who were socially attractive, as social or work partners, provided a better context for para-social interaction. The more a social media user perceives the person to be similar to him or herselves, then the more likely para-social interaction will occur. Para-social interaction explains the relationship between media personalities and media users conceptualize para-social interaction as "interpersonal involvement of the media user with what he or she consumes," this involvement includes "seeking guidance from a media persona, seeing media personalities as friends, imagining being part of a favorite program's social world, and desiring to meet media performers (Lee and Watkins, 2016)."

2.1. Demographic Characteristics of the Respondents

According to the survey, 101 respondents answered the questions and 9 of them were under the age of 18, which makes %8.9 of the whole respondents, while 86 people, a percentage of 85.1 are between the age of 18-25. Only 6 people who answered the survey is older than 25 years, which is equal to %6. Most of the respondents (%95, 96 people) are not married, while only %5 percent is married. 75 people (%74.3) have an income of below 1400 TL, while 17 people (%16.8) have an income between 1400- 2500 TL. 9 people (%8.9) have an income of more than 2500 Turkish Liras. The educational status of the respondents are; 9 people (%8.9), 7 people (%6.9), 63 people (%62.4), 18 people (%17.8), 3 people (%3) and 1 person (%1); high school student, high school graduate, bachelor student, bachelor graduate, master student and master graduate respectively. 15 people (%14.9) said they prefer Mac as a cosmetic brand while 32 people (%31.7) said Maybelline, 8 people (%7.9) said Iancome, 27 people (%26.7) answered Loreal, 4 of them (%4) said Avon, 1 people each said they prefer Oriflame and Alix Avien and 13 people (%12.8) chose the "other" option when they were asked which cosmetic brand they prefer.

Table 1. Cosmetics Brand Preference

		Frequency	Percent
	Mac	**15**	14,9
	Maybeline	**32**	31,7
	Lancome	8	7,9
	Loreal	**27**	26,7
	Avon	4	4,0
	Oriflame	1	1,0
	Alix Avien	1	1,0
	Others	13	12,9
	Total	101	100,0

When they were asked about how often they buy cosmetic products; 22 people (%21.8) answered once in a week, 36 people (%35.6) said once in two weeks, 40 people (%39.6) answered once in a month and there were 3 missing data on the survey.

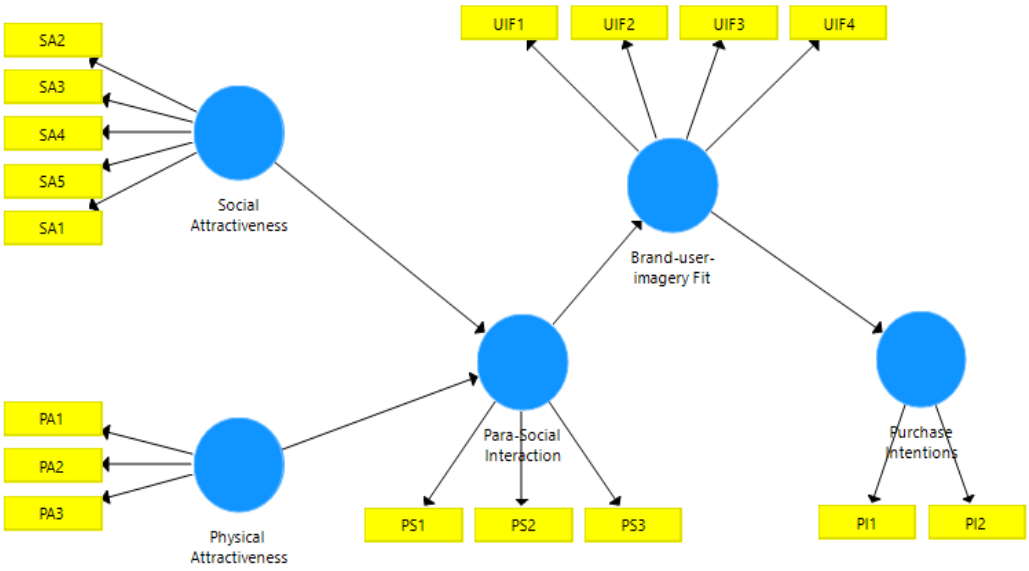
Table 2. Cosmetics Brand Buying Frequency

		Frequency	Percent
	Once in a week	**22**	14,9
	Once in two weeks	**36**	31,7
	Once in a month	**40**	7,9
	Missing data	3	12,9
	Total	101	100,0

2.2. Conceptual Model and Research Hypotheses

The conceptual model proposed in this study and hypotheses were shown in Figure 1.

Figure 1. Research Model



As can be seen in Figure 1, research hypotheses are as follows:

H_1 : Social attractiveness influences para-social interaction positively.

H_2 : Physical attractiveness influences para-social interaction positively.

H_3 : Para-social interaction influences brand-user-imagery fit positively.

H_4 : Brand-user-imagery fit influences purchase intentions positively.

Prior to testing the structural relationships among research constructs, AVE and CR methods were carried out for construct reliability and validity. Table 3 summarizes the outer loadings. Table 4 shows the results of construct reliability and validity.

Table 3. Outer Loadings

Construct	Item	Outer Loadings
Social Attractiveness	SA1	0.875
	SA2	0.901
	SA3	0.864

	SA4	0.870
	SA5	0.901
Physical Attractiveness	PA1	0.998
	PA2	0.863
	PA3	0.747
Para-Social Interaction	PS1	0.932
	PS2	0.928
	PS3	0.825
Brand-User-Imagery Fit	UIF1	0.891
	UIF2	0.823
	UIF3	0.949
	UIF4	0.874
Purchase Intentions	PI1	0.908
	PI2	0.937

Table 4. Construct Reliability and Validity

Construct	Item	Cronbach's Alpha	Rho_A	AVE	CR
Social Attractiveness	SA1	0.929	0.94	0.778	0.946
	SA2				
	SA3				
	SA4				
	SA5				
Physical Attractiveness	PA1	0.938	0.72	0.776	0.906
	PA2				
	PA3				
Para-Social Interaction	PS1	0.880	0.93	0.804	0.924
	PS2				
	PS3				
Brand-User-Imagery Fit	UIF1	0.930	0.93	0.828	0.950
	UIF2				
	UIF3				
	UIF4				
Purchase Intentions	PI1	0.826	0.84	0.851	0.920
	PI2				

The Cronbach's alpha values range from 0.826 to 0.938; Composite reliability (CR) values are higher than 0.70 and average variance extracted (AVE) values are higher than 0.50. These results indicate that all of the dimensions are reliable and valid (Jung et al., 2017: 145).

2.3. Structural Model-Standardized Path Coefficients

PLS-Sem was used for testing the research hypotheses. Path coefficients and test results of hypotheses were shown in Table 5. According to the modeling results, three of the paths were found to be statistically significant.

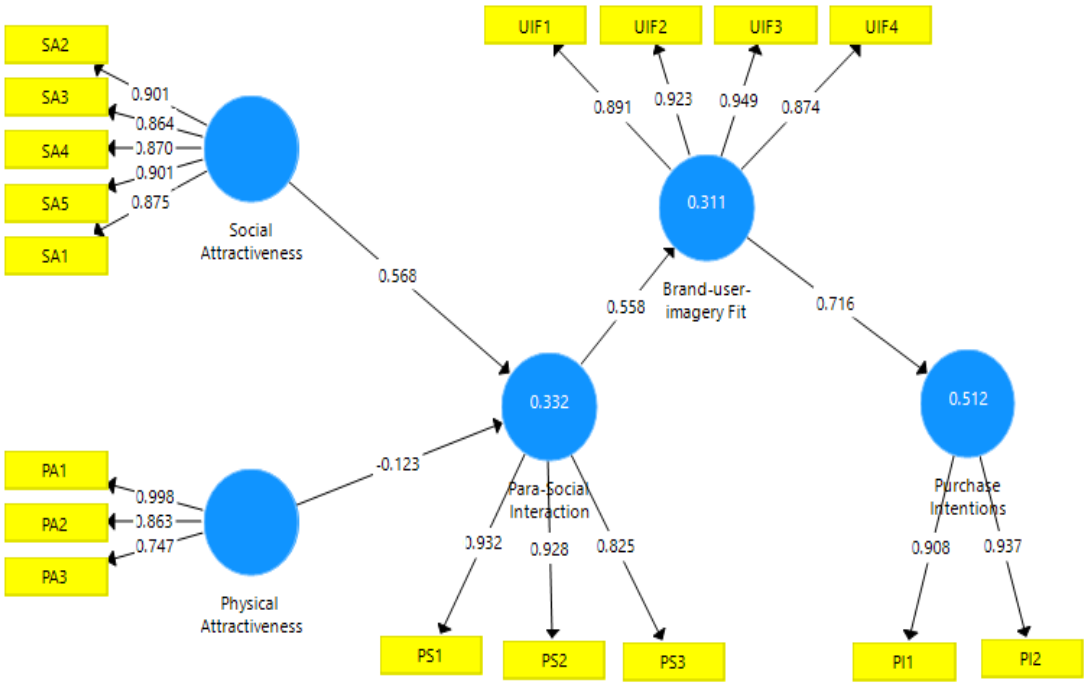
Table 5. Path Coefficients and T Values

Hypothesis	Path	Path Coefficient	T-Statistic[a]	Result
H_1	Social Attractiveness- Para-Social Interaction	0.568	6.299***	Supported
H_2	Physical Attractiveness- Para-Social Interaction	-0.123	0.922	Not Supported
H_3	Para-Social Interaction- Brand-User-Imagery Fit	0.558	9.209***	Supported
H_4	Brand-User-Imagery Fit-Purchase Intentions	0.716	17.962***	Supported

[a] t-values for two-tailed test
* 1.65 (sig. level 10%)
** 1.96 (sig. level=5%)
*** T-value 2.58 (sig. level=1%) (Hair et al., 2011; Rezaei, 2015)

The structural model with standardized path coefficients were shown in Figure 2.

Figure 2. Path Coefficients



3. Conclusion

In this study, the influence of YouTube vloggers on cosmetics purchase intentions of female consumers was explored by means of PLS-Sem. Findings indicate that the paths between social attractiveness-para-social interaction, para-social interaction-brand-user-imagery fit and brand-user-imagery fit-purchase intentions were found to be statistically significant while physical attractiveness-para-social interaction path was not. Thus, companies that want to influence consumers through Youtube vloggers need to focus on the social attractiveness of the Youtube celebrities rather than their physical attractiveness. As physical attractiveness was not found to be significant, companies should choose people which consumers tend to think who are not handsome or beautiful but who are more similar to them. Too beautiful or handsome vloggers may push regular people because they may seem “hard to reach” and people may not believe what they try to tell. As the consumers think the vlogger has a social attractiveness, they are more likely to watch their videos on YouTube. When companies choose socially attractive people, the para-social interaction between the Vlogger and his/her

followers and watchers is much likely to increase and it will help to enhance the brand-user-imagery fit. Brand-user-imagery fit can be described as the overall assessment of the compatibility or match between themselves and users of the brand. It is logical that consumers will think there will be more brand-user-imagery fit if they have an opinion about the vlogger as they share similar beliefs and values. Managers should develop strategies to choose the right type of Youtube vloggers to have affective displays of their products and brands on the social media as it has become one of the most influential communication platforms that consumers use.

Keywords: Youtube vloggers, social media, purchase intention, PLS-Sem

JEL Codes: M30, M31

References

Ananda, A. F., & Wandebori, H. (2016). "The Impact of Drugstore Makeup Product Reviews By Beauty Vlogger On Youtube Towards Purchase Intention By Undergraduate Students in Indonesia", *International Conference on Ethics of Business, Economics and Social Science,* Faculty of Economics YSU: 264-273.

Dodds, W. B., Monroe, K. B., & Grewal, D. (1991). "Effects of Price, Brand, and Store Information on Buyers' Product Evaluations", *Journal of Marketing Research:* 307-319.

Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). "PLS-SEM: Indeed a silver bullet". *Journal of Marketing theory and Practice,* 19(2): 139-152.

Jung, J., Han, H., & Oh, M. (2017). "Travelers' switching behavior in the airline industry from the perspective of the push-pull-mooring framework", *Tourism Management*, 59: 139-153.

Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241-251.

Lee, J. E., & Watkins, B. (2016). "Youtube Vloggers' Influence on Consumer Luxury Brand Perceptions and Intentions", *Journal of Business Research,* 69(12): 5753-5760.

Li, G., Park, E. M., & Park, S. T. (2016). "Effects of Social Media Usage on Country Image and Purchase Intention From Social P2P Network Perspective", *Peer-to-Peer Networking and Applications,* 9(3): 487-497.

Miller, K. W., & Mills, M. K. (2012). "Contributing Clarity by Examining Brand Luxury in the Fashion Market", *Journal of Business Research,* 65(10): 1471-1479.

Putri, L., & Wandebori, H. (2016). "Factors Influencing Cosmetics Purchase Intention in Indonesia Based on Online Review", *International Conference on Ethics of Business, Economics and Social Science*: 255-263.

Rahmi, Y., Sekarasih, L., & Sjabadhyni, B. (2016). "The Influence of Beauty Vlog on Perceived Source Credibility and Purchase Intention", *Makara Hubs-Asia,* 21(1): 13-23.

Rezaei, S. (2015). "Segmenting consumer decision-making styles (CDMS) toward marketing practice: A partial least squares (PLS) path modeling approach", *Journal of Retailing and Consumer Services*, 22: 1-15.

Rotman, D., & Preece, J. (2010). The'WeTube'in YouTube–creating an online community through video sharing. *International Journal of Web Based Communities*, 6(3), 317-333.

Xiang, Z., & Gretzel, U. (2010). Role of social media in online travel information search. *Tourism Management*, 31(2), 179-188.

Exploring The Relationships Between Brand Love and Word of Mouth: A Research in Sport Shoes Market

Çağatan Taşkın[33], Onur Öztürk[34], Ahmet Akif Karadamar[35], Ezgi Sürmeli[36]

Full Text

1. Introduction

Love is a complicated concept which is difficult to explain and define (Batra et al., 2012:2). Although the expression of love is generally being used when talking about people, people may develop deep attachments for brands as well (Karjaluoto et al., 2016:527). Brand love has been quite attractive for brand managers since it was introduced (Albert and Merunka, 2013:258; Bergkvist and Bech-Larsen, 2010:504; Ismail and Spinelli, 2012:387-388). Brand love is a concept which helps to explain and guess variation in desirable behaviors after consumption among consumers who feel satisfied. It can be defined as the degree of strong emotional attachment for a brand. The term brand love includes declarations of love, positive emotions and evaluations, attachment and passion towards the brand (Carroll and Ahuvia, 2006:79-81). Marketers and sociologists have recognized the importance of the phenomenon of word of mouth (WOM) conceptualized as a naturally occurring phenomenon- for more than half a century, proposing, for example, that WOM affects the majority of all purchase decisions (Kozinets et al., 2010:71). Brand love refers to consumers' love for brands and branded products or services. Both brand love and word of mouth are important constructs that brand managers should focus (Rauschnabel and Ahuvia, 2014:372-373). The aim of this study is to explore the relationships between brand love and word of mouth in sports shoes market. Sport shoes market is chosen because of its dynamics and characteristics of the consumers.

2. Methodology

The research was conducted on consumers who use sport shoes in their daily lives. Data were collected via an online questionnaire. Convenience sampling method was used in the research. Data were collected in the months of December 2017 and January of 2018. A total of 120 questionnaires were used for the analysis. The scales for brand trust, brand image, brand love and word of mouth were measured by the items based on the related literature (Karjaluoto et al., 2016; Carroll and Ahuvia, 2006; Chaudhuri and Holbrook, 2001).

2.1. Profile of the Respondents

Demographic characteristics of the respondents were given in Table 1. As seen, 42 of the respondents were male and 78 of the respondents were female. Most of the respondents (87.5%) were between 18-27 ages, 3.3% of the respondents were under the age of 18 and 9.2%

[33] Assoc. Prof. Dr., Uludağ University, ctaskin@uludag.edu.tr (corresponding author)
[34] Res. Assist., Uludağ University, onurozturk@uludag.edu.tr
[35] Res. Assist., Uludağ University, aakaradamar@uludag.edu.tr
[36] Graduate Student in Business Administration, Uludağ University, ezgisurmeli.zek@gmail.com

of the respondents were between 28-37 ages. Most of the respondents were bachelor students (70%) while master students were 10%. The remaining distribution of the respondents by their education are primary school graduates (1.7%), high school students (1.7%), high school graduates (5.0%), bachelor graduates (6.7%) and master graduates (5.0%). 109 respondents (90.8%) were single while 11 respondents (9.2%) were married. Most of the respondents' income were less than 1400 TL (55.8%), while 25% had an income of between 1400-2500 TL and 19.2% of them had an income of more than 2500 TL.

Table 1. Profile of Respondents

GENDER	FREQUENCY	%	EDUCATION	FREQUENCY	%
Male	42	35.0%	Primary School Graduate	2	1.7%
Female	78	65.0%	High School Student	2	1.7%
Total	120	100.0%	High School Graduate	6	5.0%
AGE	FREQUENCY	%	Bachelor Student	84	70%
<=18	4	3.3%	Bachelor Graduate	8	6.7%
18-27	105	87.5%	Master Student	12	10%
28-37	11	9.2%	Master Graduate	6	5%
Total	120	100%	Total	120	100%
MONTHLY INCOME	FREQUENCY	%	MARITAL STATUS	FREQUENCY	%
<=1400 TL	67	55.8%	Single	109	90.8%
1400-2500 TL	30	25%	Married	11	9.2%
2500 TL=>	23	19.2%	Total	120	100.0%
Total	120	100%			

In Table 2, the descriptives of the antecedents can be seen. There are minimum, maximum and mean values of each item in the scale.

Table 2. Descriptives of the Antecedents

	N	Minimum	Maximum	Mean
Trust 1	120	1,00	5,00	3,3417
Trust 2	120	1,00	5,00	3,6667
Trust 3	120	1,00	5,00	3,5417
Trust 4	120	1,00	5,00	3,7167
Brand Love 1	120	1,00	5,00	3,1667
Brand Love 2	120	1,00	5,00	2,7083
Brand Love 3	120	1,00	5,00	2,9333
Brand Love 4	120	1,00	5,00	3,1167
Brand Love 5	120	1,00	5,00	2,6500
Brand Love 6	120	1,00	5,00	2,7250
Word of Mouth 1	120	1,00	5,00	3,6167
Word of Mouth 2	120	1,00	5,00	3,8583
Word of Mouth 3	120	1,00	5,00	3,7167
Word of Mouth 4	120	1,00	5,00	3,3500
Word of Mouth 5	120	1,00	5,00	3,3250
Word of Mouth 6	120	1,00	5,00	3,3500
Brand Image 1	120	1,00	5,00	2,6833
Brand Image 2	120	1,00	5,00	2,6750
Brand Image 3	120	1,00	5,00	2,6583

In Table 3, the frequency of the antecedents can be seen. A 5 point Likert scale is used in the research.

Table 3. Frequency of the Antecedents

	I totally disagree	I disagree	Neutral	I agree	I totally agree
Trust 1	13	10	27	63	7
Trust 2	8	7	17	73	15

Trust 3	10	7	23	68	12
Trust 4	8	6	15	74	17
Brand Love 1	10	36	14	44	16
Brand Love 2	16	48	21	25	10
Brand Love 3	9	48	17	34	12
Brand Love 4	10	42	9	42	17
Brand Love 5	8	60	23	24	5
Brand Love 6	8	58	21	25	8
Word of Mouth 1	14	13	20	31	42
Word of Mouth 2	5	15	15	42	43
Word of Mouth 3	6	21	16	35	42
Word of Mouth 4	15	27	16	25	37
Word of Mouth 5	13	33	16	18	40
Word of Mouth 6	14	31	14	21	40
Brand Image 1	16	49	24	19	12
Brand Image 2	20	39	31	20	10
Brand Image 3	20	41	25	28	6

2.2. Reliability Analysis

The reliability analysis results of the antecedents are shown in Tables 4,5,6 and 7. As seen from the tables, Cronbach Alpha values are greater than 0.70. In addition, each item is deleted respectively in order to get the Cronbach Alpha values. Thus, each of the Likert-scale type questions/items are checked. As seen from each table, every item has an important contribution to each antecedent. After the reliability analysis, there are no items deleted form the scale of the research.

Table 4. Reliability Analysis Results of Trust Antecedent

Item-Total Statistics				
Cronbach's Alpha: 0.90	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Trust 1	10,9250	7,717	,711	,904
Trust 2	10,6000	7,788	,784	,877
Trust 3	10,7250	7,310	,851	,852

Trust 4	10,5500	7,729	,799	,871

Table 5. Reliability Analysis Results of Brand Love Antecedent

Item-Total Statistics				
Cronbach's Alpha: 0.85	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Brand Love 1	14,1333	18,890	,688	,815
Brand Love 2	14,5917	19,773	,627	,827
Brand Love 3	14,3667	19,142	,702	,813
Brand Love 4	14,1833	18,790	,674	,818
Brand Love 5	14,6500	21,658	,542	,842
Brand Love 6	14,5750	20,936	,577	,836

Table 6. Reliability Analysis Results of WOM Antecedent

Item-Total Statistics				
Cronbach's Alpha: 0.92	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
WOM1	17,6000	35,452	,640	,925
WOM2	17,3583	35,778	,763	,910
WOM3	17,5000	34,336	,807	,904
WOM4	17,8667	31,696	,865	,894
WOM5	17,8917	31,946	,835	,899
WOM6	17,8667	32,806	,766	,909

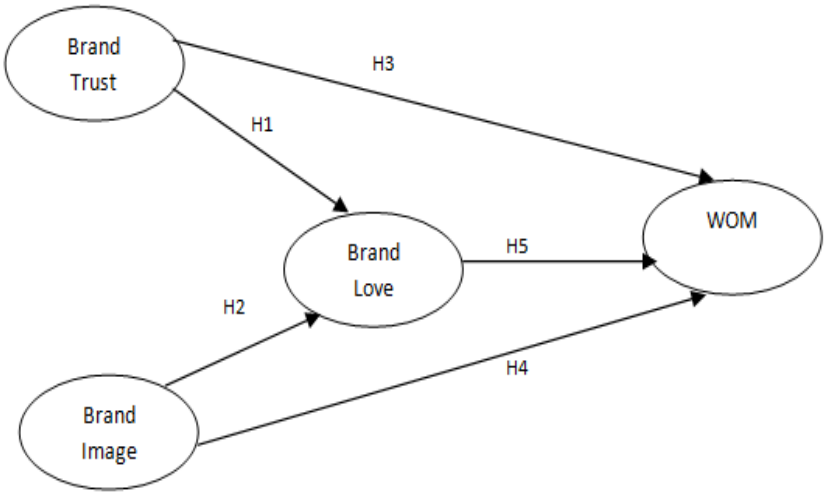
Table 7. Reliability Analysis Results of Brand Image Antecedent

Item-Total Statistics				
Cronbach's Alpha: 0.94	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Brand Image 1	5,3333	5,064	,873	,920
Brand Image 2	5,3417	5,000	,897	,901
Brand Image 3	5,3583	5,223	,867	,924

2.3. Research Model and Analysis Results

The research model was shown in Figure 1. Linear regression was used to test the hypotheses.

Figure 1. Research Model



The hypothesis of the model are written below.

H_1: Brand trust positively influences brand love.

H_2: Brand image positively influences brand love.

H_3: Brand trust positively influences word of mouth.

H_4: Brand image positively influences word of mouth.

H_5: Brand love positively influences word of mouth.

According to the results of linear regression analysis, all of the hypotheses were supported except hypotheses 3. Brand trust and brand image were found to have a statistically significant influence on brand love while brand image and brand love also had a statistically significant influence on word of mouth.

Table 8. Summary of Linear Regression Results: Model 1

Independent Variables	Brand Trust, Brand Image
Dependent Variable	Brand Love
R Square	0.643
Beta and Sig.(Brand Trust)	0.26 / 0.001
Beta and Sig.(Brand Image)	0.59 / 0.000

Table 9. Summary of Linear Regression Results: Model 2

Independent Variables	Brand Love, Brand Trust, Brand Image
Dependent Variable	WOM
R Square	0.755
Beta and Sig.(Brand Trust)	0.11 / 0.099
Beta and Sig.(Brand Image)	0.29 / 0.000
Beta and Sig.(Brand Love)	0.53/ 0.000

Table 10. Hypothesis Test Results

Hypothesis	Result

H_1: Brand trust positively influences brand love.	Supported
H_2: Brand image positively influences brand love.	Supported
H_3: Brand trust positively influences word of mouth.	Not Supported
H_4: Brand image positively influences word of mouth.	Supported
H4: Brand love positively influences word of mouth.	Supported

According to the hypothesis results and regression coefficients, it can be said that the influence of brand image on brand love was found to be the most important one. The regression coefficient was 0.59. This finding meant that the brand image of a sport shoe was the most important antecedent of forming brand love.

According to the hypothesis results and regression coefficients, it can be said that the influence of brand love on WOM was found to be the second most important one. The regression coefficient was 0.53. This finding meant that the brand love antecedent was very important for creating a word of mouth communication in sport shoes market.

Another important finding of the research was the positive influence of brand image antecedent on word of mouth. The regression coefficient was found to be 0.29. In other words, brand image antecedent is another antecedent important for creating a word of mouth communication in sport shoes market.

The research results also indicated that brand trust antecedent had in important impact on brand love antecedent for the sport shoes market. The regression coefficient was found to be 0.26. In other words, brand trust antecedent is another antecedent important for creating brand love in sport shoes market.

The R square result of the first model showed that brand trust and brand image were the two important antecedents but also when it is looked at the R square value which was 0.64, there might be other antecedents that would explain the antecedent of brand love.

The R square result of the second model showed that brand love and brand image were the two important antecedents but also when it is looked at the R square value which was 0.75, there might be another antecedent that would explain the antecedent of word of mouth communication.

3. Conclusion

This study helps to draw useful implications for the brand managers who would like to enhance their brand value and equity. According to the study, companies need to provide more brand trust and better brand image for consumers to feel higher degrees of brand love. Better brand image and higher degrees of brand love also lead to positive word of mouth, an important

construct which helps positive brand evaluations by consumers. Word of mouth became an important communication tool as classical media started to lose its effect on consumers. It is known that some companies already hiring spokespeople to influence other consumers as they have a quite high followers on social media platforms. Firms need to focus on marketing and branding strategies which will help developing and enhancing brand trust and brand image.

Keywords: Brand trust, brand image, brand love, sport shoes, WOM

JEL Codes: M30, M31

References

Albert, N., & Merunka, D. (2013). "The Role of Brand Love in Consumer-Brand Relationships", *Journal of Consumer Marketing,* 30(3): 258-266.

Batra, R., Ahuvia, A., & Bagozzi, R. P. (2012). "Brand Love", *Journal of Marketing,* 76(2): 1-16.

Bergkvist, L., & Bech-Larsen, T. (2010). "Two Studies of Consequences and Actionable Antecedents of Brand Love", *Journal of Brand Management,* 17(7): 504-518.

Carroll, B. A., & Ahuvia, A. C. (2006). "Some Antecedents and Outcomes of Brand Love", *Marketing Letters,* 17(2): 79-89.

Chaudhuri, A., & Holbrook, M. B. (2001). "The Chain of Effects From Brand Trust and Brand Affect to Brand Performance: The Role of Brand Loyalty", *Journal of Marketing,* 65(2): 81-93.

Rageh Ismail, A., & Spinelli, G. (2012). Effects of brand love, personality and image on word of mouth: The case of fashion brands among young consumers. Journal of Fashion *Marketing and Management: An International Journal*, 16(4), 386-398.

Karjaluoto, H., Munnukka, J., & Kiuru, K. (2016). "Brand love and positive word of mouth: The moderating effects of experience and price", *Journal of Product& Brand Management,* 25(6): 527-537.

Kozinets, R. V., De Valck, K., Wojnicki, A. C., & Wilner, S. J. (2010). Networked narratives: Understanding word-of-mouth marketing in online communities. *Journal of Marketing*, 74(2), 71-89.

Rauschnabel, P. A., & Ahuvia, A. C. (2014). You're so lovable: Anthropomorphism and brand love. *Journal of Brand Management*, 21(5), 372-395.

Destinasyon İmajının Tekrar Gelme ve Tavsiye Etme Niyetleri Üzerindeki Etkisi: Çeşme Üzerine Bir Araştırma

Ahmet Akif Karadamar[37], **Çağatan Taşkın**[38], **Onur Öztürk**[39], **Pelin Soğanlı**[40]

Full Text

Giriş

Turizm sektöründeki hızlı büyüme turizm pazarlamasına yeni zorluklar getirmiştir. Dünyada gittikçe daha fazla bölgenin turizmde gelişmesi üzerine tüketicilerin seçebilecekleri destinasyon sayısında büyük bir artış yaşanmaktadır. Günümüzün tüketicileri artan boş zaman, aylık gelir ve daha etkili ulaşım ağları sayesinde çeşitli destinasyonlar arasından seçim yapabilmektedir (Echtner ve Ritchie, 2003: 37). Turizm destinasyonlarının nihai karar verilmeden önce tüketicilerin zihinlerinde oluşturdukları destinasyon seçenekleri arasında yer almaları gerektiği düşünülmektedir. Bununla birlikte çeşitli destinasyonların tüketicilere vaat ettikleri unsurlar çoğu zaman kaliteli konaklama, güzel manzara ve arkadaş canlısı insanlar gibi benzer nitelikler taşımaktadır. Fakat bir destinasyonun tüketicilerin seçenekleri arasında yer alması yeterli olmamakta, tercih edilen destinasyon olabilmek için diğer destinasyonlardan farklı ve benzersiz özellikler sunabilmelidir (Qu vd, 2011: 465). Destinasyonların günümüzde yoğun bir rekabet içerisinde olduğu göz önünde bulundurulduğunda, destinasyon imajı üzerinden destinasyon çekiciliği ve rekabet avantajı yaratarak turistler tarafından tercih edilme ve başkalarına tavsiye edilme olasılığını arttırması beklenebilir (Kim ve Yoon, 2003: 2). Turizm literatüründe destinasyon imajı ile ilgili çok sayıda çalışma olmasına ragmen, kavramın ortak bir tanımı bulunmamaktadır (Alcaniz vd, 2009: 715). Ancak, destinasyon imajının tüketicilerin destinasyonu değerlendirme ve seçmeleriyle ilgili çok önemli bir yere sahip olduğu açıktır (Konecnik ve Gartner, 2007: 405). Konuyla ilgilenen farklı araştırmacıların farklı tanımları mevcut olsa da, bir destinasyonun tüketicilerin gözündeki imajı; her bir kişinin o destinasyonla ilgili geliştirdiği deneyim ve algıların bir birleşimi olarak tanımlanabilir (Hernandez-Mogollon vd, 2017: 2; Lin vd, 2007: 183, Konecnik, 2002: 6). İmajın bilişsel boyutunu oluşturan farkındalık; bireylerin bir destinasyon hakkında ne bildikleri ya da düşündükleriyle ilgilidir. Duyuşsal boyut bireylerin bu bilgi hakkında nasıl hissetikleriyle ilgili olup, çabasal boyut ise bireyin bilgi ve hisleriyle ilgili nasıl hareket ettiğiyle ilgilidir (Konecnik ve Gartner, 2007: 403). Bu çalışmanın amacı, destinasyonların bilişsel imaj boyutlarından deneyim kalitesi, turistik çekicilik ve eğlence/açık hava aktivitelerinin turistlerin Çeşme destinasyonuna tekrar gelme niyeti ve Çeşme'yi başkalarına tavsiye etme niyeti üzerindeki etkilerini PLS-Sem yöntemi ile araştırmak ve elde edilen sonuçlar ışığında yöneticilere turizm stratejileri önermektir.

2. Destinasyon İmajı

[37] Res. Assist., Uludağ University, aakaradamar@uludag.edu.tr (corresponding author).
[38] Assoc. Prof. Dr., Uludağ University, ctaskin@uludag.edu.tr
[39] Res. Assist., Uludağ University, onurozturk@uludag.edu.tr
[40] Graduate Student in Business Administration, Uludağ University, p.soganli@gmail.com

Destinasyon imajı, pazarlamanın arz ve talep tarafına olan etkisinden dolayı başarılı bir turizm stratejisi geliştirilmesine ve destinasyonun pazarlamasına yön veren önemli bir unsur olarak kabul edilmektedir (Tascı ve Gartner, 2007: 413). Destinasyon imajı bireyin destinasyon seçimiyle ilgili kararını vermede etkili bir rol oynamaktadır. Hanlan ve Kelly'de benzer bir şekilde destinasyon marka imajının ziyaretçilerin bir destinasyonu tercih etmelerinde en önemli faktörlerin başında geldiğini belirtmiştir (Hanlan ve Kelly, 2005: 163). Bu nedenle imajın ne zaman oluştuğu, hangi faktörlerden etkilendiği ve hangi noktada tüketicinin seçim kararını etkilediğinin anlaşılması, etkin destinasyon pazarlama stratejileri geliştirilebilmesi için gereklidir (Sirakaya, Sonmez ve Choi, 2001: 126). Turizm sektörü için önemli bir kavram olan imaj, turizmle ilgili tutum ve davranışları, var olanı onaylayarak/güçlendirerek, yenisini oluşturarak ve değiştirerek farklı şekillerde etkiler (Kim ve Richardson, 2003: 214).

Destinasyon imajıyla ilgili araştırmaların temelini Hunt'ın 1971 yılında yayınladığı çalışma oluşturmaktadır (Gallarza, Saura ve García, 2002: 58). 1971 yılından günümüze kadar birçok araştırmaya konu olan destinasyon imajıyla ilgili literatürde yer alan bazı tanımlara Tablo 1'de yer verilmiştir.

Tablo 1. Literatürde Yer Alan Destinasyon İmajı Tanımları

Yazar/Yazarlar	**Destinasyon İmajı Tanımı**
Hunt (1971)	Birey ya da bireylerin ziyaret etmedikleri bir yer hakkında edindikleri izlenimlerdir.
Markin (1974)	Bildiklerimizi anlayarak kişiselleştirmemiz, içselleştirmemiz ve kavramsallaştırmamızdır.
Hunt (1975)	Potansiyel ziyaretçilerin, bir yer hakkında sahip oldukları algılardır.
Crompton (1977)	Bilişsel bir sistem içinde bir destinasyonun organize temsilidir.
Lawson and Baud-Bovy (1977)	Belirli bir nesne ya da yerle ilgili bir bireyin sahip olduğu bilgi, izlenim, önyargı, hayal ve duygularının ifadesidir.
Crompton (1979)	Bir kişinin destinasyon hakkında sahip olduğu inanç, fikir ve izlenimlerinin bütünüdür.
Assael (1984)	Zaman içinde farklı bilgi kaynaklarından gelen bilgilerin işlenmesi sonucunda oluşan, destinasyona yönelik toplam algılardır.
Ditchter (1985)	İmaj kavramı siyasi bir aday, bir ürün ve bir ülke için söz konusu olabilir. İmaj kişilerin bireysel özellikleri ya da ürün ve ülkelerin niteliklerini değil, başkalarının aklında oluşan izlenimleri ifade eder.
Phelps (1986)	Bir yerle ilgili algılar ve izlenimlerdir.
Moutinho (1987)	Destinasyonun özeliliklerine karşı bireyin bilgi ve duygularına dayalı tutumudur.
Calantone et al. (1989)	Potansiyel turistlerin destinasyona yönelik algılarıdır.
Embacher and Buttle (1989)	İmaj bir destinasyon hakkında bireysel veya kolektif olarak sahip olunan fikirler veya kavrayıştır.
Chon (1990)	Kişinin destinasyon hakkındaki inançları, fikirleri, duyguları, beklentileri ve izlenimlerinin etkileşiminin sonucudur.
Fakeye and Crompton (1991)	İmaj, toplam izlenimler arasından seçilmiş birkaç izlenime dayanan potansiyel turist tarafından geliştirilen zihinsel bir kurgudur.

Dadgostar and Isotalo (1992)	Bireyin bir yer hakkında edindiği genel izlenim ya da tutumdur.
Gartner (1993), (1996)	Destinasyon imajı, birbirleri ile bağlantılı hiyerarşik olarak üç unsurdan meydana gelmektedir: bilişsel, duygusal ve çaba ile oluşmuş imaj.
Kotler et al (1994)	Bir yerin imajı, kişinin sahip olduğu inanç, fikir ve izlenimlerin toplamıdır.
Coshall (2000)	Bireyin, destinasyon özellikleri hakkındaki algılamasıdır.
Bigné, Sánchez and Sánchez (2001)	Turistler tarafından gerçeğin nesnel bir şekilde yorumlanmasıdır.
Kim and Richardson (2003)	Zaman içinde bir yere ilişkin oluşan izlenimler, inançlar, fikirler, beklentiler ve duygular toplamıdır.

Kaynak: (Echtner ve Ritchie, 2003: 41; Gallarza, Saura ve García, 2002: 60; San Martín ve del Bosque, 2008: 264).

Çeşitli disiplinlerde ve alanlarda çalışma yapan araştırmacılar destinasyon imaj yapısının hem bilişsel hem de duyuşsal değerlendirmeler sonucunda oluştuğunu çalışmalarında ortaya koymuşlardır. Bilişsel imaj, bireylerin destinasyon hakkındaki inanç ve bilgileri işaret ederken; duyuşsal imaj ise bu yerlerle ilgili nasıl hissettiklerini içerir. Üçüncü bileşen olarak, imajın bilişsel ve duyuşsal değerlendirmeleri sonucu genel bir imajın oluştuğu öne sürülmektedir (Baloglu ve McClearly, 1999: 870-873).

Gartner bilişsel imajı, özelliklerinden bazılarının içten kabul edilen bir nesneye karşı oluşan inanç ve tutumların toplamı olarak tanımlamıştır (Gartner, 1993: 193). Bilişsel/algısal imajda turist destinasyonunun her bir özelliğine verilen önem ve değer önceliklidir. Başka bir deyişle, destinasyonun imajı, turisti o destinasyonu ziyaret etmeye doğru yönlendiren, destinasyonun sahip olduğu çekicilikler ve kaynaklarının özellikleri bazında değerlendirilmesidir (Beerli ve Martín, 2004: 659-660).

Duyuşsal imaj, tüketicinin destinasyona karşı hislerini ifade etmektedir. Bir başka ifadeyle bilişsel tepkilerin bir fonksiyonu olarak oluşmaktadır (Baloglu ve McClearly, 1999: 870). Bilişsel boyut destinasyon hakkındaki, önceki ziyaretlerden ya da diğer kaynaklardan elde edilen tüm bilgi ve inanışlardan oluşan farkındalık durumunu ifade ederken duygu bireyin bir nesneye karşı hislerini ifade etmekte, olumlu, olumsuz ya da nötr olabilmektedir (Pike ve Ryan, 2004: 334). Gartner'a göre imajın duyuşsal bileşeni turistlerin destinasyon seçimi sırasındaki motivasyonu ile ilgilidir ve duygular genellikle destinasyon seçim süreci değerlendirilmeye başladığında işlevsel hale gelmektedir (Gartner, 1993: 196).

Ziyaretçinin destinasyonun özellikleri hakkındaki bilgi ve inançlarından oluşan bilişsel imaj ile bu özelliklere karşı ziyaretçinin hissettiklerinin değerlendirilmesiyle oluşan duygusal imajın birlikte bütüncül imajı oluşturduğu ifade edilmektedir. Baloglu ve McClearly'e göre bilişsel imaj ve duygusal imaj, bütüncül imajı doğrudan etkilemektedir ve bütüncül imaj olumlu ya da olumsuz olabilmektedir (Baloglu ve McClearly, 1999: 870).

Konukseverlik, dinlenme ve eğlence gibi geniş bir alana sahip olan turizm literatüründe bağlılık araştırması oldukça yeni ve turizm akademisyenlerinin giderek artan bir şekilde ilgisini çekmekte olan bir olgudur. Turist çekebilmek için yoğun rekabetin yaşandığı günümüzde

turizm sektörü, bu yoğun rekabet altında olumlu bir imaj oluşturma ve bu imajı koruma, cazip turizm teklifleri geliştirme, ziyaretçilerin memnuniyeti ve turistlerin destinasyona olan bağlılığını arttırma baskısı altındadır. Birçok ülke ve turizm bölgesinde organizasyonel performans ve destinasyonun ünü ile bağlantılı olan destinasyon marka bağlılığı turizm pazarlamasının en önemli stratejik unsurlarından birini oluşturmaktadır (Oppermann, 2000: 79; Bianchi, Pike ve Lings, 2014: 217; Moreira ve Iao, 2014: 91; Jraisat vd., 2015: 296).

İlgili literatürde destinasyon bağılığı ile ilgili davranışsal, tutumsal ve karma yaklaşımlarla yapılan tanımlar yer almaktadır. Davranışsal bağlılık, turistlerin tüketim davranışına (tekrarlanan ziyaret) odaklanır. Tutumsal bağlılık, turistlerin destinasyona olan psikolojik bakışını (destinasyonu tekrar ziyaret etme niyeti veya diğer potansiyel turistlere tavsiyede bulunma) ifade eder. Hem davranışsal hem de tutumsal yaklaşımın birleşimi olan karma yaklaşımın turistlerin bağlılığının en doğru temsilini sağladığı belirtilmektedir. Destinasyon marka bağlılığı, turistleri belirli bir destinasyonu tekrar ziyaret etmeye teşvik eden duygu ve davranışların bütünü olarak tanımlanabilir (Gursoy, Chen ve Chi, 2014: 811; Zhang vd., 2014: 215-216; Mohamad, Ghani ve Izzati, 2014: 363). Çoğu destinasyon, genellikle tekrarlanan ziyaretleri ya da tekrar ziyaret etme niyetini, sadık müşterilerini tanımlamak için kullanmaktadır. Chen ve Gursoy ise destinasyon marka bağlılığını, turistlerin destinasyonu tavsiye edilebilir bir yer olarak algılaması şeklinde tanımlamıştır (McKercher ve Guillet, 2011: 122; Chen ve Gursoy, 2001: 79).

3. Araştırma Metodolojisi

Araştırma için hazırlanan soru formu iki bölümden oluşmaktadır. Soru formunun ilk bölümü ziyaret sıklığı, cinsiyet, yaş, aylık gelir, eğitim, meslek, ziyaret sebebi ve medeni durum olmak üzere katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorulardan oluşmaktadır. Soru formunun ikinci bölümünde ise destinasyonun bilişsel imaj boyutlarının (deneyim kalitesi, turistik çekicilik ve eğlence/açık hava aktiviteleri) tekrar gelme ve tavsiye etme niyetleri üzerindeki etkilerini ölçmek amacıyla yanıt skalası 5'li likert tipinde hazırlanmış 22 ifade yer almaktadır. Araştırmada kullanılan ölçeğin ifadeleri Qu vd. (2011)'nin çalışmalarından uyarlanmıştır. Araştırma modelinin testinde PLS-Sem yöntemi kullanılmıştır.

3.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Örneklemin demografik özelliklerine dair bilgiler aşağıda tabloda verilmiştir.

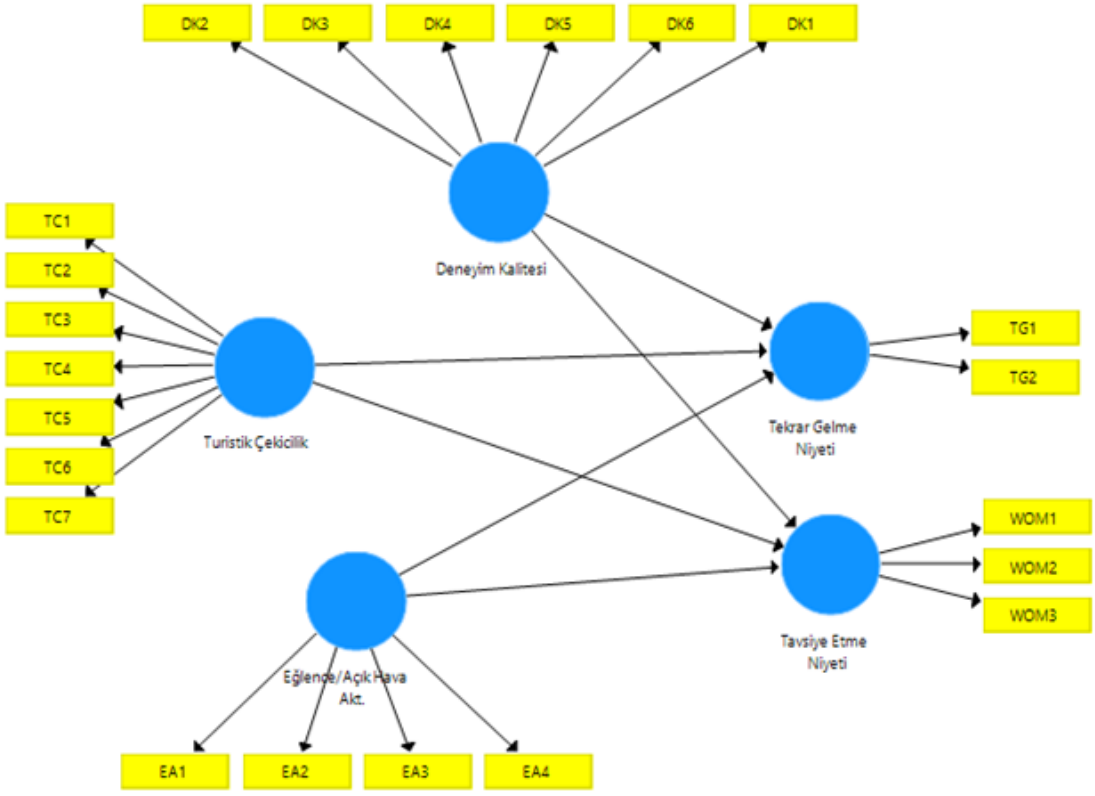
Tablo 1. Demografik Özellikler

Ziyaret Sıklığı	**Frekans**	**Yaş**	**Frekans**
Sadece 1 defa	89	20 yaş altı	17
Birden fazla	192	20-30 yaş arası	162
Toplam	281	31-40 yaş arası	66
Cinsiyet	**Frekans**	41-50 yaş arası	27
Erkek	96	51-60 yaş arası	7
Kadın	185	60 yaş üzeri	2
Toplam	281	Toplam	281
Aylık Gelir	**Frekans**	**Eğitim**	**Frekans**
2000 TL'den az	119	İlköğretim mezunu	19
2000-3000 TL	67	Lise mezunu	63
3001-5000 TL	72	Lisans mezunu	135
5001-7500 TL	19	Yüksek lisans mezunu	59
7500 TL ve üzeri	4	Doktora mezunu	5
Toplam	281	Toplam	281
Meslek	**Frekans**	**Ziyaret Sebebi**	**Frekans**
Kamu çalışanı	47	Tatil	206
Özel sektör çalışanı	104	Balayı	6
Öğrenci	70	Arkadaş ve akraba ziyareti	19
Çalışmıyor	60	İş	12
Toplam	281	Diğer	38
Medeni Durum	**Frekans**	Toplam	281
Bekar	185		
Evli	96		
Toplam	281		

3.2. Araştırma Modeli ve Hipotezler

Araştırma modeli Şekil 1'de gösterilmektedir.

Şekil 1. Araştırma Modeli



Şekil 1'de görüldüğü üzere, araştırma hipotezleri aşağıdaki gibidir:

H_1 : Deneyim kalitesi tavsiye etme niyetini olumlu yönde etkiler.

H_2 : Deneyim kalitesi tekrar gelme niyetini olumlu yönde etkiler.

H_3 : Eğlence/Açık hava aktiviteleri tavsiye etme niyetini olumlu yönde etkiler.

H_4 : Eğlence/Açık hava aktiviteleri tekrar gelme niyetini olumlu yönde etkiler.

H_5 : Turistik çekicilik tavsiye etme niyetini olumlu yönde etkiler.

H_6 : Turistik çekicilik tekrar gelme niyetini olumlu yönde etkiler.

PLS-Sem yöntemiyle elde edilen faktör yükleri, güvenilik ve geçerlilik sonuçları Tablo 2'de özetlenmiştir.

Tablo 2. Boyut Güvenilirliği ve Geçerliliği

Boyut	İfade	Faktör Yükü	Cronbach's Alpha	AVE	CR
Deneyim Kalitesi	DK1	0.884	0.880	0.628	0.910
	DK2	0.709			
	DK3	0.785			
	DK4	0.829			
	DK5	0.838			
	DK6	0.692			
Turistik Çekicilik	TC1	0.826	0.871	0.566	0.901
	TC2	0.764			
	TC3	0.752			
	TC4	0.658			
	TC5	0.726			
	TC6	0.753			
	TC7	0.777			
Eğlence/Açık Hava Aktiviteleri	EA1	0.868	0.838	0.669	0.890
	EA2	0.789			
	EA3	0.762			
	EA4	0.849			
Tekrar Gelme Niyeti	TG1	0.914	0.781	0.820	0.901
	TG2	0.898			
Tavsiye Etme Niyeti	WOM1	0.977	0.978	0.957	0.985
	WOM2	0.981			
	WOM3	0.977			

Cronbach's Alpha değerleri 0.781 ve 0.978 arasında yer almaktadır. Boyut güvenilirliği ve geçerliliği sonuçları Tablo 2'de verilmiştir. Fornell ve Larcker (1981)'e göre yapısal modelin geçerliliği için AVE (Average Variance Extracted) değerlerinin 0.50 ve üzerinde olması gerekmektedir. CR (Composite Reliability) değerinin ise 0.70 ve üzerinde olması gerekmektedir (Hair vd. 2014: 111).

3.3. Yapısal Model- Standardize Yol Katsayıları

Standardize yol katsayıları ve hipotez sonuçları Tablo 3'te gösterilmektedir. Model sonuçlarına göre yollardan dört tanesi istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur.

Tablo 3. Yol Katsayıları ve T Değerleri

Hipotezler	Yollar	Yol Katsayısı	T İstatistiği	Sonuç
H_1	Deneyim Kalitesi- Tavsiye Etme Niyeti	0.30	2.23**	**Kabul**
H_2	Deneyim Kalitesi- Tekrar Gelme Niyeti	0.17	0.97	Red
H_3	Eğlence/Açık Hava Aktiviteleri- Tavsiye Etme Niyeti	0.24	2.02**	**Kabul**
H_4	Eğlence/Açık Hava Aktiviteleri- Tekrar Gelme Niyeti	0.18	1.14	Red
H_5	Turistik Çekicilik- Tavsiye Etme Niyeti	0.26	2.11**	**Kabul**
H_6	Turistik Çekicilik- Tekrar Gelme Niyeti	0.43	2.64***	**Kabul**

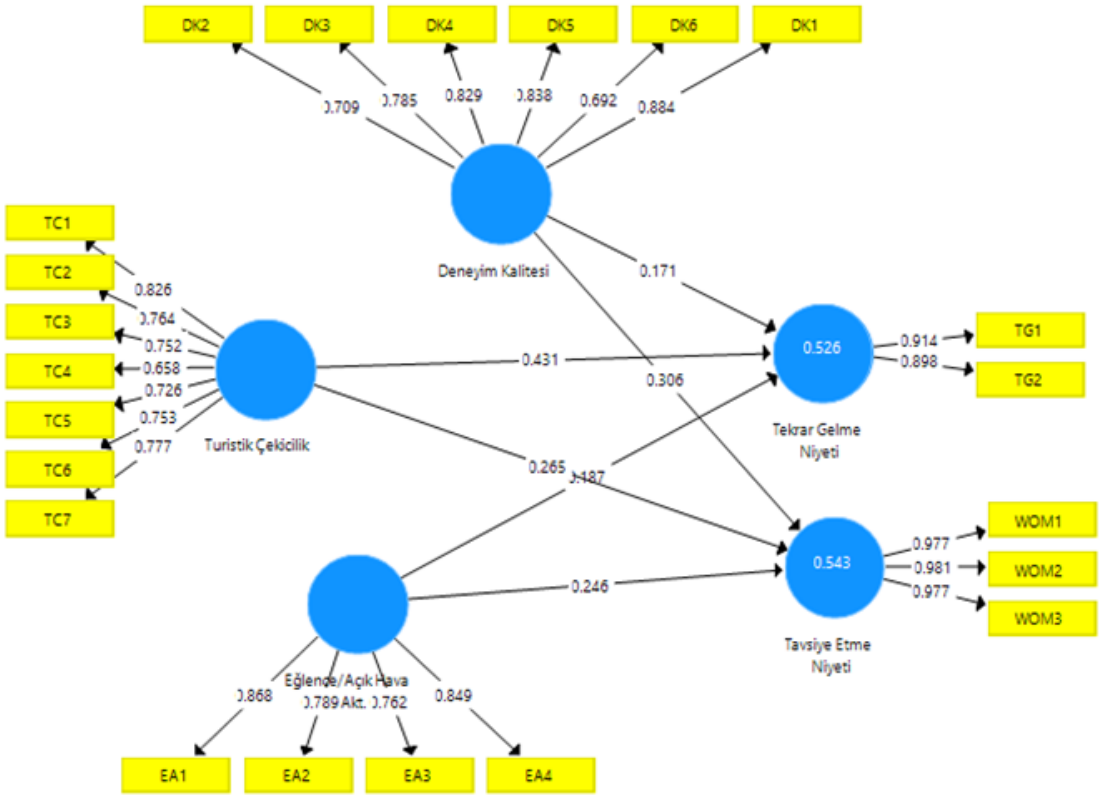
*t-değeri1.65 (anlamlılık düzeyi=10%)

**t-değeri1.96 (anlamlılık düzeyi=5%)

*** t-değeri 2.58 (anlamlılık düzeyi=1%) (Hair, Ringle ve Sarstedt. 2011; Rezaei 2015)

Yapısal model ve standardize edilmiş yol katsayıları Şekil 2'de gösterilmektedir.

Şekil 2. Yol Katsayıları



4. Sonuç

Bu araştırmada, destinasyonların bilişsel imaj boyutlarından deneyim kalitesi, turistik çekicilik ve eğlence/açık hava aktivitelerinin tüketicilerin Çeşme destinasyonuna tekrar gelme niyeti ve Çeşme'yi başkalarına tavsiye etme niyetleri üzerindeki etkileri PLS-Sem yöntemi ile incelenmiştir. Araştırma sonuçları; deneyim kalitesi- tavsiye etme niyeti, eğlence/açık hava aktiviteleri- tavsiye etme niyeti, turistik çekicilik- tavsiye etme niyeti ve turistik çekicilik- tekrar gelme niyeti arasındaki yolların istatistiksel olarak anlamlı olduğunu, buna karşılık deneyim kalitesi- tekrar gelme niyeti ve eğlence/açık hava aktiviteleri- tekrar gelme niyeti arasındaki yolların istatistiksel olarak anlamlı olmadığını göstermiştir. Turistik çekiciliğin destinasyona tekrar gelme ve destinasyonu başkalarına tavsiye etme üzerindeki olumlu etkileri düşünüldüğünde, yöneticilerin destinasyonu çekici kılmak üzere çeşitli planlama ve uygulamalarda bulunmaları gerektiği anlaşılmaktadır. Çeşme'yi rakiplerinden ayıran özelliklerinin ön plana çıkarılması, bunların geleneksel ve sosyal medyada hedef kitleye etkili bir şekilde iletilmesi destinasyona avantaj sağlayacaktır. Bunun için hedef kitlenin sevdiği ve takdir ettiği ünlüler kullanılabilir, bununla birlikte destinasyona özgü ve yaratıcı bir slogan üretilerek tanıtımlarda bu slogandan yararlanılabilir. Ayrıca, Çeşme'yi ziyaret eden tüketicilere eşsiz ve kaliteli deneyimler yaşatmak amaçlanmalı ve bu doğrultuda hizmet çalışanlarına

gerekli eğitimler sağlanarak, yöredeki yerel halka da turizmin önemini pekiştirmek için gerekli bilgilendirmeler yapılmalıdır. Böylece yaşadığı deneyimden memnun kalacak turistler, çevresindeki insanlara Çeşme'yle ilgili olumlu ağızdan ağıza iletişimde bulunarak diğer insanların da Çeşme'yi ziyaret etmelerine aracı olabileceklerdir. Araştırmadaki bir diğer önemli boyut olan eğlence/açık hava aktivitelerinin de tavsiye etme niyeti üzerinde olumlu etkiye sahip olduğu görülmektedir. Yaz aylarında düzenlenen açık hava konserlerinin sayısı arttırılarak ve bunlara ek olarak çeşitli festivaller düzenlenerek Çeşme'ye gelen ziyaretçilerin tatillerinden daha fazla keyif almaları sağlanabilir. Bu şekilde, olumlu ağızdan ağıza iletişim teşvik edilerek, gelen turist sayısında artış sağlanabilecektir.

Anahtar Kelimeler: Destinasyon imajı, bilişsel imaj, tekrar gelme niyeti, tavsiye etme niyeti, Çeşme, PLS-Sem

JEL Kodları: M30, M31

Kaynaklar

Alcaniz, E. B., Garcia, I. S., & Blas, S. S. (2009). "The functional-psychological continuum in the cognitive image of a destination: A confirmatory analysis", *Tourism Management,* 30: 715-723.

Baloglu, S., & McCleary, K. W. (1999). "A model of destination image formation", *Annals of Tourism Research,* 26(4): 868-897.

Beerli, A., & Martin, J. D. (2004). "Factors influencing destination image", *Annals of Tourism Research,* 31(3): 657-681.

Bianchi, C., Pike, S., & Lings, I. (2014). "Investigating attitudes towards three South American destinations in an emerging long haul market using a model of consumer-based brand equity (CBBE)", *Tourism Management*, 42: 215-223.

Chen, J. S., & Gursoy, D. (2001). "An investigation of tourists' destination loyalty and preferences", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 13(2): 79-85.

Echtner, C. M., & Ritchie, J. R. B. (2003). "The meaning and measurement of destination image", *The Journal of Tourism Studies,* 14(1): 37-48.

Fornell, C. & Larcker, D. F. (1981). "Evaluating Structural Equation Models with Unobservab-le Variables and Measurement Error", *Journal of Marketing Research*, 39-50.

Gallarza, M. G., Saura, I. G., & García, H. C. (2002). "Destination image: Towards a conceptual framework", *Annals of Tourism Research,* 29(1): 56-78.

Gartner, W. C. (1994). "Image formation process", *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 2(2-3): 191-216.

Gursoy, D., S. Chen, J., & G. Chi, C. (2014). "Theoretical examination of destination loyalty formation", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 26(5): 809-827.

Hair Jr, J., Sarstedt, M., Hopkins, L. Ve G. Kuppelwieser, V. (2014). "Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) An Emerging Tool in Business Research", *European Business Review*, 26(2): 106-121.

Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). "PLS-SEM: Indeed a silver bullet". *Journal of Marketing theory and Practice*, 19(2): 139-152.

Hanlan, J., & Kelly, S. (2005). "Image formation, information sources and an iconic Australian tourist destination", *Journal of Vacation Marketing*, 11(2): 163-177.

Hernandez-Mogollon, J. M., Duarte, P. A., & Folgado-Fernandez, J. A. (2017). "The contribution of cultural events to the formation of the cognitive and affective images of a tourist destination", *Journal of Destination Marketing&Management*, 1-9.

Jraisat, L. E., Akroush, M. N., Alfaouri, R. J., Qatu, L. T., & Kurdieh, D. J. (2015). "Perceived brand salience and destination brand loyalty from international tourists' perspectives: the case of Dead Sea destination, Jordan", *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 9(3): 292-315.

Kim, H., & Richardson, S. L. (2003). "Motion picture impacts on destination images", *Annals of Tourism Research*, 30(1): 216-237.

Kim, S., & Yoon, Y. (2003). "The hierarchial effects of affective and cognitive components on tourism destination image", *Journal of Travel&Tourism Marketing*, 14(2): 1-22.

Konecnik, M. & Gartner, W. C. (2007). "Customer-based brand equity for a destination", *Annals of Tourism Research*, 34(2): 400-421.

Konecnik, M. (2002). "The image as a possible source of competitive advantage of the destination- The case of Slovenia", *Tourism Review*, 57(1): 6-12.

Lin, C. H., Morais, D. B., Kerstetter, D. L. & Hou, J. S. (2007). "Examining the role of cognitive and affective image in predicting choice across natural, developed and theme-park destinations", *Journal of Travel Research*, 46(2): 183-194.

McKercher, B., & Denizci Guillet, B. (2011). "Are tourists or markets destination loyal?", *Journal of Travel Research*, 50(2): 121-132.

Mohamad, M., Ghani, A., & Izzati, N. (2014). "The impact of tourist satisfaction on destination loyalty among European tourists visiting Malaysia", *International Journal of Management Sciences*, 2(8): 362-371.

Moreira, P., & Iao, C. (2014). "A longitudinal study on the factors of destination image, destination attraction and destination loyalty", *Journal of Social Sciences, 3*(3): 90-112.

Oppermann, M. (1999). "Predicting destination choice—A discussion of destination loyalty", *Journal of Vacation Marketing*, 5(1): 51-65.

Qu, H., Kim, L. H., & Im, H. H. (2011). "A model of destination branding: Integrating the concepts of the branding and destination image", *Tourism Management,* 32: 465-476.

Rezaei, S. (2015). "Segmenting consumer decision-making styles (CDMS) toward marketing practice: A partial least squares (PLS) path modeling approach", *Journal of Retailing and Consumer Services*, 22: 1-15.

San Martín, H., & Del Bosque, I. A. R. (2008). "Exploring the cognitive–affective nature of destination image and the role of psychological factors in its formation", *Tourism Management*, 29(2): 263-277

Sirakaya, E., Sonmez, S. F., & Choi, H. S. (2001). "Do destination images really matter? Predicting destination choices of student travelers", *Journal of Vacation Marketing*, 7(2): 125-142.

Tasci, A. D., & Gartner, W. C. (2007). "Destination image and its functional relationships", *Journal of Travel Research*, 45(4): 413-425.

Zhang, H., Fu, X., Cai, L. A., & Lu, L. (2014). "Destination image and tourist loyalty: A meta-analysis", *Tourism Management*, 40: 213-223.

Hastane Yönetim Bilgi Sistemlerini Kullanan Sağlik Kurumlarinda Hasta Memnuniyetini Etkileyen Faktörlerin Sem (PLS) Yöntemi İle Değerlendirilmesi Kütahya Örneği

Hasbiye DİZMAN[41]

Full Text

1.Giriş

Günümüzde iletişim, bilişim, internet, bilgisayar (yazılım ve donanım) teknolojileri bir çok alanı etkisi altına aldığı gibi sağlık sektörüde bu etkileşimin içersindedir. Bilgisayarların değişik sektörlerde kullanımı için çok değişik konularda yazılım programları hazırlanmakta ve kullanılmaktadır. Genel olarak bu programlar üst düzey yöneticilere karar verme konusunda destek sağlarken işgörenlere de işlem pratikliği kazandırmak, zaman ve maliyet tasarrufu, hata olasılıklarını azaltma, rapor sunabilme vb. gibi bir çok konuda fayda yaratmaktadır. Sektör veya konunun farketmediği bir çok alanda bilgi ihtiyacı için veya bilimsel bilgi adına çalışma yapan kişilerin yaptıkları bu çalışmalara bilişim sistemleri denir. Bilişim sistemlerinin bir alt gurubu olarak karşımıza karar destek sistemleri çıkar (Sütçü, 1995: 6). Kullanıcılarına ilgili sorunlar karşısında çözüm önerileri sunabilen, karar verme desteği sağlayan bir çok olasılık içinden hangisinin seçilmesi gerektiğini söyleyen ve hız kazandıran bu sistemler insanın düşünsel ürünlerinin ya da zekasının teknolojiyle içiçe geçmesidir (Şahin, 2007: 311).

Sağlık Bakanlığının 2003 yılında yapmış olduğu politikalar değişikliklerinde almış olduğu kararlardan biri Hastane Yönetim Bilgi Sistemleri (HYBS) kullanına karar verilmesidir.Sektörde HYBS yönelik farklı yazılım programları mevcuttur. Bu programlar sayesinde hastanelerde yapılan bir çok işlem bilgisayarlar üzerinden gerçekleştirilmektir. Bu sürecin hem sağlık çalışanlarına hemde sağlık hizmeti talep eden hastalara olumlu bir yansıma yapar.Sağlık çalışanlarının motivasyon ve iş tatmini doğal olarak personel memnuniyetini artırarak daha başarılı iş hayatlarını sürdürme konusunda yardımcı olurken hastaları da işlemlerinin kısalması, randevu alabilme, hastalıklarıyla ilgili bilgileri ve kullandıkları ilaçları kayıt altına alma gibi hastanın hoşuna gidebilecek durumlar dogar diyebiliriz.

Hastane Yönetim Bilgi Sistemleri (HBYS) hastanelerde yönetsel, finansal, klinik ve bilgi teknolojileri konularında destek veren sistemlerdir.

HBYS kullanan kurumlarda hasta memnuniyetini etkileyen faktörleri "Hastane Yönetim Bilgi Sistemlerini Kullanan Sağlık Kurumlarında Hasta Memnuniyeti Ve Hasta Sadakatini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi" balışklı çalışmamızda belirledik. Bunlar; Verimlilik, Hasta Memnuniyeti, Güvenilirlik, Kurum imajı ve Kalite'dir.

Belirlediğimiz faktörlerin hasta memnuniyetini artırmada etki boyutunun yönünün ne olacağını anlamak adına hipotezlerimizi ortaya koyduk. Kütahya ilinde yüz yüze anket yapılarak veri toplanmıştır. Toplanan bu veriler kısmi en küçük kareler yapısal eşitlik modellemesi (Smart PLS) yaklaşımıyla test edilmiştir.

Ölçeğin güvenilirliğini ve iç tutarlılığını ölçmek için Cronbach alfa kullanılmıştır. Cronbach alfa değerleri güvenilirlik faktöründe 0,881, verimlilik faktöründe 0,939 arasında değiştiği için iç tutarlılık derecesini göstermektedir. Yakınsak geçerliliği ölçmek için Bileşik Güvenilirlik (CR. Composite Reliability) ve Ortalama Varyans (AVE, Average Variance Extracted) testleri

[41]Öğr.Grv., Dumlupınar Üniversitesi – Gediz MYO, hasbiye.dizman@dpu.edu.tr

yapılmıştır. CR değeri 0.915 ile 0.955, Ave değeri 0,673 ile 0,877 arasında çıkmıştır. Bu sonuçlar ölçeğin güvenilirliğini ve iç tutarlılığını ortaya koymuştur.

Bu çalışma t-testi, faktör ve regresyon analizlerinden oluşmaktadır. Bulgular hasta memnuniyetini belirlemek için Verimlilik, Hasta Memnuniyeti, Güvenilirlik, Kurum imajı, Kalite gibi faktörlerin etkili olduğunu ortaya koymaktadır. Çalışmanın devamında literatür taraması ve hipotezler, çalışmanın metodu, tartışma ve sonuç bölümü yer alacaktır.

2. Hastane Yönetim Bilgi Sistemlerinin Literatürü

Karar destek sistemleri altında değerlendirdiğimiz HYBS literatürü için KDS'lerine bakmak daha doğru olacaktır. İlk kez bilgisayarların karar alma sürecinde nasıl kullanılabileceğini test etmek adına 1950 ve 1960 yıllarda Carnegie ve Massachusetts Teknoloji Enstitülerinde çalışmalar başlatılmıştır. Bu çalışmada bilgisayarların teknik anlamda kararları desteklemesi istenmiştir (Gökşen ve Kılıç, 2011: 85-86).

1960'lı yıllarda, Engelbartın başkanlık ettiği öğrencilerinin ve arkadaşlarının katıldığı ekip NLS adında çevrim içi bir sistem geliştirmişlerdir. Bu sistem çalışmalar sürecinde ortaya çıkan her türlü belgenin elektronik ortamda saklanmasını, tekrar kullanımını, başka bir birime sevkini, sonlandırılması gibi işleri yapabilme yeteneğine sahiptir. Dijital arşiv özelliği taşır.NLS yazılımı bunların yanısıra görüntülü telekonferans yapılabilmesine de imkan sağlar (www.http://dssresources.com/ history/ dsshistory. html/by..D.J.Power, E:06.01.2018). NLS sistem mantığı HYBS de kullanılmış olup hastanede oluşan her türlü belgenin veri tabanında saklanmasını sağlar.Özellikle hastalara ilişkin açılan hasta dosyalarının arşivlenmesi ve istenildiğinde tekrar kullanımını sağlar.

1960'ların sonunda abdominal (ağrı sistemi) hastalıklarına ilişkin Leeds Üniversitesinde, De Dombal ve yardımcıları tarafından hastalardan elde edilen bulguları değerlendirip sonuçlar hakkında görüşler bildirebilen bir sistem geliştirilmiştir (Özata ve Aslan, 2004: 11-17).

1968 yılında INTERACT programıyla Vermont Üniversitesinde tele-tıp uygulaması ilk kez kullanılmıştır. Bu program sayesinde hem eğitim desteği sağlanmış hem de doktorlarla bilgi alış verişi sağlanmıştır. Bunun dışında yine 1968 yılında Boston Havaalanı ile Massachusetts Hastanesi arasında video bağlantısı kurulmuştur.Bu bağlantı sayesinde havaalanında sürekli hekim bulundurma zorunluluğu ortadan kalkmıştır (Işık ve Güler, 2010: 2). Bu sistemin günümüzde de kullanıldığını söylemek yanlış olmayacaktır. Çünkü işletmelerde iş ve sosyal güvenlik kanunu gereğince 50 kişi ve daha üzerinde işgörene sahip firmaların tehlike sınıfı ayırt etmeksizin işyerinde hekim bulundurma şartları vardır.İş yeri hekimi ayın belli günlerinde gelerek işgörenlerin sağlık kontrollerini yapar.Bunun dışında ekstra bir durum olduğunda da bu bağlantı sayesinde hekimden bilgi alınabilir. Fiziki olarak birbirinden uzak yerlerde görev yapan hekimlerde yine bu sistem sayesinde birbirleriyle görüş alışverişinde bulunabilirler.

1970'li yıllarda hastanın klinik bilgilerini analiz ederek yeni bilgilerle teşhis ve tedavi hizmetleri için Klinik karar destek sistemleri kullanılmaya başlanmıştır. Bu işlemler 1980 yıllarda yapay zeka ile sürdürülmüştür. Zaman içerisinde yapay sinir ağları, bulanık mantık, kural tabanlı yaklaşım ve bayes ağları gibi yöntemler de kullanılarak hastalık teşhislerinde yardım desteği alınmaya başlanmıştır (https://docs.google. com/viewer? Embedded =true &url=http://www.turkmia.org/kongre2012/cd/pdf-format/64-74.pdf Koç vd - Klinik Karar Destek Sistemleri Kullanımına Yönelik Bir Araştırma: Acıbadem Hastanesi Örneği Khoong C. M . Desion support systems. 1995, E:06.01.2018).

1990'larda Amerikan Ulusal Tıp Enstitüsü 'nin yaptığı çalışmalar sağlık hizmetlerinin bilgisayarlarla birleştirilmesi noktasında en üst düzeye çıkmıştır. Bunları, hastane ortamında tıbbi kayıtlarda gizlilik prensibi, hastalara ait verilerin bütünlüğü ve güvenliği, internetin hastane işlemlerinde kullanımı gibi saymak mümkündür (Yılmaz,(ed), 2013:10-11).

2000'li yıllara gelindiğinde iletişim teknolojileri sayesinde ve yüksek hızlı bilgisayarların kullanılmaya başlanmasıyla elektronik ortamda sağlıkla ilgili tüm kayıt sistemlerinin oluşturulması için çalışmalar yapılmıştır. Bunları, Elektronik sağlık kayıt sistemleri, e-Sağlık, e-nabız uygulamaları olarak sayabiliriz. Bu sistemler günümüz sağlık sektörünün en temel uygulamalarıdır (Yılmaz,(ed), 2013:10-11).

Türkiye de ilk kez hastalara ilişkin veri tabanı uygulaması 1985 yılında Ankara Yüksek İhtisas Hastanesi Kalp Ve Damar Cerrahisinde yapılmıştır. Bu çalışma sayesinde hastalara ilişkin verilerin işlenmesi için veri formuları oluşturulmuş, veriler işlenmiş, sorgulama yapılmış, rapor ve istatistiki çıktılar elde edilmiştir (Yücebaş, 2006: 16).

3.Araştırmanın Hipotezleri

HYBS modül ve alt bileşenlerini kullanan sağlık kuruluşlarında hasta memnuniyetini etkileyen faktörlerin; Güvenilirlik, Hasta menuniyeti, Kalite, Kurum imajı ve Verimlilik gibi ana başlıkların olduğunu düşündük. Çalışmamızda bu faktörleri alt bileşenleriyle birlikte değerlendirerek hipotezlerimizi geliştirdik. Hipotezler:

H1: HYBS'leri kullanımında güvenilirlikle hasta memnuniyeti pozitif yönde ilişkilidir.
H2: HYBS'leri kullanımında kalite ile hasta memnuniyeti pozitif yönde ilişkilidir.
H3: HYBS'leri kullanımında kurum imajı ile hasta memnuniyeti pozitif yönde ilişkilidir.
H4: HYBS'leri kullanımında verimlilik ile hasta memnuniyeti ile pozitif yönde ilişkilidir.

4.METOD

4.1.Enstrüman ve Veri Toplama

Bu, anket veri toplama aracı olarak kullanan nicel kesitsel bir çalışmadır. Hastane Yönetim Bilgi Sistemlerini Kullanan Sağlık Kurumlarında Hasta Memnuniyetini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi isimli çalışmamızda kullandığımız maddeleri kullandık. Katılımın tamamen gönüllü olduğu Kütahya ili kamu hastaneler birliklerinde ve özel hastanelerde sağlık çalışanlarına anket sorularımız dağıtıldı. Araştırma dönemi, Mart 2017 başlayıp 15 Mayıs 2017 tarihleri arasında gerçekleşti. Finalde toplam 140 yanıt alındı.

4.2. Değerlendirme Ölçekleri

Bu çalışmada ilgili yapılar, önceki araştırmalardan elde edilen doğrulanmış maddeler kullanılarak hayata geçirildi.

HM1 (Hasta memnuniyeti) Hastaların Hekimini seçme hakkının olması memnuniyetini artırır.
HM2 Hastaların İnternet üzerinden randevu almaları memnuniyetlerini artırır.
HM3 Hasta haklarına yönelik birimlerin olması hasta memnuniyetini artırır.
HM4 Sağlık hizmetlerine erişim kolaylığı olduğu için hasta memnuniyeti artar.
G1 (Güvenilirlik) Hasta bilgilerinin gizliliği güveninizi olumlu yönde etkiler.
G2 Hasta mahremiyetinin olması güveninizi olumlu yönde etkiler.
G3 Hasta kayıtlarının kaybolmayacağına inanıyorum.
G4 Hasta kayıtlarının çalınma ve yetkisiz kişilerce kullanılmayacağına inanıyorum.
G5 Hasta güvenliği ile ilgili önlem almada yardımcı olacağına inanıyorum.

K1 (Kalite)HBYS Modülleri İş akışını hızlandırdığı için hizmet kalitesini artırır.
K2 HBYS Modülleri bilgi ve belge işlemlerini karşıladığı için hizmet kalitesini artırır.
K3 Sistem düzenli olarak güncellendiği ve geliştirildiği için beklentilere cevap verme kaliteyi artırır.
İKE1 (İnsan Kaynakları Etkililiği)HYBS tüm çalışanların görevlerini bildirir.
İKE2 Çalışanların özlük işlemleri düzenli yapılır.
İKE3 Performansa dayalı ek ödemeler gerçekleştirilir.
İKE4 Görev ihlali, görevi kötüye kullanma durumlarında ceza, başarılı durumlarda da ödül uygulaması vardır.
İKE5 Verimlilik ve performansa ilişkin veri sağlar.
V1 (Verimlilik)Gereksiz hizmet, malzeme ve ilaç kullanımını etkiler.
V2 Hastanın yatış süresini kısaltır.
V3 Kâğıtsız, filmsiz sağlık hizmeti sunar.
V4 Sağlık hizmetlerinde daha fazla kişinin yararlanılması sağlanır.
MS1 (Müşteri sadakati)Hastanın işlemleri kısa sürede görüldüğünden aynı hastaneyi tercih eder.
MS2 Sağlık hizmetlerinden memnun kalan hasta ve yakınları kurumu başkalarına tavsiye eder.
Kİ1 (Kurum imajı)Sağlık Bakanlığı sektör için yenilikçi ve ileri görüşlüdür.
Kİ2 Sağlık hizmeti edindiğim hastane bana değer katar.
Kİ3 Sağlık sektörü çalışanı olarak çalıştığım kurum bana değer katar.

Bu maddeler kullanılmıştır. Bütün maddeler, "Kesinlikle katılıyorum" dan "Kesinlikle Katılmıyorum" a kadar değişen, beş puanlık likert tipi bir ölçek kullanılarak ölçülmüştür.

4.3.Katılımcı Profili

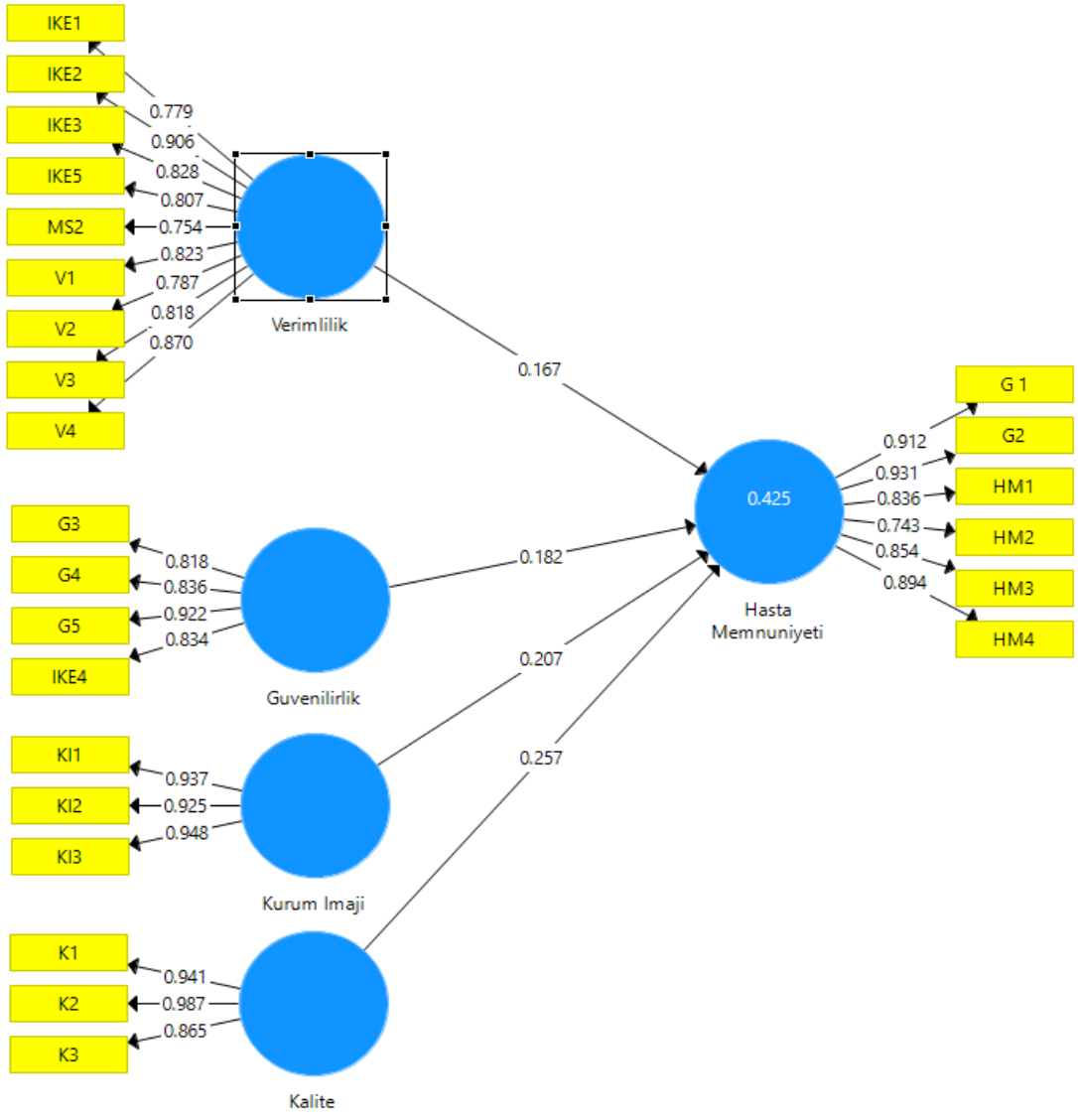
Örneklemin tanımlayıcı istatistikleri, katılımcıların %53,6'sı erkek, %46,4'u bayandır. 21-30 yaş aralığı % 46 ile en büyük yaş aralığını temsil etmektedir. Mesleki bilgi olarak eczacılar %25 ile büyük orana sahiptir. İstihdam şeklinde %85 oranı ile memur yer almaktadır. Eğitim durumu ise %46 ile en büyük grubu ön lisans temsil etmektedir. Katılımsızların HYBS modül ve alt bileşenlerinin kullanımına ilişkin eğitim aldınız mı sorusuna da %85 dir.%53,6 oran ile de çalışma süresi 10 yıl ve üzeri tespit edilmiştir.

Tablo 1. Sağlık Çalışanlarının Demografik Bilgileri

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cmltv Percent
CİNSİYET	Bay	75	53,6	53,6	53,6
	Bayan	65	46,4	46,4	100,0
YAŞ	20 ve Altı	5	3,6	3,6	3,6
	21-30	65	46,4	46,4	50,0
	31-40	50	35,7	35,7	85,7
	41-50	15	10,7	10,7	96,4
	51 ve üzeri	5	3,6	3,6	100,0
MESLEK BİLGİSİ	Eczacı	35	25,0	25,0	25,0
	Ebe/Hemşire	30	21,4	21,4	46,4
	Sağlık Memuru	25	17,9	17,9	64,3
	Sağlık Teknisyeni	10	7,1	7,1	71,4
	Tıbbı Sekreter	20	14,3	14,3	85,7
	Memur	10	7,1	7,1	92,9
	Diğer Sağlık Çalışanı	10	7,1	7,1	100,0
İSTİHDAM	Memur	120	85,7	85,7	85,7
	Sözleşmeli	15	10,7	10,7	96,4
	Şirket Elemanı	5	3,6	3,6	100,0
EĞİTİM	Lise	45	32,1	32,1	32,1
	Ön Lisans	65	46,4	46,4	78,6
	Lisans	30	21,4	21,4	100,0
EĞİTİM ALDINIZ MI	Hayır	20	14,3	14,3	14,3
	Evet	120	85,7	85,7	100,0
ÇALIŞMA SÜRESİ	1 yıldan az	20	14,3	14,3	14,3
	1-3	10	7,1	7,1	21,4
	4-6	5	3,6	3,6	25,0
	7-9	30	21,4	21,4	46,4
	10 yıl ve üzeri	75	53,6	53,6	100,0

4.4. Kavramsal Model

Şekil 1. Kavramsal Model



4.5. Veri Analizi ve Sonuçları

Bu çalışma, Kısmi En Küçük Kare (PLS) ile Yapısal Eşitlik Modellemesi (SEM) yaklaşımını bir analiz yöntemi olarak kullanmaktadır. Yapısal Eşitlik Modellemesi (YEM) (Structural Equation Modeling) bilimsel araştırmalardaki hipotezleri test etmek için, değişkenler arasındaki ilişkileri analiz eden istatiksel bir yöntemdir (Hoyle,1995:1). Yapısal eşitlik modelleri gözlenen değişkenler (observed variable) ve örtük değişkenler (latent variable) arasındaki nedensel ilişkilerin ve korelasyon ilişkilerinin bir arada bulunduğu modellerin test edilmesi için kullanılan istatistiksel bir teknik olup bağımlılık ilişkilerini tahmin etmek için, varyans, kovaryans analizleri, faktör analizi ve çoklu regresyon gibi analizlerin birleşmesiyle meydana gelen çok değişkenli bir yöntemdir. Yapısal eşitlik modellemesi özellikle psikoloji,

pazarlama vb. bilimlerde değişkenler arasındaki ilişkilerin değerlendirilmesinde ve modellerin testinde kullanılmaktadır (Tüfekçi ve Tüfekçi, 2006).

Bu çalışmada Smart PLS 3.00 kullanılarak iki aşamalı bir metodolojiye göre veri analizi yapılmıştır. İlk adım ölçüm modelini kullanarak yapıların içerik, yakınsak ve ayırt edici geçerliliğini sınamak. İkinci adım yapısal modeli ve hipotezleri test etmek.

4.6.Ölçüm Modeli

Ölçeğin güvenilirliğini ve iç tutarlılığını ölçmek için kullanılan yaygın bir yöntem olan Cronbach alfa kullanılmıştır. Cronbach alfa değerleri 0,881 (Güvenilirlik) ile 0, 939 (Verimlilik) arasında değiştiği için iç tutarlılık derecesini göstermektedir.

Yakınsak geçerliliği ölçmek için Bileşik Güvenilirlik (CR. Composite Reliability) ve Ortalama Varyans (AVE, Average Variance Extracted) testleri yapılmıştır. Çalışma modeli içerisindeki yapılar için CR ve AVE değerleri, kabul edilebilir seviyelerin üstündedir (Hair ve ark.; 2012:420). Her bir yapı için Cronbach alfa değeri 0.70'e eşit veya daha fazla olması durumunda ölçeğin güvenilirliğinin genel olarak kabul edildiğini ileri sürdü. Fornell ve Larcker (1981:2), her bir yapı için CR değerinin 0.70'i geçmesi gerektiğini, ancak AVE'nin yakınsak geçerliliğinin sağlanması için 0.50 değerini aşması gerektiğini önermektedir. (Bakınız Tablo 2- 3)

Tablo 2. Güvenilirlik ve yakınsak geçerlilik testleri sonuçları

	Cronbach's Al...	rho_A	Composite Rel...	Average Varian...
Guvenilirlik	0.881	0.975	0.915	0.729
Hasta Memnu...	0.932	0.951	0.946	0.746
Kalite	0.926	0.981	0.952	0.870
Kurum Imaji	0.931	0.953	0.955	0.877
Verimlilik	0.939	0.947	0.949	0.673

[a]Composite reliability (CR)=(square of the summation of the factor loadings)/{(square of the summation of the factor loadings)+(square of the summation of the error variances)}.

[b]Average variance extracted (AVE)=(summation of the square of the factor loadings)/{(summation of the square of the factor loadings)+(summation of the error variances)}.

Tablo 3. Tanımlayıcı analiz ve diskriminant geçerliliği

	Guvenilirlik	Hasta Memnu...	Kalite	Kurum Imaji	Verimlilik
Guvenilirlik	0.854				
Hasta Memnu...	0.473	0.864			
Kalite	0.408	0.535	0.933		
Kurum Imaji	0.482	0.504	0.393	0.937	
Verimlilik	0.520	0.584	0.730	0.649	0.820

5.Yapısal Model

PLS Algoritmasına ek olarak önyükleme işlemi(bootstrapping) uygulandı ve yol katsayılarının önemini değerlendirmek için 140 adet anket ve toplamda 25 adet soru seçildi. PLS-SEM analizinin sonuçları, Tablo 4'teki gibi, yapısal model tahminleri ve formüle edilmiş hipotezlerin değerlendirilmesini göstermektedir.

Tablo 4'te gösterilen çalışma modeli sonuçlarına göre 4 hipotez istatistiksel olarak anlamlı çıkmışştır. Hipotezlerimiz den ilk üçü yani H1, H2, H3 kabul olmuştur. Kabul sonuçlarımız da bütün hipotezlerimiz bir yıldızla desteklenmiştir. Yani H1, H2, H3 hipotezleri iyi seviyesindedir. Ancak H4 red olmuştur.Çünkü t value değeri 1,040 ile 1,65 altında kalmıştır. Bu sebeble red olmuştur.

Endojen gizli yapının R^2 değerleri de PLS algoritması prosedürü kullanılarak elde edilmiştir. R kareleri (R^2) dışsal değişkenler tarafından açıklanan varyans miktarını belirtir (Barclay ve diğerleri, 1995:2).

Endojen gizli yapı olarak, Hasta memnuniyeti için R^2 değeri 0, 425 etki boyutu gösteriyor. Bu etki oranı oldukça yüksektir. Çoklu regresyon modeli R^2'ye bağlıdır ve R^2 değeri 0.02 ile 0.12 arasında ise model zayıf, 0.13 ve 0.25 orta ve 0.26 ve üstü iyi olur (Gaur ve Gaur, 2006:114).

Tablo 4. Hipotez test sonuçları

Hip.	Yol İlişkileri	Sample Mean M	Standard Devaation STDEV	T value	P value	Karar
H1	Güvenilirlik->Hasta Memnuniyeti	0,184	0,098	1,860	0,063	Kabul *
H2	Kalite->Hasta Memnuniyeti	0,264	0,134	1,915	0,056	Kabul*
H3	Kurum İmajı ->Hasta Mennuniyeti	0,192	0,113	1,838	0,066	Kabul*
H4	Verimlilik -> Hasta Memnuniyeti	0,179	0,161	1,040	0,298	ret

a t-values for two-tailed test:
* 1.65 (sig. level 10%).
** 1.96 (sig. level=5%).
*** t-value 2.58 (sig. level = 1%) (Hair et all., 2011).
Notes:***p<0.01, **p<0.05, *p<0.1

Tablo 5: R^2 Sonuçları

Matrix	R Square	R Sguare Adjusted
Hasta Memnuniyeti	0,425	0,401

GoF ölçütleri, PLS modelini küresel olarak doğrulamak için temel değerler olarak öne sürülmüştür (Tenenhaus ve diğerleri, 2005:15; Wetzels ve ark., 2009:187).

Araştırma modelinde küresel doğrulama (Gof) tek r değeri olduğu için hesaplama yapılmamıştır.

6. Tartışma Ve Sonuçlar

Sağlık hizmeti talep eden müşterilerin memnuiyetlerinin önemli olduğu düşünüldü.

Güvenilirlik, Hasta memnuniyeti, Kalite, Kurum imajı ve Verimlilik gibi faktörlerin hasta memnuniyetini artırmada ne kadar etkili olacağını anlamak için yapısal eşitlik modelliyle test edildi.

Hipotez sonuçlarına bakınca Güvenilirliğin, Kalitenin ve Kurum imajının gerçekten hasta memnuniyetini etkilediği sonucuna varılmıştır. PLS yaklaşımıyla hipotezlerimizin üçü kabul şeklinde ve aynı seviyede sonuç verirken, 4. Hipotez red olmuştur.

HYBS modülleri hastalık teşhisinde ve tedavi yöntemleri konusunda hekime destek sağlamasından dolayı hastanın güven duygusunu gelişir. HYBS'leri kullanımında kalite, hizmet standartlarının bekleneni karşılaması olarak söylenebilir. Sağlık sektöründe kurum imajı; hastanenin donanımlı olması, yeterli sayıda hekiminin ve yatağının olması iyileşme oranları, teknolojik olarak her türlü sağlık hizmeti verecek makinelere sahip olunması ve hastane çalışanlarının davranışları gibi faktörler olarak sayabiliriz.

Bu çalışma güvenilirliği ve geçerliği ispatlanmış bir öneri setidir.

Güvenilirlik, kalite ve kurum imajının sağlık hizmeti veren kurumlar da hassasiyetle dikkat edilmesi durumunda hastaların memnuniyetlerinin artması yönünde etki yapar diyebiliriz.

Anahtar Kelimeler: HYBS, HYBS Modülleri, Personel memnuniyetini etkileyen faktörler

JEL kodu: M19, I19, J29

KAYNAKLAR

Hair, Joe F., Marko Sarstedt, Christian M. Ringle, and Jeannette A. Mena. (2012), "An Assessment of the Use of Partial Least Squares Structural Equation Modeling in Marketing Research." Journal of the Academy of Marketing Science 40 (3): 414-433.

Fornell, C., Larcker, D.F., (1981). "Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error."J. Mark. Res. 18 (1), 39–50.

Barclay, Michael, J. and Smith, Clifford W.(1995). "The Maturity Structure of Corporate Debt," The Journal of Finance, Vol. 50, No. 2, pp. 609-631.

Gaur, A. S., & Gaur, S. S. (2006). *Statistical methods for practice and research: A guide to data analysis using SPSS: Sage.*

Tenenhaus, M., and Esposito Vinzi, V. (2005). "PLS regression, PLS path modeling and generalized procrustean analysis: a combined approach for PLS regression, PLS path modeling and generalized multiblock analysis." Journal of Chemometrics, 19, 145–153.

Wetzels, M., Schroder G.O., Oppen C.V.(2009). Using PLS Path Modeling for Assessing Hierarchical Construct Models: Guidelines and Empirical Illustration, MIS quarterly, pp.177-195.

Gökşen, Y., Kılıç, S. (2011). Yönetici Etkinliğinin Sağlanması Sürecinde Karar Destek Uygulaması Dokuz Eylül Üniversitesi *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi cilt13.sayi1/ Yıl 2011 , Sayfa 81-9.*

Hoyle, R. H. (1995). *Structural equation modeling: Concepts, issues, and applications*: Sage Publications.

Işık, A.,H.-Güler,İ., (2010) "Teletıpta Mobil Uygulama Çalışması ve Mobil iletişim Teknolojilerinin Analizi" *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, C.3, S.1, Ankara, 2010).

Özata M, ve Aslan Ş. (2004), Klinik Karar Destek Sistemleri ve Örnek Uygulamalar Kocatepe Tıp Dergisi *The Medical Journal of Kocatepe* 5: 11 - 17 Ocak 2004 Afyon – Alıntı yapılan kaynak: Musen MA, Yuval S and Shortliffe EH: Clinical Decision-Support Systems, www.ie.bgu.ac.il/mdss/ ch16.final.pdf., erişim:08.08.2003.

Özbek F, Yardımsever M, Saka O. (2007) Akdeniz Üniversitesi Hastanesi Laboratuar ve Radyoloji Bilgi Sistemi Mimarisi. In: *Akademik Bilişim'07 - IX. Akademik Bilişim Konferansı.* Dumlupınar Üniversitesi, Kütahya; 2007:311-316.

Sütçü, C. (1995), *İstatistiksel Veri Sistemleri ve Basın Sektöründe bir Karar Destek Sistemi Uygulaması***,** Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, İstanbul.

Şahin, Mehmet. (2007). *Yönetim Bilgi Sistemi*. Anadolu Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi. Eskişehir.

Tüfekçi, N. ve Tüfekçi Ö. K.; (2006), "Bankacılık Sektöründe Farklı Olma Üstünlüğünün ve Müsteri Sadakatinin Yarattığı Değer: Isparta İlinde bir Uygulama", Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2(4), ss. 170-183.

Yılmaz, A., (2013); *Sağlık Kurumlarında Bilgi Sistemleri*, TC. Anadolu Ün. Yayını No: 2862.

Yücebaş, S.C., (2006), *Hipokrat-I: Bayes Ağı Tabanlı Tıbbi Teşhis Destek Sistemi*, Başkent Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Bilgisayar Mühendisliği Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programı.

İnternet Kaynakları (Erişim tarihine göre sıralanmış)

Karar Destek Sistemlerinin Kökeni; (www.http://dssresources.com/ history/ dsshistory. html/by..D.J.Power, (06.01.2018).

Klinik Karar Destek Sistemlerinin Kökeni, (https://docs.google .com/ viewer? Embedded =true&url=http://www.turkmia.org/kongre2012/cd/pdf-format/64-74.pdf. Koç vd - Klinik Karar Destek Sistemleri Kullanımına Yönelik Bir Araştırma: Acıbadem Hastanesi Örneği Khoong C. M . Desion support systems. 1995. (06.01.2018).

Türkiye'de Lojistik Eğitiminin Gelişimi Konusunda Bir Değerlendirme

Mesut ATASEVER[42], Mehmet BORA[43]

Full Text

Özet

Lojistik ekonomik hayatın vazgeçilmez bir bileşenidir. Malların ve hizmetlerin müşteriye zamanında eksiksiz olarak ulaşabilmesi lojistiğin verimliliğine bağlıdır.

Lojistik sektörünün başarıya ulaşabilmesi için bu alanda verilen eğitimin yeterli ve kaliteli olması gerekir. Bu çalışmanın amacı; Türkiye'de lojistik eğitiminin hangi yöne doğru gittiği ile ilgili verilere dayalı olarak bir araştırma yapıp elde edilen sonuçlar üzerinde yorumlama ve değerlendirme yapmaktır. Yöntem olarak gözlem ve veri inceleme yöntemleri kullanılıp ağırlıklı olarak nitel yorumlama yapılacaktır. Türkiye'de lojistik eğitimini bu perspektiften bakarak kapsayıcı bir şekilde ele alan bir çalışma olmadığından çalışma özgündür. Bu çalışmanın lojistik sektörü çalışan beyaz yakalılara, akademisyenlere, lojistik eğitimine yararlı olması beklenilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Lojistik, Türkiye'de lojistik eğitimi

Giriş

Ülkemizde lojistik sektöründen 1990'lı yıllarda bahsedilmeye başlanmıştır. Daha sonraları 2000'lı yıllarda iyice önem kazanarak büyümeye başlayan sektör yerli firmalar ile uluslararası firmaların iş birliği yapması devlet tarafından önemsenmesi ile Türkiye ticaretinde önemli bir sektör haline gelmiştir. (Çetinkaya, 2014, s. 175). Türkiye'nin bulunduğu coğrafya nedeniyle güçlü bir jeopolitik konumda olması doğu ile batı arasındaki ticari ilişkilerde bir köprü görevini üstlenmesi, Asya ve Avrupa arasındaki ticaret yollarının yeniden canlandırılması amaçlanan İpek Yolu projesinin de Türkiye üzerinden geçtiği düşünüldüğünde Türkiye'nin güçlü bir lojistik potansiyele sahip olduğu anlaşılmaktadır (Erkan, 2014: 50).

Son yıllarda lojistik sektöründe yaşanan gelişme istihdama da önem verilmesini sağlamaktadır. Sektörün hızlı gelişmesinin oluşturduğu istihdam açığı lojistik alanında nitelikli eleman çalıştırılmasında daha özenli davranılmasına neden olmaktadır (Koban & Keser, 2013: 34). İşletmelerin mal ve hizmet üretebilmek ve bunları sunabilmek için sahip olması gereken en önemli faktörlerden biriside işgücüdür (Diken, 2004: 230). Ülkemizde lojistik sektörü yeni bir sektör olması ve öneminin geç fark edilmesi bu alanda nitelikli ve gerekli yetkinliğe sahip işgücü sıkıntısının çekilmesine neden olmuştur. İstihdam açığıyla oluşan ihtiyacı karşılayabilmek için lojistik alanında hızlı bir eğitim atağına kalkılmıştır kısa sürede pek çok üniversitede lojistik alanında yeni bölümler açılmış ve eğitimler verilmeye başlanmıştır. Lojistik eğitimi alanında gelişmeler olsa da şu an için bu gelişmeler sektör taleplerini karşılama da bazı noktalarda yetersiz kalmaktadır.

Türkiye ihracatçılar Meclisi (TİM) tarafından hazırlanan Türkiye'nin 500 büyük hizmet ihracatçısı raporu incelendiğinde sektörel firma dağılımları arasında 209 firma (%41,8) ile yük

[42] Dr. Öğr. Üyesi, Uşak Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Uluslararası Lojistik ve Taşımacılık Bölümü, mesut.atasever@usak.edu.tr
[43] Yüksek Lisans Öğrencisi, Uşak Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, mehmet35bora@gmail.com

taşımacılığı ve lojistik hizmetleri birinci sırada yer almaktadır. Lojistik eğitimi içerisinde yer alabileceğini söyleyeceğimiz diğer iki sektör olan yolcu taşımacılığı hizmetleri 6 firma (%1,2) ayrıca liman ve yer hizmetleri 5 firma (%1,0) ile yer almaktadır. Netice itibariyle bakıldığında Türkiye'ye en çok hizmet ihracat geliri kazandıran ilk 500 firmandan 220 firma (%44) lojistik eğitimi temelli nitelikli eleman çalıştırma eğilimine sahiptir. (TİM 2017: 38-40)

Bu çalışmanın amacı; Türkiye'de lojistik eğitiminin hangi yöne doğru gittiği ile ilgili verilere dayalı olarak bir araştırma yapıp elde edilen sonuçlar üzerinde yorumlama ve değerlendirme yapmaktır. Yöntem olarak gözlem ve veri inceleme yöntemleri kullanılıp ağırlıklı olarak nitel yorumlama yapılacaktır. Bu çalışmanın lojistik sektörü çalışan beyaz yakalılara, akademisyenlere, lojistik eğitimine yararlı olması beklenilmektedir.

Türkiye'de Eğitim Seviyelerine Göre Lojistik Eğitiminin Durumu

Modern dünyanın en önemli parametrelerinden biri eğitimdir. Eğitimin önemi günden güne artmaktadır. Bununla birlikte bu önemi fark eden toplumlar yüz yıldan fazla süredir çocuklar için eğitimi zorunlu tutmaktadır. Eğitim eskiden yaşama hazırlık süreci, meslek edinme süreci olarak algılanmaktaydı. Şimdi ise eğitimin işlevi bundan çok daha ötesidir. Eğitim yaşamla bağ kurmanın en önemli yoludur. Lojistik eğitimine de bu açıdan bakmak önemlidir. Eğitimli bir insanın iyi bir işte çalışma şansı artmaktadır. Ne kadar eğitimliyseniz para kazanabileceğiniz alan o kadar çeşitlenir. Bu konuda sınır yoktur. Para için kötülüklerin kaynağı dense de yaşamın büyük ölçüde ekonomi üzerine kurulu olduğu da bir gerçektir. Bu nedenle hem ekonomik refaha erişmek hem de o refahı yönetip ondan en iyi şekilde faydalanmak için eğitim çok önemlidir (Webders, 2017).

Ülkemizde bakıldığında lojistikle ilişkili kavramlar çok erken dönemlerde örgün eğitim hayatında yer almaktadır. Milli Eğitim Bakanlığı Müfredatı incelendiğinde ilkokul 2. Sınıf hayat bilgisi dersi içeriğinde güvenli hayat ünitesi adı altında 8 kazanım bulunmaktadır. Bu kazanımlardan biricisi ulaşım türlerini ve araçlarını sınıflandırmaktır. Öğrencilerin kara yolu, deniz yolu, hava yolu ve demir yolu gibi ulaşım yolları ve bu yollarda kullanılan taşıtlar üzerinde durulduğu ifade edilmektedir. (mufredat.meb.gov.tr, 2018)

İlkokul müfredatı içerisinde bunun haricinde pek çok trafik ve güvenli yol eğitimi gibi lojistikle ilintili eğitimler alınarak öğrencilerin bilgi becerileri de geliştirilmektedir. Müfredat içerisinde 5. Sınıf incelendiğinde sosyal bilgiler dersi kazanımlar arasında ülkeler arasındaki ekonomik ilişkilerde iletişim ve ulaşım teknolojisinin etkisinin tartışılması yer alıyor. (mufredat.meb.gov.tr, 2018). Burada öğrencilerin ülkeler arası ulaşım teknolojisinin önemi kavradıkları ve bunun üzerinde görüşlerini bildirdikleri bilgiler aldıkları görülmektedir. Ülkeler arası ulaşım teknolojisi günümüz küresel dünyasında ticari anlamda çok büyük bir öneme sahiptir.

Teknoloji ve tasarım dersi öğretim programı incelendiğinde 7. Sınıf ders içeriğinde ülkemizdeki teknolojik gelişmeleri değerlendirmeye yer verildiği gözükmektedir. Bu kazanım kapsamında ülkemizde farklı alanlarda (ulaşım, lojistik, sivil mimarı vb.) yaşanan gelişmeleri örneklendirmeleri beklenmektedir. Bu ünitenin müfredatı içerisinde lojistik kelimesi kavram olarak tam anlamıyla burada karşımıza çıkmaktadır. İhtiyaçlar ve yenilikçilik öğrenme alanı içerisinde 8 sınıf ders müfredatı dâhilinde ise "ulaşım teknolojileri" dersi yer almaktadır. Bu içerik öğrencilerin hayal güçlerini ve bilgilerini kullanmalarını beklenmektedir. Kara yolu, hava yolu, su yolu, ve uzay ulaşım teknolojileri ile ilgili bilgi sahibi olmaları ve tasarım yapmaları

amaçlanmaktadır. Bu tasarımları yaparlarken yakıt tasarrufu, maliyet gibi faktörleri de dikkate almaları beklenmektedir. En önemli ve yaratıcı kısımlarından biri ise farklı ortamlarda kullanılan ulaşım araçlarını hava, kara, deniz, uzay ulaşımı gibi bunların üzerinde durularak bunlarından özel tasarımlar geliştirilmesi ve bu yeni tasarım araçların iki farklı ulaşım mod unda da faaliyet gösterebilecek şekilde olması yer almaktadır (mufredat.meb.gov.tr, 2018) . Gelecek dünyası için konuşulan uzayda yaşam ve uzay lojistiği ilkokul döneminde pek çok genç beyine ufuk kazandırabilmek için üzerinde durulması gelecek acısından umut vaat edici içeriklerden birisi olarak göze çarpmaktadır.

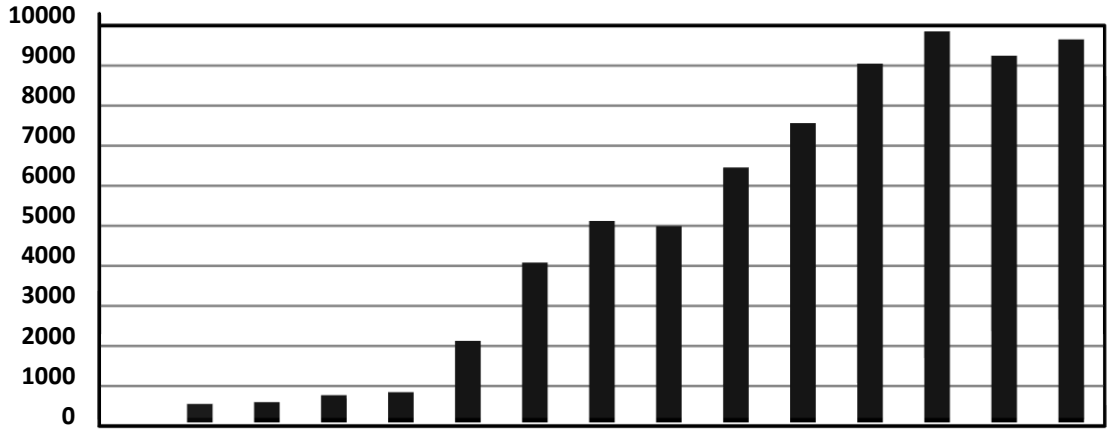
Türkiye'de 2017 yılı itibariyle bakıldığında 71 vakıf üniversitesi ve 112 devlet üniversitesi olmak üzere toplam 183 tane üniversite bulunmaktadır (ÖSYM, 2018). Toplam 183 üniversite içerisinden bakıldığında %40 oranında 73 tane üniversitede lojistik önlisans bölümü yer alırken, %34 oranında 63 üniversitede lojistik lisans bölümü yer almaktadır.

Tablo. 1 Yıllara Göre Lojistik Önlisans ve Lisans Programı Bulunan Üniversite ve Kontenjan Sayıları

Önlisans			Lisans		
YYıllar	niversite Sayısı	ontenjan Sayısı(kişi)	llar	niversite Sayısı	ontenjan Sayısı(kişi)
2003	3	130	**03**	2	87
2004	5	350	**04**	4	210
2005	8	395	**05**	4	163
2006	11	570	**06**	5	265
2007	12	645	**07**	6	305
2008	22	1925	**08**	8	432
2009	37	3880	**09**	10	671
2010	47	4918	**10**	11	823
2011	49	4791	**11**	16	1089
2012	58	6255	**12**	20	1362
2013	62	7360	**13**	26	1691
2014	65	8846	**14**	40	2721
2015	71	9652	**15**	51	5565
2016	70	9044	**16**	55	6114
2017	73	9450	**17**	63	6860

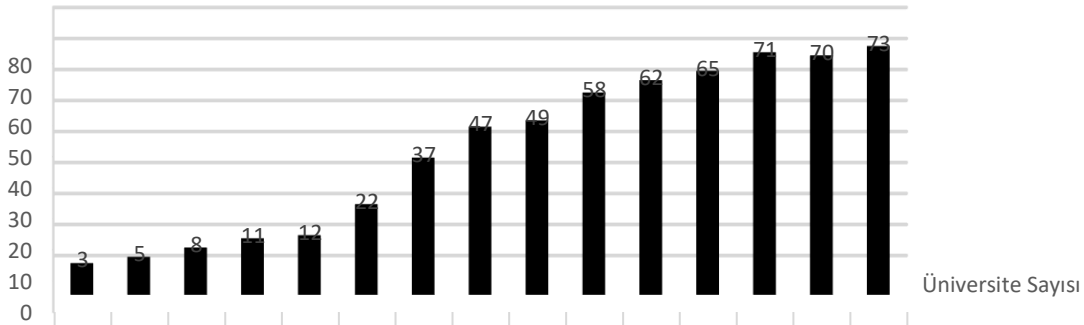
Kaynak: ÖSYM (2018) ÖSYS:Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Sistemi, Klavuzlar

Lojistik Önlisans Yıllara Göre Toplam Kontenjanlar



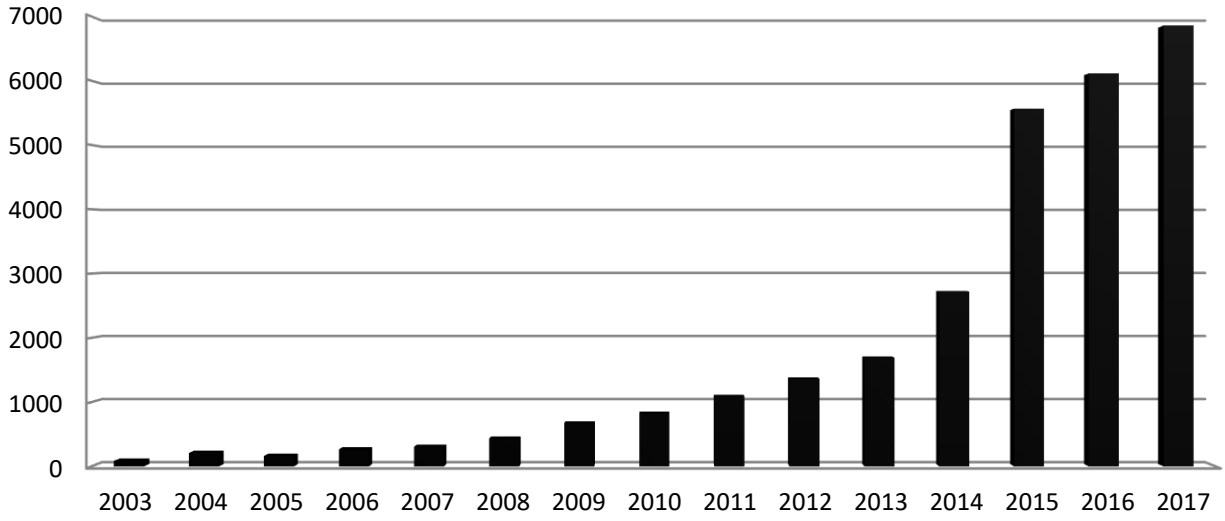
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Kontenjanlar	130	350	395	570	645	1925	3880	4918	4791	6255	7360	8846	9652	9044	9450

Yıllara Göre Lojistik Önlisans Programı bulunan Üniversite Sayısı



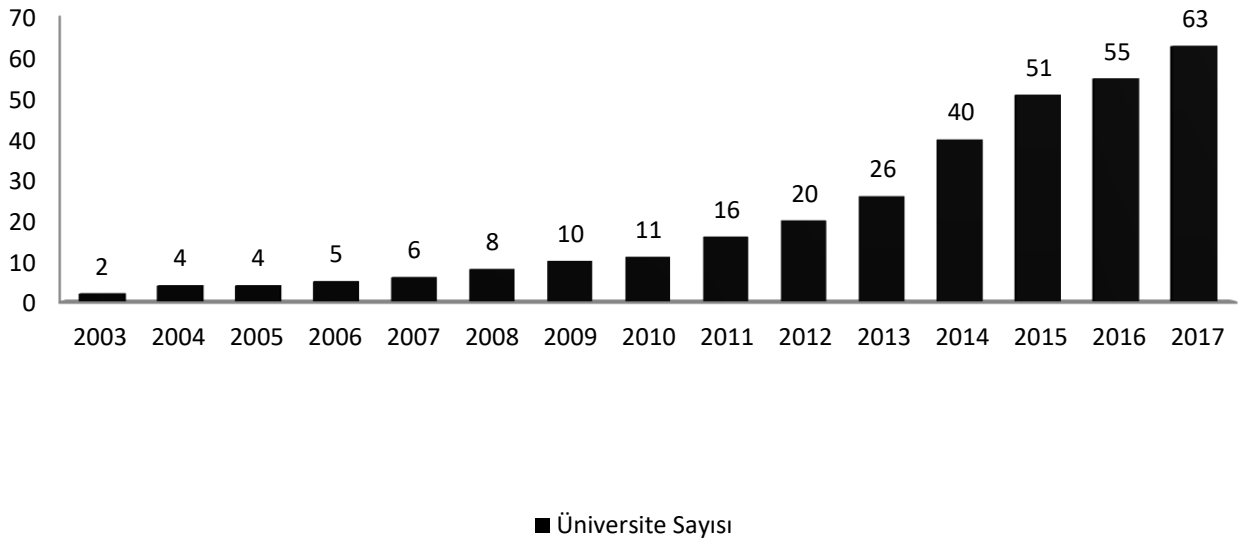
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Üniversite Sayısı	3	5	8	11	12	22	37	47	49	58	62	65	71	70	73

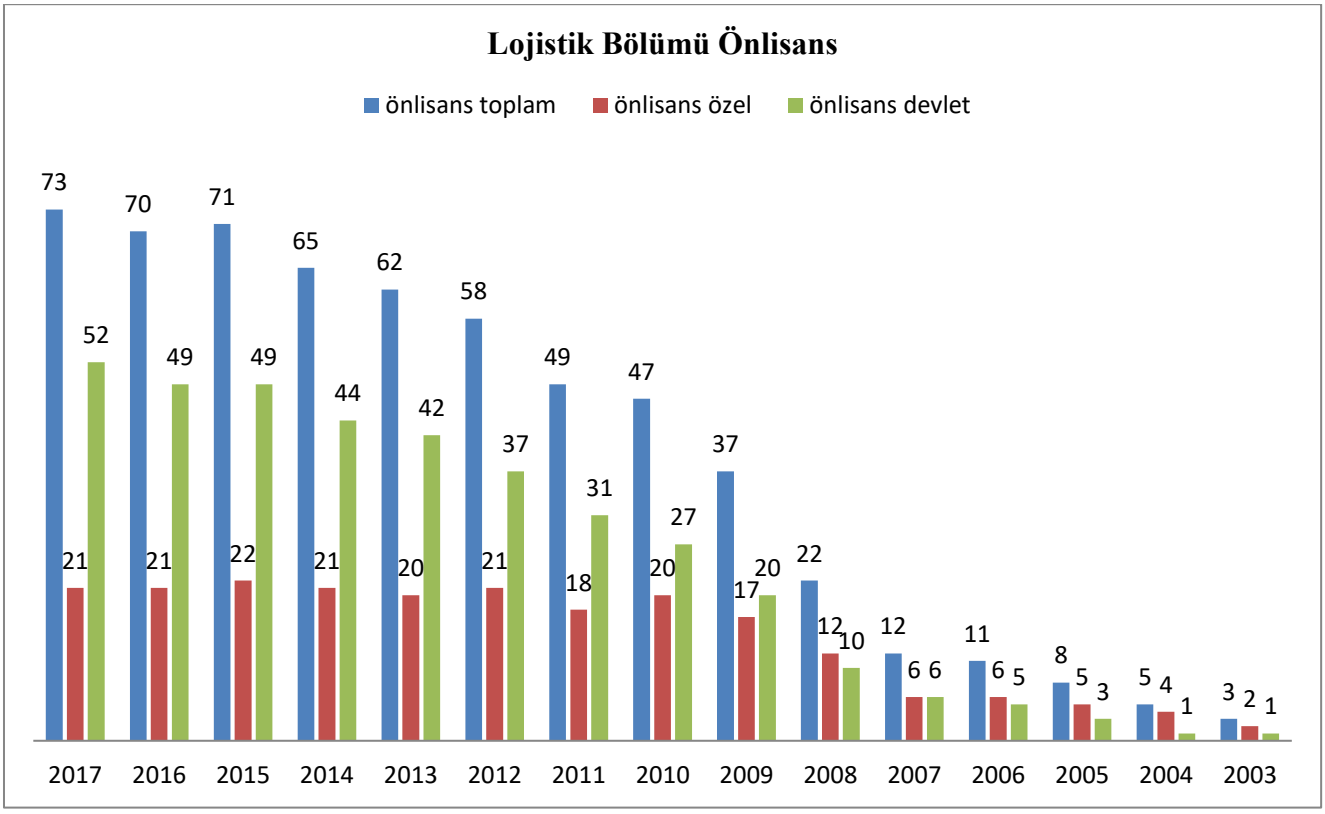
Yıllara Göre Lojistik Alanı Lisans Eğitimi Toplam Kontenjanlar

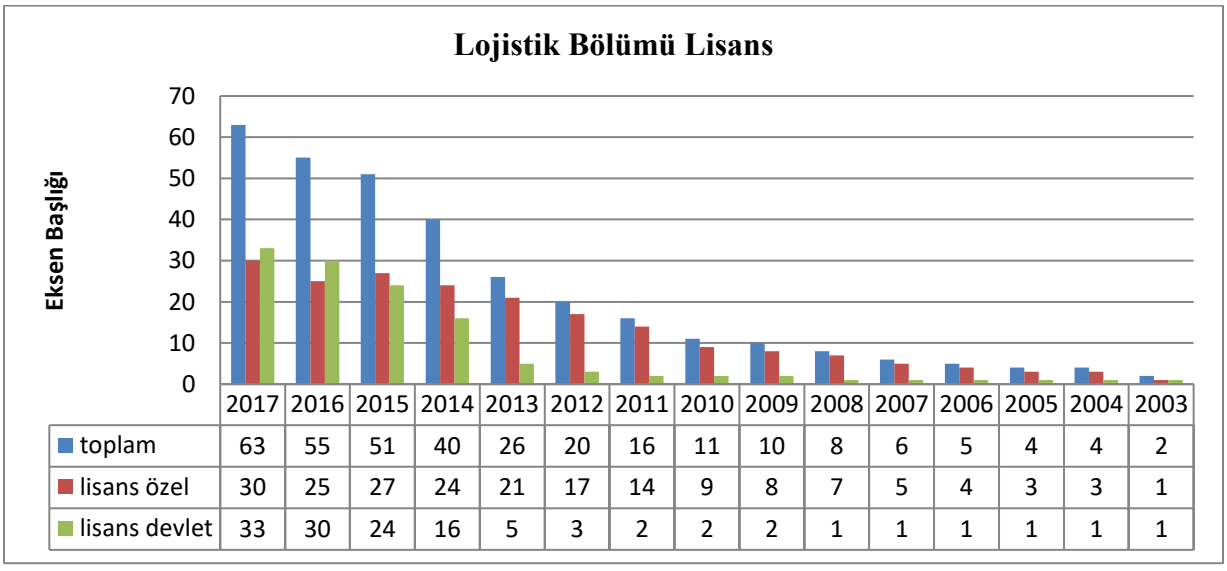


	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Kontenjanlar	87	210	163	265	305	432	671	823	1089	1362	1691	2721	5565	6114	6860

Yıllara Göre Lojistik Bölümü olan üniversite sayısı







	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003
toplam	63	55	51	40	26	20	16	11	10	8	6	5	4	4	2
lisans özel	30	25	27	24	21	17	14	9	8	7	5	4	3	3	1
lisans devlet	33	30	24	16	5	3	2	2	2	1	1	1	1	1	1

Yine 2017 yılı verileri incelendiğinde üniversiteler devlet ve vakıf üniversiteleri olarak ayrılıp bakıldığında ise, 71 vakıf üniversitesi arasından 21'inde lojistik önlisans bölümü ve 30'unda lojistik lisans bölümü yer almaktadır. 112 devlet üniversitesi arasından ise 52'sinde lojistik önlisans bölümü 30'unda lojistik lisans bölümü yer almaktadır. (ÖSYM, 2018)

2017 yılı içerisinde lojistik lisansüstü eğitimi olarak bakıldığında ise 29 program bulunmaktadır. Bu programların dağılımı 25 sosyal bilimler enstitüsü, 2 fen bilimleri enstitüsü

ve 1 lisansüstü programlar enstitüsü olarak yer almaktadır. Bu 29 program içerisinde 20 tezli yüksek lisans programı, 23 tezsiz yüksek lisans programı ve 4 doktora programı bulunmaktadır.

Sonuç ve Öneriler

Araştırma Türkiye'de lojistik eğitimi üzerine gerçekleşmiştir. Lojistik eğitiminin ilkokul, ortaokul, lise, önlisans ve lisansüstü durumu analiz edilmiştir. 2003 yılında 3 önlisans programı varken 2017 yılına geldiğimizde 73 önlisans programı olmuştur. Lisans programı ise 2003 yılında 2 üniversitede yer alırken 2017 yılı itibariyle 63 lisans programı yer almaktadır. Yine 2003 yılına bakıldığında lojistik lise yokken ilk lojistik lisesi 2004 yılında açılmıştır şu an 118 lojistik lisesine ulaşılmış durumdadır.

Bu veriler incelendiğinde artan bir trend gözlemlenmektedir ve lojistik alanına eğilim yapıldığı görülmektedir ancak lojistik alanında doktora ve yüksek lisans eğitimi konusunda eksiklik olduğu belirtilebilir. Lojistik alanında eğitim verecek yüksek lisans ve doktora gibi yüksek öğretim programları açılmalıdır. Önlisans ve lisans program sayısı ve şu an ki kontenjanlara bakıldığında yeteri seviyeye ulaşıldığı düşünülmektedir bundan sonraki süreçte niteliksel gelişmelerine daha fazla öncelik verilmesi gerekmektedir.

Önlisans ve lisans programları artık yatay büyüme yerine dikey büyümeye geçilmelidir. Milli Eğitim Bakanlığı Müfredatındaki lojistik ve ulaştırma alanındaki ders öğretmenlerine ihtiyacın doğduğu ve gerekli görüldüğü zamanlarda lojistik alanındaki yeni teknolojik ve hukuki değişikliklerle ilgili kurum içi eğitim hizmetlerinin verilmesi gerekmektedir.

Kaynakça

Çetinkaya, C. (2014). Türkiye'de Lojistik Ön Lisans Eğitimi Programları Sorunları ve Çözüm Önerileri. *21. Yüzyılda Eğitim ve Toplam, 3*(8), 173-186.

Diken, A. (2004). İşletmelerde Yetişmiş İşgücü Sorunu ve Eğitim. *Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, 7*(1-2), 219-232.

Erkan, B. (2014, Ocak). Türkiye'de Lojistik Sektörü ve Rekabet Gücü. *ASSAM Uluslararası Hakemli Dergi (ASSAM - UHAD) ASSAM International Refereed Journal, 1*(1), 44-65.

Koban, E., & Keser, H. Y. (2013, Temmuz). Rekabet Edebilirlikte Türk Lojistik Sektörünün İstihdam Yapısının Analizi ve İstihdama Yönelik Devlet Destekleri. *Çalışma İlişkileri Dergisi, 4*(2), 32-43.

mufredat.meb.gov.tr. (2018, Ocak). temmuz 10, 2018 tarihinde http://mufredat.meb.gov.tr/Dosyalar/2018124112937511-TEKNOLOJİ%20TASARIM%20ÖĞRETİM%20PROGRAMI%207-8.pdf adresinden alındı

mufredat.meb.gov.tr. (2018, Ocak). Temmuz 10, 2018 tarihinde http://mufredat.meb.gov.tr/Dosyalar/2018122171428547-HAYAT%20BİLGİSİÖĞRETİM%20PROGRAMI.pdf adresinden alındı

mufredat.meb.gov.tr. (2018, Ocak). Temmuz 10, 2018 tarihinde http://mufredat.meb.gov.tr/Dosyalar/201812103847686-SOSYAL%20BİLGİLER%20ÖĞRETİM%20PROGRAMI%20.pdf adresinden alındı

ÖSYM. (2018). 07 08, 2018 tarihinde http://www.osym.gov.tr/TR,12901/2017.html adresinden alındı

(2017). *Türkiye'nin 500 Büyük Hizmet İhracatçısı.* İstanbul: Müessese İletişim Yayıncılık A.Ş.

Webders, http://webders.net/540/egitimin-onemi.html (20.07.2018)

What Does Person-Organization Fit Mean in Terms of Organizational Justice Perceptions of Employees?

Senay Yürür[44], Nihal Yazıcı[45]

Full Text

Abstract

The aim of this study is to investigate the effect of person- organization (P-O) fit on organizational justice. For the stated purpose, the effect of P-O fit on organizational justice perceptions of employees was tested using survey on 220 employees, including 106 public and 104 private sector employees from Yalova. As a result of the regression analysis, it has been seen that person-organization fit level has positive effect on all organizational justice dimensions. In the other words distributive, procedural, interpersonal and informational justice perceptions of the employees were predicted by the congruence between the employee's and organization's values.

1.Introduction

This research aims to answer the question of *"How the person-organization fit level effects the organizational justice?".* For this purpose, quantitative research methods are used on the private and public institutions in Yalova.

As far as we know there are only a few researches specifically focus on this issue in Turkey (e.g., Çelik et al., 2011; Turunç & Çelik, 2012). However these studies regarded organizational justice either as solely one dimension (distributive justice) or as an independent variable as opposed to this study. This study aims to discover the effects of P-O fit level of employees on all organizational justice dimensions. This effort will also contribute to the theory of person-organization fit (Kristof, 1996) by analyzing the effects of P-O fit on organizational justice.

2.Literature and the Rationale of the Study

According to the research on this issue, when the level of person-organization fit high, organizational commitment, job satisfaction or organizational citizenship behavior arises (Cable & Judge, 1996; Zhao, 2009). Conversely employees who perceive low fit with their organizations can experience negative intentions, perceptions or emotions like turnover intentions and stress (Zhang, 2005). Kristof (1996) stated that when one's desires and needs are met by an organization, P-O fit occurs. High P-O fit level leads to positive reactions (e.g., perceptions or attitudes) towards the organizations. Then, we can assume that high person-organization fit level may have a positive effect on organizational justice perceptions of employees.

Therefore we can advance the following hypothesis based on these sub dimensions:

H1: Person-organization fit level may have a positive effect on distributive justice.

[44]Prof. Dr., senay.yurur@yalova.edu.tr, Yalova University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Yalova, Turkey.

[45]nihalyazici77@gmail.com,Gebze Technical University, Social Science Institute, PhD Student, Kocaeli, Turkey.

H2: Person-organization fit level may have a positive effect on procedural justice**.**

H3: Person-organization fit level may have a positive effect on interpersonal justice.

H4: Person-organization fit level may have a positive effect on informational justice.

3. Methodology

3.1. Study Sample Data Collection Method and Measures

The study was conducted on 220 employees, including 106 public and 104 private sector employees from Turkey. We assess perceived person-organization fit with the 4 item scale developed by Netemeyer et al. (1997) and used before in Turkey by Turunç & Çelik (2012). Organizational justice is measured using the scale developed by Colquitt (2001). The scale contains 20 items that consists of four dimensions: Procedural, distributive, interpersonal and informational justice.

4. Findings

We can see from the Table 1 that the results of the regression analyses demonstrate that person-organization fit level has positive effect on all organizational justice dimensions (p<0,01).

Table 1: Regression Analyses of the Effect of the Person-Organization Fit on Organizational Justice Perception

	Distributive Justice (Model 1)	**Procedural Justice (Model 2)**	**Interpersonal Justice (Model 3)**	**Informational Justice (Model 4)**
B	,344	,321	,265	,325
Beta	,333	,457	,325	,405
T	5,216	7,580	5,077	6,538
p (sig 2-tailed)	**,000***	**,000***	**,000***	**,000***
R^2	,11	,20	,10	,16
Adjusted R^2	,10	,20	,10	,16
F	27,211	57,463	25,778	42,745
P	**,000***	**,000***	**,000***	**,000***
Independent variable**:** Person-Organization Fit				
p<,01*				

4. Conclusion

This study examined the effects of person organization fit on organizational justice and the results revealed that high person-organization fit level leads to high justice perceptions. The results provide support to P-O Fit theory that when there is congruence between person and organization, employees respond positively to the organizational environment.These results are also consistent with the previous research results (Lauver & Kristof-Brown, 2001; Silverthorne, 2004; Kristof-Brown et. al., 2005).

The most salient result of this study is the stronger relationship between P-O fit and procedural justice. The answer for why P-O fit affects mostly procedural justice perception may lie in the definitions of these two variables. Procedural justice is the justice perceptions about the procedures used to determine organizational outcomes (Folger & Konovsky, 1989). On the other hand P-O fit means the congruence between individual and organizational values (Chatman, 1989). Procedures likely reflect values or characteristics of an organization more than the other components of organizational justice.

Keywords: Organizational Justice, Distributive Justice, Procedural Justice, Interpersonal Justice, Informational Justice, Person-Organization Fit.

JEL Codes: M10, M12

References

Cable M. D. & Judge, T. A. (1996). "Person-Organization Fit, Job Choice Decisions and Organizational Entry", *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 67, 3, p.294-311.

Chatman, J. A. (1989). "Improving interactional organizational research: A model of personorganization fit", *Academy of Management Review*, 14: 333-349.

Colquitt, J. A. (2001). "On the Dimensionality of Organizational Justice: A Construct Validation of A Measure", *Journal of Applied Psychology*. 86, 3, 386-400.

Çelik, M., Turunç, Ö. & Demirkaya, H. (2011). "Çalışanların Adalet Algılarının İş Performansına Etkisinde Kişi Örgüt Uyumunun Aracılık Rolü: Turizm Sektöründe Görgül Bir Çalışma", *SOİD-Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 8, 2, 47-50.

Folger, R., & Konovsky, M. A. (1989). "Effects of procedural and distributive justice on reactions to pay raise decisions". *Academy of Management Journal*, *32*(1), 115-130.

Kristof, A. L. (1996). "Person-Organization Fit: An Integrative Review of its Conceptualizations, Measurement, and Implications", *Personnel Psychology*, 49, 1-49.

Kristof - Brown, A. L., Zimmerman, R. D., & Johnson, E. C. (2005). "Consequences Of Individuals'fit At Work: A Meta-Analysis of Person–Job, Person–Organızatıon, Person–Group, and Person–Supervisor Fit". *Personnel psychology*, *58*(2), 281-342.

Lauver, K. J. & Kristof-Brown, A. (2001). "Distinguishing Between Employees' Perceptions of Person-Job And Person-Organization Fit", *Journal of Vocational Behavior*, 59, 454-470.

Netemeyer, G. R., Boles, J. S., Mckee, D. O. & Robert, M. (1997), "An İnvestigation into the Antecedents of Organizational Citizenship Behaviours in a Personal Selling Context", Journal of Marketing, 61, 3, 85-98.

Silverthorne, C. (2004)." The impact of organizational culture and person-organization fit on organizational commitment and job satisfaction in Taiwan". *Leadership & Organization Development Journal*, *25*(7), 592-599.

Turunç, Ö. & Çelik, M. (2012). " İş Tatmini- Kişi-Örgüt Uyumu ve Amire Güven- Kişi-Örgüt Uyumu İlişkisinde Dağıtım Adaletinin Düzenleyici Rolü", İş Güç Endüstri İlişkikileri ve İnsan Kaynakları Dergisi, 14, 2, S57-78.

Zhang, Y., Gao,Y. & Liu, P. (2005). "Moderating Effects of P-O Fit in Turnover Intentizon Model: A Case of Foreign Pharmaceutical Companies in China", *Nankai Business Review*, 8, 3, p.37-41.

Zhao, H. (2009). "The Effects of Personal-Organization Fit and Organizational Citizenship Behaviort on Contextual Performance: An Empirical Research", *Chinese Journal Of Management*, *6*, 3, p.342-347.

Osmanlı Bilim ve Teknolojide Geri(De) Miydi?

Hatice Özkurt Çokgüngör[46]

Full Text

Özet

Osmanlılar, kuruluş ve yükseliş devirlerinde, bilim ve düşünceye oldukça yoğun bir ilgi göstermişlerdir. Osmanlı Devleti klasik dönemde her alanda olduğu gibi bilim ve teknoloji alanında da çağdaş olan Avrupalı devletlerden daha üstündü. Bu üstünlüğü 17. y.y'a kadar sürdürmüştür. Batı Dünyası uygarlık, bilim ve teknolojide büyük atılımlar yaparken, Osmanlı toplumunun geri ve az gelişmiş bir toplum durumuna düştüğü düşünülse de özellikle Osmanlıların Batı'yı yeterince takip etmediği gibi sadece yenileşme hareketlerine bakılarak yapılan değerlendirmeler, Osmanlı biliminin genel çerçevesini çizmekten uzaktır. Osmanlı Devleti'nin batı ile arasında gelişim açısından en önemli farkı; bilim, teknik, ekonomik ve siyasal alanda gelişimi yakalayan ve topluma entegre edecek insan faktörünün olmamasıdır. Sosyo- ekonomik sorunlar ve her alanda yetişmiş eleman ihtiyacını karşılamak ve batı seviyesini yakalamak için eğitime önem verilir. Uygarlıkların başarılarının; büyük ölçüde kültürel, ekonomik ve bilimsel hareketlere bağlı olduklarını göstermektedir. 600 yıllık bir dünya imparatorluğu olmayı başarabilmiş olan Osmanlı'nın bilimde başarısız olduğunu söylemek bu anlamda olanaksızdır. Osmanlı tarihinde büyük dönüşümler geçirerek geliştiğini bu gelişimi günümüze ne tür çabalarla intikal ettirildiği gözlenmektedir. Osmanlı döneminde bilim ve teknoloji alanlarındaki durmak bilmeyen çabaları olmasaydı ne Osmanlılar asırlarca ayakta kalabilir ne de Türkiye Cumhuriyetindeki bilim hayatı bugünkü canlılığına ulaşabilirdi. Bu çalışmada Osmanlı döneminden Cumhuriyet Dönemine kadar olan süreçte bilim ve teknolojinin uygulanma sorunları tartışılacak, buna ilişkin engeller / güçlükler ortaya konulacaktır.

Anahtar Kelimeler: Osmanlı'da bilim ve teknoloji (BT), BT' deki gelişmenin engelleri.

JEL Kodu: B11, N15, O14, Z30

Abstract

The Ottomans showed a great interest in science and thought in the era of establishment and ascension. The Ottoman State is more than any other European state in the field of science and technology as it is in every other area in the classical period. This superiority continued until the 17th century. Although the Western world is making great strides in civilization, science and technology, Ottoman society is considered to be a backward and underdeveloped society. Especially Ottomans do not follow the West adequately, but evaluations based only on innovation movements are far from drawing the general framework of Ottoman science. The most important difference between the Ottoman Empire and the West in terms of development is; it is the human factor that will catch science, technical, economic and political development and integrate the collective. Educational importance is given to meet socio-economic problems and the need for trained staff in every field and to catch the western level. The successes of the civilizations; economic, and scientific movements. It is impossible in this sense to say that the Ottoman Empire, which succeeded in becoming a world empire of 600 years, failed in science. It has been observed that the Ottoman history has undergone great transformations and that this development has been carried out on a day-to-day basis. What may remain standing for centuries the Ottomans were not relentless efforts in the Ottoman period, nor had access to science and technology, life science viability of the Republic of Turkey today. In this study, the problems of applying science and technology from the Ottoman period to the Republican period will be discussed and the obstacles / difficulties will be revealed.

Key Words : Science and technology in Ottoman (ST), The obstacles to development in ST.

JEL Codes: B11, N15, O14, Z30

[46] Öğr.Gör., İstanbul Üniversitesi SBMYO Dış Ticaret Bölümü., İstanbul (hozkurt@istanbul.edu.tr)

1.Giriş

Türkiye'de Osmanlı bilimi üzerine yapılan araştırmalar akademik olarak 1955'e kadar götürülse de henüz çok yenidir. Aşağı yukarı son 20 yıldır Osmanlı bilimi üzerine önemli çalışmalar yapılmış ve bu araştırmalarla Osmanlı bilimi hakkındaki genel kanılar yavaş yavaş değişmeye başlamıştır. Özellikle Osmanlıların Batı'yı yeterince takip etmediği gibi sadece yenileşme hareketlerine bakılarak yapılan değerlendirmeler, Osmanlı biliminin genel çerçevesini çizmekten uzaktır. Bilim tarihi çalışmaları, bize, uygarlıkların başarılarının büyük ölçüde bilimsel ve kültürel hareketlere bağlı olduklarını göstermektedir. 600 yıllık bir dünya imparatorluğu olmayı başarabilmiş olan Osmanlı'nın bilimde başarısız olduğunu söylemek bu anlamda olanaksızdır. Bu çalışma, Osmanlıdaki gelişme eğilimlerini, günümüze aktarılmasında Osmanlı devletinin tarihsel sürecinden günümüze kadar gelmesinde önemli rol oynayan bilim ve teknolojinin günümüze gelinceye kadar geçirdiği aşamaları kısaca gözden geçirmeyi amaçlamaktadır.

Osmanlı tarihçiliğinde, 19. yüzyıldan itibaren biri dışarıdan, diğeri içeriden olmak üzere iki paralel yorum hâkim olmuştur. Bunlardan birincisi, Osmanlı'yı Oryantalist söylemin kurduğu Doğu'nun bir parçası alarak ele alıyordu. Bu söylemde Doğu donmuş, az gelişmiş, pasif, atıl olanı ve Batı karşısında daima ikincil ve geriden geleni temsil ediyordu. Diğer bakış ise içerdendi ama o da en az Batılı yorum kadar Osmanlı tarihini silikleştiriyordu. İkinci bakışta, Osmanlı gerileme momentinde yakalandığı için, bir altın çağ varsayılıyor ve sonraki dönemler, hiçbir yeni gelişme gösteremediği için suçlanıp bir kenara atılıyordu. Her iki bakışta ortak olan nokta, Osmanlı tarihinin içinden nasıl göründüğünü, nasıl zengin bir entelektüel geleneği geçmişten günümüze geliştirdiğini ve modern döneme bu mirası ne tür çabalarla intikal ettirdiğini hiç merak etmemeleridir. Oysa bu dönemlerde Osmanlı toplum ve devleti büyük dönüşümler geçirmiş ve kendisini modern şartlara başarıyla uyarlamasını bilmiştir. Genellikle olmadığı iddia edilen bilim ve teknoloji alanlarındaki gelişmelerin yanında, Osmanlıların bilim ve teknoloji alanlarındaki durmak bilmeyen çabaları olmasaydı ne imparatorluk altı asır ayakta kalabilir, ne de Türkiye Cumhuriyeti'ndeki bilim hayatı, bugünkü canlılığına ulaşabilirdi. Bir toplumun belirli bir medeniyet düzeyine erişmesi teknolojik gelişme olmadan gerçekleşemez. Osmanlı İmparatorluğu'nda teknolojik gelişim ve kurumlaşma XV. yy da ve XVI yy sonuna kadar hızlı bir gelişme göstermiş, sonra duraklama ve gerileme dönemi başlamıştır.

2. Osmanlı'nın Gelişme Dönemi

Osmanlı İmparatorluğu, Selçuklular döneminde küçük bir sınır beyliği iken, kuruluşu olan 1299'dan Vezir-i Azam Sokullu'nun ölümü olan 1579'a kadar, topraklarını Anadolu ve Balkanlar'daki eski Bizans topraklarını adım adım ele geçirerek genişlemiştir. 1579'dan 1699'a kadar olan dönem ise duraklama dönemini teşkil eder. Osmanlı İmparatorluğu, kuruluşundan 400 yıl sonra, en geniş sınırlarına ulaşmış ve üç kıtaya yayılmış bulunan büyük toprakları kapsamış bulunmaktadır.

İmparatorluğun sınırları, bugünkü Viyana'nın doğusu ile Zagreb şehri arasında çizilen çizgi, kuzeyde Karpat dağlarının batı uçlarına ve güneyde de Adriyatik kıyılarına uzatılırsa, Osmanlı İmparatorluğu'nun 1699'dan önceki Avrupa sınırları yaklaşık olarak ortaya çıkmış olur. Bu sınırların kuzeydeki ucu, Karpat dağlarının kuzey eteklerinden geçerek ve Dinyeper nehrini izleyerek, Azak Denizi'nin kuzey kıyılarından ve Kafkas Dağları'nın kuzey eteklerini izledikten sonra Hazar Denizi kıyılarına ulaştırılırsa, Osmanlı'nın kuzey sınırları tespit edilmiş olur. Hazar Denizi'nin batı kıyılarının teşkil ettiği çizgi, Basra Körfezi'ne uzatılırsa Devletin doğu sınırları çizilmiş olur. Bu sınır ile Akdeniz'in doğu kıyıları arasında kalan topraklar,

bugünkü Orta Doğu bölgesi ile bütün Arabistan yarımadası, Mısır, Libya, Tunus ve Cezayir' de Osmanlı İmparatorluğu'nun sınırları içinde bulunmaktadır.

Kudüs'ten sonra İstanbul'un da Türklerin eline geçmesi ve Türklerin ipek ve baharat yollarının denetimini ellerine geçirmeleri, onları bu stratejik noktalardan söküp atmak için tertiplenen haçlı seferlerinin başarısızlığı, Avrupalıların Asya'ya karadan ulaşma umudunu kesmelerine neden olmuş ve Avrupalıların denizden dolaşıp Asya'ya ulaşma çareleri ararken, Amerika kıtasını bulmuşlardır. Amerika'nın bulunuşu dünya düzenini çok değiştirmiş ve yeni bir safhaya sokmuştur. Avrasya'nın merkez bölgesi olan Orta Doğu'dan ekonomik canlılık zamanla kuzey Atlantik bölgesine geçmiştir. Hıristiyanlığın durağan skolastik yerini bir ilerleme fikrine bırakmış, coğrafi ilerleme, ekonomik ve teknolojik ilerleme ile birlikte yürür hale gelmiştir.

3. Osmanlılar Dönemi'nde Bilim

Osmanlılar döneminde yaşamış olan Türk bilginlerinin bilimsel faaliyetleri hakkındaki bilgilerimiz yeterli değildir. Çoğu, zamanın bilim dili olan Arapça ile yazılmış bilimsel eserlerin büyük bir kısmı ise henüz incelenmemiştir. Osmanlılar dönemindeki bilimsel etkinlikler, Gelenekçi Dönem ve Yenilikçi Dönem olarak adlandırabileceğimiz iki ayrı başlık altında incelenebilir. Osmanlı Devleti'nin kuruluşundan İstanbul Gözlemevi'nin yıkılışına kadar geçen birinci dönemde, bilimsel araştırmalar Selçuklular aracılığıyla İslâmî birikimden aktarılan geleneksel kuramlar çerçevesinde yürütülmüştür. İstanbul Gözlemevi'nin yıkılışından Türkiye Devleti'nin kuruluşuna kadar geçen ikinci dönemde, başta matematik, astronomi, coğrafya, tıp ve mühendislik alanları olmak üzere Batı'dan aktarılan yeni kuramlara dayandırılmıştır.

Osmanlıların en çok ilgilenmiş oldukları bilimlerin başında coğrafya gelmektedir. Özellikle Pirî Reis ile Seydî Ali Reis'in yapıtlarıyla deniz coğrafyası, Katip Çelebi ile Evliya Çelebi'nin yapıtlarıyla da kara coğrafyası büyük bir gelişme göstermiştir. İslam aydınlanmasının ürünleri olan İbn Rüşt (1126-1198) ve İbni Sina (980-1037)'nın eserleri batı dillerine elli yıllık bir zaman sonra çevrilmişken, Avrupa'da rasyonalizmin başlangıcı sayılan Descartes (1596-1650)' in "Metod Üzerine Konuşmalar" isimli kitabı maalesef Türkçeye 250 yıl sonra çevrilmiştir. Ancak 16. yüzyılın ünlü bilginlerinden Takîyüddîn'in astronomi ve matematik sahalarındaki çalışmaları, gelişmiş bir bilimsel bilgi birikimine ilişkin çok güçlü ipuçları vermektedir.

4. Batı'nın Gelişimi; Osmanlı'da Eğitim Sistemi ve Yenileşme çabaları

16. ve 17. yüzyıllara kadar Osmanlı İmparatorluğu ile batısındaki Avrupa krallıkları aşağı yukarı aynı uygarlık düzeyinde idiler. Teknolojinin düzeyi orduların çarpışmasında ya da her iki âlemdeki büyük yapıtlarda görüldüğü gibi hemen hemen aynı seviyededir. Ancak bilimsel devrim batıdaki ülkelere yeni bilgi üretme yolunu öğretince bu durum, gittikçe artan bir hızla Batı ülkeleri lehine değişmeye başlamıştır.

Batı'da başlayan bilimsel devrim önceden belirlenmiş bir hedefe yönelik değil sadece yeni bilgilere yol açacak şekilde gelişmekte, her yeni bilgi yeni sorular ortaya çıkarmakta, bu yeni sorulara cevap aranması da aynı araştırma metotları uygulanarak yeni bilgiler doğurmaktadır. Bu ise o güne kadar görülmemiş bir süreç yaşanmasına neden olmakta ve yeni bilgiler belirli bir birikime ulaşınca toplum hayatını yeni bir aşamaya götürerek ve yeni bir çağa girilmesine neden olmuştur.

Rönesans hareketleri diye de ifade edilen Batı'daki bu hızlı ve kökten değişime Osmanlı İmparatorluğu'nda uygun bir eğitim sisteminin oluşturulamaması toplumun yeni gelişmelere

ayak uyduramamasına ve bilimsel gelişmeleri yakından takip edip o yönde gelişme sağlanmasına fırsat hazırlayamamıştır. Bunun sonucunda Batı'daki matbaanın ve buharlı makinenin kazandırdığı yeni toplumsal boyut, ekonomik ve askeri boyut ile başlayan sanayi devrimine uyum sağlamada Osmanlı oldukça geride kalmıştır. İngiltere'de 1765 yılında icat edilen buharlı makinenin sağlamış olduğu heyecan ve bunun arkasından gelen gelişmelerin gerisinde kalan Osmanlı İmparatorluğu; bilim ve teknolojide sağlanan gelişmelerine ayak uyduramadığı gibi katkıda da bulunamamış ve dünyada başlayan yeni gelişmeleri de eğitimde geri kaldığı için takip de zorlanmaya başlamıştır.

18. yüzyılın sonunda Osmanlı toplumu, batı bilimsel gelişmelerini bilen kişilerin ilgisine bırakmayarak, mühendishaneleri kurarak kurumsallaştırmıştır. Bu kurumların hocalarının sistemin yetiştirdiği kişiler arasından gelmesinde olduğu gibi, bu kurumların eğitim sistemi ve içindeki akademik otorite yapısı da Osmanlı geleneksel eğitim yapısının izlerini taşımaktadır.

Batı'daki bilimsel gelişmeler sonrasında Osmanlı'da kurulup gelişmeye başlayan mühendishanelerde bazı bilimsel aletler vardır ama onlar topçuluk ve denizcilik için kullanılan ölçüm aletleridir. Osmanlıların kısa sürede sağladığı teknolojik başarıyı göstermesi açısından, 1422 Kostantin'iye kuşatmasında büyük toplar, 1444'teki Varna savaşında da tüfek kullanmışlardır. 1442'de Osmanlı'lar, Gelibolu'da 60 kadırga, Tuna'da ise 80-100 kadar hafif tekneli nehir filosu bulundurmuşlardır. Padişah II. Beyazıd döneminde Osmanlı'lar çağın çok ilerisinde üretimde standartlar hazırlayıp uygulayan kalite ve standart anlayışına sahipken, Osmanlılarda laboratuarların kurulması ancak 19. yüzyılın ortalarında olmuştur. Bu laboratuarlardaki araştırma ve geliştirme faaliyetlerinde Batıdaki anlamda bilimin yapıldığı yerler haline getirilememiştir. III. Selim tahta çıkar çıkmaz Eyüp'te Mühendishane-i Sultani adıyla bir okul kurdurmuş ve bu okula eski okulların yetiştirdiği kabiliyetli çocukları toplamıştır. 1795 yılında Mühendishane-i Berri-i Humayin kurulmuş ve bu okul zengin bir kütüphane ve ders araçlarıyla da donatılmıştır.

Eğitim sistemi ve akademik otorite Mühendishane-i Berr-i Hümayun da yabancı dil olarak Fransızca ve Arapça öğretilmiştir. Öteki dersler resim, matematik, geometri, trigonemetri, türev, entegral, mekanik, arazi ölçümü, coğrafya, harp tarihi, topçuluk, lagamcılık, istihkamcılık konularında toplanmıştır. Eğitim tekniğinde öğrencilerin sıralarda oturması, kara tahta kullanması, sınıfta öğrencilerin uygulamayla iyice pekiştirilmesi gibi yenilikler yer almıştır. Buhar makineleri ile ilk eğitim kuruluşu Mekteb-i Bahriye kurulmuştur. 19. yüzyılın ikinci yarısında tersanede buharlı gemiler ve buhar makineleri yapılmaya başlamıştır. 1869'da Mektep'i Bahriye'den mühendis olarak mezun olan Ahmet Besim Paşa ilk buhar makinesi tasarımcısı olmuştur.

Fatih Sultan Mehmet döneminde medreseler daha sistemli bir hale getirilmiştir. Fatih'in bilime gösterdiği ilgi pozitif bilimlerin gelişmesinde bazı adımların atılmasının yolunu açmıştır. Fatih İstanbul'u döneminin bilim ve kültür merkezi haline getirmek için, dönemin ünlü bilginlerini İstanbul'da toplayarak bilim merkezi haline getirmeye çalışmıştır. Fatih'in kendisi de bilimle yakından ilgilenerek ve bu hocalardan dersler alarak, bir bilim adamı yaşantısı sürmüştür. Ayrıca dönemin bilginlerinden Ali Kuşçu' yu İstanbul'a getirtmiş ve bilginleri İstanbul'a toplamaya çalışırken bilim altyapısını da ihmal etmeyerek Osmanlı'nın en büyük medrese kompleksi olan Fatih Medresesini kurmuştur. Bilimin gelişmesi ve yayılması için Fatih, kütüphanelere özel bir önem vermiş ve kurdurduğu 11 kütüphaneye de kendisinin çok zengin özel kütüphanesinden kitap göndertmiştir. Ne var ki, Osmanlı Batı'daki gelişmeleri yakından takip etmediği için 1450 yılında geliştirilen ve bilginin hızla yayılmasına imkân hazırlayan matbaa ancak 1726'da İbrahim Müteferrika tarafından yayınlar yapmak için

İstanbul'da matbaayı kurmuşlardır. Bu gecikme Osmanlı toplumunda Batı toplumlarına göre önemli bir bilgi açığı oluşturmasına neden olmuştur.

İlk telefon haberleşmesi dünyada 1876 yılında gerçekleştirilirken Osmanlı'da telefon imtiyaz başvurusu 1879'da yapılmıştır. Bu başvuru kabul görmezken Posta ve Telgraf Nezareti ilk telefon hattını 1881 yılında gerçekleştirmiştir. Bu erken gelen teknoloji devletin haberleşmeyi denetleyemeyeceği korkusundan II. Abdülhamid döneminde yasaklanmış ve telgrafta olduğu gibi hızla yaygınlaşamamıştır. Ancak 1912'de İstanbul ve çevresi için bir imtiyaz verilmiştir. Telsiz telgrafın girişi ise 1905'te Rodos-Derne istasyonları arasında haberleşmenin yapılmasıyla başlamıştır.

1834 yılında Osmanlı'da ilk posta yolu yapılmıştır. Mühendishane-i Berri-i Hümayun'un programında yol dersi 1847'de okutulmaya başlamıştır. Şose olarak adlandırılan yeni teknoloji ile ilk yollar 1850'de yapılmaya başlayan Bursa-Gemlik, Bursa-Mudanya, Trabzon-Erzurum arasındadır. Avrupa kapitalizmin 1850'lerden itibaren Avrupa dışına sermaye ihracına başlamasından sonra Osmanlı İmparatorluğu'nda da 1856-66 arasında ilk demiryolları yapılmıştır. 1870'lerde Osmanlı İmparatorluğu'nun devlet eliyle demiryolu yapımına başlamasıyla Haydarpaşa-İzmit, Mudanya-Bursa, Kasaba-Alaşehir demiryolları devlet eliyle yapılmıştır. Demiryolu teknolojisine Osmanlıların tam anlamıyla hâkim olması, 1900'de Abdülhamid' in Hicaz Demiryolları yapımına önem vermesiyle olmuştur.

5. Bilim ve Teknolojideki Uygulanma Sorunları, Osmanlı'nın Son Dönemindeki Gelişmeler

Osmanlıların elinde tuttuğu Baharat ve İpek Yolu eski önemini kaybetti. Yeni keşfedilen yerlerden getirilen yeni tür bitkiler (tütün, pamuk…) Avrupa'daki tarım kesimine yeni üretim kaynakları sağlamıştır. Bütün bunlar Osmanlı devletindeki ticari üstünlüğün Avrupa karşısında kaybedilmesine neden olacaktır. Osmanlı Devleti demiryollarından merkezi otoritenin artması, üretilen tarım ürünlerinin limanlara kolayca ulaştırılması ve asker sevkiyatının kolaylaşması gibi yararlar beklerlerken, Avrupalı devletler bu işe Osmanlı coğrafyasını daha kolayca sömürme fırsatı olarak baktılar.

Osmanlı İmparatorluğu'nun yükseliş devresinde bilime ve bilim adamına verdiği değerin İmparatorluğun yükselişini tamamladığı 16. yüzyıldan itibaren giderek azalmaya başladığını ve bilim adamlarına gereken desteğin ve teşvikin verilmediğini görülmektedir. Bu yüzyılda İmparatorluk siyasi, ekonomik ve coğrafi bakımdan en yüksek noktasına ulaşmıştır. Aynı yüzyıl ortalarında Batı'da başlayan Rönesans ve yenileşme hareketleri, gelişmeler dikkatle ve bir politika dahilinde izlenmediği için gelişmelerden uzak kalınmıştır. Daha sonraki yıllarda, müspet bilim olarak mühendislik, mimarlık ve tıp gibi uygulamalı bilim dallarında da, müspet bilimler yerlerini nakli bilimlere diğer alanlarda olduğu gibi tamamen bırakmıştır.

Fatih döneminde fen ve doğa bilimlerine önem verilmiştir. Daha sonra III. Murat döneminde Türk, Arap ve Yahudi, devrin en yetkili astronomları İstanbul'a çağrılarak bir Rasathane-i Hümayun inşa edilmiş ancak çıkan kargaşalar nedeniyle 1580 yılında rasathane topa tutularak yıkılmıştır. Eğitimde başlayan fen ve doğa bilimlerinden uzaklaşma, Osmanlı medrese eğitiminde bilimden uzaklaşmaya ve giderek çağın teknolojik gelişmelerine katkıda bulunmayı azaltmaya daha sonra da bilimden kopmaya sebep olmuştur.

Bilim ve teknolojide Batı'dan geri kaldığını fark eden Osmanlı, her gün biraz daha artan bilgi açığını kapatmak için Batı eğitim benzeri okulları örnek alarak 1731 yılında Hendesehane, 1773 yılında Mühendishane-i Bahri-i Hümayun kurulmuştur. Fen eğitimini laboratuarlarda yapan Batı'ya Osmanlı teknolojik yeniliklerde yetişememiştir.

Bütün bunların yanında, Osmanlı İmparatorluğu çağdaş gelişmeleri, kültürel, ekonomik ve de teknik alanda, yeteri kadar takip edememiştir. Bu hal Osmanlı İmparatorluğu'nu içten zayıflatan bir husus olmuştur. Avrupa devletleri arasındaki yakın münasebetler sonucu ve özellikle Hıristiyan dinine dayanan bir kültür birliği dolayısıyla, herhangi bir yeni teknik buluş, herhangi bir alandaki gelişme, bütün diğerlerine yayılırken, bu yenilikler ve gelişmeler, Osmanlı Devleti'ne yeterli ölçüde yansımamıştır. İmparatorluğun bu durgunluğunda ve gerilemesinde, milletler arası politika gelişmelerinin rolü de göz ardı edilmemelidir.

Osmanlı Devleti'nin ekonomik dengesinin bozulması, iç çelişkilerden çok dış çelişkilerden ileri gelmiştir. Batı'da sömürge ticaretinin uzak deniz yollarını kullanarak gelişmesi, Avrupa'ya giren altın ve gümüşün merkantalist ekonomik görüşleri yaratması ve sonrada sanayi devrimine temel olan üretimin yeni buluşlarla yaygınlaşması, kısacası, kapitalizmin doğuşunun meydana gelmesine sebep olmuştur. Osmanlı toplumunun Batıdaki bu dönüşümün etkisinden kaçması söz konusu olamazdı. Osmanlının durağan yapısını aşarak Batı'da başlayan yenileşme hareketlerini ve evrimi yakalaması bir sosyalleşme sürecini gerekli kılmaktadır.

Sanayi devrimi, 18. yüzyılda İngiltere'de yaşanan ve izleyen yüzyılın ortalarında doruk noktasına çıkan bir değişim ve gelişimdir. Başka bir ifadeyle sanayi devrimi; 18. yüzyılın ortalarından 19. yüzyılın ortalarına kadar Avrupa'da yaşanan ekonomik değişimdir.

Sanayi devrimi insanlık tarihinde önemli bir değişim olmuştur. Bu değişim sadece üretimde değil insanın hayat tarzında da toptan bir değişime etki etmesi önemlidir. Bu dönemde sanayi üretiminin hacminde ve büyüme hızında, işgücü sürecinin toplulaşmasına, makineleşmesine ve yeni bir enerji kaynağı olan buhar kullanımının genelleşmesine dayanan önemli bir yükseliş yaşanmıştır. Bu süreç uzun bir dönemi kapsamış, teknik yenilikler yavaş yavaş yaygınlaşmış ve bunların üretim hacmi üzerindeki etkisi uzun bir zamana yayılmıştır.

Batı'da başlayan her alandaki gelişme ve değişme hareketleri özellikle de eğitim, bilim ve teknoloji, kültür ve sanat alanlarındaki gelişmeler toplumda yeni yönelimleri artırmış, bilim ve teknoloji üretimine hız kazandırmıştır. Bu değişim ve dönüşüm süreci yeni ticari faaliyetler ve pazar oluşumunu hazırlarken, hammadde kaynaklarına sahip olan yeni coğrafyalar keşfedilmesine de imkân hazırlamıştır.

Bilim ve Teknolojide geri kalma sebeplerinin geneline bakıldığında; Osmanlı döneminde özellikle 17. yüzyıldan itibaren medreselerde doğa ve akli bilimlerinin itibardan düştüğü ve derslerin fıkıh alanı içinde kapandığı söylenebilir. 19. yüzyılın sonlarına doğru, medreselerin yanında çağdaş denebilecek yüksekokulların açıldığı, buralarda doğa bilimlerine yeniden dönüş çabalarının olduğu gözlemlenmektedir. Ancak bu okullarda okutulan derslerde, genellikle eskimiş telif eserleri ve çeviri kitaplardan yararlanıldığı gibi araştırmaya dayalı eserler neredeyse yoktur. Osmanlı medreselerinde doğa ve matematik bilimlerinde ortaya çıkan gerilemenin birçok nedeni vardır *(Ocak,2011; İnalcık, 1993; Adıvar, 1991; Aydın, 2007; Somçağ, 2007; Akdağ, 1974)*. Bunlardan bazıları şöyle sıralanabilir: Osmanlılardan önce, İslam dünyasında düşüncenin canlılığı bir ölçüde kaybolmuştur. Medreseler, padişahların özel eğilimlerine göre yapılandırılmıştır. Ulema sınıfının çalışmaları üzerine merkezi gücün, daha açık deyişle padişahların denetleyici ve yönlendirici etkisi hakim olmuştur. Ulema sınıfında, temelleri Gazali tarafından dile getirilen bilimin dine aykırı olduğu, kutsal inançları zayıflattığı iddiası giderek daha yoğunluk kazanmıştır. Bu bağlamda, bilimsel düşüncenin gelişmesini engelleyen önemli bir etmen olarak ortaya çıkmıştır. Batı'nın giderek artan teknolojik üstünlüğünün ardındaki gerçeğin bilimsel ilerleme olduğunu fark edememişlerdir. Bu kapsamda bilimsel ilerlemenin önünü açan batıdaki reform ve aydınlanma hareketlerine de duyarsız kalınmıştır. Burada top, tüfek vb askeri teknolojilerin Batı ülkelerinden kolaylıkla

alınabilmesi de rol oynamıştır. Bütün bu nedenlerle birlikte, Osmanlı'nın doğa ve matematik bilimlerde geri kalışını, buna bağlı olarak teknolojik geriliği ve sonuçta tarih sahnesinden çekilişini ekonomik alt yapıya bağlayan yazarlar da vardır *(Somçağ, 2007; İnalcık, 1993; Aydın, 2007)*. Bunlara göre, ekonomiyi şekillendiren toprak mülkiyetindeki tımar sistemi, yükseliş ve gerilemenin bir ikilemi olarak en önemli nedenidir. Başlangıçta fetihler için güçlü ordular yaratan bu sistem sayesinde devlet, 17. yüzyıla kadar Avrupa, Akdeniz ve Orta Doğu'nun en büyük gücü olmuştur. Doğu ticaret yolunu da denetim altında tutan Osmanlı, gerek ticaret, gerekse fetihler yoluyla zenginlik yaratmış, ancak bu durum topluluğu atalete de sevk etmiştir. Ancak daha sonraları, Batı'da meydana gelen değişimlerin etkisiyle, ordular yenilmeye ve merkezi düzen zayıflamaya başlamış ve ekonominin bel kemiği olan tımar sistemi çözülmüştür. Tımar sisteminin çözülmesi, bir yandan vergilerin toplanamaması ve maliyenin iflasına yol açmış, bir yandan da ordunun gücü giderek erimiştir. Yerine konmak istenen yeni askeri düzen de istenilen başarıyı sağlayamamıştır. Yani çözülen tımar sistemi yerine, ekonomiyi ayakta tutacak yeni bir üretim biçimi ve ilişkilerinin yerine konulamaması, Osmanlı Devleti'nin gerilemesi ve yıkılışını gündeme getirmiştir. Bundan bilim ve teknoloji de payını almıştır.

6. Sonuç

Osmanlı Devletinin kuruluşu ve gelişmesi bilimsel boyutları yüksek bir toplum ve kültürel bir yapı ile tarih sahnesine çıkmış ve devrinin üniversiteleri ve teknoloji üretim ve kullanımı açısından öncüleri olmuştur. İktisadi yapılanmadaki başarısı ve teknolojik birikimi, üretimi ve kullanma kabiliyetinin yüksek olması Osmanlılara İstanbul'un kapılarını açarak yeni bir dönemin başlangıcını sağlamıştır. Osmanlı İmparatorluğu'nun büyük surlarla çevrili İstanbul'u fethetmeleri devrin yeni buluşu olan o güne göre devasa toplarını, çağın yeni teknolojik gelişmesiyle üretebilmelerine ve iyi bir organizasyon yapabilme becerilerine bağlı olmuştur. İcat edilen bu yeni toplar surla çevrili şehrin etrafındaki kalelerle koruma dönemini tarihe gömerken Ortaçağın bitişini de ilan etmiştir.

Bilimsel buluşların ve teknolojik ilerlemelerin ekonomik büyüme ve toplumsal refah için yarattığı fırsatlardan yararlanmanın başlıca koşulu, yeni bilimsel bilginin yenilikçi ürünlere, proseslere (*süreç*), organizasyonlara, pazarlara ve hizmetlere dönüştürülebilmesidir. Küresel ortamda toplumsal refah artışı sağlayabilmek için endüstriyel rekabette üstünlük ve bunun içinde teknoloji yeteneğinin üst seviyede olması gerekmektedir.

Teknolojinin üretilmesinde; eğitim sistemi, toplum anlayışı, sosyal yapı, sanayi geleneği ve ileri teknoloji kullanma ve üretme alışkanlıkları yanında tüm bunların tecrübesi ile diğer birçok parametre etkin rol oynamaktadır. Tüm bunları başarı ile uygulayabilmek için, teknoloji üretimine uygun bir hukuki altyapı yanında bunu destekleyecek yönetim iradesinin de oluşması gerekmektedir

Bilim ve teknoloji birikimini hayatının her alanında kullanan ve geliştiren milletler tarih boyunca hep önde olabilmişlerdir. Çağının teknolojisini üretip kullanmayı sürdürebilen toplumlar refahlarını yaygınlaştırıp, iyi bir gelecek sağlayarak egemenliklerini daha risksiz ve daha rahat bir atmosferde sürdürmüşlerdir.

Kaynakça:

Adıvar, A.A. (1994). Tarih Boyunca İlim ve Din (Bilim ve Din) 5. Basım, Remzi Kitapevi, İstanbul.

Akdağ, M. (1976). Türkiye'nin İktisadı ve İçtimai Tarih. Cem Yayınevi, Ankara.

Asimov, I. (2006). Bilim ve Buluşlar Tarihi. İmge Kitapevi, İstanbul.

Aydın, E. (2007). Osmanlı Neden Geri Kaldı? 2 Haziran 2007 Cumhuriyet Hafta Sonu

Hoodbhoy, P. (1993). İslam ve Bilim. (Bağnazlığa Karşı Akılcılığın Savaşımı). 2. Baskı, Cep Düşün, İstanbul.

İnalcık, H. (1993). Osmanlı İmparatorluğu. Toplum ve Ekonomi, İstanbul.

Ocak,A.Y.,(2011). Yeniçağlar Anadolu'sunda İslamın Ayak Sesleri. Osmanlı Dönemi/Makaleler-Araştırmalar.Kitap Yayınları

Özakıncı, C. (2006). İslam'da Bilimin Yükselişi ve Çöküşü. Otopsi Yayınları, İstanbul.

Ronan, C.A. (2005). Bilim Tarihi, Dünya Kültürlerinde Bilimin Tarihi ve Gelişmesi (Çevirenler: İhsanoğlu, E., Günercan, F) TÜBİTAK Akademik Dizi, Ankara.

Saliba, G. (2008). İslam Bilimi ve Avrupa Rönesansının Doğuşu. Butik Yayıncılık, İstanbul.

Somçağ, S. (2007). Kanuni'den Vahdettine Osmanlı ve Batı. 2006 Yayınevi, İstanbul.

Şibli, N.M. (2008). Gazali. Kayıhan Yayınları, İstanbul.

http://www.msxlabs.org/forum/osmanli-imparatorlugu/6472-osmanlida-teknoloji.html#ixzz2oy42JDyc

Demre Ekonomisinin Geleceği İçin Tarım Turizmi Modeli: "5N + 2K" İle Bir Çözümleme

İrfan Kalaycı[47]

Full Text

Özet

Dünyada uygulamaları hızla artan tarım turizmi Türkiye'de ve dolayısıyla Akdeniz bölgesinin bazı üstünlüklerini bünyesinde taşıyan Demre ilçesinde (Antalya) belirgin bir gizilgüce sahiptir. Demre'nin hem bir tarım ve hem de bir turizm yöresi olması, bu karma sektördeki başarısı için bir anahtardır. Tarımı turizmleştirerek ekonomide daha fazla katma değer yaratmak mümkündür. Tarım turizmi, bir çiftliğin ve yanındaki birimlerin ziyaretçilere açılması, onların konaklamalı / konaklamasız orada dinlenip eğlenmesi, tarımsal faaliyetleri gözlemlemesi ve/ya paylaşması demektir. Bu, tüm tarafların (çiftçiler / çiftlik sahipleri, tur şirketleri, turistler, yerel yönetimler ve hatta istihdam edilmeyi bekleyen eğitimli gençler) değişik faydalar elde ettikleri bir tür "kazan-kazan" oyunudur. Bu çalışmanın konusu ve amacı, tarımın turizmleştirilmesini bir yerel ekonomi olarak Demre açısından "5N" ve "2K" soruları eşliğinde incelemektir. Buna göre, tarım turizminin kuramsal çerçevesinin kurulması ve bu turizm modelinin Demre ekonomisi açısından gerekçeleri ve etkilerinin tartışılması amacıyla "ne", "neden", "nerede", "nasıl", "ne zaman", "kimin için", "kimin tarafından" şeklinde bir soru matrisi oluşturulmuştur. Demre'nin geleceğiyle örtüşen tarım turizmi, diğer turizm türlerinin tamamlayıcısı, küresel turizmde rekabeti arttıran bir politika ve sürdürülebilir turizminin katalizörü sayılmalıdır.

Anahtar Kelimeler: Tarım turizmi, Demre ekonomisi, 5N + 2K

JEL Kodları: O13, Q13, Z32

Abstract

Agricultural tourism (agrotourism), which is increasing rapidly in the world, has a significant potential in Turkey and thus Demre district (Antalya) carries some advantages of the Mediterranean region. The fact that Demre is both an agricultural and a touristic country is a key to its success in this mixed sector. It is possible to create more added value in the economy by tourismization of agriculture. Agrotourism means the opening of a farm and its near units to visitors, resting and enjoying their with/out accommodation, observing and / or sharing agricultural activities. This is a kind of "win-win" game where all parties (farmers / farm owners, tour companies, tourists, local governments and even educated young people awaiting employment) have obtained different benefits. The subject and purpose of this study is to examine the tourismization of agriculture in the context of the Demre economy as "6W" and "1H" questions. Therefore, a question matrix of "what", "why", "where", "how", "when", "for whom", "by whom" has been formed in order to establish the theoretical framework of agrotourism and to discuss the reasons and effects of this tourism model in terms of the Demre economy. Agrotourism that overlaps with Demre's future should be considered as a catalyst for other tourism types, a policy that increases competition in global tourism, and a catalyst for sustainable tourism.

Key Words: Agrotourism, Demre economy, "6W + 1H"

JEL Codes: O13, Q13, Z32

1.Giriş

Tarım turizmi, bir çiftliğin ve yanındaki birimlerin ziyaretçilere açılması, onların konaklamalı / konaklamasız orada dinlenip eğlenmesi, tarımsal faaliyetleri gözlemlemesi ve/ya paylaşması demektir. Bu, tüm tarafların (çiftçiler / çiftlik sahipleri, tur şirketleri, turistler, yerel

[47]Prof. Dr.,İnönü Üniversitesi İİBF İktisat Bl. (irfan.kalayci@inonu.edu.tr)

yönetimler ve hatta istihdam edilmeyi bekleyen eğitimli gençler) değişik faydalar elde ettikleri bir tür *kazan-kazan* oyunudur.

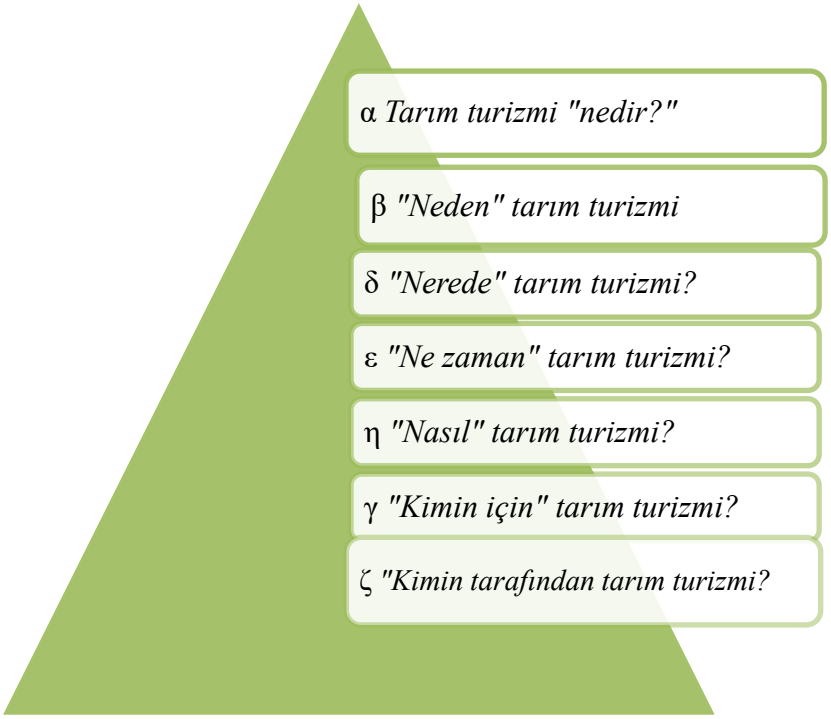
Kaliforniya Küçük Çiftlikler Merkezi'ne göre; tarım turizmi, *"çiftçilerin ya da çiftlik sahiplerinin, tarımsal / bahçecilik faaliyetlerinde çalışanların ziyaretçilerin eğlencesi ve eğitimi için yürüttükleri bir iş"* olup bu turizmle ziyaretçilere eğlence, rekreasyon, katılım ve eğitim sağlama sürecinde çiftlik ürünlerini satın almaya ve kendi memleketlerinde tanıtmalarını teşvik etmek ve çiftliğe ek geliri yaratmak amaçlanmaktadır (Travel Oregon, 2012: 1).

Tarımsal turizm; insanların seyahati tarımsal ürünler, hizmetler ya da deneyimlerle ilişkilendirildiğinde ortaya çıkan bir iktisadi etkinliği ifade eder. Ayrıca, turistleri etkin bir çiftliğe ya da diğer tarla, bahçe ya da tarımsal işletmelere bağlayan tüm etkinlikleri ve turistik mekânları (tarım fuarları, çiftçilerin pazarı, tarımsal bir temaya sahip olaylar ve çiftlik konaklama yerleri, vs.) kapsar (RMH ve OCTA, 2013: 5; ayrıca geniş bir sınıflandırma için bkz. Phillip, Hunter ve Blackstock, 2010: 755).

Tarım turizminde tarımsal ürün ve hizmetler, üç geniş temaya dönüştürülür (SWOTC, 2011: 5): i-Tarihsel çiftlikler, yaşayan çiftlikler, müzeler, yemekler gibi sabit çekici merkezler, işleme tesisleri ve doğal alanlar; ii-konferanslar, yarışmalar, tarım fuarları ve gıda festivalleri; iii-konaklama, turlar, perakende (çiftlik imalatı ve ürünler) ve faaliyetler (balık tutma, yürüyüş vb.).

Tarım turizmi; tatil köyleri, arazi dışı çiftçilerin pazarlarını, kâr amacı gütmeyen tarım turları ve ziyaretçileri kırsal bölgeye çeken diğer eğlence ve misafirperverlik işletmelerini içeren kırsal turizm adı verilen daha büyük bir sektörün alt kümesidir. Kırsal turizm, tarım tecrübesinden iki açıdan ayrılır: İlk olarak, kırsal turizm işletmeleri mutlaka bir çiftlik ya da bir tarımsal tesiste oluşmaz; tarımsal işletme için ek gelir yaratmazlar (UCCE, 2012).

Bu çalışmanın konusu ve amacı, tarım alanlarının turizme açılmasıyla, (Antalya'nın) Demre ilçesinde daha yüksek katma değer elde edilebileceğine dikkat çekmektir. Demre için tarım turizmi modeli, *"5N+2K"* sıralı düzenine göre *"diyalektik"* yöntemle işlenmiş olup bir dizi varsayıma (Şema 1) dayanmaktadır:



Şema 1. *Tarım Turizmi Sorunsalı Piramidi*

2. Tarım Turizmi Açısından Demre: "5N + 2N"

Burada –Antalya'nın turizm ilçesi olması yönüyle odak alınan- Demre için tarım turizmi, yerel ekonominin gelişmesi için tamamlayıcı bir seçenek bir model olup bir dizi varsayıma dayandırılabilir:

Varsayım alfa (α) –"Nedir": Tarım turizminin temel sahası olan çiftlikler salt meyve-sebzenin ve hayvansal gıdaların üretildiği yerler değil, aynı zamanda tüketicilerin turist sıfatıyla, bu gıdaların üretildiği yerleri ve üretim süreçlerini bizzat görebileceği, oralarda dinlenerek, eğlenerek ve eğitilerek zaman geçirebilecekleri yerlerdir.

Varsayım beta (β) – "Neden": Tarım turizmi, ekolojik turizmden farklı olarak, Türkiye gibi dünyanın gelişen piyasalarından birinde, aynı zamanda Türkiye'nin başkenti Antalya'ya bağlı Demre'de hem tarım ve turizm sektörlerinin ve hem de sosyo-ekonomik gelişmesine katkıda bulunduğu için gereklidir.

Varsayım delta (δ) –"Nerede": Dünyanın birçok yerinde uygulamasına rastlanan tarım turizmi, Türkiye'nin ve dolayısıyla Demre'nin tarım ve turizm ilişkisinin doğru kurgulanabildiği ve arz-talep boyutunun iyi yönetilebildiği her bölgesinde yaygınlaştırılabilir.

Varsayım epsilon (ε) –"Ne zaman": Kışın bile serin iklimin egemen olduğu Akdeniz bölgesinin bir parçası olan Demre'de tarımsal turizm faaliyetleri her mevsime yayılabilir ve bu faaliyetler talep ve arz eden cephelerini karşılıklı memnuniyet içinde buluşturabilir.

Varsayım eta (η) –"Nasıl": Kuramsal planda tarım turizmi, -bir merdivenin basamakları gibi- ön hazırlık, faaliyetlere başlama, ustalaşma, başarımı arttırıcı önlemler, kurumsallaşma ve sürdürülebilirlik aşamalarından oluşur ve Demre için de uygulanmaya uygun sayılabilir.

Varsayım gama (γ) –"Kimin için": Tarım turizmi, genel ya da branş (tarla, bahçe, hara, vb.) bazında çiftlik faaliyetlerine katılarak maddi ve manevi deneyim / kazanım elde etmek isteyen turistler için seçenek bir turizm modelidir.

Varsayım zeta (ζ) – "Kimin tarafından": Bu turizm modeli, yasal zemin çerçevesinde, tur acenteleriyle anlaşıp çiftliğini tarım turizmine açarak işletmecilik yapan ve böylece tarım dışı ek bir gelir elde etmek isteyen Demre ve çevresinde yaşayan çiftlik sahiplerine hitap etmektedir.

2.1. Tarım Turizmi *"Nedir?"*

Tarım turizmi (agrotourism), kırsal turizmin bir parçası olarak; tarımsal faaliyetler sürerken, şehirden uzak kırsal yörelerin gerilimsiz ortamından yararlanarak, tarım üreticilerine ek gelir sağlayan, yöre ve ülkenin iktisadi, toplumsal ve kültürel yapısını olumlu yönde etkileyen bir turizm çeşididir. Bundan dolayı tarım turizmi, dünyada hızla yayılmaya başlayan eko-turizminden farklıdır. Kaliforniya Küçük Çiftlikler Merkezi'ne göre; tarım turizmi, *'çiftçilerin ya da çiftlik sahiplerinin, tarımsal / bahçecilik faaliyetlerinde çalışanların ziyaretçilerin eğlencesi ve eğitimi için yürüttükleri bir iş'* olup bu turizmle ziyaretçilere eğlence, rekreasyon, katılım ve eğitim sağlama sürecinde çiftlik ürünlerini satın almaya ve kendi memleketlerinde tanıtmalarını teşvik etmek ve çiftliğe ek geliri yaratmak amaçlanmaktadır (Travel Oregon, 2012: 1). Tarımsal turizm; insanların seyahati tarımsal ürünler, hizmetler ya da deneyimlerle ilişkilendirildiğinde ortaya çıkan bir iktisadi etkinliği; ayrıca, turistleri etkin bir çiftliğe ya da diğer tarla, bahçe ya da tarımsal işletmelere bağlayan tüm etkinlikleri ve turistik mekânları (tarım fuarları, çiftçilerin pazarı, tarımsal bir temaya sahip olaylar ve çiftlik konaklama yerleri, vs.) kapsar (Phillip, vd. 2010: 755).

2.2. *"Neden"* Tarım Turizmi?

Türkiye'de tarım turizmi, geçiminin önemli bir kısmını tarımdan ve az da olsa turizmden sağlayan birçok bölge / yöre gibi Demre için de gereklidir. Çünkü bu turizm türü, bölgeye özgü olan sera topraklarının salt meyve-sebzelerin üretildiği alanlar olmadığı, aynı zamanda seyahatçilerin de gezip görebilecekleri ve üretim etkinliklerine canlı katılıp keyif alabilecekleri alanlara dönüştürülebileceği varsayılırsa, Demre yöresi için gerekli, gerçekçi ve somut bir sektörel kalkınma projesi niteliğinde gözükmektedir. Bu yerel kalkınma projesi sayesinde Demre halkı ve ekonomisi çeşitli açılardan faydalar elde edebilecektir (Tablo 1).

Tablo 1. *Tarım Turizminin Demre Ekonomisi İçin Olası Faydaları*

Tarım ve turizm sektörleri açısından
• Tarım turizmi ile düşük maliyetli, daha hoş vakit geçirici (özellikle aileler ve çocukları için) tatil olanağı yaratılır. • Tarım turizmi ile dinlendiricilik özelliğini yitiren geleneksel tatil merkezlerinin (örneğin, deniz/kıyı turizmi) yükü hafifler ve tatiller mekan içine yayılabilir. • Tarım turizmi ile tarımsal ürün talebi arttığı oranda üretim/ci olumlu yönde etkilenir.
Genel yerel sosyo-ekonomik açıdan
• Tarım turizminin gelişmesinden istihdam, kişisel gelir, yaşam düzeyi, kırsal göç ve kamu gelirleri doğrudan/dolaylı bir şekilde olumlu yönde etkilenir. • Tarım turizmi ile turistik mal ve hizmet sektörü ve bunların yan sektörleri de gelişir. • Tarım turizmi ile kentsel ve kırsal kesimlerde yaşayanların yaşam ve davranışları arasındaki fark önemli ölçüde azalır.

Kaynak: Tesbi, 2000'den uyarlanmıştır.

2.3. *"Nerede"* Tarım Turizmi?

Avrupa tarım turizmi ile ilk 19.yüzyılda tanışmış ve onu tüm dünyaya tanıtmaya başlamıştır. Bu anlamda tarımsal turizmi dünyada değil, ancak Türkiye için çok yenidir. Temirbulatova ve Borza'nın (2015: 487) dedikleri gibi, dünya turizm sanayisi önemli ölçüde küreselleşti, dünyada turizm aşırı yoğunlaştı ve yeni bir çıkış arandı. Tarım turizmi işte bu çıkışın somut şeklidir. Geleceğini değişik ve verimli sektörlerde arayan –genelde Akdeniz ve Ege bölgelerinin, özelde ise Antalya ve- Demre'nin tarım turizmi akımına katılmaması için hiçbir neden yoktur. Hem tarım ve hem de turizm sektöründe çalışabilecek mevcut ve gizilgüç işgücü zenginliği de dikkate alınırsa, pek çok şehrimizde ve doğal olarak Demre gibi onlarca turistik ilçemizde tarım turizmi için çekim merkezleri oluşturulabilir. Demre ve çevresinde tarım turizmine elverişli çiftlikler / mekânlar özel olarak ve özenle seçilebilir ve/ya yeni yerler inşa edilebilir.

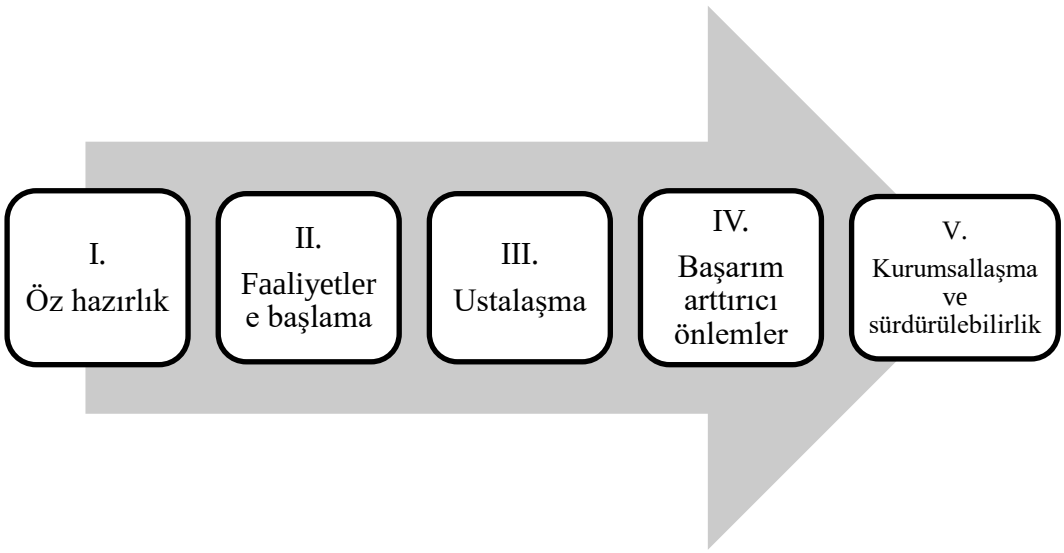
2.4. *"Ne Zaman"* Tarım Turizmi?

Türkiye'de turizm, mevsimlere dağılmıştır. Tarım turizmi, normal tarımın ve seracılığın yapılabildiği her mevsimde geçerlidir. Antalya ve onun turizm penceresi gittikçe açılmaya uygun bir ilçesi olan Demre bu konuda iyi bir adres olabilir. Tarım turizmi yapmak isteyenler, seçili yerlerde her mevsim, günübirlik ya da birkaç günlüğüne gezip görme, tarımsal etkinliklere katılma, rekreasyon keyfini çıkartma şansına sahip olmalıdır. Demre'de bir çiftliğe ya da tarımsal turizm etkinliğinin yapıldığı yere gelen bir turist konvoyu, bir meyve-sebze tarlasını/bahçesini gezdikten, gerekli fotoğraf/video çekimini yaptıktan sonra, kolay bir şekilde denize girmek, kuş gözlemciliği yapmak, sağlık turizmi kapsamında diğer seçenek turizm etkinliğini gerçekleştirmek ve hatta bir bilimsel / mesleki bir toplantıya katılmak üzere Antalya-merkeze ya da başka bir yakın yere gidebilmeli, yani karma turizm konusunda herhangi bir engelle karşılaşmamalıdır. Doğal olarak turistin / turist grubunun, -eğer tek başına / bağımsız

değilse-, tabi olduğu turizm paketi (anlaştığı tur şirketi) özel tercihleri / genel sınırları belirlemiş olabilir.

2.5. *"Nasıl"* Bir Tarım Turizmi (Modelleme)?

Kuramsal olarak tarım turizmi, –ön hazırlık, faaliyetlere başlama, ustalaşma (profesyonelleşme), başarım (performans) arttırıcı önlemler, kurumsallaşma ve sürdürülebilirlik aşamalarını kapsayan- beş maddeden oluşabilir (Şema 2). Bu aşamalar, modelin hedefleri olarak, bir zincirin birbirini tamamlayan halkalarına benzetilebilir.



Şema 2. *Tarım Turizminin Başlama ve Gelişme Aşamaları*

Aşama I. Ön hazırlık: Bu ilk aşama, Demre'de tarım turizmi için mekân seçimi ve harekete geçme ile ilgilidir ve birkaç tarafı vardır: i-Tarım turizmi mekân sahipleri; ii-ruhsat verecek mülki idare–belediye; iii-turizm acenteleri; iv- medya (gazete, tv, internet). Hukuksal, iktisadi ve pazarlama altyapısı kurulmadan tarım turizmine geçilemez. Tarım turizmi yapacak olan Demreli çiftlikler-çiftçiler birçok açıdan ciddi bir süzgeçten geçirilmelidir. Süzgeç; evrensel insan hakları, turizm, sağlık ve güvenlikle ilgili ilke ve kurallarından oluşan ölçütlerle işlemelidir. Seçilmiş yerlere tarım turizmini yapabileceğine dair sertifika, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı'ndan destekli ve Turizm Bakanlığı onaylı verilmelidir.

Aşama II. Faaliyetlere başlama: Akdeniz bölgesinde ve/ya Demre'de tarım turizmi için öncelikle bir pilot uygulama yapılmalıdır; en az iki turizm mevsiminden sonra, geri dönüşlerin olumlu olması halinde bu yeni turizm sahası geliştirilebilir. Tarım turizmine açılabilecek alt-tarım sahaları; belirli büyüklükte ve/ya sayıda başta sera alanı olmak üzere çiftlik, ahır-ağıl, kovan, hara seçilebilir. Bir işletme, tek branşlı, çok branşlı ya da zincirlemeli tarım turizmciliği yapabilir. Buna göre, örneğin birkaç dönüm sebze çiftliği ve çok sayıda büyükbaş besi sahibi, tek isim altında faaliyetlerini tarım turizmine açabileceği gibi, farklı mülkiyet sahipleri yine aynı isim altında turist ağırlayabilir.

Aşama III. Ustalaşma: Sera bahçesini, bahçesini ya da ahırını-ağılını tarım turizmine açan Antalyalı/Demreli girişimciler, -bağımsız birer turizm işletmecisi sıfatıyla- Turizm Bakanlığı'nın tavsiye ücretlendirme tablosuna ve vaat ettiği konfora göre, turist ve gün başına 50-250 lira arasında bir gelir elde edebilirler. Aracılık yapan turizm acenteleri kişi başına % 10 komisyon alabilir. Devlet de bu faaliyetlerden kurumlar ve katma değer vergisi toplayacaktır.

Tarım turizmi mevsimsel takvime tabidir. İşletmeciler, turistleri çiftliğine en uygun ne zaman kabul edeceğini kendi kurdukları internet-web sayfasında duyuracaklardır. Tarım turizmi sertifikasının yetkinlik süresi; ilk 2 yılı deneme olmak üzere 5 yıllık olabilir. Süre yenileme ise, geçerli çağdaş-örnek ölçütlere uyuma ve turist memnuniyetine göre güncellenmelidir.

Aşama IV. Başarım arttırıcı önlemler: Tarım turizmi tarafları, hata ve eksikliklerini giderdiği ölçüde başarılı sonuçlar elde edebileceklerdir. Demre'de faaliyetlerine başlayacak örnek tarım turizmi mekân (sera-çiftlik) sahipleri sağlık, güvenlik ve yeni ürünler; kamu yetkilileri mevzuat ve teşvik; acenteler pazar araştırması; medya da ilgi arttırıcı yayınlar konusunda kendilerini iyileştirip geliştirdikçe elde edilen başarı paylaşılacaktır. Demre'de tarımsal etkinlik yapacak olanlar, mülk sahipleri, turizm temsilcileri, mülki idare, belediye, sivil toplum, medya komisyon kurup 'interaktif' toplantılar yaparak tarım turizmine ilişkin işlem ve etkinliklerinin doğru ve tatmin edici düzeyde yapılmasını sağlamalı; her yıl yeni tarımsal turizm sahalarının açılmasını özendirebilmelidir.

Aşama V. Kurumsallaşma ve sürdürülebilirlik: Tarımın hayat, turizmin ise bu hayatı renkli/zevkli kılan bir araç olduğu; bir başka deyişle altyapı olan tarıma karşılık üstyapı olan turizmin var olduğu gerçeğinden hareket edilmelidir. Yenilebilir enerji kullanımını, temiz çevreyi ve 'yavaş/sakin şehir' felsefesini esas alan bir tarım turizmi, doğal olarak –Demre örneğindeki gibi- bölgeler bağlamında kurumsallaşıp 'sürdürülebilir' nitelikte de olacaktır. Tarım turizmi sürdürülebilir bir özellik kazanınca, 'işletmeci-turist-tur şirketi' altın üçgeninde herhangi bir kandırmaya ve sömürüye dayalı ilişki de oluşmayacaktır.

2.6. *"Kimin İçin"* Tarım Turizmi?

Demre; ana akım deniz ve kültür turizminden sıkılan, turizmde farklılığı talep eden, yenilik arayışında olan ya da mevcut turizm çeşitlerini seçeneklerle zenginleştirmek isteyen turist kitleleri açısından küçük/mütevazı bir 'prototip' olarak kabul edilmiştir. Demre'ye ya da aynı amaçla başka bir bölgeye giden tarım turistleri için tarım turizmi etkinliğinin maddi ve manevi boyutları vardır. Öncelikle, turistler tarımsal faaliyetin yapıldığı yeri gezme, orada geceleme, o faaliyeti izleme ya da o faaliyete katılma karşılığında bir ödeme yapacaktır. Onların harcaması, -Demre'deki- tarım turizmi işletmecisi açısından bir gelirdir. Manevi planda, tarımsal faaliyetin yapıldığı toprağa basan şehirli turist, şehirde topladığı gerilimi boşaltarak rahatlayacaktır. Ayrıca turist, pazarda satın alıp sofrasında tükettiği tahıl, pirinç, meyve, sebze, yağ, süt ve et gibi pek çok doğal yaşamsal ürünün elde edilme ve pazarlanma sürecini kaynağında-yerinde izlemenin; ham-madde iken nasıl emek-yoğun ya da sermaye-yoğun teknik süreçlerinden geçerek ara mal ya da tüketim malı haline geldiğini görmenin; sonuçta doğal ürünlerin aynı zamanda emek ürünleri olduğu bilincine varmanın da hazzını tatmış olacaktır.

2.7. *"Kimin Tarafından"* Tarım Turizmi?

Tarımsal faaliyetini –örneğin sera üretimin alanını- turizme açan –yani arz eden- Demreli çiftçi ya da işletmeci, turistlere alanı gezdirmesi, tarımsal ürününü tattırıp beğendirmesi, konaklama hizmetini vermesi ve talepleri-beklentileri-vaatleri karşılama oranında (satacağı ürün hariç) bir kazanç sağlayacaktır. Örneğin, günlük/kişi başına 50-250 TL olabilir. Buradaki çiftçiler ya da turizm işletmecileri, tarımsal değerlerin nasıl elde edildiğine ilişkin sürecin izlenmesini turizm ölçütlerine göre herkese açık hale getirerek tekelciliği kırmış olacaklardır. Tarım turizmi bir hizmet faaliyeti olduğundan hükümet ve belediyeler de, yasada belirtildiği türde ve ölçüde vergi, harç ve katılım payları şeklinde çeşitli gelirler elde

edebileceklerdir. Tarım turizminin Demre'ye ve diğer turistik bölgelere girişiyle mikro ekonomi de makro ekonomi de kendisini çevirecek yeni çarklara kavuşmuş olabilecektir.

3. Sonuç: Tartışma ve Öneriler

Tarım turizmi bir felsefedir. Demre'de de beklendiği gibi, Türkiye'nin çeşitli yörelerinde ve mekânlarında deneyimlenmesi ve olgunlaşma sürecine girmesi öngörülen tarım turizmi -il bazında- "yatay" ve -bölgeler arası- "dikey" geçişler yapabilir. Tarım turizmi, Türkiye'de "nazar boncuklu" turizm sektöründe bir *"rönesans"* heyecanını yaratabilir. Tarım turizmi turizm politikasında yenilik/çilik anlamında bir *"inovasyon"*dur. Tarım turizmi için seçilmiş mekânlar da yeni ve heyecan yaratan varış noktaları anlamında bir *"destinasyon"*dur. O halde bu iki sözcükten bir bireşim sözcük türetilebilir ve kullanılabilir: *"Destinovasyon."*

Türkiye'nin hangi yöresinde ve Demre'de ne kadar tarım turizmi yapılırsa, bu artık bir *destinovasyon* değer yaratabilecektir. Hükümet, *2023 Turizm Stratejisi*ni gözden geçirerek tarım turizmine de yer vermelidir. Türkiye'nin diğer birçok yerinde tarım turizmi uygulama ve deneyimlerinin de ortaya çıkacağı beklentisiyle, Turizm Bakanlığı gözetiminde bir *"Bölgesel / Ulusal Tarım Turizmi Ağı"* kurulmalı ve yakın gelecekte tarım turizmi için yeni adreslerden biri olacağı öngörülen Demre de bu ağa eklenmelidir. Küçük bir yerel ekonomi olan Demre, tarım turizmi gizilgücünü harekete geçirmesi halinde büyük katma değer yaratabilir. Demre'nin geleceğiyle örtüşen tarım turizmi, diğer turizm türlerinin tamamlayıcısı, bölgesel / küresel turizmde rekabeti arttıran bir politika ve sürdürülebilir turizminin katalizörü sayılmalıdır.

Kaynakça

Bondoc, İ. (2009). *Finding Fun in Food Farming Characteristics of U.S. Agritourism Industry,* A Thesis for the Degree of Master of Science, Florida: University of Florida.

Phillip, S., Hunter, C. ve Blackstock, K. (2010). "A Typology for Defining Agritourism", *Tourism Management* 31, 754–758.

RMH (Regional Municipality of Halton) ve OCTA (The Ontario Culinary Tourism Alliance) (2013). Agritourism Action Plan, Ontario / Canada.

Temirbulatova, M. ve Borza, M. (2015). "The Model of Business Research of Agritourism Potantial in Rural Areas of Developing Countries, *Synthesis*, ss.486-490.

Tesbi, M. A. (2000). "Tarım Turizmi ve Önemi", *Ekonomi Politika* (Mersin), 18 Aralık.

Travel Oregon (2012). " Opportunities for Travel Oregon to Promote Quality Agritourism Development", *Phase I: Initial Scan and Next Step Recommendations*, October.

UCCE-University of California Cooperative Extension (2012). "What is Agritourism?", *UC Small Farm Program,* http://sfp.ucdavis.edu/agritourism/factsheets/what/ (4.7.2018)

Finlandiya'da Santa Claus Markası Aracılığıyla Turizm Gelişimi: Laponya-Rovaniemi Örneği

Yakın EKİN[1]

Full Text

Özet

Laponya (Lapland) Finlandiya'nın en kuzeydeki ilidir. Yüzölçümü olarak Finlandiya'nın neredeyse üçte birine karşılık gelmesine rağmen nüfus olarak yalnızca %3,2'sini oluşturmaktadır. Nüfus yirmi otuz bin sakinden oluşan birkaç merkezde ağırlık göstermektedir. Geriye kalan az miktardaki nüfus ise küçük kasabalar veya köylere dağılmış durumdadır. Güney bölümünde düz ve sık ormanlar bulunurken kuzeyinde teller ve daha seyrek ormanlar görülmektedir. Yüksek rakımlı alanlarda tekil kırlar bulunmaktadır. İstisnai olarak Finlandiya'nın kolu olarak değerlendirilen Norveç, İsveç ve Finlandiya'nın buluştuğu yerler gösterilebilmektedir. Bu kısımlar ülkenin en dağlık yerleridir. Çalışmanın ana amacı, Finlandiya'da turizmi geliştirmek için alınan önlemler ve yapısal örgütlenmelerin yanı sıra Laponya bölgesindeki Santa Claus'un toprakları olma sunumunu tüm dünyaya özel bir pazarlama hedefiyle ortaya koyan Finlandiya turizminin gerçekleştirdiklerini incelemektir. Turizm işletmelerinin sosyal ve ekonomik anlamda ev sahibi bir toplumu nasıl etkilediğini anlama yolunda önemli örneklerden biri olarak kabul edilen Santa Claus merkezli bu gelişme, Türkiye ve Demre için de turizm açısından önem arz etmekte ve yol gösterici uygulamalar içermektedir. Bu çalışmada ikincil veriler kullanılmıştır. Çeşitli özellikleri, turizm sezonu ve iklimi Demre ile örtüşmese dahi, Santa Claus gibi dünya genelinde aşina olunan bir kişinin yaşamına atıfta bulunması nedeniyle Laponya'nın turizm bağlamında tanıtımındaki ve tüm paydaşlar ile ilgili şirketlerin uygulamaları özellikle 1980'lerden sonrasında incelenmiştir.

1. Giriş

Varoluş gereği olarak yaşamlarında bir iz bırakmaya çalışan insanlar, önemli kişiliklerin yaşadıkları yerlerle ilgili merak ve ilgi göstermektedir. Bu ilgi ve merakı ön plana çıkarabilecek etkenler ise ait oldukları toplum ve gruplar, üzerinde yaşadıkları topraklar, ülkeleri ve inançlarıyla ilgili tarihsel ve kültürel özelliklerdir. Birçok ülke, bölge veya kıtada sözü edilen etkenlerle ünlü olmuş çeşitli kişilikler bulunmaktadır. Böylece yöresel veya bölgesel olarak insanların değerli kıldıkları kişiliklerin yaşamlarına fon oluşturan doğup büyüdükleri yerlere merakı nedeniyle türlü yayınlar, sanat eserleri ortaya konmaktadır. Bunun yanı sıra, temel amacı önemli kişiliklerin yaşam kesitlerinin bir parçası olmuş konumların merak edilmesi sonucunda yüzbinlerin kısa süreli yer değiştirmesine yol açabilecek turizm hareketleri görülebilmektedir. Ev sahibi toplumlar da sosyo-ekonomik bakış açısıyla ciddi bir biçimde bu durumdan faydalanmaktadır. Çünkü, genellikle bu tür bir otantik arzın dünya genelinde fazlasıyla ikamesi olan kıyı turizmi ve kitle turizmi uygulamalarına göre talep ve fiyat esnekliği görece daha düşüktür. Bunun nedeni ise konu edilen efsaneleşmiş kişilerin yaşamlarıyla ilgili benzer sunumlara sahip olabilecek başka destinasyonların bulunmaması ya da benzeyenlerin bir elin parmaklarını geçmeyecek sayıda olmasıdır. Böyle bir durumda, talep yoğunluğu nedeniyle arz yönünde yer alan destinasyon olanakları, diğer turizm çeşitlerine göre turizm deneyimini daha kolaylıkla pazarda sunabilmekte ve karşılığını alabilmektedir. Öyle ki bazı durumlarda tanıtım kataloglarına, filmlerine, fotoğraflarına çoğunlukla ilgili efsane kişiye dair bilgileri koymak, turizm sunumlarını ikinci plana atmak tercih edilse bile yeterli olabilmektedir.

Noel Baba figürü günümüzde Finlandiya'nın Rovaniemi kasabasıyla özdeşleşmiş durumdadır. Aslında Hristiyan kaynaklarında Aziz Nikolaos olarak geçen kişinin MS 3.

Yüzyılın son çeyreğinde Anadolu topraklarında, Patara'da doğduğu kabul edilmektedir. Eğitimini Yunan Likya federasyonunun Xanthos şehrinde tamamladıktan sonra ailesinin ölümü üzerine günümüzün Demre'si, tarihin Myra şehrine, amcasının yanına taşınmıştır. Amcasının görevli olduğu kilisede din adamı olmuştur. Aziz Nikolaos'un Demre'deki yaşantısıyla ilgili birçok efsane anlatılmaktadır. En ünlüsü babalarının kendilerine çeyiz parası bulamadığı üç genç kızın evinin bacasından içeriye üç kese altın atmasıdır. Bu efsane, Batı kültüründe Noel Baba'nın çocuklara hediyeyi şöminenin bacasından atması inancının da temelini oluşturmaktadır.

Aziz Nikolaos hayatı boyunca her zaman halkın sevgilisi, çocukların, öğrencilerin, denizcilerin koruyucusu ve yardımcısı olmuştur. Aziz Nikolaos, 6 Aralık 343'te öldüğünde halk naaşını görev yaptığı kiliseye bir lahitin içinde yerleştirir. Hıristiyan âlemi, 6 Aralık'ı Aziz Nikolaos yortusu olarak ilan edince dini ziyaret noktası halini almıştır. 1087'de bazı tüccarlar bu lahitteki kemikleri çalar, Bari'ye götürür orada Aziz Nikolaos için bir kilise inşa etmiştir. Buna rağmen Demre önemini ve kutsallığını kaybetmemiştir.

Çocuklara Noel öncesi hediye getiren bir karakter olarak yerleşen Aziz Nikolaos'un bugünkü Noel Baba hikâyesi ise ilginçtir. Farklı ülkelerdeki efsanelerde çocuklara hediyeler verdiği ve iyilikler yaptığı söylenmektedir. Amerika'da Harper's dergisinin 1863 yılında karikatürist Thomas Nast, Aziz Nikolaos'u ilk defa günümüz görüntüsüne yakın çizmiştir. 1866 yılında çizimlerinin ana çerçevesinin üstüne ilk defa, Noel Baba Kuzey Kutbu notunu düşmüştür. 1927'de Finlandiyalı bir radyo spikeri kuzey kutbuna yakın bir nokta olan Finlandiya'daki Korvatunturi dağında Noel Baba'nın evinin bulunduğuna ilişkin hayali bir haber yapmıştır. Bu haber gerçek olmasa da onun çocuk hayranları üzerinde önemli bir etki yaratmıştır. Sonrasında, Noel Baba'ya ek olarak karda ve gökyüzünde hediye dağıtırken kızak ve onu çeken Ren geyikleri çizimlere eklenmiştir. 1931'de, Haddon Sundblum, Coca Cola markasının verdiği mutluluğu yeni yıla yakın dönemlerde Aziz Nikolaos çizimleri ile temsil etmiştir. Coca Cola 1933-1979 arası National Geographic dergisinin arka kapağına verdiği ilanlarda Haddon Sundblum'un Noel Baba çizimlerini kullanmıştır. Noel Baba özellikle bu gelişmelerle yirminci yüzyılda tüm dünyaya yayılarak belki de en önemli markalardan biri haline dönüşmüştür.

1957'de New York Times, Finlandiya'nın kuzeyi ve Noel Baba efsanesinden bahsetmiş ve ziyaret edilmesi gereken bir ülke olarak okuyucularına tavsiye etmiştir. 1984'te ülkenin adı Noel Baba efsanesi ile anılmaya başlamıştır. Laponya, Noel Baba'nın toprakları olarak ilan edilmiştir. 1985 yılında Rovaniemi'ye çok yakın bir noktada ise Noel Baba'nın ofisinin ve postanesinin bulunduğu Santa Claus kasabası inşa edilmiştir. Böyle bir çekim merkezinin kuruluşunun sonucunda her yıl ortalama 500 binden fazla ziyaretçi sözü edilen topraklara akın etmektedir. Turizm pazarlaması açısından bu konudaki örgütlenme irdelendiğinde, 1984 yılında Finlandiya Turizm Bakanlığı tarafından bir devlet temsilciliği kurulmuştur (Santa Claus Workgroup). Yine aynı yıl, Laponya Valisi tüm kenti "Santa Claus Land" olarak ilan etmiştir. Ertesi yıl "Santa Claus Land Projesi" adıyla resmiyete kavuşmuştur. Dünyada Finli Santa Claus görüntüleri – Beverly Hills, California, Dublin, Japonya, Estonya'da ve Seul olimpiyatlarında 1988 yılında tanıtım stratejisi olarak iletişim araçlarında yer bulmuştur. "SC Land Association" 16 Finli şirket ve bakanlık bağlantılı, Helsinki merkezli, Rovaniemi'de şubesi olan bir örgütlenmedir (Jouloumaa Ry) ve 1989 yılında kurulmuştur. İzleyen özelliklere sahiptir:

- Yalnızca marka adı ve lisansa sahip olan, alandaki emlakın sahibi ya da işletmecisi olmayan şirketlerden oluşmaktadır.
- Posta şirketinin de sahibidir.

- Fin Santa Claus'unun yurtdışı seyahatleri ve uluslararası toplantı katılımını düzenlemektedir.
- SC Int Oy
- 1991 – Kriz sonrası SC Land Association'ın haklarını satın almış özel şirkettir.
- Yurtdışında temsil edecek Finli Santa'lar için küçük bir okul da kurulmuştur (Pretes, 1995).

2. Finlandiya ve Laponya'da Turizm

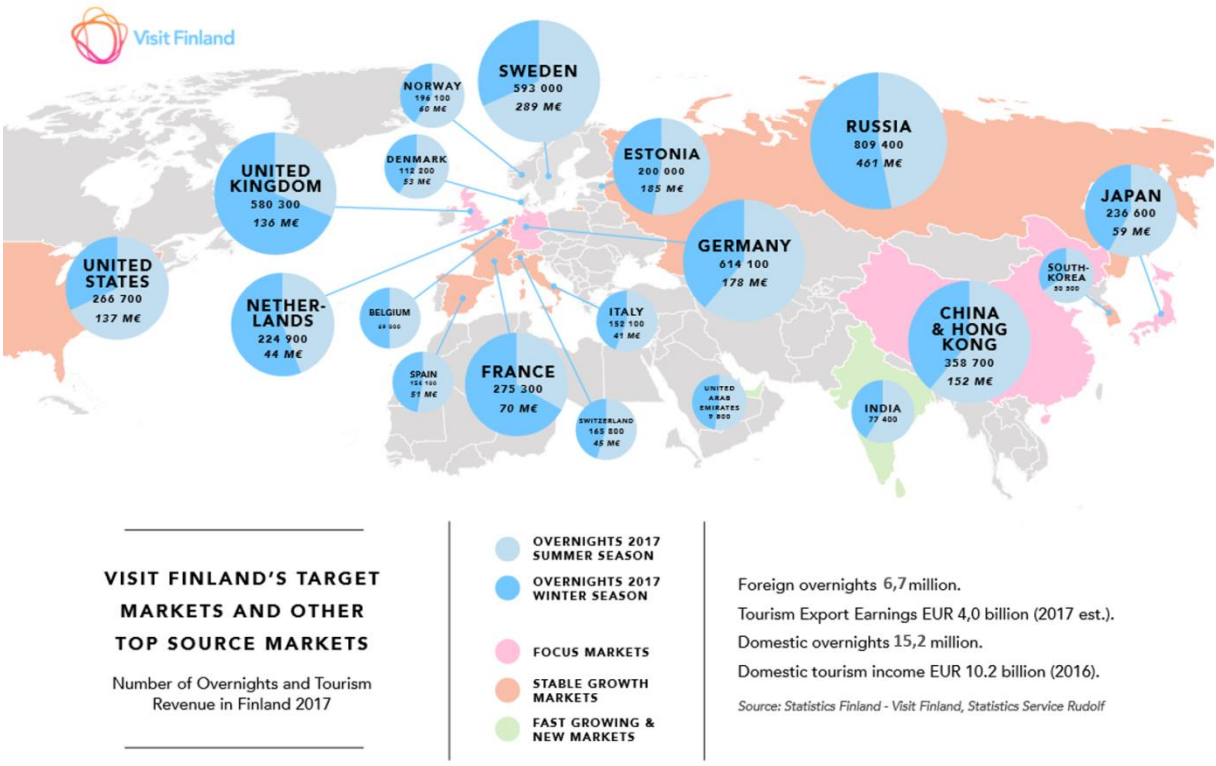
Finlandiya İsveç, Norveç, Rusya ve Estonya ile çevrilidir. Yüzölçümüne göre, 338.445 km^2 ile Avrupa'nın sekizinci en büyük ülkesidir ve sahil şeridi 14018 km'dir. Aynı zamanda 81.000'den fazla bir sayı ile en fazla ada sayısına sahiptir. Bunların arasında en büyük olanı aynı zamanda en çekici olan Åland Adaları'dır. Öte yandan, bu ülke Avrupa'daki en büyük orman alanına ve turistik açıdan cazip 200.000 göle ev sahipliği yapmaktadır. (Finlandiya'nın 2020'ye Turizm Stratejisi 2011). Özellikle kuzeyde güneşin neredeyse hiç batmadığı yaz aylarında turistler genellikle balık avı, kano, avcılık, koşu ve diğer bazı yazlık etkinliklerine gitmektedir. Kış aylarında buz ortalama 218000 km^2'lik bir alanı kaplamaktadır. Her yıl Kemi'nin kuzey şehri olan Rovaniemi'de inşa edilen buzdan bir otel ile büyük bir kar kalesi bulunmaktadır. Birçok turist kış aylarında kayak, buz hokeyi, buz kayığı, buz pateni, buz balıkçılığı ve özellikle Kuzey Finlandiya'da, Sami sürücüleri ya da köpek kızaklarıyla birlikte ren geyiği kızakları için Finlandiya'ya gelmektedir (http://81.47.175.201/flagship_visions/index.php/tourism-plans/985-finlands-tourism-strategy-to-2020).

Finlandiya için turizm büyüyen bir ihracat kaynağı ve istihdam alanı olmuştur. Diğer sektörler üzerindeki çarpan etkisi Finlandiya için 2015 yılında 1 Avro için 56 cent olarak gerçekleşmiştir. Toplamda 13,8 milyar Avroluk bir turizm tüketimi gerçekleşmiştir. Turizmin Finlandiya Gayrısafi Yurtiçi Geliri içindeki payı 2015'te %2,5 civarındadır. Bu pay, tarım ve ormancılık sektörüyle aynı, gıda endüstrisinden de bir buçuk kat fazladır. Turizmin bu konudaki payının 2025'te %3'ün üzerine çıkacağı öngörülmektedir. Aynı yıl, turizmde istihdam edilen 140000 kişinin %30'u gençtir ve 2025 yılına kadar ilave 40000 istihdam tahmini yapılmaktadır. Turizm alanında 28000 şirket bulunmaktadır ve 1,7 milyar Avroluk sermaye yatırımı ile bölgesel havalimanları için 100 milyon Avro tutarında yatırımlar yapılmıştır. Uluslararası konferans ve toplantılardan aynı yıl 151 milyon Avro kazılmış, 101500 deleginin her biri ortalama 248 Avro harcamıştır. Uluslararası turist hareketlerinin yarattığı ihracat geliri 2000 yılındaki değerini ikiye katlayarak 3,9 milyar Avroya yükselmiştir. Bu sayı, sağlık sektörünün yarattığı ihracatın da iki katıdır. Ayrıca, Finlandiya'nın gerçekleştirdiği yüksek teknolojili ürün ihracatının üzerindedir. Çin, Avustralya ve İsviçre vatandaşları sırasıyla 940, 827 ve 623 Avro ortalama harcama gerçekleştirerek bu konuda ilk üçü oluşturmuştur. Toplamda 20,3 milyon geceleme gerçekleşmiş, bunun 5,8 milyonu uluslararası turistler tarafından gerçekleştirilmiştir (https://www.visitfinland.com/travel-trade/tourism-statistics/).

2017 yılında, Finlandiya'daki konaklama tesislerinde 21,9 milyon gecelik konaklama kaydedilmiştir. Yerli 15,2 milyon ve yabancı ziyaretçi ise 6,7 milyon olarak gerçekleşmiştir. Konaklama hizmetleri için, geçen yıla göre dış talep yüzde 16,8; iç talep ise yüzde 4,1 oranında artmıştır. Gecelik konaklamalar için en büyük pazarlar Rusya, Almanya, İsveç ve Birleşik Krallık olarak belirlenmiştir. 2017'deki ilk 24 ülke arasında, gecelik konaklamalar milliyet olarak en çok Hindistan, Avustralya ve Çin (Hong Kong dahil) vatandaşları tarafından gerçekleştirilmiştir.

Visit Finland'ın araştırmasına göre Finlandiya, 2017 yılında 8,3 milyon yabancı ziyaretçi kabul etmiştir. Bunların 5 milyonu turist ve 3.3 milyonu günübirlikçiler olarak ilan edilmiştir. Yabancı ziyaretçiler Finlandiya'ya toplam 2.6 milyar € getirmiştir. 2015 yılında, Finlandiya topraklarında turizm için toplam 13,8 milyar Avro harcanmıştır. Buna Finli ve yabancı turistlerin tüketim harcamaları dahildir. Yabancı turistler toplam turizm tüketiminin% 27'sini (3.66 milyar €) oluşturmuştur. 2016 yılında turizm tarafından yaratılan katma değer 3,9 milyar € olarak gerçekleşmiştir. Turizmin GSYH'ye katkısı% 2,5'tir. Turizm sektöründe toplam istihdam 2015 yılında 140.000 kişi olmuştur (Visit Finland Visitor Survey, 2017).

Şekil 1'de Visit Finland adlı ulusal turizm pazarlama şirketinin ilan ettiği hedef pazarlar ve en yüksek sayıda ziyaretçi kaynağı olan ülkeler dünya haritası üzerinde belirlenmiştir. Buna göre, hedef pazar olarak Almanya, Birleşik Krallık, Çin-Hong Kong, Japonya belirlenmiştir ve sabit bir biçimde büyüyen pazarlar olarak da ABD, İspanya, Fransa, İtalya ve Rusya gösterilmiştir. Bunun yanı sıra en yeni ve en hızlı büyüyen pazar Hindistan olarak gerçekleşmiştir. 2017 yılında, uluslararası ziyaretçilerin geceleme toplamları 6,7 milyon, turizm gelirleri 4 milyar Euro (tahmini) olarak kaydedilmiştir. İç turizmde ise 2016 yılında geceleme sayısı 15,2 milyon ve turizm geliri 10,2 milyar Euro olarak belirlenmiştir.



Şekil 1. Visit Finland'ın ilan ettiği hedef pazarlar

Kaynak: http://www.visitfinland.fi/en/wp-content/uploads/sites/3/2018/03/VF-markets-2017.png

Finlandiya turizm sektöründe son yirmi yılda gelişme göstermiştir. Bu süreç sonrasında turizm Finlandiya'da en hızlı gelişen sektörlerden biridir. Çeşitli bölgelerindeki Helsinki, Lapland, Tampere, Turku vb. birçok destinasyonda ekonomik etkinlikler üzerinde farklı etkileri bulunmaktadır. Laponya'daki turizm gelişimi dikkate değerdir. Laponya (Lapland)

Finlandiya'nın en kuzeydeki ilidir. Yüzölçümü olarak Finlandiya'nın neredeyse 1/3'üne karşılık gelmektedir. Nüfus olarak Finlandiya'nın yalnızca %3,2'sini oluşturmaktadır. Laponya 180.000, Rovaniemi 62000 ortalama nüfusa sahiptir. Nüfus 20-30 bin sakinden oluşan birkaç merkezde ağırlık göstermektedir. Geriye kalan az miktardaki nüfus ise küçük kasabalar veya köylere dağılmış durumdadır. Güney bölümünde düz ve sık ormanlar bulunurken kuzeyinde tepeler ve daha seyrek ormanlar görülmektedir. Yüksek rakımlı alanlarda tekil kırlar bulunmaktadır. İstisnai olarak Finlandiya'nın kolu olarak değerlendirilen Norveç, İsveç ve Finlandiya'nın buluştuğu yerler gösterilebilmektedir. Bu kısımlar ülkenin en dağlık yerleridir. Laponya'nın turizm açısından çekici özellikleri şu şekilde sıralanabilmektedir (Björk, 2014):

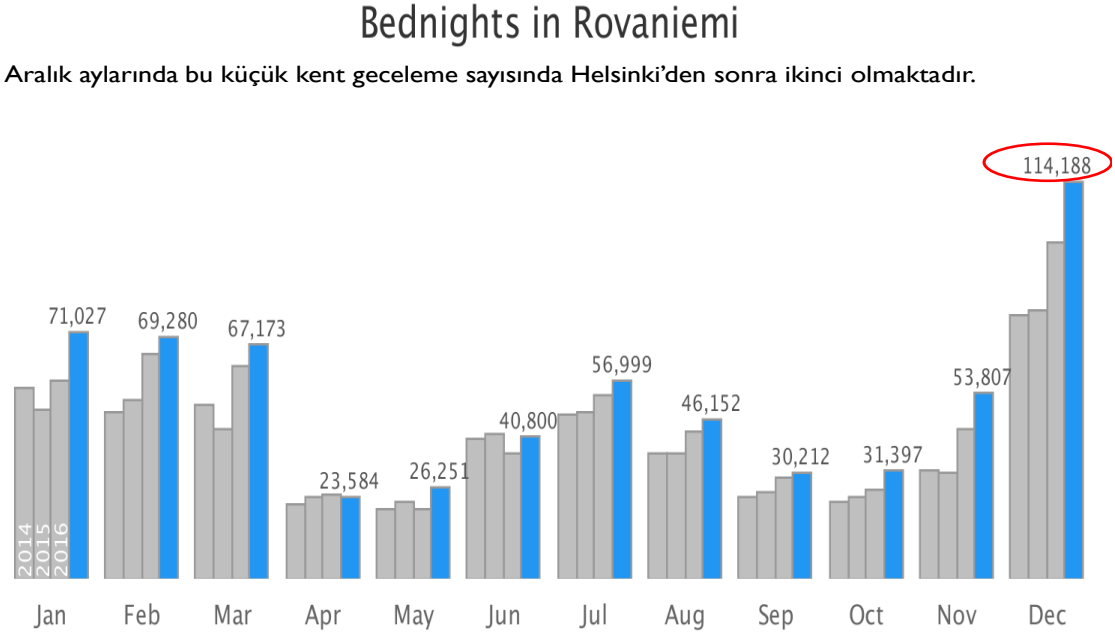
- Kuzey rüzgârları ve tundra iklimi
- Avrupa'da ender kalmış vahşi yaşam alanlarından biri
- Rekreasyonel etkinlikler açısından ideal
- Kamping alanları
- Birçok sığ göl, yüzme, bot ve kano kullanımına uygun olanaklar
- Kayak tesisleri, kar safarisi, kayak yarışları ve kağnılar
- Maceraya uygun, uzak ve egzotik bir yer olarak görmektedir.
- Sami (Lapp) kültürü ve geleneksel yaşam biçimleri
- Sami kıyafetleri ve ananeleri ile ren geyiği ekonomisi
- İlle de gerçek olması gerekmemekle birlikte, turistin kültür algısı

3. Rovaniemi'de Turizm

Laponya'nın marka olarak en önemli çekiciliği Rovaniemi kasabasında Santa Claus Köyü biçiminde oluşturulmuş bir turizm merkezine sahip olmasından kaynaklanmaktadır. Bu köyün turizm ekonomisinin yanı sıra Santa Claus ile yazışmalar üzerinden yarattığı bir katma değer de söz konusudur. İzleyen etkinlikler sıklıkla ve binlerce ziyaretçi tarafından gerçekleştirilmektedir.

- Ailelere ve sevdiklerine Noel mesajları göndermek,
- Özel "Kutup Dairesi Pulu" satın almak,
- Mektupların tasnifi ve Noel Baba'ya iletildiği iddiası,
- Yılda ortalama 500bin mektup,
- En çok Çin, Polonya ve İtalya'dan gönderilmektedir.

Rovaniemi geceleme sayısında aşağı yukarı Laponya'nın %25'i, Tüm Finlandiya'nın %7'sine yakınını ağırlamaktadır. Finlandiya Noel baba imajı ile bu küçük kasabası sayesinde turizmde önemli bir kazanç sağlamaktadır. Christmas döneminde ziyaretçiler Rovaniemi ve dolayısıyla Laponya'ya akın etmektedir. Şekil 2'de görülen sonuçlarda, Aralık aylarında bu küçük kasaba, Helsinki'den sonra ülkede en çok geceleme yapılan destinasyon olarak kayıtlarda görünmektedir (Aralık 2017'de 114,188 kişi). Rovaniemi'deki toplam konaklama hizmetleri satışları 2013-2017 yılları arasında incelendiğinde 22,4 milyondan 40,6 milyan Avro'ya yükselme göze çarpmaktadır. Benzer biçimde ortalama oda fiyatı ve doluluk oranı da 2013 yılında 81,65 Avro ve %52,92 iken, 2017 yılı sonuçları 124,90 Avro ve %61,42 gibi çok başarılı bir yükseliş trendi yakalamıştır (https://www.visitrovaniemi.fi/about/stats/).



Şekil 2: Rovaniemi – Aylara göre geceleme sayıları (2017)

Kaynak: https://www.visitrovaniemi.fi/about/stats/

4. Sonuç

Finlandiya, Laponya ve Rovaniemi özelinde bilgiler ve istatistiklerin konusu olan bu çalışmayla ilgili ikinci veriler toplanırken, Aziz Nikolaos Anıt Müzesi ile Myra Antik Kenti'ni 2017 yılında toplam 474 bin kişi ziyaret ettiği sonucuna da ulaşılmıştır. Tarihsel kişilik açısından aynı marka çekiciliğine sahip Demre ve Myra bölgesinin konaklama ve diğer turizm faaliyetleri konusunda altyapı yetersizlikleri nedeniyle gelecek yıllarda bu konuda Rovaniemi'nin gerisinde kalacağı görülmektedir. Günübirlik ziyaret sorunu mevcuttur. Çünkü Demre'de ziyaretçi/yatak oranında sonuç %1-2 arasındadır ve acilen işlevsel bir havalimanına gereksinim duyulmaktadır. Türk turizmi için önemli bir değer olan Demre'nin pazarda hak ettiği yeri alması ve bunu koruması için karşılaştırmalı çalışmalar da gerçekleştirilmelidir.

Dünyada birkaç yer Noel Baba'nın doğduğu ve yaşadığı yer olarak kendini konumlandırmak istemektedir. Bunlardan en öne çıkan ve Finlandiya turizmi için önemli bir koz olarak kullanılmaya çalışılan Laponya incelenmiştir. Turizm ve turizm aktivitelerini Noel Baba figürü ve tarihsel inanışıyla birleştirilerek ortaya konmaya çalışılan planlar ve stratejiler, her ne kadar Demre'nin iklim ve turizm türleri farklılık gösterse de uluslararası bir destinasyonun planlamasında önemli fikirler verebilecektir. Sonuçta, benzer bir tarihsel ve inançsal kişiliği temel alma konusunda iki destinasyon da ortak özelliğe sahiptir. Sektör temsilcileri ve karar alıcılar, bu örnekteki planlamaları Demre özelinde uyarlama fırsatı elde edebilirler.

Demre, Dünya Kültür Mirası Listesi'ne eklenir ve daha kapsamlı bir restorasyondan geçerse çok daha önemli hale gelecektir. Dünyada birçok yer (Alaska, Finlandiya, İsveç, Norveç ve Grönland) Noel Baba'nın doğduğu ve yaşadığı yer olarak kendini konumlandırmak istemektedir. Bunlardan en öne çıkan ve ülke turizmi için önemli bir koz olarak kullanılmaya çalışılan Laponya'da bulunan Rovaniemi incelenmiştir. Sonuçta, benzer bir tarihsel ve inançsal

kişiliği temel alma konusunda iki destinasyon da ortak özelliğe sahiptir. Sektör temsilcileri ve karar alıcılar, bu örnekteki bilgileri Demre özelinde uyarlama fırsatı elde edebilecektir. İki destinasyon arasında eşgüdüm ve planlamada ortaklıklar kurulabilecektir. Sezonlar farklı olduğundan yılın farklı zamanlarında benzer hedef pazarlara yönelik çalışmalar yapılabilir.

Anahtar kelimeler: Turizm, Santa Claus, Pazarlama, Marka, Turizm Politikası

JEL Kodu: Z32, Z33, Z38

Kaynakça

Björk, Peter (2014). Tourism Development in Finland, in Eduardo Fayos-solà , Maria D. Alvarez, Chris Cooper (ed.) *Tourism as an Instrument for Development: A Theoretical and Practical Study (Bridging Tourism Theory and Practice, Volume 5)* Emerald Group Publishing Limited, pp.265 – 280

Kylanen, M., & Mariani, M. M. (2012). Unpacking the temporal dimension of coopetition in tourism destinations: Evidence from Finnish and Italian theme parks. *Anatolia*, *23*(1), 61-74.

Pretes, M. (1995). Postmodern tourism: the Santa Claus industry. *Annals of Tourism Research*, *22*(1), 1-15.

https://www.visitrovaniemi.fi/about/stats/ (Erişim tarihi: 01.02.2018)

http://www.visitfinland.fi/en/wp-content/uploads/sites/3/2018/03/VF-markets-2017.png (Erişim tarihi: 07.02.2018)

(https://www.visitfinland.com/travel-trade/tourism-statistics/).

http://81.47.175.201/flagship_visions/index.php/tourism-plans/985-finlands-tourism-strategy-to-2020 (Erişim tarihi: 21.02.2018)

https://fennia.journal.fi/article/view/3712 (Erişim tarihi: 02.03.2018)

Turizm Önlisans Programlarının Yeri ve Kontenjanlarının Belirlemesine Yönelik Bir Regresyon Modeli Önerisi

Öğr. Gör. Esat SAÇKES[48],Ümmühan Akman SAÇKES[49]

Full Text

Giriş

Turizm endüstrisi emek-yoğun özelliğinden dolayı istihdama, turistlere satışı yapıldığından da ihracata, dolayısıyla ödemeler dengesine sürekli katkı sağlayan bir sektördür. Temel tüketim maddeleri hariç her üründe olduğu gibi tercih edilme çabasından doğan rekabet turizm sektörü için de mevcuttur. Rakiplerden daha kaliteli ürünler üretme çabası bu sektör için kalifiye personeli ifade eder. Çünkü turizm sektöründe asıl ürün hizmettir. Turistik ürünün özelliğinden kaynaklanan bu durum, rekabet şartlarına sektörel bilgi ve deneyimi yüksek personel çalıştırmayı da eklemektedir. Sektörün büyüklüğü ve kalkınmaya olan katkısı, bu rekabeti firma düzeyinin yanı sıra ülkeler düzeyine yükseltmiştir. Bir çok ülke diğer ülkelerin televizyon kanallarında kendi ülkelerinin turistik tanıtım reklamlarını yayınlatmaktadır.

Turizm bir çok gelişmiş ülkede ekonomik ve sanayi hamleleri ile birlikte önemli bir yer tutmaktadır. İleri ülkelerin gelişmişlik düzeyine ulaşabilmesi için gelişmekte olan ülkelerin ekonomi, sanayi ve tarım politikalarının yanı sıra turizme ve turizm alanındaki her türlü yatırıma önem vermesi gerekmektedir. Gelişmekte olan bir ülke olarak Türkiye'nin de ekonomik, sosyal ve kültürel kalkınması için turizm eğitimine ve kamuoyunun bu konuda bilinçlenmesine büyük önem vermesi bir zorunluluktur. (Ünlüönen ve Boylu, 2005:13)

Turizm sektörünün temel ürünü hizmet olduğundan, hizmeti sunan personelin yetiştirildiği turizm eğitim kurumlarının tümü de sektörün üretim bantları olarak düşünülebilir. Ülkede turizm eğitimi tek bir kişi tarafından, tek bir yerde verilmediğinden eğitimde bir standarttan bahsetmek mümkün değildir. Bu durum söz konusu olsa bile eğitimi alan her öğrenci farklı kişiler olacağından tümünün standart bir hizmet sunmaları da söz konusu olmayacaktır.

Dünyada 2010 yılında 940 milyon kişi turizme katılmış ve aynı yıl 919 milyar dolarlık turizm harcaması gerçekleşmiştir (UNWTO Tourism Highlights, 2011:3). Dünya turizm örgütünün projeksiyonlarına göre 2020 yılında turizme katılan kişi sayısının 1,6 milyar kişi

[48] Öğr.Gör, esackes@balikesir.edu.tr, Balıkesir Üniversitesi, Sındırgı Meslek Yüksekokulu, Otel Lokanta ve Ağırlama Hizmetleri Bölümü, Türkiye
[49] akmancansu@gmail.com, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik A.B.D. Doktora Programı, Türkiye

olması beklenmektedir. Bu beklenti, sektörün giderek büyüyeceğini göstermekle birlikte daha fazla turizm eğitimi almış personele ihtiyaç duyulacağının da göstergesidir.

Bu çalışmada; Türkiye'deki örgün mesleki turizm eğitim kurumları olan orta öğretim, ön lisans, lisans ve lisansüstü düzeydeki programların mevcut kontenjanları ile bu programların bulundukları illerdeki konaklama tesisleri ve tesislerin yatak kapasiteleri ortaya konulmaya çalışılarak, sektörün ihtiyacını karşılayabilecek uygun program kontenjan sayılarının tespit edilmesine dair öneride bulunulmuştur.

1. TÜRKİYE'DE TURİZM EĞİTİMİ

Mesleki turizm eğitimi, turizm sektöründeki işletmelerin verimliliğini arttırıcı yönde bilimsel metot ve yöntemlerin oluşturulmasının yanı sıra sektörün ihtiyaç duyacağı araştırma ve planlama çalışmalarını gerçekleştirmek ve bu çalışmalar doğrultusunda sektöre eleman yetiştirmek amacıyla yapılan bir eğitimdir (Hacıoğlu, Kaşlı, Şahin ve Tetik, 2008: 11).

Ülkemizde turizm eğitimi, örgün ve yaygın olmak üzere iki şekilde gerçekleştirilmektedir. Örgün turizm eğitimi veren öğretim kurumları, ortaöğretim ve yükseköğretim düzeyinde, mesleki turizm eğitimi veren okullardan oluşmaktadır. Yaygın turizm eğitimi ise; resmi ve özel kurumlar tarafından verilen kısa süreli mesleki kurslardan oluşmaktadır.

Ortaöğretimde mesleki turizm eğitimi, Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Liseleri, Anadolu Ticaret Meslek Liseleri ve Anadolu Aşçılık Meslek Liselerinde açılan programlarla yürütülmektedir. Yükseköğretimde turizm eğitimi ve öğretimi ise, ön lisans, lisans ve lisansüstü düzeylerde gerçekleştirilmektedir.

Yükseköğretim kurumlarında çeşitli düzeyler itibarı ile verilen turizm eğitiminin amaçları arasında; meslek yüksekokullarına bağlı olarak eğitim ve öğretim veren ön lisans programları için, öğrencilerin bilgi ve tecrübeyi birleştirmelerini sağlayarak, öğrencilere sektördeki ara elemanların sahip olması gereken nitelikleri kazandırmak, lisans programları için, öğrencileri turizm endüstrisindeki başlangıç düzeydeki yönetici pozisyonları için eğitmek, hazırlamak, yüksek lisans programları için, öğrencilerin belirli bir kariyere yönlendirilmiş bireyler olarak turizm endüstrisinde orta ve üst düzey yönetici, danışman ve turizm endüstrisinin bütün yönleri ile iyi bir araştırmacı olmasını sağlamak; doktora programı için ise, turizm disiplininde akademik basarı için araştırma yapmak ve problem çözmek, öğretim ve iletişim yeteneklerini

geliştirerek akademik olarak en yüksek standartlarda bilgiyle donanmak amaçları yer almaktadır (Pelit ve Güçer, 143-144).

2. ÖRGÜN TURİZM EĞİTİMİNDE 2011-2012 EĞİTİM - ÖĞRETİM YILI ÖĞRENCİ SAYILARI

Bölgelere Göre Örgün Turizm Eğitimi 2011-2012 Eğitim Öğretim Yılına katılan Öğrenci Sayıları Tablosu

Bölge	A.O.T.M. Liseleri 1.Sınıf Öğrenci Toplamı*	Turizm Önlisans programları Kontenjanları Toplamı**	Turizm Lisans programları Kontenjanları Toplamı**	Turizm Lisansüstü programları Kontenjanları Toplamı***	Toplam Turizm programları Kontenjanları Toplamı
Akdeniz	1920	2030	1055	70	5075
D.Anadolu	466	790	200	9	1465
Ege	2250	2472	1205	122	6049
G.D.Anadolu	369	940	160	0	1469
İç Anadolu	1314	2540	1572	63	5489
Karadeniz	1641	2570	545	17	4773
Marmara	2185	3953	1682	165	7985
TOPLAM	10145	15295	6419	446	32305

* http://www.mtegm.meb.gov.tr/okullar.asp Erişim Tarihi: 25.04.2012
** 2011 yılı ÖSYM Yüksek Öğretim Programları ve Kontenjanları Kılavuzu
*** Enstitü ilanları ve telefonla bilgi talepleri ile elde edilen veriler.

Türkiye'deki mevcut turizm örgün eğitim kurumlarının birinci sınıflarının kontenjanlarını içeren tabloya göre toplam 32305 turizm programı öğrencisi bu yıl eğitim öğretime katılmıştır. Tabloda dikkat edilmesi gereken önemli noktalardan biri de turizm lise programlarının sayı ve kontenjan olarak daha üst kademe eğitim veren önlisans programlarından daha az olmasıdır. Sektörün son 10 yıllık istihdam oranlarının yıllık ortalama %5 büyüme gösterdiği görülmektedir (http://www.tuyed.org.tr/yazdir-4463-iSTiHDAMDA-LOKOMOTiF, erişim tarihi: 10.03.2012). Bu oran son 5 yılda yarı yarıya düştüğünden ortalama %3'lük bir büyümeden bahsetmek mümkün olabilir. 2010 yılında sektördeki istihdam 1.066.000 kişi olduğuna göre 2011 yılında bu rakam %3 büyüme ile yaklaşık 32 bin kişi artacaktır. Bu rakam tablodaki toplam öğrenci sayısına eşit görülmektedir.

Bununla beraber sektörde çalışan bazı personelin, çalıştığı departman gereği turizm mezunu olmasına gerek yoktur. Güvenlik, teknik servis, muhasebe gibi departman çalışanları bu işlere uygun eğitim programlarından mezun olmak durumdadır. Turizm programları dışı bu personellerin oranı ortalama %20'ye yakın bir rakam oluşturur. Sektörün ihtiyaç duyacağı

rakamdan bunu düştüğümüzde ise kalan turizm eğitimi almış personel ihtiyacı 25600 kişi civarında olacaktır.

Tabloda 25600 kişilik ihtiyacın üstünde bir öğrenci sayısı görünüyor olsa da, turizm programlarından mezun olan öğrencilerin sadece %40'ının turizm sektöründe çalıştığını düşünürsek (http://goo.gl/lz1Kp erişim tarihi: 19.05.2012), mezunlardan yaklaşık 13000 kişinin turizm sektöründe çalışacağını ve sektörün ihtiyacından kalan 12600 kişinin turizm eğitimi almamış kişilerden tamamlanacağı tahmin edilebilir.

Bu hesaplamalara göre turizm eğitimi veren kurumların sektör ihtiyacının sadece %50'sini karşıladığı görülmektedir.

Bu soruna iki farklı çözüm önerilebilir. İlki mezunların turizm sektörünü daha fazla tercih etmeleri ve sektörün daha fazla kalifiye personel istihdam etmesi için çalışmalar yapılması olacaktır. Bu çözüm için öneriler sonuç kısmında sunulmuştur. Diğer çözüm ise yeterli personel sağlamaya yönelik okulların açılması veya mevcut okullardaki kontenjanların arttırılmasıdır. Bölgelerin iller bazında turizm işletme sayısına ve yatak kapasiteleri sayısına ilişkin verilerin bağımsız değişkenler olarak kullanıldığı regresyon modelleri, kontenjan sayısını belirlemede kullanılabilir. Sonraki bölümde bu analiz yöntemine örnek olarak turizm önlisans programlarını içeren örnek bir çalışma yapılmıştır.

3. ÖNLİSAN PROGRAMLARININ KONTENJANLARINI BELİRLEMEDE TURİZM İŞLETME SAYISI VE YATAK KAPASİTESİNİ KULLANMAK ÜZERE REGRESYON ANALİZİ KULLANIMI

Bu çalışmada illerin turizm önlisans öğrenci ihtiyacını belirlemede illere ait işletme belgeli konaklama işletmelerinin sayısı ve bu işletmelerin toplam yatak kapasiteleri kullanılarak OLS ve Robust regresyon analizleri yapılmıştır.

Ordinary Least Squares (En Küçük Kareler) yöntemi doğrusal regresyon analizinde regresyon eğrisinin hesaplanmasında standart olarak kullanılan bir yöntemdir. Bu yöntemin kullanılabilmesi için veri setinde uç değerlerin olmaması gerekmektedir (Keith, 2006). Robust Regresyon (Dayanıklı Regresyon) analizi veri seti uç değerler içerdiğinde ve hataların normal dağılımı varsayımı ihlal edildiğinde OLS yöntemine alternatif olarak kullanılabilecek testlerden birisidir. Robust Regresyon analizi uç değerlere farklı ağırlıklar vererek tüm veri setini temsil edebilecek parametre tahminleri elde etmeye çalışır (Kutner, Nachtsheim ve Neiter, 2004).

Analizde illere ait konaklama tesis sayısı ile yatak kapasitelerinin öğrenci kontenjanındaki varyansın %64'ünü açıkladığı görülmüştür. Bazı illerde tesis sayısı, yatak kapasitesi, öğrenci kontenjanı gibi verilerin aşırı uç değerler içermesinden dolayı OLS yönteminin yanısıra Robust yöntemi ile de analizler yapılarak, il bazında kontenjan sayılarını tahmin eden regresyon denklemleri oluşturulmuştur.

Bu analizlere göre bölgeler bazında illerin konaklama tesis sayısı ve yatak kapasiteleri ile mevcut kontenjan durumu ve bu kontenjanların yatak ve tesis sayılarına oranları ile birlikte analizlerin önerdiği kontenjan rakamları tablolar halinde sunulmuştur.

3.1. AKDENİZ BÖLGESİ

İL	Konaklama tesisi sayısı	Yatak sayısı	2011 turizm önlisans programları kontenjanları toplamı	Öğrenci başına düşen yatak sayısı	Tesis başına düşen öğrenci sayısı	Robust analizine göre kontenjan önerisi	Ols analizine göre kontenjan önerisi
ADANA	26	3621	100	36	4	190	209
ANTALYA	686	306535	1120	274	2	1119	965
BURDUR	2	173	0	0	0	46	162
HATAY	23	2597	75	35	3	215	239
ISPARTA	11	1046	380	3	35	133	208
K.MARAŞ	7	813	30	27	4	104	198
MERSİN	38	4725	325	15	9	338	301
OSMANIYE	1	120	0	0	0	82	203
TOPLAM	794	319630	2030	389	56	2228	2486

Tabloya göre en fazla turistin geldiği Antalya ilinin bulunduğu Akdeniz Bölgesinde turizm önlisans programı bulunmayan fakat turistik işletme bulunan Burdur ve Osmaniye illeri için önlisans programları açılması önerilmektedir. Yine tabloya göre bazı illerin de kontenjanını arttırması gerekliliği bu analizler ile ortaya çıkan diğer sonuçtur.

3.2. DOĞU ANADOLU BÖLGESİ

İL	Konaklama tesisi sayısı	Yatak sayısı	2011 turizm önlisans programları kontenjanları toplamı	Öğrenci başına düşen yatak sayısı	Tesis başına düşen öğrenci sayısı	Robust analizine göre kontenjan önerisi	Ols analizine göre kontenjan önerisi
AĞRI	5	609	0	0	0	51	155
ARDAHAN	2	124	30	4	15	36	152
BİNGÖL	1	56	0	0	0	36	157
BİTLİS	3	323	70	5	23	51	163
ELAZIĞ	6	638	130	5	22	84	183
ERZİNCAN	2	258	145	2	73	55	172
ERZURUM	10	1953	170	11	17	101	192
HAKKARİ	3	253	0	0	0	70	182
IĞDIR	5	427	30	14	6	88	190
KARS	8	981	100	10	13	113	204
MALATYA	10	1250	45	28	5	137	220
MUŞ	5	415	0	0	0	110	212
ŞIRNAK	2	177	0	0	0	98	214
TUNCELI	1	36	0	0	0	96	216
VAN	9	973	70	14	8	155	241
TOPLAM	72	8473	790	93	180	1281	2850

Bölgenin her ilinde konaklama tesisi bulunmasına rağmen altı ilde önlisans turizm programı yoktur. Analizlerin önerdiği kontenjanların toplamları bölgenin mevcut kontenjanın 3,5 katıdır. Yeni turizm önlisans programlarının açılması planlandığında bölgeye öncelik vermek önerilebilir.

3.3. EGE BÖLGESİ

İL	Konaklama tesisi sayısı	Yatak sayısı	2011 turizm önlisans programları kontenjanları toplamı	Öğrenci başına düşen yatak sayısı	Tesis başına düşen öğrenci sayısı	Robust analizine göre kontenjan önerisi	Ols analizine göre kontenjan önerisi
AFYONKARAHİSAR	12	3652	385	9	32	62	162
AYDIN	72	19483	360	54	5	353	297
DENİZLİ	22	5592	120	47	5	143	209
İZMİR	132	25688	337	76	3	830	502
KÜTAHYA	7	988	335	3	48	113	210
MANİSA	14	1622	0	0	0	168	232
MUĞLA	380	88479	900	98	2	2062	1057
UŞAK	6	418	35	12	6	136	232
TOPLAM	645	145922	2472	300	101	3867	2901

Bir çok turistik ili içeren bölgede Manisa ilinde 14 konaklama tesisi ile 988 yatak kapasitesi mevcut iken ilde turizm önlisans programı mevcut değildir. Bölge için ilk önerilecek il Manisa ili olmakla birlikte, bölgenin Muğla ve İzmir gibi büyük ve turistik illere sahip oluşu analizlerin bölgede genel bir turizm önlisans kontenjan arttırımını önermesine neden olmaktadır. Bölgede dikkat çeken bir diğer konu ise aralarında neredeyse 20 kat tesis ve yatak kapasitesi farkı bulunan İzmir ve Kütahya illerinin turizm önlisans öğrenci kontenjanlarının neredeyse aynı olmasıdır. Analizler kontenjanların Kütahya ilinde daha az, İzmir ilinde daha fazla olmasını önermektedir.

3.4. GÜNEYDOĞU ANADOLU BÖLGESİ

İL	Konaklama tesisi sayısı	Yatak sayısı	2011 turizm önlisans programları kontenjanları toplamı	Öğrenci başına düşen yatak sayısı	Tesis başına düşen öğrenci sayısı	Robust analizine göre kontenjan önerisi	Ols analizine göre kontenjan önerisi
ADIYAMAN	4	489	230	2	58	41	150
BATMAN	6	795	0	0	0	67	167
DİYARBAKIR	15	1773	60	30	4	145	205
GAZİANTEP	31	3961	380	10	12	262	256
KİLİS	1	45	0	0	0	70	191
MARDİN	11	1098	60	18	5	151	226
SİİRT	0	0	40	0	0	79	205
ŞANLIURFA	9	1175	170	7	19	145	232
TOPLAM	77	9336	940	67	98	960	1631

Bölgede 6 konaklama tesisi bulunan Batman ilinde turizm önlisans programı bulunmamaktadır. Ayrıca tabloda Siirt ilinde bulunan 40 kişilik program Seyahat Acentacılığı önlisans programıdır.

3.5. İÇ ANADOLU BÖLGESİ

İL	Konaklama tesisi sayısı	Yatak sayısı	2011 turizm önlisans programları kontenjanları toplamı	Öğrenci başına düşen yatak sayısı	Tesis başına düşen öğrenci sayısı	Robust analizine göre kontenjan önerisi	Ols analizine göre kontenjan önerisi
AKSARAY	12	932	200	5	17	111	178
ANKARA	142	19231	425	45	3	997	534
ÇANKIRI	2	209	120	2	60	49	165
ESKİŞEHİR	14	1899	80	24	6	140	207
KARAMAN	2	184	0	0	0	70	186
KAYSERİ	16	2462	30	82	2	163	226
KIRIKKALE	1	68	45	2	45	67	188
KIRŞEHİR	2	352	80	4	40	73	192
KONYA	20	3496	860	4	43	189	241
NEVŞEHİR	45	8424	395	21	9	343	310
NİĞDE	2	240	160	2	80	87	204
SİVAS	6	585	100	6	17	126	224
YOZGAT	4	426	45	9	11	121	228
TOPLAM	268	38508	2540	206	332	2536	3083

Bölgenin dikkat çeken şehirlerinden ilki Ankara'dır. Yüksek yatak kapasitesine rağmen önlisans turizm öğrenci kontenjanı azdır. Benzer şekilde Kayseri ili de analize göre kontenjanı artması gereken illerden biridir.

3.6. MARMARA BÖLGESİ

İL	Konaklama tesisi sayısı	Yatak sayısı	2011 turizm önlisans programları kontenjanları toplamı	Öğrenci başına düşen yatak sayısı	Tesis başına düşen öğrenci sayısı	Robust analizine göre kontenjan önerisi	Ols analizine göre kontenjan önerisi
BALIKESİR	69	8760	520	17	8	509	341
BİLECİK	5	461	0	0	0	65	167
BURSA	45	6335	180	35	4	338	280
ÇANAKKALE	40	4172	315	13	8	330	275
EDİRNE	20	1638	220	7	11	195	225
İSTANBUL	372	62842	1218	52	3	2405	1138
KIRKLARELİ	1	178	125	1	125	66	188
KOCAELİ	26	2722	350	8	13	256	264
SAKARYA	9	1569	340	5	38	133	226
TEKİRDAG	13	1292	525	2	40	182	248
YALOVA	6	727	160	5	27	133	232
TOPLAM	606	90696	3953	145	277	4612	3585

Marmara bölgesinin en dikkat çeken şehri İstanbul'dur. Analiz İstanbul ilindeki kontenjanın 2 katına çıkarılmasını önermektedir. 2 kat kontenjan rakamı yaklaşık olarak Ege, İç anadolu veya Karadeniz Bölgesinin mevcut turizm önlisans kontenjanına eşittir.

3.7. KARADENİZ BÖLGESİ

İL	Konaklama tesisi sayısı	Yatak sayısı	2011 turizm önlisans programları kontenjanları toplamı	Öğrenci başına düşen yatak sayısı	Tesis başına düşen öğrenci sayısı	Robust analizine göre kontenjan önerisi	Ols analizine göre kontenjan önerisi
AMASYA	13	590	105	6	8	127	184
ARTVİN	9	933	60	16	7	88	173
BARTIN	6	582	140	4	23	69	167
BAYBURT	0	0	0	0	0	26	152
BOLU	19	3067	230	13	12	153	205
ÇORUM	6	791	30	26	5	77	177
DÜZCE	7	584	150	4	21	92	185
GİRESUN	12	913	215	4	18	140	207
GÜMÜŞHANE	2	143	100	1	50	62	178
KARABÜK	19	700	240	3	13	217	241
KASTAMONU	9	884	50	18	6	125	209
ORDU	16	1299	140	9	9	199	248
RİZE	9	785	115	7	13	145	228
SAMSUN	11	1133	190	6	17	160	236
SİNOP	4	158	60	3	15	114	218
TOKAT	6	501	140	4	23	132	229
TRABZON	25	2880	400	7	16	267	283
ZONGULDAK	12	958	205	5	17	186	254
TOPLAM	185	16901	2570	135	273	2.379	3.773

Bölgede Bayburt ili haricinde her ilde turizm önlisans programı mevcuttur. Analize göre diğer bölgelere kıyasla en uygun kontenjan dağılımı bu bölgede yapılmıştır.

3.8. BÖLGELER DAĞILIMI

Bölgeler	Konaklama tesisi sayısı	Yatak sayısı	2011 turizm önlisans programları kontenjanları toplamı	Öğrenci başına düşen yatak sayısı	Tesis başına düşen öğrenci sayısı	Robust analizine göre kontenjan önerisi	OLS analizine göre kontenjan önerisi
Akdeniz	794	319630	2030	389	56	2228	2486
D.Anadolu	72	8473	790	93	180	1281	2850
Ege	645	145922	2472	300	101	3867	2901
G.D.Anadolu	77	9336	940	67	98	960	1631
İç Anadolu	268	38508	2540	206	332	2536	3083
Karadeniz	185	16901	2570	135	273	2379	3773
Marmara	606	90696	3953	145	277	4612	3585
TOPLAM	**2647**	**629466**	**15295**	**1335**	**1318**	**17863**	**20309**

Tabloda bölgelerde bulunan illerin önlisans turizm programların 2011 yılı kontenjanları toplamı ve analizin önerdiği kontenjanların toplamı bulunmaktadır. Analiz Türkiye'deki toplam 15295 kişi olan turizm önlisans programları kontenjan toplamının 17863 kişi olmasını önermektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizm programları açılırken sektöre yakınlıkları ve sektörün personel sayısı olarak ihtiyaçları göz önünde bulundurulmalıdır. Fakat ülkemizde yeni eğitim kurumları ve yeni programlar çoğunlukla siyasi sebepler ve bölgesel ekonomik beklentiler ile açılmaktadır. Sektöre uzak mesleki eğitim kurumlarının uygulamalı eğitimlerinin sektörün ihtiyacı olan nitelikleri sağlayıp sağlayamadığı konusu ayrı bir sorundur. Çalışma içinde bahsedilen mezunların sektörü tercih etmemeleri sorunun temelinde mesleki bir yasa bulunmaması ve dolayısıyla mesleki güvence sağlanmaması bulunmaktadır. Yasalar hekim olmak için tıp fakültesini, avukat olmak için hukuk fakültesini bitirmeyi mecbur tutarken, turizmde istihdam için herhangi bir yasal zorunluluk bulunmamaktadır. Sektördeki işletmeler daha düşük maliyetlerle personel istihdam etmek için turizm eğitimi almamış, kalifiye olmayan personeli tercih edebilmektedir. Ayrıca sektörün özelliğinden kaynaklanan mevsimlik oluşu, uzun çalışma saatleri ve ağır çalışma koşulları da mezunların sektörü tercih etmemelerindeki diğer sebepler olarak sayılabilir.

Turizm eğitim kurumlarının nitelikli personel yetiştirebilmesi için gereken özellikler ve mevcut kurumların bu özellikleri taşıyıp taşımadığı başka bir çalışma konusudur. Bu çalışma

turizm eğitim kurumlarının kuruluş yeri ve kontenjan sayısının belirlenmesinde kullanabilecek bir model oluşturulmasına yönelik hazırlanmıştır. İllerdeki konaklama işletmeleri ve yatak kapasiteleri turizm eğitimi veren kurumların kontenjanlarını %64 oranında açıklayabilmektedir. Buradan hareket ederek yapılan regresyon analizlerinde OLS ve Robust yöntemleri kullanılarak illere göre turizm önlisans programları için kontenjan önerilerinde bulunulmuştur. Bu öneriler ile turizm önlisans programı açma kararı verilirken nerede ve ne kadar kontenjanlı sorularına daha bilimsel cevap verilebilmesi amaçlanmıştır. Böylelikle sektöre uzak, ya da sektörün ihtiyacından fazla turizm önlisans programının açılması engellenebilmekle beraber sektörün ihtiyacı olan personeli gereken yerde ve ihtiyaç olan sayıda yetiştirebilmek mümkün olabilir.

Bundan sonra yapılacak çalışmalar tüm turizm eğitim kurumlarının benzer regresyon analizi kullanılarak illere göre işletme sayısı, yatak kapasitesi sayıları ile sektöre uygun sayıda ve uygun kontenjanda açılması konusunda öneriler getirebilir.

Anahtar kelimeler: Turizm eğitimi, turizm önlisan programı, öğrenci kontenjanı, regresyon analizi

Jel Kodu: L83, Z32, A23

KAYNAKÇA

HACIOĞLU, Necdet, Mehmet Kaşlı, Seda Şahin ve Nuray Tetik (2008), Türkiye'de Turizm Eğitimi, Detay Yayıncılık, Ankara.

Keith, T. Z. (2006). Multiple Regression and Beyond. Boston, MA: Pearson – Allyn and Bacon.

Kutner, M., Nachtsheim, C., & Neiter, J. (2004). Applied Linear Regression Models. Boston, MA: McGraw-Hill/Irwin

PELİT, Elbeyi ve Evren Güçer, (2006), "Turizm Alanında Öğretmenlik Eğitimi Alan Öğrencilerin Turizm İşletmelerinde Yaptıkları Stajları Değerlendirmeleri Üzerine Bir Araştırma", İnternet Adresi: http://acikarsiv.gazi.edu.tr/dosya/2006-1~1.PDF Erişim Tarihi: 16.04.2012

UNWTO Tourism Highlights, 2011 Edition, http://mkt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights11enhr_3.pdf

ÜNLÜÖNEN Kurban, BOYLU Yasin, (2005), "TÜRKİYE'DE YÜKSEKÖĞRETİM DÜZEYİNDE TURİZM EĞİTİMİNDEKİ GELİŞMELERİN DEĞERLENDİRİLMESİ"

Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi www.e-sosder.com ISSN:1304-0278 Bahar 2005 C.3 S.12 (11-32)

ÜNLÜÖNEN, Kurban ve Yasin Boylu (2009), "Türkiye'de Örgün Turizm Eğitimine İlişkin Rakamsal Gelişmelerin Değerlendirilmesi", 10. Ulusal Turizm Kongresi , 21-24 Ekim 2009, Mersin: 957-973.

http://goo.gl/lz1Kp, erişim tarihi: 19.05.2012

http://www.kulturturizm.gov.tr erişim tarihi: 02.05.2012

http://www.mtegm.meb.gov.tr/okullar.asp erişim tarihi: 19.05.2012

http://www.osym.gov.tr erişim tarihi: 12.04.2012

http://www.tuik.gov.tr erişim tarihi: 05.05.2012

http://www.tuyed.org.tr/yazdir-4463-iSTiHDAMDA-LOKOMOTiF, erişim tarihi: 10.03.2012

http://www.yok.gov.tr erişim tarihi: 7.05.2012

Medikal Turizmde Duygusal Zeka ve Kültürel Duyarlılık

Nilüfer A. Biyan[50] Erkan Aybaraz[51] Erdoğan Koç[52]

Full Text

ÖZET

Bu çalışmanın amacı gerek dünyada gerekse Türkiye'de medikal turizm açısından duygusal zeka ve kültürel duyarlılığın önemi ve etkilerini incelemektir. Araştırma verileri, medikal turizm için akreditasyon belgesine sahip 3 farklı hastaneden 112 medikal sağlık çalışanından anket yöntemiyle toplanmıştır. Anketlerden elde edilen veriler, frekans, güvenilirlik, değişkenlerin dağılımının normal olup olmadığını değerlendirmek için Kolmogorov-Smirnov testi kullanılmıştır. İstatistiksel karşılaştırmalarda normal dağılım göstermeyen değişkenler için; Kruskal Wallis, Mann-Whitney-U ve Spearman's korelasyon testleri ve etki büyüklükleri hesaplanarak değerlendirilmiştir. Araştırma bulguları, duygusal zeka ve kültürel duyarlılık ve boyutları arasında anlamlı ilişkiler olduğunu göstermiştir. Araştırma kapsamında, sağlık turizmi çalışanları ve gelecekteki araştırmalar için bazı teorik ve pratik uygulamalar tartışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Medikal turizm, duygusal zeka, kültürel duyarlılık

Abstract

The aim of this study is to examine the need for the world as well as the importance and impact of emotional intelligence and cultural awareness in terms of medical tourism in Turkey. The data of the research were obtained by questionnaire from 112 employees working in the health sector in February 2018. Kolmogorov-Smirnov test was used to evaluate the data obtained from the questionnaires, frequency, reliability, and whether the distribution of variables were normal. For variables that have no normal distribution in statistical comparisons; Kruskal Wallis, Mann-Whitney-U and Spearman's correlation tests and effect sizes. Research findings have shown that there is a significant relationship between emotional intelligence and cultural sensitivity and dimensions. Within the scope of the research, some theoretical and practical applications for medical tourism workers and future researches are discussed.

Keywords: Medical Tourism , emotional intelligence, cultural sensitivity

Giriş

Sosyal zekânın türü olarak görülen ve bireylerin hem kişisel anlamda hem de başkaları üzerindeki hislerini kontrol etmesi, ayırabilmesi ve tavır ve davranışlarında kılavuz olarak kullanması olarak tanımlanan duygusal zeka (Jordan vd., 2002: 195) işletmelerde çalışan

[50] Nilüfer A. Biyan, Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Doktora Öğrencisi. (n_altundal@hotmail.com).
[51] Erkan Aybaraz, Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Doktora Öğrencisi. (erkan@dnakalip.com).
[52] Prof. Dr. Erdoğan Koç, Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü Pazarlama Anabilim Dalı, Öğretim Üyesi. (erdogankoc@yahoo.com).

personel içinde dikkat edilen unsurlardan biri halini almıştır. Nitekim Caruso (1999:4), yaptığı bir çalışmada psikiyatrist, sosyal çalışmacı, yaşlı bakım uzmanı, aile hekimi, fizyoterapist ve hemşire gibi mesleklerde bireysel ve işletme başarısının yanında müşteri odaklı hizmet kalitesinin ancak duygusal zekaya sahip kişiler aracılığıyla başarılabildiğini tespit etmiştir. Dolayısıyla sağlık çalışanlarının duygusal zekâ seviyelerinin yüksek olması önemli görülmektedir.(Akt. Caruso ve Mayer, 2002: 306-320)

Çalışanlar açısından bir diğer önemli konu ise kültürlerarası duyarlılıktır. Kültürel duyarlılık kültürlerarası iletişim becerisinin bir parçasıdır ve "kültürlerarası farklılıkları anlamada, kabul etmede ve takdir etmede kendi motivasyonunu sağlamak için gerekli olan aktif istek" olarak tanımlanmaktadır. Sağlık turizmi açısından yorumlamak gerekirse, kültürel duyarlılık; hastaların beklenti ve ihtiyaçlarına uygun olarak hizmetlerin belirlenmesidir.

Türkiye'de son yıllarda gelişen sağlık turizmi ile farklı kültürel özelliklere sahip bireyler ile birlikte yaşayabilme, çalışabilme, tedavi edebilme beceri ve bilincine sahip olmanın önemi daha da çok ön plana çıkmaktadır. Kültürel yönden uygun olan bir hizmet hazırlığı, meslek elemanının bireysel olarak kültürel farklılıklar ve benzerlikler hakkında bilgi sahibi olmasını ve duyarlı davranmasını da gerektirir.

Günümüzde kültürel duyarlılığın ve duygusal zekânın önemi sağlık sektöründe de belirgin şekilde fark edilmeye başlanmış, özellikle sağlık turizmi kültürel duyarlılığa ve duygusal zekâya daha fazla önem verilmesi gerektiğini vurgulayan sosyal konular olmuştur. Uluslararası literatürde konunun önemi üzerine yapılmış çeşitli yayınlar bulunmakta fakat iki değişkeni birlikte içeren çalışma olmamakla birlikte Türkçe literatürde konunun önemi üzerine yapılan yayınlara bakıldığında ise sayıca oldukça az olduğu görülmektedir. Söz konusu çalışma bu amaçla Türkçe literatüre ve alana katkı sağlaması ve sağlık turizmi çalışanları ve yöneticileri için bilgi ve fikir vermesi amacıyla yapılmıştır. Araştırma bulguları, duygusal zeka ve kültürel duyarlılık ve boyutları arasında anlamlı ilişkiler olduğunu göstermiştir. Araştırma kapsamında, sağlık turizmi çalışanları ve gelecekteki araştırmalar için bazı teorik ve pratik uygulamalar tartışılmıştır.

Kavramsal Çerçeve

Medikal Turizm

Dünya Sağlık Örgütü tarafından yapılan tanımlamaya göre bireylerin kendi yaşadıkları bölgelerin dışına sağlık amacı ile seyahat etmeleri sağlık turizmi olarak kabul edilmiştir. Dünya Sağlık Örgütü turizm faaliyetlerini iş ve tatil turizmi olmak üzere iki ana kategoride toplamaktadır. İkisi arasındaki ayrım ise "zorunluluk" kriterine bağlanmıştır. İş turizminde bireyler seyahate zorunluluk nedeniyle çıkarken, tatil turizminde tamamen kendi isteklerine göre seyahat etmektedir (Cooper et al., 1999: 11). Bu nedenle temiz havadan yararlanma amaçlı turizm hareketlerinden, kaplıca turizmine kadar farklı türde sağlık turizmi ortaya çıkmıştır. Son yıllarda ise tedavi ve cerrahi müdahale amaçlı medikal turizm de dikkat çeken konulardan biri olarak kendini göstermektedir. (İçöz, 2009: 2260).

Yüzeysel olarak değerlendirildiğinde turistler zevk için seyahat etmektedirler. Günümüzde birbirinden farklı birçok turizm çeşidinden söz edilmektedir. İnsan ihtiyaçları

arttıkça insanların seyahat nedenleri ve buna paralel olarak turizm çeşitleri de farklılık göstermektedir. Bu yüzden insanların neden seyahat ettiklerine yönelik çeşitli etkenlerin olduğu kabul edilmektedir. Bazı kişilere göre seyahat kelimesi günlük rutin işlerden uzaklaşma anlamına, bazılarına göre dinlenme fırsatı bazılarına göre ise yeni bir kültür ile tanışma fırsatı gibi farklı anlamlar taşımaktadır (Mugomba and C.Danell, 2007: 1).

Bireysel zevk ve tercihlerdeki değişimle beraber 2000'li yıllardan bu yana dinlenme, spor yapma ve kaplıca turizminin hareketlenmesi ile "medikal turizm" olarak ifade edilen farklı bir alan ortaya çıkmıştır (Connel, 2006; 1093). Bu turizm sektöründe amaç tedavi olmakla birlikte, tedavi sırasında geleneksel olarak dinlenme ve boş zaman değerlendirme de görülmektedir (Mugomba and C.Danell, 2007: 1).

Dünya'da Medikal Turizm

Kaplıcalara olan talebin artması ile turizmin hareketlenmesine sebep olan kaplıca turizmi, Avrupa'da 19. Yüzyılda kullanılmaya başlanmıştır. Özellikle o tarihlerde farklı kolonilerde ve bölgelerde tedavi amaçlı turistik hareketler olduğu tespit edilmiştir (Schofield,2004).

Günümüzde birçok Asya ülkesi, medikal turizm pazarına hakim durumdadır, bir taraftan da çok sayıda ülke de pazara girmeye çalışmaktadır. Bu ülkelerin başında Hindistan oldukça düşük fiyatları ile pazarda önemli bir yer edinmiştir. ABD'deki sağlık turizmi harcamalarının 5.5 milyar Dolar, Avrupa'da 3.5 milyar Euro civarında olduğu, yaklaşık 120 yıldır sağlık turizmine hizmet veren Macaristan, Çek Cumhuriyeti ve Romanya gibi ülkelerden Çek Cumhuriyetinin bu sektörden kazancının 1 milyar Doları aştığı belirtilmektedir. Medikal turizm pazarında talep Kuzey Amerika, Batı Avrupa ve Orta Doğu olmak üzere üç bölgede yoğunlaşırken, bu bölgelerdeki talebin destinasyonlara dağılımı bakımından; Avrupalı medikal ziyaretçilerin favori ülkeleri Hindistan, Malezya ve Tayland'dır. Malezya İslami referansı nedeni ile Ortadoğu pazarına hakimdir. Singapur, daha önce belirtildiği üzere Japon pazarının temel destinasyonudur. Küba da Orta Amerika pazarına yönelmiştir (İçöz, 2009: 2263).

Dünyada medikal turizmin gelişimi, ülkelere göre farklılık sergilemiş ve insan ihtiyaçlarına göre farklı şekillerde gerçekleştirilmiştir. Gidilen bölgelere göre tedavi masrafları, hastaların geldikleri ülkeye göre %50, %70 hatta bazı durumlarda %80'e varan maliyet indirimleri sağlamaktadır. Bu turizmin gelişmesinde en önemli etken; düşük tedavi giderleri, bu ülkelerdeki gelişen tıp teknolojisi, ucuz ulaştırma giderleri ve internet pazarlaması gibi etkenlerdir (Connel, 2006:1).

Medikal turizmde turist; tedavisi ile eş zamanlı olarak tedavi amaçlı gittiği ülkenin turizm çekiciliklerinden de faydalanabilme imkanı bulmaktadır. Artık insanlar, medikal turizm için tercih ettikleri destinasyonlarda kendi ülkelerindeki sağlık hizmeti ücretlerine kıyasla daha az para vererek; hem hoşça vakit geçirme imkanı yakaladıkları hem de güvenli bir şekilde tedavi olabilecekleri merkezlere seyahat etmeye başlamışlardır (Srivastova, 2006: 140). Medikal turist almak istediği tedaviyi sunan ülkeler hakkında bilgi edinmekte ve sonrasında alternatifler arasında seçim yapmaktadır. Eğer fiyat faktörü kaldırılırsa kişinin bir medikal turizm destinasyonunu diğerine tercihini etkileyen faktörlerin arasında; o bölgenin kültürel yakınlığı, uzaklılığı, medikal uzmanlaşması ve ünü sayılabilmektedir (Bookman ve Bookman, 2007: 56- 60).

Türkiye'de Medikal Turizm

Son 10-15 yıl içerisinde Türkiye de, turizm sektöründe yaşanan olumlu gelişmelere bağlı olarak sağlık turizmi ve sağlık turizminin alt unsurlarından biri olan medikal turizm de hızlı bir gelişme göstermektedir. (Sügür, 2016: 61). Modern yöntem ve tekniklerle gerçekleştirilen tıbbi operasyonların ülkemizde de uygun fiyatlarla yapılabilmesi ile birlikte dünyanın çeşitli ülkelerinden çok sayıda hastanın sağlık hizmeti almak için Türkiye'deki özel sağlık kuruluşlarını tercih ettiği bilinmektedir. Uluslararası hastalar düşük maliyet, kısa bekleme süresi, yüksek kalite ve teknoloji standartları sebebiyle plastik ve estetik cerrahi, göz ameliyatları, saç ektirme, açık kalp ameliyatı, tüp bebek, kanser tedavileri, deri hastalıkları, check-up, diyaliz, kulak burun boğaz, jinekoloji, kalp-damar cerrahisi, ortopedi, diş, beyin cerrahisi, kadın doğum, çocuk hastalıkları, SPA, fizik tedavi rehabilitasyon gibi birçok alan için Türkiye'deki sağlık kuruluşlarını tercih etmektedir. (İçöz 2009, 2271). Türkiye, kozmetik, göz ve diş operasyonları amacıyla yurt dışına gitmek isteyen hastalar için önemli ülkeler arasında yer almaktadır. (Sügür, 2016: 62).

Son dönemlerde özel hastane işletmelerinin de dikkatini çeken medikal turizm, yabancı hasta departmanlarının kurulmasına vesile olmuştur. Fuar ve benzeri organizasyonlara katılan özel hastaneler yabancı müşteriler çekmeye çalışmaktadır. Kurulan yabancı hasta departmanları önemli bir işlev görmüş ve yabancı hastaların tereddütleri azaldığı gibi sorunlarının çözümü de hızlanmıştır (Genç, 2007; 97). Dünya medikal turizm piyasasından kendi hissesini almaya çalışan Türkiye'de bulunan hastaların uyruklarına bakıldığında dört farklı kategori olduğu dikkat çekmektedir (Genç, 2007; 97):

- Birinci Grup: Nüfus yapısı içinde Türk sayısı yüksek olan ülkeler (Almanya, Hollanda, Belçika vb.).

- İkinci Grup: Ulusal sağlık sektörünün altyapı yetersizliği ve doktor sayısının az olması nedeniyle hizmet üretemeyen ülkeler (Balkan ülkeleri, Orta Asya'daki Türki Cumhuriyetler).

- Üçüncü Grup: Sağlık hizmetlerinin çok yüksek fiyatlandığı ve özel sigortaların hizmetleri yeterince karşılayamadığı ülkeler (Amerika, Almanya).

- Dördüncü Grup: Uzun hasta kuyrukları olan, arz ve talep dengesini kuramayan ülkeler (İngiltere, Hollanda ve Kanada)

Duygusal Zeka

Türk Dil Kurumuna göre zeka insanın düşünme, akıl yürütme, objektif gerçekleri algılama, yargılama ve sonuç çıkarma yeteneklerinin tamamına verilen isimdir (www.tdk.gov.tr). Başka bir ifadeyle zeka genel olarak, öğrenme, anlama ve alışılmamış durumlarla baş edebilme yeteneği olarak tanımlanabilir (Gürbüz-Yüksel, 2008: 175).

Duygusal zeka kavramının altında ise IQ olarak tanımlanan zekanın ötesinde bir şeyler vardır ve başarı ile mutluluk da buna bağlıdır. Duyguları dikkate alarak analiz yapabilen kişiler daha çok güven veren ve değişimi yakalayabilen kişilerdir (Somuncuoğlu,2005: 274). Duygusal zekaya sahip bireyler etkin iletişim yeteneklerine sahiptir ve ilişkilerinde yoğun olarak bu zekalarından yararlanmaktadır. Yöneticiler ve çalışanlar, duygusal zekalarını farkettiklerinde ve geliştirerek kullanmaya başladıklarında işbirliğine kolayca girebilmekte ve iletişim becerileri artmaktadır. Dolayısıyla işletme içindeki rollerini başarılı bir şekilde sürdürebilmektedir. Orta ve uzun vadede hem kendileri hem de görev aldıkları kurumlar kazançlı çıkmaktadır.

Duygusal zeka sahibi kişiler doğrudan iletişim kurabilir ve ekip çalışmasına yatkındır (McQueen, 2004:101). Duygusal zeka sahibi kişilerin önemli özelliklerinden biri de özgüvenlerinin yüksek olmasıdır. Nitekim bir üniversite hastanesinde çalışan 209 hemşire

üzerinde yapılan bir araştırmada riskli tıbbi müdahalelerde bulunabilen ve sesini yükselten hemşirelerin duygusal zekaya sahip özgüvenli kişiler olduğu tespit edilmiştir (Goleman, 2000: 93).

Duygusal zeka konusunda ileri sürülen görüşler çerçevesinde farklı duygusal zeka türleri olduğu da kabul edilmiştir. Mayer ve Salovey duygusal zeka modelinin dört boyuttan oluştuğunu ileri sürmüşlerdir. Bu dört modele sahip olan kişiler uyumlu ve duygusal açıdan yetenekli sayılır. (Gürbüz-Yüksel, 2008: 177):

1. Duyguları Algılama: Bir bireyin kendi sahip olduğu duygularını tespit etmesi ve bu doğrultuda diğer bireylere kendini aktarabilme yeteneği.

2. Duyguları Özümseme: Bir bireyin duygularını tek tek anlayabilmesi, net bir şekilde tanımlayabilmesidir.

3. Duyguları Anlama: Bir bireyin kendi duygularını karışık dahi olsa tespit edebilmesi, duyguları arasındaki geçişleri ortaya koyabilmesidir.

4. Duyguları Yönetebilme: Duyguları arasında bağlantı kurarak kendi faydasına olanları dikkate almasıdır.

Duygusal zeka ile sağlık alanında yapılan ilgili literatür çalışmalarına bakıldığında,

Wagner ve arkadaşları (2002: 750), hasta memnuniyeti ile hekimlerin duygusal zekâ düzeyleri arasındaki ilişkiyi araştıran çalışmalarında 30 hekimin duygusal zekâsı ile 232 hastanın memnuniyet düzeyi ölçülmüştür. Duygusal zekânın sadece "mutluluk," alt boyutu, hasta memnuniyetinin yüksekliği ile ilişkili bulunmuştur. Bu anlamda duygusal zekâ ve hasta memnuniyeti arasında sınırlı bir ilişki olduğu söylenebilir.

Akerjordet ve Severinsson (2004: 170) tarafından yapılan bir araştırmada duygusal zekâ, bireyler ve bireyler arası önemli becerileri entegre etmekte ve farklılıkların algılanmasında esneklik sağlamaktadır. Bu da gelecekte daha iyi kalitede sağlık bakımı sağlamakta ve daha insancıl, bir çevre yaratmaktadır (Akt. Cherry, 2011: 64).

Aslan ve Özata (2006)'nın yaptıkları çalışmada, sağlık yöneticilerinin duygusal zeka düzeyleri, Cooper-Sawaf haritasına göre araştırılmıştır. Demografik değişkenler acısından sağlık yöneticilerinin duygusal zeka boyutları arasında farklılıklar bulunmuştur. Araştırmada sağlık yöneticilerinin başkalarının duygularının yüksek düzeyde farkında oldukları ama kendi duygularının düşük düzeyde farkında oldukları sonucuna varılmıştır.

Almanya'da yapılan bir çalışmada bir sigorta kurumunda 12.000 kişi üzerinde araştırma yapılmıştır. Sigorta kurumundan yararlanan hastaların üçte biri kendilerine duygusal açıdan yeterli destek olunmadığını ifade etmiş ve beşte biri de hastalıkla duygusal mücadele konusunda insani yardım alınmadığı ifade edilmiştir (Sartorius, 2008: 23).

Amerikalı psikolog Norman Frederiksen bir deney sırasında tıp öğrencilerinin, hayali bir kadın hastaya göğüs kanserine yakalanmış olabileceğini ve göğsün alınabileceğini nasıl söyleyecekleri konusunda bir araştırma yapmıştır. Araştırma sonucunda akademik başarısı yüksek olanların hasta kadına durumu hakkında soğuk ve empatisiz bir tavırla bilgi verdiği görülmüştür. Geleceğin hekimlerinde soyut ve akademik zekâ yükseldikçe sosyal duygusal zekânın daha az geliştiği gözlemlenmiştir (Sartorius, 2008: 23).

Codier ve arkadaşlarının (2008: 8) Hawaii Honolulu'daki 3 farklı hastanede çalışan 36 hemşire üzerinde yaptıkları araştırmada hemşirelerin duygusal zeka, hemşirelik performans düzeyi ölçülmüştür. Hemşirelerin klinik performans düzeyi ve duygusal zeka puanları arasında anlamlı pozitif bir korelasyon gözlenmiştir. Ancak, klinik personelin büyük bir yüzdesi, toplam duygusal zeka ve alt boyutları bağlamında (duyguları algılama, duyguları deneyimleme) ortalama puan almışlardır. Bu çalışmada elde edilen bulgular, klinik hemşirelerin performans seviyesinin duygusal zeka ile pozitif ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır.

Pittsburgh Üniversitesinde Talarico ve arkadaşlarının (2008: 84) yaptığı bir araştırmada (2008) duygusal zeka ile anestezi bölümünün asistanlarının performansı arasında bir ilişkinin varlığı sorgulanmıştır. Bar-On'un duygusal zeka envanteri (Bar-On EQ-I) kullanıldığı araştırmanın sonucunda duygusal zekanın hiçbir boyutu ile asistan performansı arasında pozitif bir ilişkiye rastlanmamıştır.

Press Ganey tarafından tıbbi bakım alan 2,4 milyon hasta üzerinde gerçekleştirilen bir araştırmaya göre hastalar sağlık çalışanları tarafından duygusal ihtiyaçlarına karşılık verilmesi düzeyine çok büyük öncelik vermektedirler (Copperman, 2010: 5).

Rego ve diğerleri tarafından yapılan (2010: 1420) bir araştırmada hemşirelere ait duygusal zekâ düzeyinin bakım davranışları üzerinde etkisi incelenmiş ve davranışlar üzerinde doğrudan bir belirleyici olduğu tespit edilmiştir.

Kültürel Duyarlılık

Kültürlerarası duyarlılık kültüreler arası iletişim becerisinin, duyuşsal alt boyutunu yansıtarak; bir kişinin kültürel farklılıkları bilme, tanıma ve beğenme gibi duygusal özelliklerini ifade etmektedir (Fritz, Mollenberg, Chen, 2001, s.170).

Hofstede (2003) kültürü bir grup insanı diğer insanlardan farklılaştıran zihinsel bir programlara olarak tanımlamış, kültürün algı, alışkanlık, davranış ve değerlere temel oluşturduğunu ifade etmiştir (Barutçugil, 2011; Şişman, 2011). Başka bir ifadeyle kültür, sağlık ve hastalıklara ilişkin değer ve tutumları da etkilemesi söz konusu olduğundan, erken tanı ve tarama programlarına katılma, tedaviye yanıt verme, hastalıkla mücadele etme gibi pek çok konuyu yakından etkilemektedir (Jeffreys and Smodlaka 1999). Dolayısıyla sağlık personeli bireylerin kültürünü iyi analiz ederse ve onları doğru yönlendirirse, ayrımcılığa, ırkçılığa, ön yargılara neden olmaksızın daha hızlı bir şekilde sağlığa kavuşulmasını sağlar (Lea 1994). Bu nedenle sağlık personeli ile hasta arasındaki ilişkilerde kültürel uyumsuzluk ya da çatışma pek çok problemi de beraberinde getrebilir.

Son dönemlerde uygulanan sağlık politikalarında kabul edilen ortak akıl uyarınca ayrımcılık ve eşitsizlik kaldırılarak hizmet verilmesi anlayışı benimsenmiştir. Farklı kültürel yapıya sahip toplumların ihtiyaçlarını gideren politikalar üretilmekte ve tüm sağlık personeli bu ihtiyaca cevap verecek şekilde eğitilmektedir (Papadopulos 2003a).

Chen ve Starasto (1996), küresel bir toplum haline gelen dünyada yirmi birinci yüzyılda vatandaşların hayatta kalabilmeleri, anlamlı ve üretken yaşayabilmeleri için kültürlerarası duyarlılığı gerekli kılan nedenleri şu şekilde özetlemişlerdir (akt. Chen, 1997, s.3):

. Farklı kültürel geçmişlere sahip insanlar arasındaki iletişim ve dünyanın her yerinde ulaşım teknolojilerinin birlikte gelişimi.

. Dünya ekonomisinin küreselleşmesiyle küresel ekonomik sistem içinde rekabet edebilmek ve dünyanın diğer bölgeleri ile iletişim kurabilmek için şirketlerin çokuluslu çalışanlarının olması gerekir, bu da beraberinde kültürlerarası duyarlılığı getirir.

. Ulusal sınırların ötesine taşan yaygın göçler modern toplumun dokusunu yeniden şekillendirerek çok daha fazla kültürel çeşitliliği ortaya çıkarmıştır.

. Ulus Devlet vurgusu ulusların etnik ve cinsiyet farklılıklarını yeniden savunmaları için bölgesel ittifak oluşturmalarına neden olmuştur.

Kültürel duyarlılıkla ile sağlık alanında ki ilgili literatürdeki çalışmalara bakıldığında özellikle öğretmen ve öğretmen adayları ile tıp ve hemşirelik öğrencileri üzerine odaklanıldığı görülmektedir. Ulusal yayınların kültürel duyarlılık konusunu işlemede yeterli olduğunu ifade etmek zordur.

Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeğinin dilimize çevrilmiş halinin tutarlılığını ve güvenirliliğini ölçmek amacıyla; Bulduk, Tosun ve Ardıç (2011: 25) hemşirelik bölümü okuyan öğrenciler üzerinde ele alınmıştır. Araştırma İstanbul'da bulunan bir üniversitenin 186 hemşire 29 adayı üzerinde yapılmıştır. Psikometrik açıdan uygunluğunu test edilmesi açısından ölçek 148 hemşire adayı üzerinde test edilmiştir. 32 öğrenci üzerinde 14 gün aralarla tekrar tekrar uygulanan ölçeğin tutarlılığı test edilmiş ve olumlu sonuç alınmıştır. Bir bakıma ölçeğin zamanına göre değişmezliğinin olduğu ortaya çıkarılmıştır. Yapılan psikometrik analizler sayesinde ölçeğin geçerlilik ve güvenirliliği kanıtlanmıştır.

114 sağlık bakımı sunucusu (hemşire ve evde bakım çalışanı) ile 133 hasta üzerinde, 18 aylık gözlem sonucuna dayanılarak yapılan bir çalışmada kültürel duyarlılık eğitiminin sağlık bakımı sunanların bilgilerinde ve davranışlarındaki etkisi ile farklı azınlık gruplarından gelen hastaların sağlık çıktıları ve memnuniyetleri değerlendirilmiştir. Çalışma sonucunda kültürel duyarlılık eğitimlerinin açık fikirlilik ve kültürel farkındalık konusunda artış sağladığı çok kültürlülüğü anlamanın gelişim sağlandığı ve azınlıklarla iletişim yeteneğinin arttığı gözlemlenmiştir. 1 yıl sonunda, eğitim alan sağlık bakım sunucularından hizmet alan Avrupa ve İngiliz orjinli hastaların, sağlık harcamalarında bir artış olmaksızın, sosyal kaynaklarını ve genel fonksiyonel kapasitelerini kullanmada gelişim gösterdikleri görülmüştür (Majumdar ve diğ., 2004: 161-166).

Amerika'da 1191 hasta üzerinde yapılan bir çalışmada, ön büro elemanlarının hasta tarafından algılanan kültürel duyarlılığı ile hastanın tedaviye uyumu arasında pozitif bir ilişki olduğu ve bu ilişkiye hastanın sağlık bakımından duyduğu memnuniyet düzeyinin aracılık ettiği hipotezi test edilmiştir. Çalışmanın sonucunda ise; hastanın sağlık bakımından duyduğu memnuniyet, ön büro personelinin hastanın algıladığı kültürel duyarlılığı ile tedaviye uyumu arasında tamamen aracı rolü olduğu görülmüştür. (Wall ve diğ., 2013: 1586-1598).

Akdeniz Üniversitesi'nde 111 hemşirelik öğrencisi ve 164 tıp öğrencisi üzerinde yapılan bir çalışmada öğrencilerin kültürel duyarlılık seviyeleri anket yoluyla ölçülmeye çalışılmıştır. Çalışmanın bağımlı değişkeni kültürlerarası duyarlılık, bağımsız değişkeni sosyo demografik özellikler ve öğrencilerin duyarlılıklarını etkileyen faktörler ise diğer kültürlerden insanlarla etkileşim, bir yabancı dili konuşma ve anlama, öğrenci değişim programını kullanma ve kültürel duyarlılık ile ilgili eğitim alma olmuştur. Bu çalışmanın sonuçlarına göre; çalışmaya katılan öğrencilerin kültürel duyarlılık seviyelerinin iyi düzeyde olduğu bulunmuştur. (Meydanlıoğlu ve diğ., 2015: 1195-1204).

Kilis Devlet Hastanesinde Türkiye'yi ziyaret eden veya Türkiye'de yaşayan yabancılara sağlık bakım hizmeti veren 120 hemşire üzerinde yapılan bir çalışmada, kültürel duyarlılık ile

algılanan stres arasındaki ilişkiye inceleme konusu yapılmıştır. Çalışmanın sonucunda ise, hemşirelerin orta düzeyde kültürel duyarlılığa sahip oldukları ve algılanan stres ile kültürel duyarlılık arasında negatif anlamlı korelasyon tespit edilmiştir (Uzun ve Sevinç, 2015: 3400-3408).

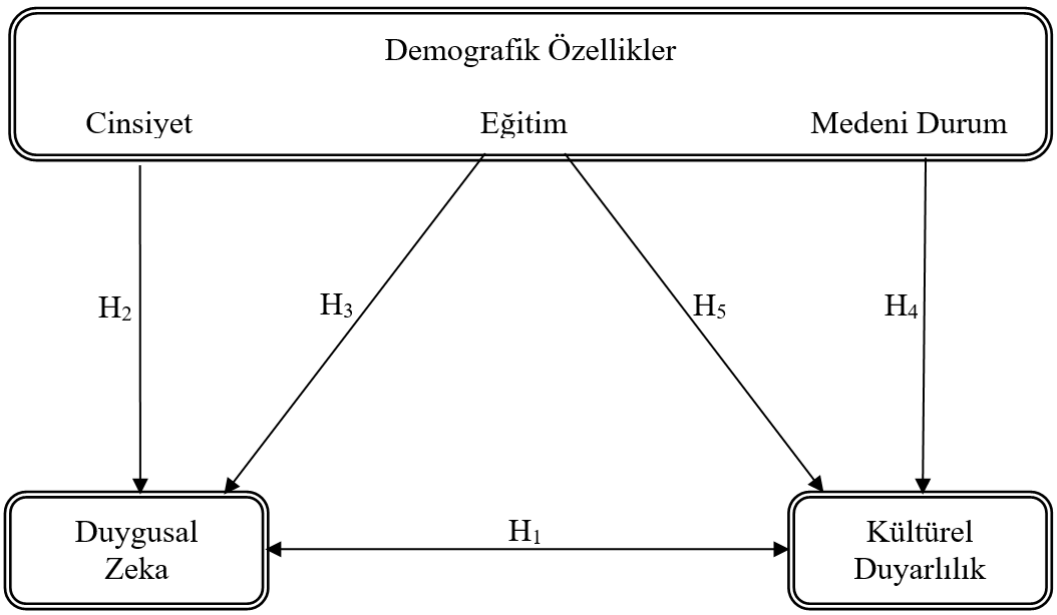
Duygusal Zeka ve Kültürel Duyarlılık İlişkisi

Hastalık ve sakatlık hali dışında bedenen, ruhen ve sosyal yönden tam iyi olan insanı "sağlıklı insan" olarak değerlendiren Dünya Sağlık Örgütü medikal turizm açısından da önemli bir noktaya işaret eder. Gerekli donanıma sahip, bilinçli, motivasyonu yüksek olan sağlık personeli etkin bir iletişim kuralabilir ve sağlıklı insan olunmasına katkı sağlayabilir. Bu anlamda duygusal zekaya sahip sağlık personeli hem kurum içi memnuniyeti hem de dış müşteri memnuniyetini hızlı ve etkin şekilde yakalar. Sağlık ve kültür ilişkisi bireylerin yaşam tarzları ile tutum ve davranışlarının bireysel olarak sahip olduğu sağlık koşullarını doğrudan etkilemektedir. Kültür aynı zamanda sağlık hizmetlerine bakış açısını da etkiler. Duygusal zekaya sahip sağlık peroneli verimli ve etkin şekilde hizmet sunacağından geleneksel anlamda hastaların bakış açısını olumlu etkiler ve hızlı bir şekilde sağlıklarına kavuşmalarına neden olur.

Dolayısıyla hem duygusal zeka hem kültürel duyarlılık için sağlık personeli ve hastalar arasında iletişim ve etkileşim çok önemlidir bunun sonucunda da kaliteli hizmet ve müşteri memnuniyetiyle birlikte örgütün başarısı, devamlılığı ve prestiji sağlanacaktır. (Koç, 2015: 221).

Literatür kısmında tanımlanan değişkenlerin ilişkisini incelemeye yönelik olarak bir araştırma modeli ve hipotezler oluşturulmuştur.

Şekil 1: Araştırma Modeli



H1: Duygusal zeka ve kültürel duyarlılık arasında anlamlı ilişki vardır.

H2: Çalışanların duygusal zeka düzeyleri cinsiyete göre değişim gösterir.

H3: Çalışanların duygusal zeka düzeyleri eğitim durumlarına göre farklılık gösterir.

H4: Çalışanların kültürel duyarlılık düzeyleri medeni durumlarına göre değişim gösterir.

H5: Çalışanların kültürel duyarlılık düzeyleri eğitim durumlarına göre farklılık gösterir.

Yöntem

Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı sağlık sektöründe çalışanların sahip olduğu duygusal zekaları ile kültürel duyarlılık düzeylerini belirlemek ve duygusal zeka ve külütrel duyarlılık ilişkisini ortaya koymaktır. Alan yazın incelendiği düzeyde duygusal zeka ve kültürel duyarlılık ile ilgili çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu nedenle yazında rastlanılmayan bu konunun bilimsel açıdan ortaya konulmasının önemli olduğu düşünülerek inceleme konusu yapılmıştır.

Veri toplama Araçları

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket uygulaması kullanılmıştır. Anket formunun birinci bölümü çalışanların demografik özelliklerini tespit etmeye yönelik toplam 6 sorudan oluşmaktadır (cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu, kurumdaki çalışma süresi, toplam çalışma süresi). İkinci bölümde duygusal zeka düzeyini ölçmeye yönelik, üçüncü bölümde ise kültürel duyarlılık düzeyini ölçmeye yönelik sorular yer almaktadır. Demografik değişkenler dışındaki tüm soruları cevaplamada 5'li Likert yönteminden (1=tamamen katılmıyorum; 5=tamamen katılıyorum) yararlanılmıştır.

Çalışanların duygusal zeka düzeyini ölçmek amacıyla Ciarrochi et al. (2001) tarafından dört boyutlu geçerliliğini kanıtlanmış Schutte et al. (1998)'in ölçeği tercih edilmiştir. Sözkonusu ölçeğin 214 kişi üzerinde yapılan bir pilot çalışma ile 16 maddeye indirgenmiş

versiyonu kullanılmıştır. Ölçeğin 4 maddesi duyguları fark etme alt boyutunu, 4 maddesi kendi duygularını yönetme alt boyutunu, 4 maddesi başkalarının duygularını yönetme alt boyutunu, diğer 4 maddesi ise duyguları kullanma yeteneğini ölçmektedir. Yapılan güvenilirlik analizi sonucunda Cronbach's Alpha güvenilirlik katsayıları, duyguları fark etme alt boyutu için 0,60 , kendi duygularını yönetme alt boyutu için 0,66, başkalarının duygularını yönetme alt boyutu için 0,61, duyguları kullanma yeteneği alt boyutu için 0,66 olarak tespit edilmiştir.

Araştırmada çalışanların kültürel duyarlılık düzeylerini ölçmek üzere Chen ve Starosta (2000) tarafından kullanılan ve Türkçeye çevirisi Serap Bulduk tarafından yapılan Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeğidir (Intercultural Sensitivity Scale -ISS) (Bulduk ve diğ., 2010: 25-31). Ölçeğin 7 maddesi kültürlerarası etkileşime katılım alt boyutunu, 6 maddesi kültürel farklılıklara saygı alt boyutunu, 5 maddesi kültürlerarası etkileşimde özgüven alt boyutunu, 3 maddesi kültürlerarası etkileşimden hoşlanma alt boyutunu, diğer 3 maddesi ise kültürlerarası etkileşimde özen alt boyutunu ölçmektedir.

Yapılan güvenilirlik analizi sonucunda Cronbach's Alpha güvenilirlik katsayıları, kültürlerarası etkileşime katılım alt boyutu için 0,67, kültürel farklılıklara saygı alt boyutu için 0,66, kültürlerarası etkileşimde özgüven alt boyutu için 0,60, kültürlerarası etkileşimden hoşlanma alt boyutu için 0,81, kültürlerarası etkileşimde özen alt boyutu için ise 0,63 olarak tespit edilmiştir. Ölçeklerin genel güvenilirliği duygusal zeka ölçeği için 0,85, kültürel duyarlılık için 0,80 olarak bulunmuştur. Her iki ölçekten elde edilen genel güvenilirlik katsayılarına baktığımızda güvenilirlik seviyelerinin iyi düzeyde olduğu söylenebilir. Alt boyutlarına baktığımızda ise duygusal zekanın alt boyutlarının orta düzey güven düzeyinde, kültürel duyarlılığın alt boyutlarına baktığımızda ise etkileşimden hoşlanma alt boyutunun iyi düzeyde, diğerlerinin orta düzeyde güvenilir olduğu söylenebilir.

Tablo 1. Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Ölçek	Alt Boyut	İfade Sayısı	Cronbach's Alpha
Duygusal Zeka	Duyguları Fark Etme	6	0,60
	Kendi Duygularını Yönetme	6	0,66
	Başkalarının Duygularını Yönetme	6	0,61
	Duyguları Kullanma Yeteneği	6	0,66
Kültürel Duyarlılık	Kültürlerarası Etkileşime Katılım	7	0,67

Kültürel Farklılıklara Saygı	6	0,66
Kültürlerarası Etkileşimde Özgüven	5	0,60
Kültürlerarası Etkileşimden Hoşlanma	3	0,81
Kültürlerarası Etkileşimde Özen	3	0,63

Örneklem

Araştırmanın evrenini, Bursa ve İzmit illerinde faaliyet gösteren ve medikal turizm için akreditasyon belgesine sahip 3 farklı hastaneden 141 medikal sağlık çalışanından oluşmaktadır. Bu çerçevede p ve q değerleri 0.5 ve 0.5, hoşgörü miktarı E=0.05 ve %95 güven aralığında 141 kişiyi 89 kişinin temsil etme yeteneğine sahip olduğu hesaplanmıştır (Altunışık vd., 2010: 135). Gerçekleştirilen anket uygulaması sonucunda geri dönen anket sayısı 112'dir yani seçilen örneklem büyüklüğü evreni temsil etmektedir. Aynı zamanda 112 çalışan üzerinde yapılan araştırmanın gücü % 79,4 olarak bulunmuştur .(Parajapati vd., 2010: 1-9). Anket, basit rastgele örnekleme yöntemi ile araştırmacılar tarafından bizzat ulaşılarak uygulanmıştır. Anket uygulama işlemi, 2018 Şubat ayında gerçekleştirilmiştir. Etik ilkeler gereği, firmaların isimleri gizli tutulmaktadır.

Verilerin Analizi

Anket yöntemi ile elde edilen veriler, hazır istatistik programında araştırma desenine uygun olarak analiz edilmiştir. Öncelikle demografik özelliklere yönelik sorulara ilişkin frekans analizleri yapılmıştır. Daha sonra araştırma değişkenlerinin alt boyutlarına ilişkin güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Değişkenlerin normal dağılımı test edildikten sonra non parametrik testler yapılmıştır. Duygusal Zekanın ve alt boyutlarının Kültürel Duyarlılık ve alt boyutları ile arasındaki ilişkilerin varlığını tespit edebilmek için Spearman korelasyon analizi yapılmış, Çalışanların duygusal zeka düzeylerinin cinsiyete göre değişim gösterimini ve kültürel duyarlılık düzeylerinin medeni durumlarına göre değişim gösterimini ölçmek için Mann-Whitney testi, çalışanların duygusal zeka düzeylerinin ve kültürel duyarlılık düzeylerinin eğitim durumlarına göre farklılık gösterimini ölçmek için ise Kruskal Wallis testi uygulanmıştır. Her bir testiçin etki büyüklüğü hesaplanarak rapor edilmiştir.

Araştırmanın Bulguları

Araştırmaya katılanlar demografik açıdan incelendiğinde, %69,6 'sının kadın, %30,4' ünün erkek olduğu görülmektedir. Katılımcıların %66,1' i evli, %33,9'u bekardır. %19,7 oranında ilköğretim, %32,1 oranında lise, %15,2 oranında önlisans, %26,8 oranında lisans ve %5,4 oranında lisans üstü ve %0,9 diğer seçeneğinden mezunu olan katılımcıların, %17,0'si 25 ve altı yaş aralığında, %17,0 'si 26-30 yaş aralığında, %14,3'ü 31-35 yaş aralığında, %36,6'sı 36-40 yaş aralığında, %8,9'u 41-45 yaş aralığında, %5,4'ü 46-50 yaş aralığında,

%0,9'u 56 ve üstü yaş aralığındadır. Kurumdaki çalışma süresi incelendiğinde ise, katılımcıların, %32,1' inin 1 yıl ve altı arasında, %43,8'inin 2-5 yıl arasında, % 14,3'ünün 6-10 yıl arasında, %7,1'inin 11-15 yıl arasında, %2,7'sinin 16-20 yıl arasında çalışma süresine sahip olduğu görülmektedir. Toplam çalışma süreleri, %12,5'i 1 yıl ve altı, %30,4'ü 2-5 yıl, %17,9'u 6-10 yıl, %17,0'si 11-15 yıl, %17,0'si, 16-20 yıl, %5,4'ü 21 yıl ve üstüdür. Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin Frekans Analizi sonuçları Tablo 2' de sunulmuştur.

Tablo 2. Demografik Özellikler

Eğitim Seviyesi	**Frekans**	**%**	**Yaş**	**Frekans**	**%**
İlkokul	3	2,7	25 ve altı	19	17,0
Ortaokul	19	17,0	26-30	19	17,0
Lise	36	32,1	31-35	16	14,3
Önlisans	17	15,2	36-40	41	36,6
Lisans	30	26,8	41-45	10	8,9
Lisansüstü	6	5,4	46-50	6	5,4
Diğer	1	0,9	56 ve üstü	1	0,9
Toplam	112	100,0	Toplam	112	100,0
Medeni Durum	**Frekans**	**%**	**Cinsiyet**	**Frekans**	**%**
Bekar	38	33,9	Bay	34	30,4
Evli	74	66,1	Bayan	78	69,6
Toplam	112	100,0	Toplam	112	100,0
Kurumdaki Çalışma Süresi	**Frekans**	**%**	**Toplam Çalışma Süresi**	**Frekans**	**%**
1 yıl ve altı	36	32,1	1 yıl ve altı	14	12,5
2-5 yıl	49	43,8	2-5 yıl	34	30,4
6-10 yıl	16	14,3	6-10 yıl	20	17,9
11-15 yıl	8	7,1	11-15 yıl	19	17,0
16-20 yıl	3	2,7	16-20 yıl	19	17,0
			21 yıl ve üstü	6	5,4
Toplam	112	100,0	Toplam	112	100,0

Tablo 3 te katılımcıların duygusal zeka ve kültürel duyarlılık düzeylerine ilişkin minimum, maksimum, ortalama ve standart sapma değerleri incelenmiştir. Duygusal zeka ortalaması 4.0335; kültürel duyarlılık ortalaması ise 3.5383 olarak saptanmıştır. Duygusal zeka ölçeği ortalamasının, kültürel duyarlılık ölçeği ortalamasından yüksek olduğu görülmektedir. Duygusal zeka ve kültürel duyarlılık ölçeklerine ait standart sapmaların ise 0.47 ile 0.41 arasında değiştiği belirlenmiştir.

Duygusal zeka boyutlarının ortalamaları incelendiğinde ilk göze çarpan genel olarak katılımcıların en yüksek kendi duygularını yönetme boyutundan (4.14±0.59) puan aldıkları görülmektedir. Bu bulgu hastane çalışanlarının kendi duygularını tanıma hususunda iyi olduklarını düşündüklerini göstermektedir. Hastane çalışanlarının duygusal zekâları söz konusu olduğunda öne çıkan diğer hususlar duyguları kullanma yeteneği (4.12±0.61) ve duyguları fark etme (4.07±0.65) boyutlarıdır. Ancak başkalarının duygularını yönetme boyutunun (3.79±0.64) düşük çıkması hastane çalışanlarının başkalarının duygularını yönetebilme bağlamında diğer boyutlara nazaran daha az yeterli hissettiklerinin bir göstergesidir.

Kültürel duyarlılık boyutlarının ortalamaları incelendiğinde genel olarak katılımcıların en yüksek kültürel etkileşimde özen boyutundan (3.71±1.63) puan aldıkları görülmektedir. Öne çıkan diğer boyutlar kültürlerarası etkileşimde özgüven (3.65±0.57) ve kültürlerarası etkileşime katılım (3.63±0.50) boyutlarıdır. Ancak kültürel farklılıklara saygı boyutunun (3.40±0.64) ve kültürlerarası etkileşimden hoşlanma boyutunun (3.22±1.06) düşük çıkması hastane çalışanlarının farklı kültürlere saygı duymadıklarını ve farklı kültürlerle etkileşime kapalı olduklarının bir göstergesidir.

Tablo:3 Duygusal Zeka ve Kültürel Duyarlılık Değişkenlerine Ait Tanımlayıcı İstatistikler

	N	Minimum	Maksimum	Ortalama	Std. Sapma
Duygusal Zeka	112	1,19	5,00	4,03	0,47
Duyguları Fark Etme	112	1,00	5,00	4,07	0,65
Kendi Duygularını Yönetme	112	1,75	5,00	4,14	0,59
Başkalarının Duygularını Yönetme	112	1,00	5,00	3,79	0,64
Duyguları Kullanma Yeteneği	112	1,00	5,00	4,12	0,61
Kültürel Duyarlılık	112	2,67	4,71	3,53	0,41
Kültürlerarası Etkileşime Katılım	112	2,29	4,71	3,63	0,50
Kültürel Farklılıklara Saygı	112	2,33	4,67	3,40	0,64
Kültürlerarası Etkileşimde Özgüven	112	2,20	5,00	3,65	0,57
Kültürlerarası Etkileşimden Hoşlanma	112	1,00	5.00	3,22	1,06
Kültürlerarası Etkileşimde Özen	112	2,00	5,00	3,71	0,63

Değişkenlerin geneline ait korelasyon ilişkisini gösteren Tablo 4' te Spearman Korelasyon analizi bulgularından elde edilen sonuçlara göre, duygusal zeka ve kültürel hassasiyet arasında (r= 0,244, p<0,01) pozitif yönlü istatistiki olarak anlamlı bir ilişki vardır. ***H1: Duygusal zeka ve kültürel duyarlılık arasında anlamlı ilişki vardır,*** hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 4: Spearman's Duygusal Zeka ile Kültürel Hassasiyet Arası Genel Korelasyonlar

1. Duygusal Zeka	1	0,244**
2.Kültürel Hassasiyet	0,244**	1

*p<0,05 (Çift Yönlü); **p<0,01 (Çift Yönlü)

Değişkenlere ait alt boyutlar arasındaki ilişkileri gösteren Tablo 5' te Spearman Korelasyon analizi bulgularından elde edilen sonuçlara göre, duygusal zekanın hiçbir alt boyutu ile kültürel duyarlılığın dördüncü alt boyutu olan kültürlerarası etkileşimden hoşlanma arasında(r= -0.029, r= -0,042, r= -0,001, r= - 0,096) ve kültürel farklılıklara saygı arasında (r= 0.041, r= 0,076, r= -0,034, r= -0,157) istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir. Duygusal zekanın alt boyutlarından duyguları kullanma yeteneği ve kültürel duyarlılığın alt boyutu olan kültürlerarası etkileşime katılım arasında pozitif yönlü (r= 0.305, p<0.01), yine duyguları kullanma yeteneği ve kültürel duyarlılığın alt boyutu olan kültürlerarası etkileşimde özgüven arasında pozitif yönlü (r= 0.347, p<0.01), son olarak duyguları kullanma yeteneği ve kültürel duyarlılığın diğer bir alt boyutu olan kültürlerarası etkileşimde özen arasında poztif yönlü (r=0,307, p<0.01) orta düzey anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Duygusal zekanın diğer bir alt boyutu olan duyguları fark etme ve kültürel duyarlılığın alt boyutlarından kültürlerarası etkileşime katılım arasında pozitif yönlü (r= 0,323, p<0,01), yine duyguları fark etme ve kültürel duyarlılığın alt boyutu olan kültürlerarası etkileşimde özgüven arasında pozitif yönlü (r= 0,378, p<0,01), son olarak duyguları fark etme ile kültürel duyarlılığın alt boyutu olan kültürlerarası etkileşimde özen arasında pozitif yönlü (r= 0,353, p<0,01) orta düzey anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Duygusal zekanın alt boyutu olan başkalarının duygularını yönetme ve kültürel duyarlılığın alt boyutu kültürlerarası etkileşimde özgüven arasında pozitif yönlü (r= 0,309, p<0,01) orta düzey anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Son olarak duygusal zekanın alt boyutu olan kendi duygularını yönetme ve kültürel duyarlılığın alt boyutu kültürlerarası etkileşimde özgüven arasında pozitif yönlü (r=0,206, p<0,05) düşük düzey anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir.

Tablo 5: Spearman's Duygusal Zeka ile Kültürel Hassasiyet Arası Korelasyonlar

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. Duyguları Kullanma Yeteneği	1								
2. Duyguları Fark Etme	0,456**	1							
3. Kendi Duygularını Yönetme	0,537**	0,413**	1						
4. Başkalarının Duygularını Yönetme	0,387**	0,351**	0,440**	1					
5. Kültürlerarası Etkileşime Katılım	0,305**	0,323**	0,136	0,172	1				

6. Kültürel Farklılıklara Saygı	0,041	0,076	-0,034	-0,157	0,206*	1			
7. Kültürlerarası Etkileşimde Özgüven	0,347**	0,378**	0,206*	0,309**	0,493**	0,202*	1		
8. Kültürlerarası Etkileşimden Hoşlanma	0,029	0,042	-0,001	-0,096	0,098	0,797**	0,196*	1	
9. Kültürlerarası Etkileşimde Özen	0,307**	0,353**	0,147	0,165	0,555**	0,036	0,448**	-0,010	1

*p<0,05 (Çift Yönlü); **p<0,01 (Çift Yönlü)

Farklılık yaratan grupları belirlemek için yapılan Tablo 6 da yer alan Mann-Whitney testi sonuçlarına göre; yüzde 95 güven düzeyinde erkeklerin (ort=64,40) kadınlara (ort=53,06) oranla duygusal zeka ortalamalarının istatistiki olarak anlamlı derecede daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Z değeri için etki büyüklüğü r = -0,160 değerini göstermektedir. Etki büyüklüğü kadınlarla erkekler arasındaki farkın çok büyük olmadığını göstermektedir. ***H2: Çalışanların duygusal zeka düzeyleri cinsiyete göre değişim gösterir*** hipotezi kabul edilmiştir. Evli kişilerin (ort=56,68) duygusal zeka ortalamalarıyla bekar kişilerin (ort=56,16) arasında istatistiki olarak fark tespit edilmemiştir. Kaınların (ort=58,94) kültürel duyarlılık ortalamasının erkeklere (ort=50,91) oranla istatistiki olarak anlamlı derecede daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bekar kişilerin (ort=65,37) evli kişilere (ort=51,95) göre kültürel duyarlılık ortalamalarının istatistiki olarak anlamlı derecede daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Z değeri için etki büyüklüğü r = -0,190 değerini göstermektedir. Etki büyüklüğü kadınlarla erkekler arasındaki farkın çok büyük olmadığını göstermektedir. ***H4: Çalışanların kültürel duyarlılık düzeyleri medeni durumlarına göre değişim gösterir*** hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 6: Mann-Whitney Testi Sonuçları

		Ortalama	p=0,043
Duygusal Zeka	Kadın	53,06	z= -1,702
	Erkek	64,4	r= -0,160

		Ortalama	p =0,38
Kültürel Duyarlılık	Evli	51,95	z = -2,073
	Bekar	65,37	r = -0,190

Son olarak Tablo 7 deki Kruskal Wallis testi sonucuna göre; farklı eğitim seviyesine sahip kişilerin duygusal zeka ortalamaları arasında fark olmadığı (p= 0,195, p>0,05) görülmüştür. Z değeri için etki büyüklüğü r = -0,07 değerini göstermektedir. Etki büyüklüğü farklı eğitim seviyesine sahip kişilerin duygusal zeka ortalamları arasında fark olmadığını göstermektedir. ***H3: Çalışanların duygusal zeka düzeyleri eğitim durumlarına göre farklılık gösterir*** hipotezi reddedilmiştir. Farklı eğitim seviyesine sahip kişilerin kültürel duyarlılık ortalamaları arasında fark olduğu (p= 0,024, p<0,05) tespit edilmiştir. Z değeri için etki büyüklüğü r = 0,13 değerini göstermektedir. Etki büyüklüğü farklı eğitim seviyesine sahip kişilerin kültürel duyarlılık ortalamaları arasındaki farkın çok büyük olmadığını göstermektedir. ***H5: Çalışanların kültürel duyarlılık düzeyleri eğitim durumlarına göre farklılık gösterir*** hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 7: Kruskal Wallis Testi Sonuçları

	Duygusal Zeka
Chi-Square	8,632
df	6,00
Sig.	**0,195**

	Kültürel Duyarlılık
Chi-Square	14,539
df	6,00
Sig.	**0,024**

Tablo 8. Hipotez Sonuçları Çizelgesi

H	**Hipotez**	**Sonuç**
H_1	Duygusal zeka ve kültürel duyarlılık arasında anlamlı ilişki vardır.	**KABUL**
H_2	Çalışanların duygusal zeka düzeyleri cinsiyete göre değişim gösterir.	**KABUL**
H_3	Çalışanların duygusal zeka düzeyleri eğitim durumlarına göre farklılık gösterir.	**RED**
H_4	Çalışanların kültürel duyarlılık düzeyleri medeni durumlarına göre değişim gösterir.	**KABUL**

H_5	Çalışanların kültürel duyarlılık düzeyleri eğitim durumlarına göre farklılık gösterir.	**KABUL**

7. Sonuç

Çalışmada cinsiyet grupları arasında anlamlı bir fark tespit edilmiştir. Kadınların erkeklere oranla kültürel duyarlılık düzeyinin yüksek olduğu görülmektedir. Literatürdeki çalışmalara bakıldığında da; kadınların erkeklere oranla kültürel duyarlılık düzeylerinin daha yüksek olduğu gözlemlenmektedir. (Altshulera ve diğ., 2003; Wang ve dig., 2014; Yılmaz ve Göçen, 2013; Çoban ve diğ.,2010)

Diğer bir analiz sonucunda; eğitim düzeyinin kültürel duyarlılık düzeyini etkilediğini ortaya çıkarmıştır. Yapılan benzer bir çalışmada ise kültürel duyarlılık bilinci ve akademik seviye arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır (Wang ve diğ., 2014 :211-225).

İlgili literatür incelendiğinde duygusal zekânın cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterdiğini tespit eden araştırmalar bulunmaktadır (Gürbüz ve Yüksel, 2008; Güllüce ve İşcan, 2010; İşmen, 2001). Çalışma da beklenmedik bir sonuç olarak duygusal zeka düzeyi erkeklerin kadınlara göre daha yüksek çıkmıştır. Literatürden farklılık göstermesi farklı bir alan da çalışma yapılmasından kaynaklanabilmektedir. Çalışmada diğer bir sonuç ise duygusal zekânın eğitim seviyelerine göre farklılık göstermediği olmuştur.

Bu araştırmanın bulguları taşıdığı sınırlılıklar çerçevesinde değerlendirilmelidir. Araştırmanın bulguları yalnızca seçilen örnekle sınırlı olduğundan, sonuçların genellenebilmesi ancak aynı konuda, farklı ve daha büyük örnekler üzerinde yapılacak araştırmalarla mümkün olacaktır. Bu kısıt göz önüne alınarak hastaneler ve yöneticiler için ise çeşitli öneriler sunulabilir. Öncelikle çalışanların kendi duygularını okuyabilme, anlayabilme, kendi öz değerlendirmelerini yapma yetilerini geliştirerek başkalarının duygularını hissetmeye, onların bakış açısı ile düşünebilmeye ilgi göstermeleri gerekmektedir. Bunun yanı sıra örgütsel anlamda çeşitli programlar düzenlenerek çalışanların farkındalık bilinçlerinin geliştirilmesi, etkili iletişim, zaman yönetimi, çatışma yönetimi ve stresle başa çıkma gibi konularda personelin eğitilmesi faydalı olacaktır.

Sağlık hizmetinin sunumunda önemli bir yere sahip olan kurumlar arasında hastaneler yer almaktadır. Hastanelerin dış müşterileri hastalardır. Hastanelerin hizmetlerini sunum şekli ve diğer hastaneler arasındaki farklılıkları müşterilerin seçerek ve almak istedikleri hizmet beklentisi ile hastaneye başvurduklarını görmekteyiz. Aynı zamanda, sağlık kurumlarına hizmet almaya gelen hasta ve hasta yakınlarının kültürel duyarlılık algısının değerlendirildiği araştırmalar yapılabilir.

JEL Kodu: Z33, M31, I10

Kaynakça

Altshulera, L., Sussmanb, N.M.,Kachura, E., (2003).“Assessing Changes İn İntercultural Sensitivity Among Physician Trainees Using The İntercultural Development

İnventory", *International Journal of Intercultural Relations*, 27, pp.387–401 Doi:10.1016/S0147-1767(03)00029-4.

Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yildirim, E. (2010). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri. SPSS Uygulamalı. 6. Baskı. Ankara.

Aslan Ş, Özata M. Sağlık Yöneticilerinde Duygusal Zekâ Boyutlarının Cooper Sawaf Haritasıyla Araştırılması. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*. 2006; 9(2).

Aslan, Ş. ve Özata M. (2005), "*Poliklinik Hastalarının Müşteri Memnuniyetini Belirlemeye Yönelik Ampirik Bir Çalısma*: Konya Kamu Hastaneleri Örnegi", Saglık ve Hastane Yönetimi 2. Ulusal Kongresi (Uluslar arası Katılımlı) Bildiriler Kitabı, Ankara Üniversitesi, 28–30 Eylül 2005, ss. 554–565.

Barutçugil, İ. (2011). *Kültürler Arası Farklılıkların Yönetimi*, İstanbul: Kariyer Yayınları.

Bookman, Z. M. ve Bookman, R. K. (2007). *Medical Tourism in Developing*, New York

Bulduk, S., Tosun, H.,Ardiç, E., (2011). Turkce Kulturler Arası Duyarlılık Olceğinin Hemşirelik OğrencilerindeOlcumsel Ozellikleri, *Turkiye Klinikleri J Med Ethics*; 19(1) , ss.25-31.

Caruso, D. R., Mayer, J. D., & Salovey, P. (2002). Relation of an ability measure of emotional intelligence to personality. *Journal of Personality Assessment*, 79, pp. f306–320.

Chen GM. A review of the concept of intercultural sensitivity. Proceeding of the Biennial Convention of Pacific and Asian Communication Association; 1997 Jan; Honolulu, Hawaii. Bloomington: Eric; 1997. pp. 509-28.

Cherry, M.A. (2011) Health Care Leadership: *Emotional Intelligence Competencies of Hospitalist Leaders*, Yayımlanmamış Doktora Tezi, :Illinois:Olivet Nazarene University

Ciarrochi J., Chan Amy Y.C., Bajgar J. (2001). Measuring emotional intelligence in adolescents, *Personality And Individual Differences*, 31(2001), pp. 1105-1119.

Çoban, A.E., Karaman N.G., Doğan, T., (2010). "Öğretmen Adaylarının Kültürel Farklılıklara Yönelik Bakış Açılarının Çeşitli Demografik Değişkenlere Göre İncelenmesi", *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Dergisi* 10(1), ss.125-131

Codier E, Kooker BM, Shoultz J. (2008) Measuring the emotional intelligence of clinical staff nurses: An approach for improving the clinical care environment. *Nursing Administrator Quarterly* 32 , pp. 8–14.

Connell, J. (2006). Medical tourism: Sea, sun, sand and surgery. *Tourism Management*, 27(6), pp. 1093-1100.

Cooper, C., J.Fletcher, A.Fyall, D.Gilbert and S.Wanhill (1999): Tourim; Principles and Practice, Second Edition, Longman Publishing, Essex.

Copperman, K.B. (2010) Emotional Intelligence and The Healthcare Staff, Maximizing Performance and Patient Satisfaction, *Srm-Ejournal.Com*, 8(1) , pp.5-8. Countries, NewYork: Palgrave Macmillan Press

Fritz, W., Mollenberg, A., & Chen, G.(2001).. Measuring intercultural sensitivity in different cultural context. Paper presented at the Biannual Meeting of the International Association for Intercultural Communication Studies, July 24-29, Hong Kong. (ERIC Document Reproduction Service No. ED 456491). 20(2), pp.307-313.

Genç U. (2007), "Türkiye'de Sağlık Turizmi**"** *Çerçeve dergisi; Sağlıkta "Sağlıklı Bir Dönüşüm*" 15(43) , ss: 96-97 Haziran 2007

Goleman D. (2000). Leadership that gets results. *Harvard Business Review*, 78(2), pp. 78-90.

Goleman, D.; (2000), işbasında Duygusal Zekâ, ikinci Baskı, Varlık Yayınları İstanbul

Güllüce, A.Ç., İşcan, Ö.F. (2010). Mesleki Tükenmişlik ve Duygusal zekâ Arasındaki İlişki. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 5 (2), ss. 7-29.

Gürbüz, S., Yüksel, M. (2008). Çalışma Ortamında Duygusal zekâ : İş Performansı, İş Tahmini, Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ve Bazı Demografik Özelliklerle İlişkisi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 9 (2), ss. 174-190.

İçöz O., "Sağlık Turizmi Kapsamında Medikal (Tıbbi) Turizm ve Türkiye'nin Olanakları", *Journal of Yaşar University*, 4(14), ss .2257-2279.

İşmen, A.E. (2001). Duygusal Zekâ ve Problem Çözme, M.Ü. *Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 13, ss. 111-124.

Jeffreys M., Smodlaka I. (1999). Changes in students transcultural self-efficacy perception following an integrating approach to cultural care. *The Journal of Multicultural Nursing Health* 5(2), ss.12.

Jordan, PJ., Ashkanasy, NM., Härtel, CEJ. ve Hooper, GS. (2002). "Workgroup Emotional Intelligence Scale Development and Relationship to Team Process Effectiveness and Goal Focus*", Human Resource Management Review*, 12(2): pp.195-214.

Kinkaid N.M., O'Reilly O.M., P. Papadopoulos, Automotive disc brake squeal: a review, *Journal of Sound Vibration* 267 (2003) pp.105–166

Koç, E. (2015). Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejileri. 6. Baskı, Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Lea A. (1994). Nursing in today'smulticultural society: a transcultural perspective. Journal of Advanced Nursing

Majumdar, B., Browne, G., Roberts, J., Carpio, B., (2004)., " Effects of Cultural Sensitivity Training on Health Care Provider Attitudes and Patient Outcomes", *Journal of Nursing Scholarship,* 36(2) , pp.161-166

Mcqueen, A., C. H., (2004), "Integrative Literature Reviews and Meta- Analyses, Emotional Intelligence in Nursing Work", *Journal of Advanced Nursing,* 34(10), pp. 750-754.

Mugomba, C. and Caballero-Danell, S. (2007). *Medical Tourism, and its Entrepreneurial Opportunities - A Conceptual Framework for Entry into the Industry*. Yayımlanmamış Master Tezi, School of Business, Economics and Law, Göteborg University (https://gupea.ub.gu.se/dspace/bitstream/2077/4671/1/2006_91.pdf) (01.05.2008) Physicians Emotional Intelligence and Patient Satisfaction, Family

Prajapati B., Dunne M., Armstrong R. ,Sample size estimation and statistical power analyses. *Optometry Today* 2010, Jully: pp. 1-9.

Rego, A., L. Godinho, A. Mcqueen, M.P. Cunha (2010) Emotional Intelligence and Caring Behaviour in Nursing, *The Service Industries Journal*, 30(9) , pp. 1419–1437.

Sartorius, M. (2008) Kadınlarda Duygusal Zeka – EQ'yu Daha İyi Kullanmanın Yolları, Çev. Şebnem Can Erendor, Redaksiyon: Özgül Eraman, 2. Baskı, İstanbul: Varlık Yayınları.

Schofield, P. (2004). "Health tourism in Kyrgyz Republic: The soviet salt mine experience", In T.V.Singh (Ed.), New horizons in tourism, strange experiences and stranger practices pp. 135-145, Wallingford: CABI Publishing

Şişman, M. (2011). Örgütler ve kültürler. Ankara: Pegem Akademi.

Somuncuoğlu D.(2005), " Duygusal Zekâ Yeterliliklerinin Kuramsal Çerçevesi Ve Eğitimdeki Rolü", *Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11, ss. 270-293.

Srivastava R. (2006), lndian Society tor Apheresis and apheresis tourism in lndia - Is there a future?. *Transfusion and Apheresis Science*. 34, pp. 139-144.

Sügür A. (2016), *Türkiye'nin Medikal Turizm Açısından Son Üç Yıldaki Mevcut Durumu ve Medikal Turizm Sektöründeki Ekonomik Boyutunun Geliştirilmesine Yönelik Bir Değerlendirme*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Talarico JF, Metro DG, Patel RM, Carney P, Wetmore AL. (2008), *Emotional intelligence and its correlation toperformance as a resident*: A Preliminary Study. J ClinAnesth 2008 20:84–9 , Bourbonnais, Illinois:USA.

Uzun, Ö., Sevinç, S., (2015), "The relationship between cultural sensitivity and perceived stress among nurses working with foreign patients"*Journal of Clinical Nursing, John Wiley & Sons Ltd*, 24, ss.3400–3408.

Wagner P.J., Moseley G.C., Grant M.M., Gore J.R., and Owens C. (2002), "*Physicians' emotional intelligence and patient satisfaction*", 34, pp. 750-4

Wall, W., Tucker, C.M, Roncoroni, J., Allan, B.A., Nguyen, P.,(2013)."Patients' Perceived Cultural Sensitivity of Health Care Office Staff and Its Association with Patients' Health Care Satisfaction and Treatment Adherence", Meharry Medical College, *Journal of Health Care for the Poor and Underserved* 4(24) pp.1586.

Wang, K.T., Castro, A.J., Cunningham, Y.L., (2014), "Are Perfectionism, Individualism, and Racial Color-Blindness Associated With Less Cultural Sensitivity? Exploring Diversity Awareness in White Prospective Teachers", *Journal of Diversity in Higher Education*, 3(7), pp.211–225.

Yilmaz, F., Göçen, S., (2013), "Sınıf Öğretmeni Adaylarının Kültürlerarası Duyarlılık Hakkındaki Görüşlerinin Farklı Değişkenlere Göre İncelenmesi", *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(6), ss.373-392.

Sürdürülebilir Turizm ve Ekolojik Oteller; Demre Örneği

Bora BİNGÖL[53]

Full Text

1. Giriş

Sürdürülebilir turizm kapsamında, çevrenin korunması, çevre bilincinin geliştirilmesi ve dolayısıyla yeşil ekonomi ve yeşil turizme geçişin kaynağı olan yeşil yıldız çevreye duyarlılık projesi, turistik tesislerin çevreye olan olumlu katkılarının teşvik edilmesi ve özendirilmesi amacıyla tüm dünyada olduğu gibi, Türkiye de de konaklama işletmeleri tarafından uygulanmaktadır (Kutluay Tutar, 2015).

Bu uygulama ülkemizde 22.09.2008 tarihinde "Turizm İşletme Belgeli Konaklama Tesislerine Çevreye Duyarlı Konaklama Tesisi Belgesi Verilmesine Dair 2008/3 no'lu Tebliğ" ile 27005 sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe girmiştir.

Bu belgeye sahip tesislerin, çevrenin korunmasına katkıda bulunurken, aynı zamanda pazarlamalarında da bir ayrıcalık yaratabilecekleri, hizmet kalitelerinden ödün vermeden, işletmelerine ve ülke ekonomisine tasarruf yolu ile katkıda bulunabilecekleri, çevrenin korunmasında üstlenecekleri roller ile yörelerinde örnek tesisler olabilecekleri düşünülmektedir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2013).

Son yıllarda değişen tüketici tercihleri ve çevresel endişeler dünyada olduğu gibi ülkemizde de çevre dostu işletmelerin sayılarının hızla artmasına neden olmaktadır. 30 Haziran 2017 tarihi itibariyle ülkemizde yeşil belgeli (yıldız) tesis sayısı 407 adete ulaşmıştır. Ülkemizde Antalya İli'de 201 adet ile diğer illerimiz arasında ilk sırada yer almaktadır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2018a).

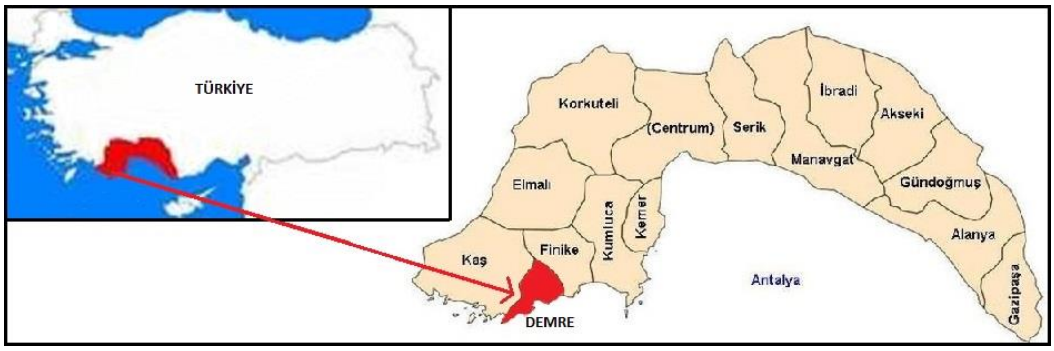
Bu çalışmada Antalya İli'nde yer alan Demre İlçesi'nin turizm potansiyeli ortaya konulmaya çalışılmış ve ilçede turizm ile ilgili en önemli sorulardan bir tanesi olan yatak kapasitesi ve otel işletmeleri üzerinde durulmuştur. Çevreye duyarlı yeşil belgeli tesisler hakkında bilgiler verilerek tanımlara açıklık getirilmeye çalışılmış ve Demre İlçesi'nde turizmin daha iyi pazarlanabilmesi için yapı olanakları ve çevresel değerler bir arada incelenerek öneriler getirilmeye çalışılmıştır.

2. Çalışma Alanı

Demre İlçesi Antalya Körfezinin batısında, Teke Yarımadası'nın güneyinde yer almaktadır. Doğusu ve kuzeyinde Finike İlçesi, batısında Kaş İlçesi, güneyinde ise Akdeniz ile sınırdır (Şekil 1.). Üç tarafı dağlarla çevrili bulunan ilçenin kurulduğu arazi Demre Çayı'nın getirmiş olduğu verimli alüvyonlu topraklardan meydana gelmiştir. İlçe Antalya İl Merkezine 150 km. uzaklıktadır. 472 kilometrekare alan üzerine kurulu ilçeye bağlı 17 mahalle bulunmaktadır (T.C. Demre Kaymakamlığı, 2018a). İlçenin toplam nüfusu ise 2017 yılında 25.928 kişidir (TÜİK, 2018).

[53] Dr. Öğr. Üyesi,Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, bbingol@mehmetakif.edu.tr

Şekil 1. Demre İlçesi



2.1. Demre ve Turizm

Turizm, ilçenin tarımdan sonra gelen ikinci önemli sektörüdür. İlçede ziyaret edilebilecek birçok doğal ve tarihi yer mevcuttur. Özellikle Noel Baba (St.Nicholas) Kilisesi, Myra Antik Şehri ve Kekova Batıkşehir ilçenin en çok ziyaret edilen tarihi mekanlardır (Şekil. 2.-3.) (T.C. Demre Kaymakamlığı, 2018b). 2017 yılı turizm verilerine göre en çok ziyaret edilen on müze arasında Noel Baba (St.Nicholas) Müzesi 287.581 ziyaretçi sayısı ile sekizinci sırada yeralmaktadır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2018b).

İlçenin diğer önemli tarihi ve doğal yerlerini sıralamak gerekirse; Andriake Antik Liman Örenyeri ve Likya Uygarlıkları Müzesi, Simena Antik Kalesi (Kaleköy), Çayağzı Plajı ve Sülüklü Plajı, Taşdibi ve Beymelek Plajı, Şifalı Soğuk Su (Burguç Suyu), Beymelek Dalyanı (Lagünü), şeklinde sıralanabilir. Bu tarihi ve doğal yerlere Antalya İl Merkezi başta olmak üzere diğer yerlerden acentelerin günübirlik turları ile turistler gelmektedir. İlçeyi yabancı ağırlıklı yılda yaklaşık 700.000 turist ziyaret etmektedir (T.C. Demre Kaymakamlığı, 2018b).

Şekil 2. St.Nicholas Kilisesi



Kaynak: Dawn Knox (2018)

Şekil 3. Myra Antik Kenti



Kaynak: Gezi Antalya.com (2018)

İlçede Belediye ruhsatlı olarak; Üçağız Mahallesinde; 21 pansiyon ve 381 yatak kapasitesi, merkez ve diğer mahallerde ise; 9 otel-pansiyon ve 395 yatak kapasitesi bulunmaktadır. Turizm Bakanlığından ruhsatlı olarak ilçede 2 işletme bulunmakta olup, bunların yatak kapasitesi ise 316 kişidir. İlçedeki toplam yatak kapasitesi ise 1.092'dir. İlçede Sülüklü ve Taşdibi Sahili mevkii, Kültür ve Turizm Bakanlığınca Demre Kültür ve Turizm

Koruma ve Gelişim Bölgesi ilan edilerek; 9 turizm tesisi için tahsis yapılmıştır (T.C. Demre Kaymakamlığı, 2018b).

3. Bulgular ve Analiz

İlçenin turizm potansiyeli incelendiğinde deniz, kum güneş üçlemesinin yanısıra sahip olduğu farklı dogal ve tarihi değerler ile birçok turizm çeşidine hitap edebileceği gözlemlenmiştir. İlçenin özellikle İnanç Turizmi açısından çok önemli bir tarihi zenginliğe sahip olması çok sayıda ziyaretçiyi buraya çekmektedir. Myra Antik Şehri ve Kekova Batıkşehir de gene ziyaretçilerin sıklıkla ziyaret ettiği alanlardır.

Yapılan incelemeler sonucunda ilçede turizm sektörünün önemli bir yer tutmasına rağmen, turizmin temel alt yapı hizmetlerinin henüz gelişme aşamasında olduğu ve yatak kapasitesi açısından da yetersiz olduğu gözlemlenmiştir. İlçedeki mevcut turizm işletmeleri ise küçük mağazalar ve restoranlardan oluşmaktadır. Antalya gibi turizmde lider bir ilin yakınında bulunması sebebiyle de ilçeye çok sayıda günübirlik turlar düzenlenmektedir. Fakat bu denli büyük bir turizm destinasyonun yakınında olması Demre İlçesi'ni gölgelemektedir. Buna ilçenin yetersiz yatak kapasitesi ve merkezdeki işletmelerin azlığı da eklenince turistlerin tercihlerini Antalya'dan yana kullandıkları görülmektedir.

Çalışma alanının doğal ve tarihi zenginliği de göz önünde bulundurulduğunda ilçede büyük alanlara yayılan tatil köyleri ve kitle turizmi yerine, çevreye duyarlı, doğayla bütünleşen, yöresel mimariyle uyumlu pansiyon, butik otel, hostel, apart otel, oberj, motel gibi ekolojik tasarım ilkeleriyle uyumlu küçük ölçekli işletmelerle az ve nitelikli bir yapılaşma sağlanabileceği ve bu sayede kitle turizminin ve tatil köylerinin ön plana çıktığı Antalya iline de bir alternatif oluşturabileceği gözlemlenmiştir.

4. Sonuç

Demre İlçesi sadece kitle turizmini daha çok çeken plajları ile değil çevresinde yer alan uluslararası öneme sahip tarihi ve doğal alanları ile de çevresiyle etkileşim kurabilen turist profilline hitap edebilecek düzeydedir. Bu yüzdende kıyı bandını dolduran araziyle uyumsuz büyük ölçekli tesisler yerine, tüm çevreye açık dengeli yayılmış düşük kapasiteli küçük tesisler ilçede tercih edilmelidir. Bu sayede küçük ölçekli ekolojik oteller ile ilçede bütüncül bir tasarım anlayışı sağlanarak ilçenin bir çok turizm çeşidine aynı anda hizmet etmesi sağlanabilir.

Gelişme evresinde olan Demre ilçesinde küçük ölçekli ekolojik otellerin tesis edilmesi ilçenin planlı ve kontrollü gelişmesini sağlayacağı gibi turizm alanlarında da taşıma kapasitesine saygılı bir kullanıma olanak sağlar.

İlçe merkezindeki mevcut eski yapılar da değerlendirilerek kültürel kimliğe uygun, yerel standartları ve bölge mimarisini yansıtan konaklama tesislerine dönüştürülebilir.

İlçede turizmin ikinci önemli sektör olduğu da göz önüne alınırsa küçük ölçekli tesisler ile sezon dışı atıl kalma riski de en aza indirilerek yılın her ayında ilçe halkına iş imkanı sağlanabilir. Bu da iç turizmi destekleyerek ilçe tanıtımının da daha iyi yapılması durumunda ilçenin turizmdeki payını artırabilir.

Anahtar kelimeler: Demre, Ekolojik Oteller, Yeşil Turizm

JEL Kodu: Z32, Q56, Q26

Kaynakça

GeziAntalya.com., (2018). *Antalya Gezi Sitesi, Myra Antik Kenti, Antalya, Demre,* http://www.geziantalya.com/item/myra-antik-kenti, (04.03.2018).

Dawn Knox, (2018). *Reg on St. Nicholas,* https://dawnknox.com/reg-on-st-nicholas-museitup-daffodilandthethinplace/, (10.03.2018).

Kutluay Tutar, F. (2015). "Yeşil Ekonomi, Yeşil Turizm: Türkiyede Turizm Sektöründe Yeni Trend Yeşillenen Oteller Projesi", *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Yıl: 3, Sayı: 13, Haziran 2015, s. 328-352.

T.C. Demre Kaymakamlığı, (2018a). *İlçe Bilgileri, Demre Genel Bilgi,* http://www.demre.gov.tr/demre-genel-bilgi, (05.03.2018).

T.C. Demre Kaymakamlığı, (2018b). *İlçe Bilgileri, Turizm ve Ekonomi,* http://www.demre.gov.tr/turizm-ve-ekonomi, (06.03.2018).

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2013). *Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü*, http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/ TR_11596/cevreyeduyarlilikkampanyasi-yesil-yildiz. html, Mayıs, 2013.

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2018a). *Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Turizm Tesisleri,* http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,9579/turizm-tesisleri.html, (01.03.2018).

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2018b). *Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü, Müze İstatistikleri,* http://www.kulturvarliklari.gov.tr/TR,43336/muze-istatistikleri.html, (07.03.2018).

TÜİK, (2018). *Türkiye İstatistik Kurumu, İl ve ilçelere göre il/ilçe merkezi, belde/köy nüfusu ve yıllık nüfus artış hızı,* http://www.tuik.gov.tr/PreIstatistikTablo.do?istab_id=1634, (08.03.2018).

Geographical Information System Based Tools For Modeling Of Land-Use Change Scenarios

Ahmet BENLİAY[54], Orhun SOYDAN[55]

Full Text

1. Abstract

The urgency of determining the landscape change is an interesting renewal of the application of integrated models of urban land use. Several models designed to simulate and predict urban land-use change in real situations are generally based on the utilization of statistical techniques to compute the land-use change probabilities. Geographical Information Systems have advantages over traditional methods in combining various data sources, performing spatial analyzes, modeling spatial processes, and mapping results in land use change studies. Landscape change models use geographic information systems (GIS) and artificial neural networks (ANN) to predict land use changes nowadays.

In this study, advantages and disadvantages of GeoMod (Idrisi Plugin), Land Change Modeler (LCM), Modules for Land Use Change Simulations (MOLUSCE), Dinamica EGO, Census of Land Use and Employment (CLUE), Scenario Generator (InVEST), Landuse SIM 2.0 and GeoSOS-FLUS V2.2 land-use change scenario modelers which use GIS and ANN were investigated. These modelers have been evaluated in terms of ease of use, accessibility, accuracy of interpretation, driving data types and logistic regression or neural network used in simulations. As a result, several technical and conceptual difficulties in developing future land-use change models are discussed.

2. Geographical Information Systems and Land-use Change Scenario Modeling

Advancements in Geographic information system (GIS) have provided opportunity for scientist and has been widely employed to enhance the knowledge and management of the environment for many decades now (Hemba et.al, 2017:821). Also remote sensing science has become a critical and universal tool for natural resource managers and researchers in government agencies, conservation organizations, and industry (Gross et al., 2006; Philipson & Lindell, 2003; Stow et al., 2004; Kennedy et al., 2009:1383).

The fundamental process in remote sensing is the measurement of electromagnetic energy to obtain useful information (Schott, 1997). That energy can originate from the sun or from a source associated with the sensor, such as a laser or radio emitter, or can be emitted directly from the material because of its temperature. Like human eyes, electronic sensors are designed to measure reflected energy in discrete regions of the electromagnetic spectrum called "spectral bands." Because the physical and chemical properties of a given material cause it to absorb, reflect, and emit electromagnetic energy differentially in different parts of the electromagnetic spectrum, the relative amounts of energy measured in different spectral bands

[54] Assist. Prof. Dr., Akdeniz University, benliay@akdeniz.edu.tr (corresponding author)
[55] Res. Assist., Akdeniz University, orhunsoydan@akdeniz.edu.tr

can be used to infer something about the character of the object being observed (Schott, 1997; Verbyla, 1995; Kennedy et al., 2009:1383). There are several softwares that can be used for detecting land-use features from remote sensing data such as satellite images. Most comman of them are Erdas Imagine, Envi, Idrisi and QGIS.

The land cover on earth and its anthropogenic exploitation are crucial links between human activities and the natural environment. Since the industrial era, land use and land cover change (LUCC) has been critical in contributing to regional and global climate change by driving energy recycling and material exchange on the land surface (Liu et. al. 2017:94).

Land suitability analysis has developed over the years starting from the early hand drawn maps advancing to computer assisted overlay mapping, multi-criteria evaluation and currently artificial intelligence methods. With modern developments in Geographic Information Systems (GIS), overlay analysis is commonplace and possible with almost every GIS software. One of the main limitations of classical overlay mapping and modeling approaches is the difficulty in incorporating value judgments such as decision maker preferences and underlying policy driver influence. Combining GIS with multi-criteria evaluation – a method of evaluating various criteria in decision-making makes it easier to incorporate expert knowledge into such analysis. Others have favored artificial intelligence (AI) methods which mimic human intelligence without claiming an understanding of the underlying processes. Such techniques include fuzzy logic, neural networks, genetic algorithms and cellular automata. These methods have been criticized for their black box nature of analysis, making them less easily accepted by decision makers (Invest+, 2018).

Land use change models are tools to support the analysis of the causes and consequences of land use dynamics. Scenario analysis with land use models can support land use planning and policy. Numerous land use models are available, developed from different disciplinary background (Verburg et. al. 2004:309). Most of these studies have been based on data collected in the temperate zone, where climate change is predicted to be more pronounced (Jetz et.al., 2007:157). But further work on land- use change is a necessity. Evaluation of the potential, future direction of drivers that triggering the chane and their consequences for land use is becoming an important and urgent need Evaluation of the potential, future direction of these drivers and their consequences for land use in Europe is, therefore, becoming an important and urgent need (Reginster et. al., 2010:2). For this several add-ons and softwares that are focused on modeling of land-use change scenarios emerged.

3. Land-use Change Scenario Modelers

GeoMod (Idrisi Plugin), Land Change Modeler (LCM), Modules for Land Use Change Simulations (MOLUSCE), Dinamica EGO, Census of Land Use and Employment (CLUE), Scenario Generator (InVEST), Landuse SIM 2.0 and GeoSOS-FLUS V2.2 modelers are been used commanly for land-use change scenarios.

3.1. GeoMod

GeoMod is a grid-based land-use and land-cover change model, which simulates the spatial pattern of land change forwards or backwards in time. GeoMod simulates the change between exactly two land categories denoted as 1 and 2. For simplicity of explanation, the categories 1 and 2 as “non-developed” and “developed” respectively, but 1 and 2 could represent any two categories for any particular application (Pontus, 2006).

The user must supply a map of a beginning time and information concerning the number of grid cells of each category at an ending time, and then GeoMod selects the location of the

grid cells to classify as one of the two categories for the ending time. If there is a net increase in the developed category as the simulation proceeds from a beginning time to the ending time, then GeoMod will search among the non-developed grid cells in order to select the cells that are most likely to be converted to become developed during the time interval (Pontus, 2006).

Conversely, if there is a net increase in the non-developed category as the simulation proceeds from a beginning time to a ending time, then GeoMod will search among the developed grid cells in order to select the cells that are most likely to be converted to nondeveloped during the time interval (Pontus, 2006). GeoMod Modeling Operation Scheme is given in Figure 1.

.

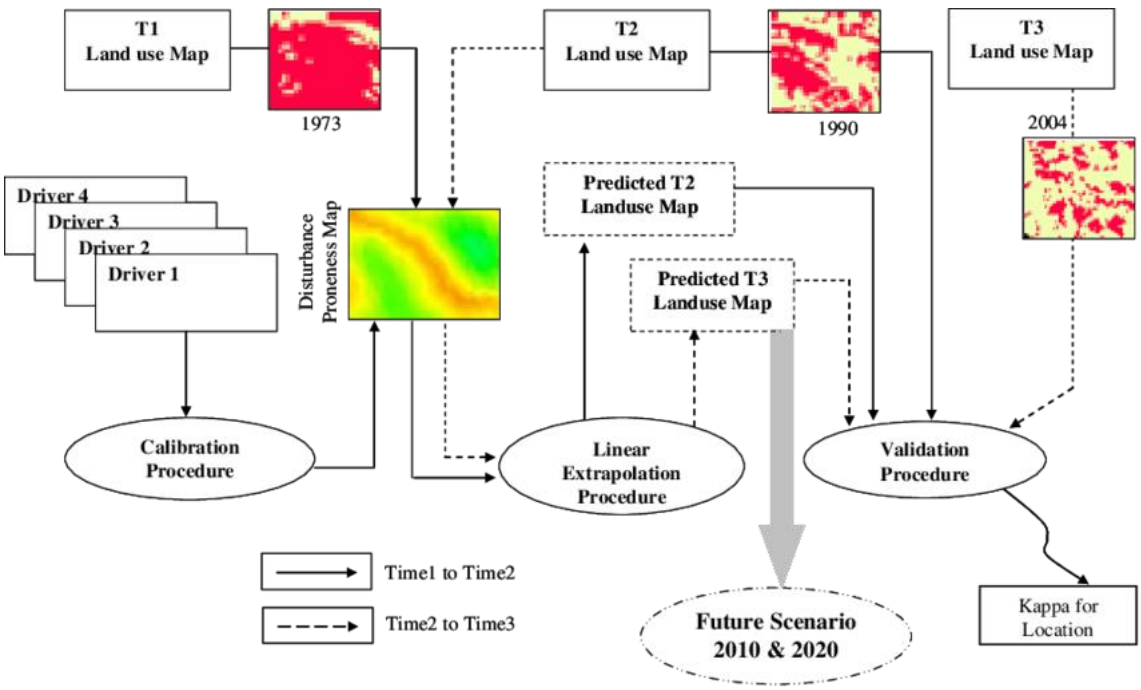


Figure 1. GeoMod Modeling Operation

3.2. Land Change Modeler (LCM)

Land Change Modeler is an innovative land planning and decision support system that is fully integrated into the TerrSet software. With an automated, user-friendly workflow, Land Change Modeler simplifies the complexities of change analysis. Land Change Modeler allows to rapidly analyze land cover change, empirically model relationships to explanatory variables, and simulate future land change scenarios. Land Change Modeler also includes special tools for the assessment of REDD (Reducing Emissions from Deforestation and forest Degradation) climate change mitigation strategies. Land Change Modeler provides a start-to-finish solution for land change analysis needs.Given two historical land cover layers, quickly generate graphs and maps of land change, including gains and losses, net change, persistence and a breakdown of contributors to each transition. LCM includes the ability to generalize complex transitions using trend surface analysis. Transition Potential Modeling Modeling the potential of land to experience specific transitions (such as deforestation for agricultural development) lies at the very heart of LCM. Using historical land cover layers along with a set of potential explanatory

variables (such as proximity to roads, soil type and slopes), LCM uses empirical modeling tools to establish the relationship between them. LCM currently supports logistic regression, a modified KNN (K-nearest neighbor) and an exceptionally powerful Multi-layer Perceptron (MLP) neural network for model development. In the latter case, a very detailed accounting is provided of model skill and the degree of contribution of each explanatory variable (TerrSet, 2016:2).

Using transition potential models as a foundation, LCM uses Markov Chain analysis to project the expected quantity of change and a competitive land allocation model to determine scenarios for a specified future date. Options exist to incorporate planning interventions such as incentives and constraints, proposed reserve areas and infrastructural changes (TerrSet, 2016:3). Land Change Modeler (LCM) sample layout is given in Figure 2.

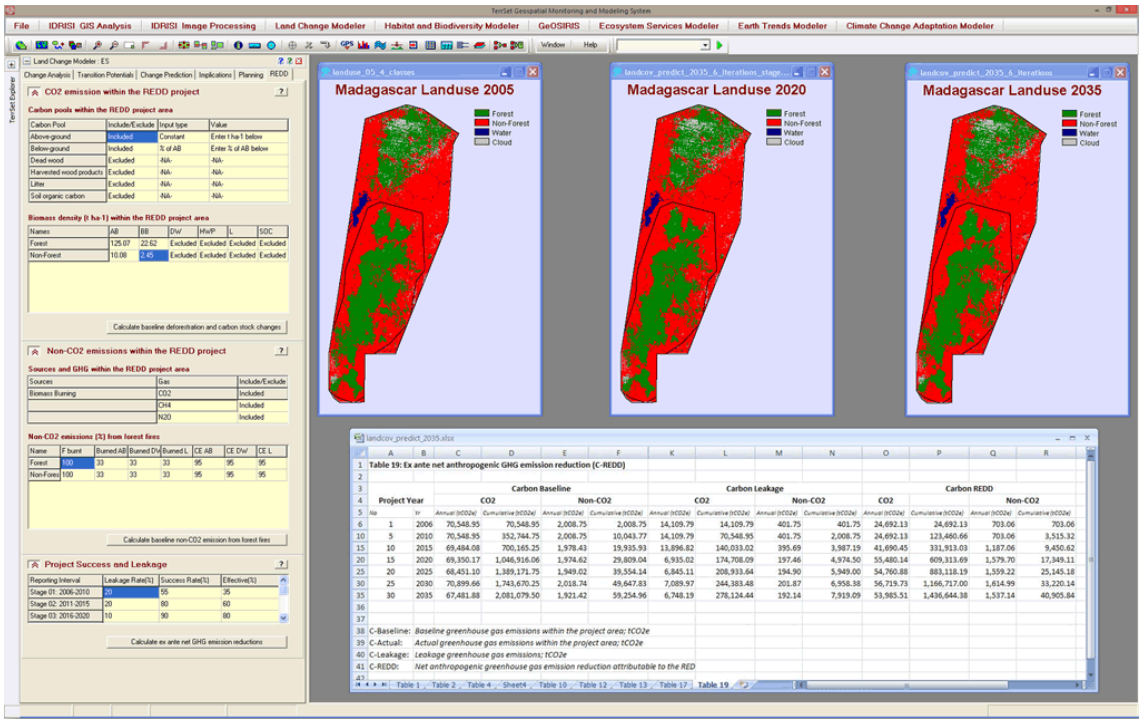


Figure 2. Land Change Modeler (LCM) Sample

3.3. Modules for Land Use Change Simulations (MOLUSCE)

Modules for Land Use Change Simulations (MOLUSCE) is a toolbox to partially automate the process of defining the changes and where did they happen, the factors and their explanatory power and to identify changes which are expected in future and where (NextGIS 2013:1).

MOLUSE is designed to analyze, model and simulate land use/cover changes and working as a QGIS software plugin. The plug-in incorporates well-known algorithms, which can be used in land use/cover change analysis, urban analysis as well as forestry applications and projects. Briefly, the workflow consists of several steps. First users obtain landcover map for few time slices and a set of potential explanatory variables. Secondly, users calculate probabilities of transitions from class to class. Then, users build a model using Artificial Neural Network (ANN), logistic regression, weights of evidence or multi-criteria evaluation to

describe transitions based on factor variables and use this model for forecasting. Finally, users validate the result with real data (NextGIS 2013:1).

MOLUSCE train modelling phase is given in Figure 3.

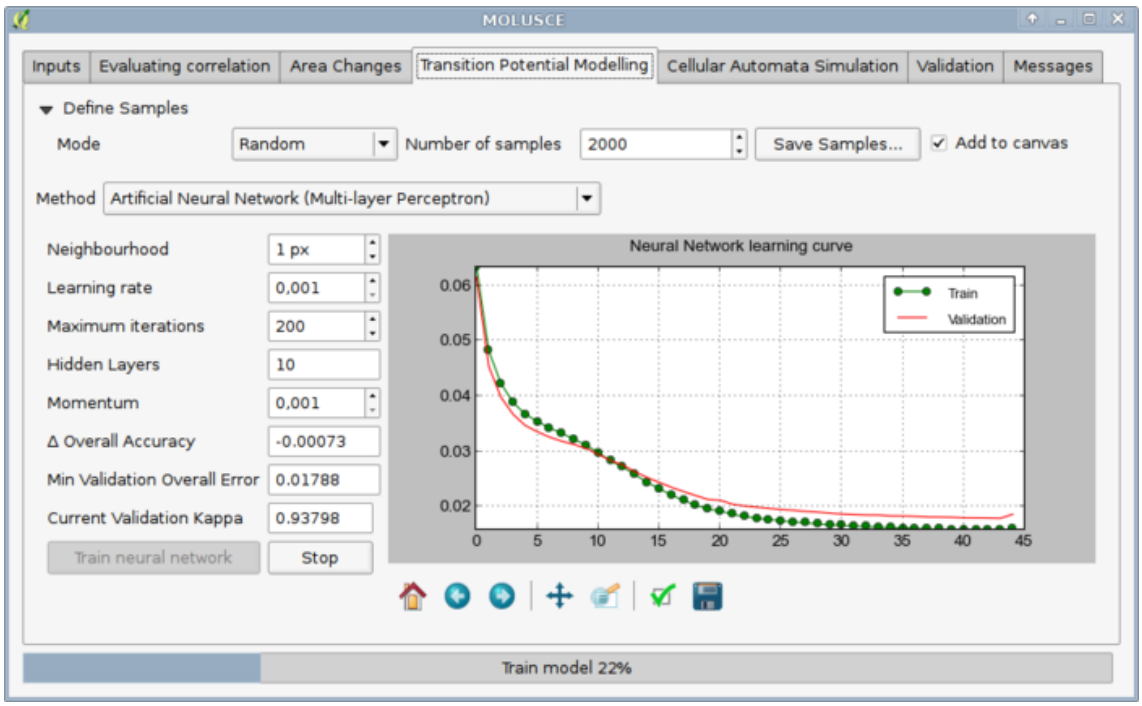


Figure 3. MOLUSCE Train Modelling

3.4. Dinamica EGO

Dinamica EGO consists of a sophisticated platform for environmental modeling with outstanding possibilities for the design from the very simple static spatial model to very complex dynamic ones, which can ultimately involve nested iterations, multi-transitions, dynamic feedbacks, multi-region and multi-scale approach, decision processes for bifurcating and joining execution pipelines, and a series of complex spatial algorithms for the analysis and simulation of space-time phenomena. (DinamicaEGO, 2018).

Dinamica EGO features an intuitive and flexible data flow language. Create sophisticated models without complicated programming. Create models using a visual or textual representation. Switch between model representations easily at any time. Dinamica EGO features high performance even on less powerful computers. No computer clusters required. Dinamica EGO is available at no cost. Use the software freely, even for commercial use (DinamicaEGO, 2018).

Also software create parts of a model using the R programming language. An integrated model debugger allows control of model execution, execution step-by-step and inspection of intermediate model results. Wizards are simple presentations that can be used to collect inputs of a model, run it and present its results (DinamicaEGO, 2018).

Dinamica EGO sample layout is given in Figure 4.

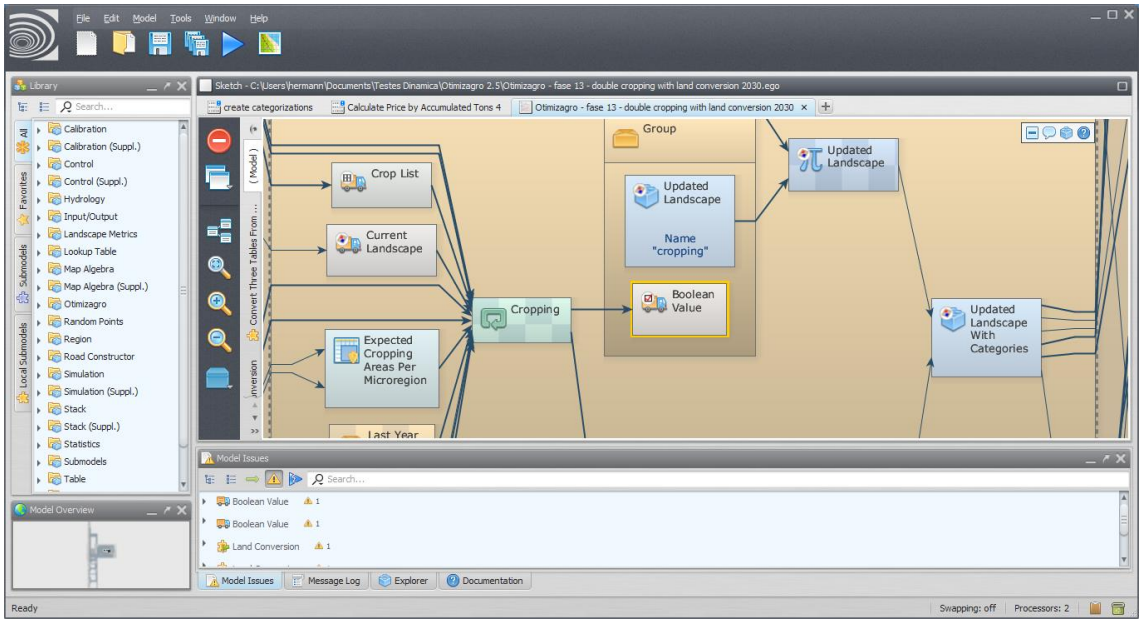


Figure 4. Dinamica EGO Sample

3.5. Census of Land Use and Employment (CLUE)

Census of Land Use and Employment (CLUE) provides comprehensive information about land use, employment and economic activity across the City of Melbourne, making it a valuable research tool (City of Melbourne, 2018).

CLUE assists the City of Melbourne's business planning, policy development and strategic decision making. Investors, consultants, students, urban researchers, property analysts and businesses can also benefit from CLUE as it provides a better understanding of customers and the market place. CLUE data includes:

- Industry structure and type (ANZSIC code and number of establishments or business locations)
- Floor space type and use (office, retail, industrial, accommodation or entertainment and office vacancy rates)
- Employment type (full-time, part-time, casual or contractor)
- Building information (number of floors, year of construction, gross floor area and lettable area)
- Venue and capacity measures (cafe or restaurant seats, child care centre spaces, off-street car parking spaces, bicycle and shower facilities, residential dwellings, student dwellings, student beds, theatre and stadium seats, conference and meeting seats and gaming machines)
- Spatial distribution (maps, CLUE small areas, blocks and customised regions) (City of Melbourne, 2018).

Also this model is built for asissting other citys and regions. Working on an WebGIS application and the model builder is ease of use.

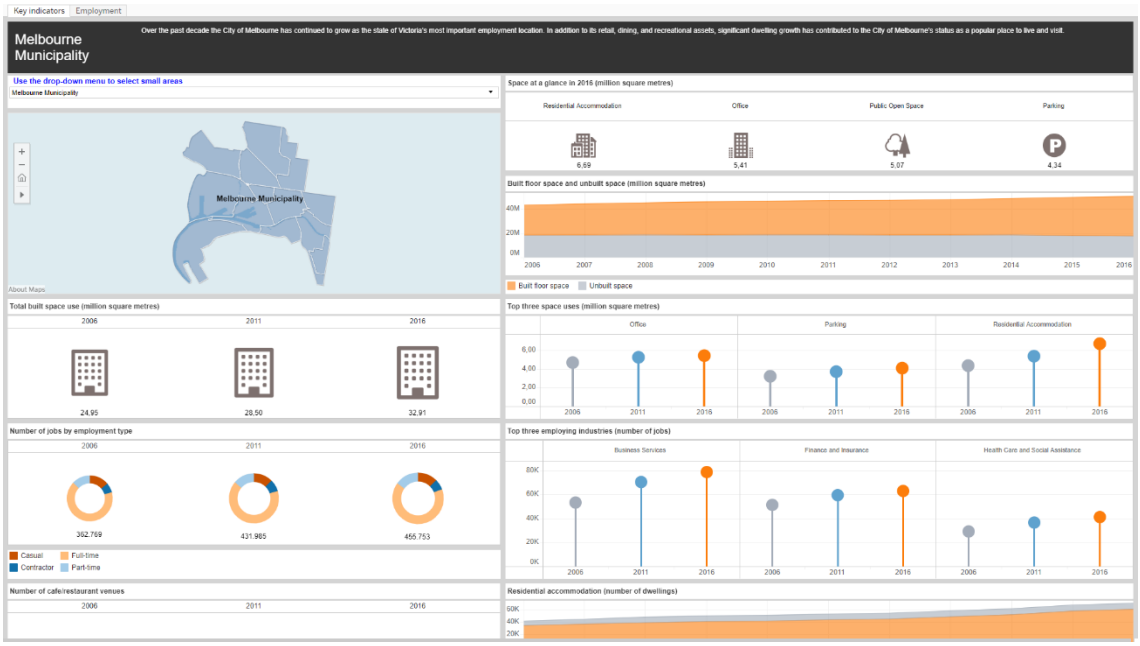


Figure 5. Census of Land Use and Employment (CLUE) Web Page

3.6. Scenario Generator (InVEST)

Scenario Generator (InVEST) tool provides a relatively simple method of generating scenarios based on land suitability. It works on the principle that changes on land occur in areas that are relatively more suitable. By combining stakeholder input of transition likelihood with physical factors that determine suitability, The InVEST Scenario Generator generates simple maps that depict future land cover. At the heart of it is land suitability analysis. The Scenario Generator uses a combination of overlay analysis, multi-criteria evaluation methods and direct application of expert knowledge to map alternative futures. (Invest+, 2018).

As a participatory process, the Scenario Generator relies on drivers that stakeholders can easily identify and estimate impacts of. At the same time, there are many factors that influence the suitability of land parcels for conversion. This may include factors or constraints such as slope, soil type, distance to roads, distance to markets, rainfall distribution, and access. Dealing with multiple objectives and multiple criteria presents a challenge that The InVEST Scenario Generator attempts to solve (Invest+, 2018).

The InVEST Scenario Generator is designed to work with data from experts/stakeholders typically in a workshop setting. The major components of the input are;

1. the transition likelihood,
2. the physical and environmental factors that influence change and
3. the quantity of anticipated change under a given scenario. The tool works off of a single land cover map making it useful in data-poor situations (Invest+, 2018).

Scenario Generator (InVEST) Operation Scheme is given in Figure 6.

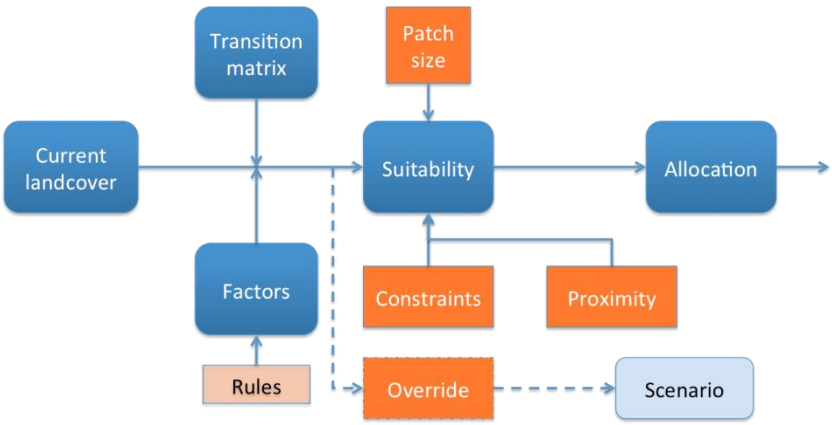


Figure 6. Scenario Generator (InVEST) Workflow

3.7. Landuse SIM 2.0

Landuse Sim 2.0 is not only works on the visualization, furthermore it is promoting a robust scientific method under observing and planning practices area. This software engages planner and geographer to learn and react to the dynamic of complexities in an appropriate way of studying landscape. LanduseSIM is a cellular automaton simulator. It requires only one LULC raster, and uses user-defined suitability and transition rules to simulate future land cover. It is used to predict land use/land cover change in spatial term through modeling process. The simulation follows the initial transition map/ suitability values and processes by filtering the values (including the constraint, and elasticity of conversion), rank, and allocation (LanduseSim, 2018). Landuse SIM 2.0 menu is given in Figure 7.

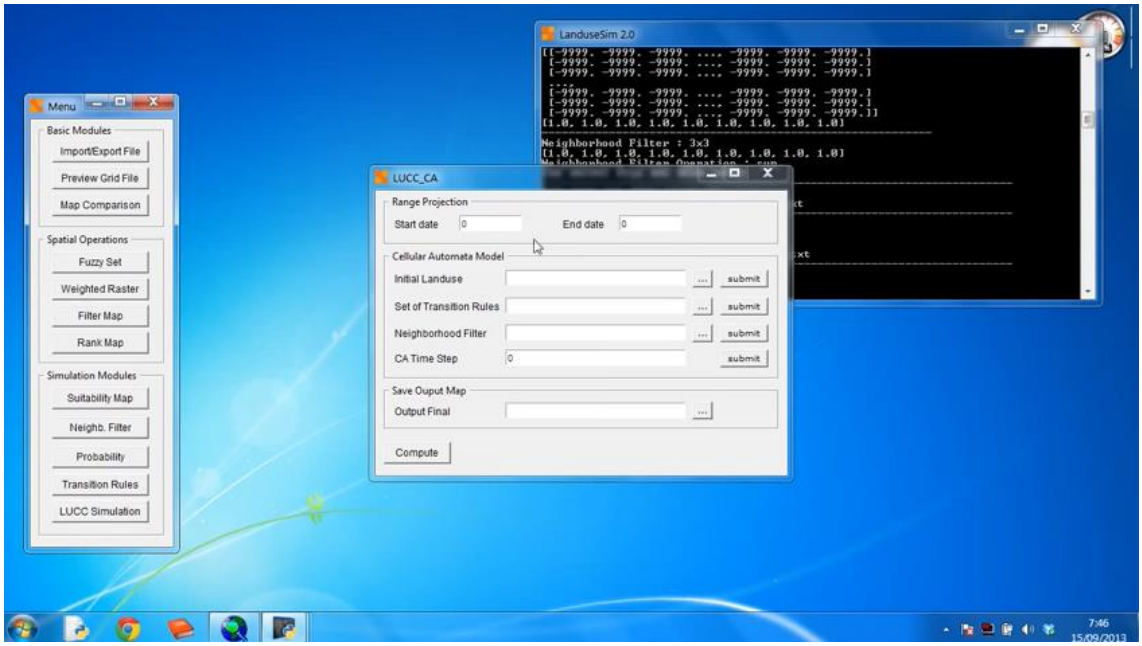


Figure 7. Landuse SIM 2.0 Menu

LanduseSim is build to focus on planning (predict future based on scenarios) than trend-based projection. It also allows new LULC type in scenarios and enhanced by multitasking ability (LanduseSim, 2018).

3.8. GeoSOS-FLUS V2.2

FLUS model is an integrated model for multi-type land use scenario simulations by coupling human and natural effects. At the same time, the spatial simulation module of the FLUS model was made into GUI software named GeoSOS-FLUS . The GeoSOS-FLUS was developed as an extension of the previous GeoSOS software to facilitate the multiple land use change simulations. The software provides a multiple CA allocation model for simulating land use change and scenario analysis (GeoSOS-FLUS, 2018).

The multiple CA allocation model is developed based on the theory of Cellular Automata (CA), but with several improvements over traditional CA:

- The multiple CA allocation model is based on the analysis of the pattern of the most recent land use instead of the change in land use across two terms. This improvement not only avoids the effect of error accumulation from the disagreement between two terms of land use data but also allows the model to have a much wider range of applications.
- An artificial neural network (ANN) is used for taking both human activities and natural ecological effects into consideration by finding the complex relationships between land use patterns and various human and natural driving forces.
- An elaborate self-adaptive inertia and competition mechanism is designed to address the competition and interactions among different land use types. The stochastic characteristics of this mechanism enable the model to reflect the uncertainty of real-world LUCC dynamics (GeoSOS-FLUS, 2018).

To ensure the speed of the model, GeoSOS-FLUS was developed purely in the C++ language. The ANN technique in the model is from a powerful open source library called Shark 3.1.0. The UI of the software is built using a famous open source library Qt 4.8.5. This UI provides a real-time display of dynamic changes of land use in simulation processes. Moreover, the use of the open source library GDAL 1.9.2 allows the model to directly read and write raster data (.tif, .img, .txt files) that includes geographical coordinate information (GeoSOS-FLUS, 2018).

Therefore, the GeoSOS-FLUS is a powerful tool for making land use change simulations more convenient and efficient, which can be easily used for several purposes including:

1) the establishment of urban construction boundaries (UCBs);
2) the high-resolution simulation of internal land use change within a city;
3) environmental management and urban planning;
4) large-scale land use change and its effect on climate;
5) regional land suitability analysis;
6) early warning for the loss of natural and agricultural land cover types; and

7) hotspot recognition for land-use change. When simulating future land use patterns, users need other external models, such as the SD model or Markov chain, to project future land use demands as inputs of GeoSOS-FLUS (GeoSOS-FLUS, 2018).

GeoSOS-FLUS V2.2 Artificial Neural Network Phase is given in Figure 8.

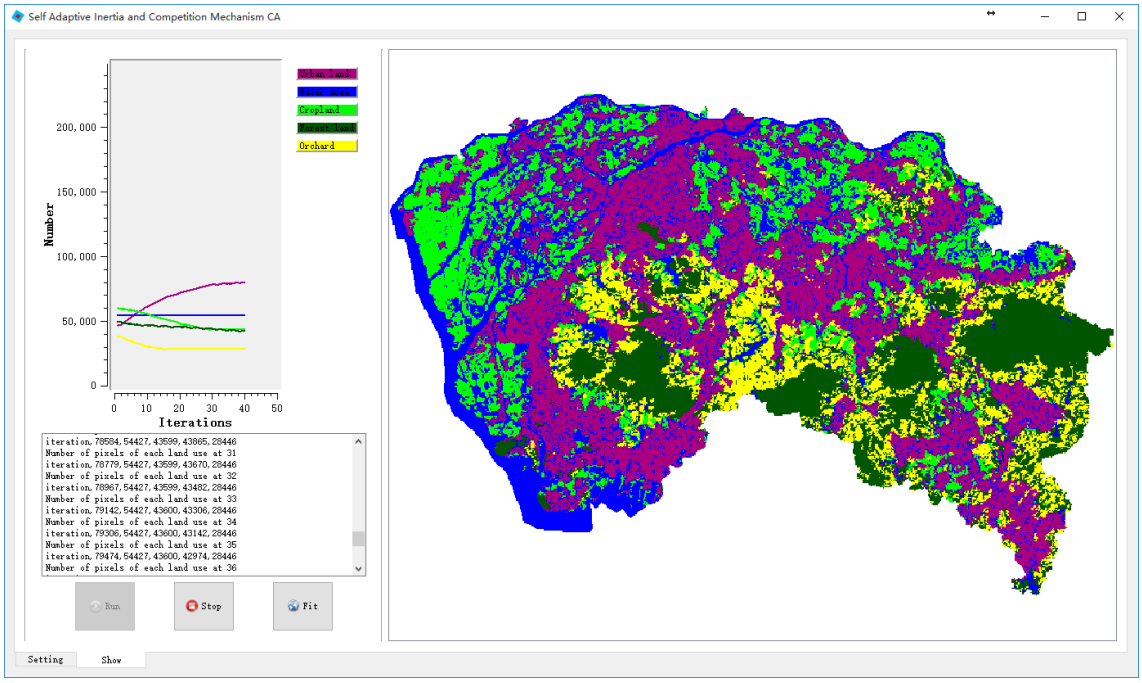


Figure 8. GeoSOS-FLUS V2.2 ANN Phase

4. Conclusion

These modelers have been evaluated and tested in terms of ease of use, accessibility, accuracy of interpretation, driving data types and logistic regression or neural network used in simulations. Evaluation matrix is given in Table 1.

Table 1. Evaluation Matrix

	CONNECTIVITY	DATA CREATION	EASE OF USE	ACCESSIBILITY	ACCURACY	DRIVING DATA TYPES	LOG. REGRESSION
GeoMod	IDRISI	IDRISI	Easy	E- MAIL	Yes	All	Yes
LCM	IDRISI	IDRISI	Easy	675 $	Yes	All	Yes
MOLUSCE	QGIS	QGIS	Practicale	FREE	Yes	All	Yes
Din. EGO	STANDALONE	Din. EGO	Practicale	FREE	Yes	All	Yes
CLUE	STANDALONE	ALL	Easy	GOVERMENT	Yes	Limited	No
Sce. Gen.	InVEST	InVEST	Complex	FREE	Yes	All	No
Landuse SIM 2.0	STANDALONE	ALL	Complex	FREE	Yes	All	Yes
FLUS	STANDALONE	ALL	Easy	FREE	Yes	Limited	Yes

In the testing of land-use change scenarios modelers;

- Dinamica EGO, CLUE, Landuse SIM 2.0 and GeoSOS-FLUS are working as standalone.

- GeoMod, LCM and CLUE defined as “Easy”. These models can be used by users that have a limited profession on this matter. But Scenario Generator (Invest) and Landuse Sim 2.0 is founded as more complex than the others.
- Most of the change scenarios modelers are free to use. You have to buy a license only for Land Change Modeler. CLUE is currently accessible to a govermental or public corporation.
- All of the model builders founded as accurate.
- CLUE and GeoSOS-FLUS has a limited driving data type options than the others.
- Most of the builders have ANN / logistic regreation capacity.

It is important to detect ecological and environmental impacts and measure to minimize the negative effects of the development. Therefore legal regulations should be made urgently to monitor before, installation and after effects of the activities on vulnerable environments.

A variety of social, political, and environmental factors contribute to the model's predictor variables of land use change. The subjective nature problems of qualitative interpretations can vary. Also the quality of observed baseline and the scenarios that have been used can alter the outcome. A major requirement for such studies is the availability of data on landscape change from the past. When such data are available, the models can be calibrated in the past to predict for the future. Accuracy of land-use change scenario can be provided with the choice of a specific tool depends on the actual situation and the available data and information. Also the simulation results must be validated with a current land-use data to ensure stability of future change scenarios.

Keywords: Geographical information system, Land use and land cover change, Land-use simulations, Artificial neuron network.

JEL Codes: Q15, Q24, R14, R52

References

Al-Rubkhi, A. N. M. *Land Use Change Analysis and Modeling Using Open Source (QGIS) Case Study: Boasher Willayat*. Ph.D. Thesis. Sultan Qaboos University College of Arts and Social Science Department of Geography.

City of Melbourne (2018). *Census of Land Use and Employment (CLUE).* https://www.melbourne.vic.gov.au/about-melbourne/research-and-statistics/city-economy/census-land-use-employment/Pages/clue.aspx (09.01.2018)

DinamicaEGO (2018). *What is Dinamica EGO?* https://csr.ufmg.br/dinamica/ (10.01. 2018).

LanduseSim (2018). *LanduseSim 2.0,* http://www.landusesim.com/ (06.01. 2018).

Invest+ (2018). *Scenario Generator,* http://data.naturalcapitalproject.org/nightly-build/invest-users-guide/html/scenario_generator.html/ (10.01. 2018).

Jetz W., Wilcove D. S., Dobson A. P. (2007) "Projected Impacts of Climate and Land-Use Change on the Global Diversity of Birds". *PLOS Biology* 5(6): e157.

GeoSOS-FLUS (2018). *Future Land Use Simulation Model Software:GeoSOS-FLUS.* http://www.geosimulation.cn/flus.html. (15.01.2018).

Gross, J. E., Nemani, R. R., Turner, W., & Melton, F. (2006). "Remote sensing for the National Parks." *Park Science,* 24:30−36.

Hemba, S., Iortyom, E. T., Ropo, O. I., Daniel, D. P., (2017). "Analysis of the Physical Growth and Expansion of Makurdi Town Using Remote Sensing and GIS Techniques", *Imperial Journal of Interdisciplinary Research (IJIR)* 3(7):2454-1362ch Page 821.

Kennedy, R. E., Townsend, P. A., Gross, J. E., Cohen W. B., Bolstad, P., Wang, Y.Q., & Adams, P., (2009). "Remote Sensing Change Detection Tools for Natural Resource Managers: Understanding Concepts and Tradeoffs in the Design of Landscape Monitoring Projects". *Remote Sensing of Environment,* 113 (2009):1382–1396.

Liu W., Liang, X., Li, X., Xu, X., Ou, J., Chen, Y., Li, S., Wang S., & Pei F. (2017). "A Future Land Use Simulation Model (FLUS) for Simulating Multiple Land Use Scenarios by Coupling Human and Natural Effects", *Landscape and Urban Planning,* 168 (2017): 94-116.

NextGIS (2013). *MOLUSCE – quick and convenient analysis of land cover changes.* http://nextgis.com/blog/molusce/ (08.01. 2018)

Philipson, P., & Lindell, T. (2003). "Can coral reefs be monitored from space?" *Ambio,* 32:586−593

Pontus, R. G. J. (2006). *GEOMOD Modelling,* http://www2.clarku.edu/~rpontius/pontius_chen_2006_idrisi.pdf, (04.01.2018).

Reginster, I., Rounseell, M. Butler, A. & Dendonckler N. (2010). "Land Use V-Change Scenerios for Europe". *Atlas of Biodiversity Risk Chapter 4.* Editor: Josef Settele. Munich.

TerrSet (2016). *TerrSet Geospatial Monitoring and Modeling System.* http://clarklabs.org/wp-content/uploads/2016/03/TerrSet18-2_Brochure_WEB.pdf (06.01. 2018).

Schott, J. R. (1997). *Remote Sensing: The Image Chain Approach*. New York: Oxford University Press.

Stow, D. A., Hope, A., McGuire, D., Verbyla, D., Gamon, J. & Huemmrich, F. (2004). "Remote Sensing of Vegetation and Land-cover change in Arctic Tundra Ecosystems." *Remote Sensing of Environment*, 89:281−308.

Verburg, P. H., Schot, P. P., Dijst, M. J. &. Veldkamp A. (2004). "Land Use Change Modelling: Current Practice and Research Priorities". *GeoJournal* (2004) 61: 309-324.

Verbyla, D. (1995). *Satellite Remote Sensing of Natural Resources*. Boca Raton, FL: CRC Press, Inc.

Algılanan Hizmet Kalitesinin Tekrar Satın Alma Davranışı Üzerine Etkisi

Hasan Arif EKER[56], Yusuf ÖCEL[57], Kahraman ÇATI[58]

Full Text

Özet

Bu çalışmanın amacı; tekrar satın alma davranışı üzerinde algılanan hizmet kalitesinin etkisinin incelenmesidir. Araştırmanın uygulama alanı olarak araç kasko hizmet sektörü seçilmiştir. Araştırma evrenini Düzce ili merkezinde yaşayan ve en az bir defa araç kasko hizmeti satın almış bireyler oluşturmaktadır. Çalışmada nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği kullanılmıştır. Kolayda örneklem metodunun kullanıldığı çalışmada, 407 anket üzerinden değerlendirme yapılmıştır. Yapılan faktör analizi sonucunda, algılanan hizmet kalitesi boyutları; güvenilirlik, empati, güvence ve fiziksel özellikler olarak dört faktör altında toplanmıştır. Elde edilen veriler aracılığıyla değişkenler arasındaki etkileşimi ortaya koymak için yapılan çoklu doğrusal regresyon analizleri sonucunda ise; algılanan hizmet kalitesinin alt boyutları olan güvenilirlik, empati ve güvence boyutlarının müşterilerin tekrar satın alma davranışları üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif, fiziksel özellikler boyutunun ise anlamlı ve negatif etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Tekrar Satın Alma, Algılanan Hizmet Kalitesi, Kasko.

1.Giriş

Trafik kazaları ile kazaların neden olduğu maddi ve manevi zararlar ülke sorunlarının başında gelmektedir. Araç sayısına bağlı olarak trafik kazaları incelendiğinde; kazaların, terör ve doğal afetlerle birlikte ülkemizin yaşadığı en önemli ve en maliyetli sorunlardan biri olduğu görülmektedir. Bu da kasko sigortası yaptırmanın önemini ortaya koymaktadır. Araştırmanın amacı; tekrar satın alma davranışı üzerinde, algılanan hizmet kalitesinin etkilerinin incelenmesidir. Araştırma sonucunda elde edilecek bulgular, müşterilerin hizmet kalitesi unsurlarından hangilerine daha fazla önem verdiğini ve bu unsurların tekrar satın alma davranışı üzerine etkilerini ortaya koyacaktır. Çalışmada araştırma yöntemi olarak nicel araştırma yöntemi, veri toplama tekniği olarak da anket kullanılmıştır.

2.Algılanan Hizmet Kalitesi

Hizmet: İnsanlar veya makineler tarafından sunulan, tüketicilere fayda sağlayan ve fiziki varlığı olmayan ürünlerdir (Üzerem, 1997: 34). Hizmeti Grönroos (1984), ‘’üretim ile tüketimin eşzamanlı olarak gerçekleştiği bir faaliyet’’ olarak tanımlamıştır. Hizmetleri ürün/mamullerden ayıran özellikler ise; hizmetlerin değişken olması, bölünemez olması, dayanıksız olması ve soyut olmasıdır (Değermen, 2006: 7).

Hizmet Kalitesi; Bu kavramla ilgili literatürde çok fazla tanım bulunmakta olup, bunun sebebi kavramın çok boyutlu olmasıdır. Parasuraman (1988) hizmet kalitesini müşterilerin bekledikleri hizmet kalitesi ile algıladıkları hizmet kalitesi arasındaki fark olarak tanımlamıştır.

[56] Yüksek Lisans, Düzce Üniversitesi, hasaneker1989@hotmail.com
[57] Doktor Öğretim Üyesi, Düzce Üniversitesi İşletme Fakültesi, yusufocel@duzce.edu.tr
[58] Profesör Doktor, İnönü Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, kahramancati@yahoo.com

Grönroos (1984) hizmet kalitesini teknik kalite ve fonksiyonel kalite olarak ikiye ayırmış: Teknik kalite müşterinin neyi aldığı, fonksiyonel kalite ise nasıl aldığı anlamına gelir şeklinde tanımlamıştır.

Algılanan Hizmet Kalitesi; Garvin (1987)'e göre algılanan kalitenin ana unsuru itibardır. Tüketiciler bir ürünü satın almadan önce, her zaman tam bilgiye sahip değildir. Bu gibi durumlarda reklamlar, marka ismi ve tanıtım gibi dolaylı bilgiler, markaların karşılaştırılması için tek çözüm olmaktadır (Garvin, 1987). Parasuraman (1988)'a göre ise; müşterilerin bir hizmeti almadan önce kendilerinde oluşan beklenti ile onlara sunulan hizmetin karşılaştırılması sonucu elde edilen değerdir (Parasuraman, 1988).

Hizmet kalitesinin ölçümüne yönelik literatürde en çok kullanılan modellerden biri Servqual ölçeğidir. Servqual ölçeğinde hizmet kalitesi 5 boyutta ele alınmaktadır. Bu boyutlar (Parasuraman vd., 1988: 23);

- **Fiziksel Özellikler:** Şirketin hangi teçhizatları kullandığı, şirketin dış ve iç görünüşünün görsel çekiciliği, şirket çalışanlarının giyim-kuşamları ve şirkette hizmete eşlik eden malzemeler olarak sıralanabilir.
- **Güvenilirlik:** Şirketlerin verdikleri sözleri zamanında yerine getirmesi, hizmeti ilk seferde ve doğru sunması, söz verdiği zamanda söz verdiği hizmeti yerine getirebilmesi ve hatasız kayıt tutması olarak sıralanabilir.
- **Yanıt verilebilirlik (heveslilik):** Şirket çalışan ve yöneticilerinin müşterilere net olarak hizmetin ne zaman yerine getirileceğini söylemesi, müşterilere hızlı hizmet verilmesi, çalışan ve yöneticilerin müşterilere hizmet vermeye ve yardım etmeye hevesli olması ile çalışanların müşterilerin isteklerine yanıt veremeyecek kadar meşgul olmaması olarak sıralanabilir.
- **Güvence:** Şirket çalışan ve yöneticilerinin müşterilerde güven duygusu uyandırması, müşterilerin hizmet süresinde kendilerini güvende hissetmesi, çalışan ve yöneticilerin hizmeti gerçekleştirebilmek ve müşterilerin sorularını cevaplayabilmek için gerekli bilgi ve beceriye sahip olması olarak sıralanabilir.
- **Empati:** Şirketin müşterilerine bireysel ilgi göstermesi, şirketin çalışma saatlerinin müşteriler için uygun olması, şirketin ve çalışanların müşteriyi ve ihtiyaçlarını anlamak için özen göstermesi ile şirket çalışanlarının müşterilerin ihtiyaçlarından anlaması olarak sıralanabilir.

3.Satın Alma ve Tekrar Satın Alma

Tüketici; fiyatı önceden belirlenmiş bir ürün ve hizmeti satın alarak tüketen kişi veya kişilerdir. Tüketici davranışı; ihtiyacın hissedilmesi anından başlayarak bu ihtiyacın karşılanması için ürün veya hizmetin kullanılması, kullanımdan sonra da faydanın değerlendirilmesi aşamasına kadarki bütün süreçtir (Altunışık vd., 2016, s:118).

Satın alma davranışı; tüketicilerin ürün veya hizmeti nereden, ne zaman ve nasıl alacağına karar verdikleri süreçtir (Walters ve Gordon, 1997).

Satın alma davranışını etkileyen faktörlere aşağıda kısaca değinilmiştir.

Sosyal Faktörler; Aile (aile yapısı, ürünü kullanan kiş vb.), Statü ve Roller (Kişilerin ait oldukları gruplardaki mevkileri) ve Referans Grupları(yakın çevre, ünlüler vb.).

Kültürel Faktörler; Kültür (Kişinin sahip olduğu ve sonraki kuşaklara aktardığı bilgi birikimi, inanç ve töre vb.), Alt Kültür (Kültürün içinde dünya görüşleri, yaşam biçimleri, dilleri, etnik özellikleri, dinleri vb. farklı olan alt gruplar) ve Sosyal Sınıf (Gelir düzeyi, eğitim düzeyi, meslek vb. ortak niteliklere sahip gruplar).

Kişisel Faktörler; Bireylerin satın alma davranışlarını etkileyen kişisel faktörler; demografik faktörler, durumsal faktörler ve tecrübe olarak üçe ayrılmaktadır. Demografik faktörler; yaş, eğitim düzeyi, gelir düzeyi, meslek vb. Durumsal Faktörler; öğrenme süreçleri, değer yargıları, tutumları vb. Tecrübeler ise daha önceden sağladığı faydalar, memnuniyet ve memnuniyetsizlikler, beklentiler, satın alma maliyetleri vb.

Psikolojik Faktörler; Bireylerin satın alma davranışlarını etkileyen psikolojik faktörler; motivasyon, öğrenme, kişilik, tutumlar ve algılamalardır (Altunışık vd., 2006: 53). İnsanlar ihtiyaç duymadığı ürün veya hizmetleri satın almazlar. Yani bir mal veya hizmetin satılabilmesi için bir gereksinmenin var olması veya uyarılması gerekir (Karafakıoğlu, 2011: 94).

Tekrar Satın Alma; tüketicilerin daha önceki satın alma kararlarına ilişkin olarak yaptıkları değerlendirme sonucu aynı ürün veya hizmeti almaya devam etmeye karar vermesidir. Tekrar satın alma davranışının özünde tüketici tatmini vardır. Tekrar satın alma; tüketicilerin mevcut durumu ve olası koşulları dikkate alarak aynı firmadan belirli bir ürün veya hizmeti tekrar satın almaya karar vermesidir (Hellier vd., 2003: 1764). Alınan ürün veya hizmet tüketicinin beklentilerini karşılayıp tatmin ederse, tekrar satın alma sürecinde tüketicinin aynı ürün veya hizmeti tercih etme ihtimali artar.

Tüketicilerin satın alma sonrası, aldıkları ürün veya hizmeti sağlayan firma/aracıdan memnun kalması, ileride tekrar aynı ürünün satın alınması sürecinde aynı firma/aracıyı kullanma ihtimalini artırmaktadır.

4.Sonuç ve Öneriler

Toplanan verilere uygulanan faktör analizi sonuçlarına göre; Kasko sigortası sektöründe algılanan hizmet kalitesi ölçeğinde 4 farklı boyut ortaya çıkmıştır. Bu boyutlar; empati, güvenilirlik, güvence ve fiziksel özelliklerdir. Araştırmada kullanılan SERVQUAL ölçeğinde 5 boyut (empati, güvenilirlik, güvence, fiziksel özellikler ve yanıt verilebilirlik) bulunmasına rağmen, yapılan faktör analizi sonucunda 4 boyutun ortaya çıkmasında, ölçeğin evren ve örnekleminin farklı olması, müşterilerin soruları farklı algılamaları vb. sebepler gösterilebilir.

Bu araştırmada; kasko sigortacılığında güvenilirlik ve yanıt verilebilirlik boyutlarının tek boyut altında toplandığı sonucuna ulaşılmıştır. Boyutlar içinde kasko sigortası hizmet kalitesini en iyi düzeyde temsil eden boyut empati çıkmıştır. Bu boyutu sırasıyla güvenilirlik, güvence ve fiziksel özellikler boyutları takip etmektedir.

Algılanan hizmet kalitesi ile tekrar satın alma davranışı arasındaki korelasyon analizi sonuçlarına göre; empati, güvenilirlik ve güvence boyutları ile tekrar satın alma davranışı arasında yüksek düzeyde pozitif ve anlamlı ilişkiler bulunurken, fiziksel özellikler boyutu ile tekrar satın alma davranışı arasında düşük düzeyde negatif ve anlamlı bir ilişki bulunduğu ortaya çıkmıştır.

Araştırma verilerine uygulanan çoklu doğrusal regresyon analizi sonucunda; fiziksel özellikler ile tekrar satın alma niyeti arasında negatif ve düşük düzeyde bir ilişkinin olduğu, güvenilirlik ile tekrar satın alma niyeti arasında pozitif ve yüksek düzeyde bir ilişkinin olduğu, güvence ile müşteri sadakati arasında pozitif ve yüksek bir ilişkinin olduğu, empati ile müşteri sadakati arasında pozitif ve orta düzeyde bir ilişkinin olduğu görülmektedir. VIF değerleri arasında 10'dan yüksek bir değer ve tolerans değerleri arasında 0.20'den daha düşük bir değer olmadığı için bağımsız değişkenler arasında çoklu bağlantılılığın olmadığı söylenebilir. Ayrıca Durbin–Watson katsayısı (1,888) bağımsız değişkenler ile hata terimleri arasında sorunlu bir ilişkinin olmadığını göstermektedir.

Araştırma sonuçlarına göre empati tekrar satın alma niyetini etkileyen en önemli boyut olmuştur. Bu da işletmelerin, müşterilerin istek ve ihtiyaçlarını daha fazla önemseyerek müşteri ilişkilerine ağırlık verilmesinin önemini ortaya koymaktadır.

Kaynakça

- Altunışık, R., Özdemir, Ş. & Torlak, Ö. (2006). *Pazarlamaya Giriş*, Adapazarı: Sakarya Kitapevi.
- Altunışık, R., Özdemir, Ş. & Torlak, Ö. (2016), *Pazarlama İlkeleri ve Yönetimi,* 2.Baskı, İstanbul: Beta Basım Anonim Şirketi.
- Değermen, H. A. (2006). *Hizmet Ürünlerinde Kalite, Müşteri Tatmini ve Sadakati,* İstanbul: Türkmen Kitapevi.
- Garvin, D. A. (1987). ‘’Competing on the Eight Dimensions of Quality’’, *Harvard Business Review,* 65, No:6.
- Grönroos, C. (1984). ‘’A Service Quality Model And Its Marketing Implications’’, *European Journal of Marketing,* Vol:18, No:4, ss:36-44.
- Hellier, P. K., Gus, M.G., Rodney, A. C. & John, A. R. (2003). ‘’Customer Repurchase Intention: A General Structural Equation Model‘’, *Europen Journal of Marketing,* Vol:37, No: 11-12
- Karafakıoğlu, M. (2011). *Pazarlama İlkeleri,* 2.Baskı, İstanbul: Literatür Yayınları.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L. (1988). ‘’SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality’’ *Journal of Retailing,* Vol: 64(1).
- Üzerem, N. (1997). ‘’Hizmet Kalitesinin Yönetimi ‘’, *Pazarlama Dünyası Dergisi,* Sayı: 63, Yıl: 11.
- Walters, C. G., Gordon, W. P. (1997). *Consumer Behaviour an Integrated Framework,* Ontario: Irwin Inc.

Bitcoin Piyasasının Benford Kanunu'yla Sınanması

Emre Kaplanoğlu[59], Süleyman Yükçü[60]

Full Text

Özet

İnternet ticarette sınırları kaldırırken kripto para birimleri de geleneksel para sisteminin sınırlarının kalkabileceğinin sinyallerini vermektedir. Şifrelenmiş veya kripto para olarak ifade edilen paraların yatırım, tasarruf veya mal alımı için kullanıldığı günümüzde bu paraların kendilerine özgü borsaları oluşturulmuştur. Bilgisayar yazılımlarının bir parçası olan kripto paraların fiyat oluşumları arz ve talep tarafından belirlemekle beraber bu fiyat oluşumlarında gerçekçi olmayan bir fiyatlamanın varlığının incelenmesi önem arz etmektedir. Bu çalışmanın amacı, bir kripto para borsasında Bitcoin fiyatlarının ilk rakamlarının Benford Kanunu'na göre analizi yapmak, uygunluğunu test etmek ve öneriler getirmektir. Bu araştırmada OKcoin borsasındaki Bitcoin'in 5, 15 ve 30 dakikalık, 1 ve 4 saatlik ve günlük kapanış fiyatlarının ilk rakamları 1, 4, 6 ve 8 ile başlayanların dağılımlarının Benford Kanunu'nun beklenen frekanslarına uymadığı bulunmuştur.

Anahtar kelimeler: Kripto Para, Bitcoin, Benford Kanunu

JEL Kodları: C40, F30, G107

Testing Bitcoin Market With Benford's Law

Abstract

While the internet has lifted the borders of trade, cryptocurrencies have signaled that the boundaries of the traditional monetary system can be removed. Today, when the money that is expressed as encrypted or crypto money is used for investment, saving or purchasing goods, these have their own stock exchanges. It is important to examine the existence of pricing that is realistic or not in these price formations, as well as determining the price formations of cryptomoney by supply and demand which are part of computer software. The aim of this study is to analyze the first digits of Bitcoin prices in a crypto money market according to the Benford Law, to test the suitability and to make recommendations. In this study, the prices of Bitcoin in the Okcoin market beginning with the first digits 1, 4, 6 and 8 for 5, 15 and 30 minutes, 1 and 4 hour and daily closing prices did not match the expected frequencies of the Benford Law.

Keywords: Cryptocurrencies, Bitcoin, Benford Law

JEL Codes: C40, F30, G10

1. Giriş

Günümüzde bir grup tarafından finansal balon olarak nitelendirilen bir başka grup tarafından da endüstri 4.0'ın sonuçlarından biri olarak görülen kripto parayla ilgili tartışmalar sürmektedir. Kripto paralar internet üzerinden ticarette kullanılmakta ve diğer uluslararası paralar gibi alınıp satıldığı borsaları bulunmaktadır. Borsalar alıcıyla satıcının bir araya gelip fiyatları belirledikleri pazarlardır. Bu pazarlarda ortaya çıkan değer arz ve talebe göre

[59] Doç. Dr.,Ege Üniversitesi, Bergama Meslek Yüksekokulu, Muhasebe ve Vergi Uygulamaları, emre.kaplanoglu@ege.edu.tr(Yazışma yapılacak yazar)
[60] Prof. Dr.,Dokuz Eylül Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, Muhasebe ve Finansman Ana Bilim Dalı, suleyman.yukcu@deu.edu.tr

şekillenmektedir. Kripto para olarak adlandırılan paralar son teknoloji ürünü bir yeniliktir. Fiyatının belirlendiği yerler de doğal olarak sanal borsalar olmaktadır. Buralarda fiyat oluşumunda gerçek arz ve talebin mi yoksa teknoloji veya başka unsurların mı fiyatın oluşumunda etkili olduğu konusu düşündürücüdür. Bu bakış açısına dayanarak fiyatlarda anormal bir durumun varlığının araştırılması gerekmektedir. Benford Kanunu bir veri setinde normal seviyede olan sayı tekerrürünü bulmakta ve rakamlardaki veya sayılardaki anormal durumların belirlenmesinde kullanılmaktadır. Benford Kanunu hisse senedi/endeks fiyatı ve hacmi gibi finansal verilerde, muhasebe verilerine uygulanabilmektedir. Çalışmada Bitcoin fiyatlarının rakam frekansları Benford Kanunu'na göre beklenen rakam frekanslarıyla karşılaştırılmıştır. OKcoin isimli borsadaki 31/07/2015 ile 13/03/2018 tarihleri arası 5, 15, 30 dakikalık, 1 ve 4 saatlik, günlük kapanış fiyatları ve işlem hacimleri Benford Kanunu'na göre analiz edilmiştir.

Bu çalışmanın amacı, günümüzde oldukça ilgi gören kripto paraların ilki sayılabilecek Bitcoin'in bir kripto para borsasında oluşan fiyatlarının Benford Kanunu'na göre uygunluğunu analiz etmek ve değerleme ölçülerine ilişkin öneriler getirmektir. Bu çalışmanın amacı olarak kripto para borsasında Bitcoin fiyatlarının Benford Kanunu'na göre analizi yapılmıştır. OKcoin borsasındaki Bitcoin'in 5, 15 ve 30 dakikalık, 1 ve 4 saatlik ve günlük kapanış fiyatlarının Benford Kanunu'nun beklenen frekanslarına uymadığı bulunmuştur. Bu durumun Bitstamp, Bitfinex, Coinbase, Kraken ve Gemini gibi diğer bitcoin borsalarında da araştırılması önerilmektedir.

2. Kripto Para, Benford Kanunu ve Literatür Taraması

2.1. Kripto Para

Malların değişimi ile birlikte ticaret başlamış, değerli külçe veya dominant malın değişim aracı olarak kullanılması ile artmış, paranın bulunması ve ticarette kullanılmasıyla insanlar ihtiyaçlarını daha kolay karşılayabilecek hale gelmişlerdir. Paranın kimler tarafından bulunduğu kesin olarak bilinmemekle birlikte ilk kez Lidyalılar'ın değerli madenlerden para bastıkları ve kullandıkları belirlenmiştir. Dünyada ilk kez altın ve gümüş sikke kullananlar ve malların değerini para karşılığı olarak hesaplayanlar Lidyalılar'dır (Yükçü vd., 2008; 205-206).

Değişim aracı olması, hesap birimi olması ve değer muhafaza aracı olması gibi işlevlerini korumakla birlikte fiziksel özelliklerinde ilk paradan itibaren büyük değişiklikler olmuştur. Günümüzde kâğıt para sistemi merkez bankalarının çıkardıkları banknotların elektronik ortama aktarılmasıyla dijital biçime dönüşmüştür. Ancak son yıllarda teknolojinin gelişmesiyle arkasında bir merkez bankasına ihtiyaç duymayan, mübadele ve tasarruf aracı olma özelliği gösteren şifrelenmiş (kripto) paralar ortaya çıkmıştır. Kripto paralar kriptolojiye, verilerin belirli bir sistemde şifrelenmesi ve güvenli bir ortamda verilerin alıcıya aktarılarak deşifre edildiği şifre bilimine dayanmaktadır. Buna elektronik sertifikalar ve elektronik imzalar örnek verilebilir (Ateş, 2016;352). Bu kriptografi paranın üretiminde ve dolaşımında kullanıldığından "Kripto Para" olarak adlandırılmıştır (Atik vd., 2015;249). Kripto para üretiminde faaliyet gösteren madencilerin birbirlerine güvenmelerine gerek yoktur. Çünkü kripto teknolojisi gerekli güveni taraflar arasında tesis etmektedir (Çarkacıoğlu, 2016;9).

2.2. Benford Kanunu

Frank Benford 1938 yılında nüfus istatistikleri, gazete tirajları, dizayn, maliyetler ve ölüm oranları gibi bir çok alanda 20.229 tane veriye bağlı olarak araştırma sonuçlarını Proceedings of the American Philosophical Society dergisinde yayınlamıştır. Araştırma sonuçlarına göre sayıların ilk rakamlarının dağılımı aşağıda Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Benford Kanunu'na Göre Bir Sayıda İlk Hanenin Alabileceği Rakam Olasılığı (%)

Rakam	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Olasılık	30,6	18,5	12,4	9,4	8,0	6,4	5,1	4,9	4,7

Kaynak: Akkaş, 2007: 193;Yıldırım & İnel, 2012: 266.

Benford Kanunu'nda 1'den 9'a kadar rakamların bir sayının her bir hanesinde olma olasılıkları hesaplanmaktadır. Bir sayının ilk hanesinde bulunan rakamın bulunma sıklığı aşağıdaki gibi hesaplanır (Çalış vd., 2014: 98);

$P(D1=d1) = \log (1+(1/d1));$ $\quad d1 \in (1,2, \dots , 9)$

$P(D1=d2) = \log (1+(1/d2));$ $\quad d1 \in (1,2, \dots , 9)$

$P(D1D2=d1d2) = \log (1+(1/d1d2));$ $\quad d1 \in (10,11, \dots , 99)$

2.3. Literatür Taraması

Literatürde finansal piyasalar ve muhasebe konusunda Benford Kanunu'nun uygulandığı araştırmalar ve sonuçları bulunmaktadır. Hisse senetlerinin günlük kapanış fiyatlarının ve stok devir hızlarıyla ilgili yapılmış bir araştırmada hisse fiyatlarının Benford Kanunu'na uymadığı, stok devir hızının ise uyduğu bulunmuştur (Krakar ve Žgela, 2009: 164). Üretici bir şirketin reklam ve ilan giderleriyle ilgili yapılan bir çalışmada bazı tutarların uyumlu olmadığı saptanmış ve bunun nedeninin satış fiyatlarında istenen indirimler olduğu sonucuna varılmıştır (Cengiz, 2012: 125). Borsa İstanbul'da işlem gören 14 bankanın konsolide bilanço verilerine yapılan analizde çoğunlukla ilk rakamlarının uyumlu olduğu tespit edilmiştir (Uzuner, 2014: 80). Borsa İstanbul'da bulunan endekslerin kapanış değerleri, aylık kazanç ve kayıplarıyla ilgili araştırmada iki endeks dışında diğer endekslerin kapanış fiyatlarının ve aylık kazanç ve kayıplarının dağılımlarının Benford Kanunu'yla uyumlu olduğu bulunmuştur (Karavardar, 2014: 171). Hindistan'da halka açık şirketlerin finansal oran ve verileriyle ilgili ilk hane ve ilk iki hane rakamlarıyla yapılan bir araştırmada birçok değişkenin önemli ölçüde Benford Kanunu'na göre sapma gösterdiği belirlenmiştir (Das vd., 2017: 137).

3. Araştırmanın Amacı, Kapsamı, Yöntemi

3.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı, günümüzde oldukça ilgi gören kripto paraların ilki sayılabilecek Bitcoin'in bir kripto para borsası olancOKcoin'de oluşan fiyatlarının Benford Kanunu'na göre uygunluğunu analiz etmek ve öneriler getirmektir.

3.2. Araştırmanın Kapsamı

OKcoin isimli borsadaki 31/07/2015 ile 13/03/2018 tarihleri arası 5, 15, 30 dakikalık, 1 ve 4 saatlik, günlük kapanış fiyatları ve işlem hacimleri Benford Kanunu'na göre analiz edilmiştir. Araştırmanın yapıldığı dönemde 5 dakikalık kapanış fiyatı ve hacimleri 223.473, 15 dakikalık kapanış fiyatları ve hacimleri 78.400, 30 dakikalık kapanış fiyatları ve hacimleri 39.591, 1 saatlik kapanış fiyatları ve hacimleri 19.913, 4 saatlik kapanış fiyatları ve hacimleri 5.062, günlük kapanış fiyatları ve hacimleri 897 tane gözlemden oluşmaktadır.

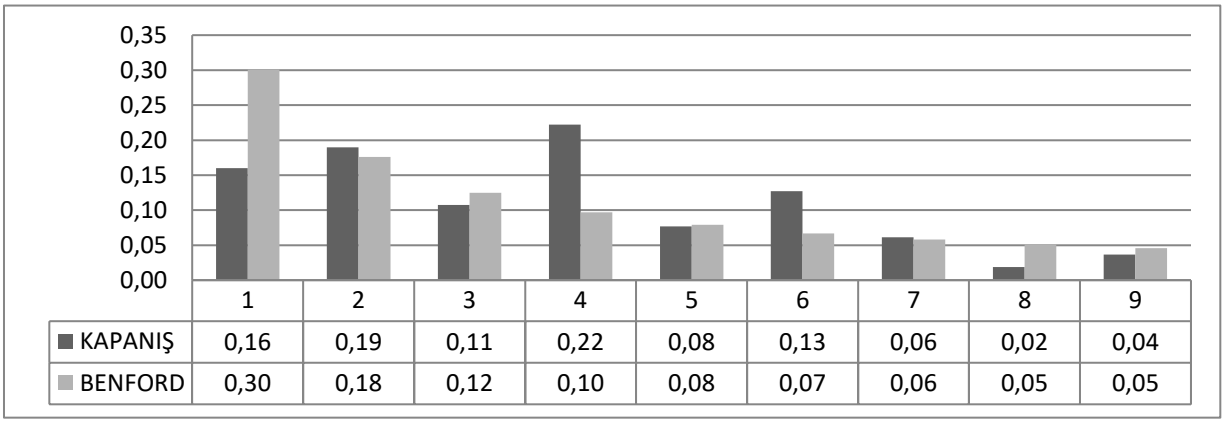
3.3. Araştırmanın Yöntemi

Benford Kanunu hisse senedi, endeks fiyatı, hacmi gibi finansal verilere ve muhasebe verilerine uygulanabilmektedir. Bitcoin fiyat oluşumlarındaki ve işlem hacimlerindeki anormal durumların varlığının tespit edilmesi için fiyat ve hacimlerin ilk rakamlarının olasılığı hesaplanmış ve Benford Kanunu'ndaki olasılıklarla karşılaştırılmıştır. Analiz için Microsoft Excel programı kullanılmış ve karşılaştırmalar grafik olarak verilmiştir. Ayrıca 5, 15, 30 dakikalık, 1 ve 4 saatlik, günlük kapanış fiyatları ve işlem hacimleri ortalama değerler olarak hesaplanmış, genel bir karşılaştırma imkanı sunulmuştur.

4. Bulgular

Araştırmada yapılan analize göre Bitcoin'nin 31/07/2015 ile 13/03/2018 tarihleri arası 5, 15, 30 dakikalık, 1 ve 4 saatlik, günlük kapanış fiyatları ve işlem hacimleri ilk rakamlarının olasılıkları ve Benford Kanunu'na göre olasılıklarıyla karşılaştırılmaları aşağıda grafikler halinde gösterilmiştir. Bitcoin'nin 5 dakikalık kapanış fiyatlarının ilk rakam olasılığı Grafik 1'de verilmiştir.

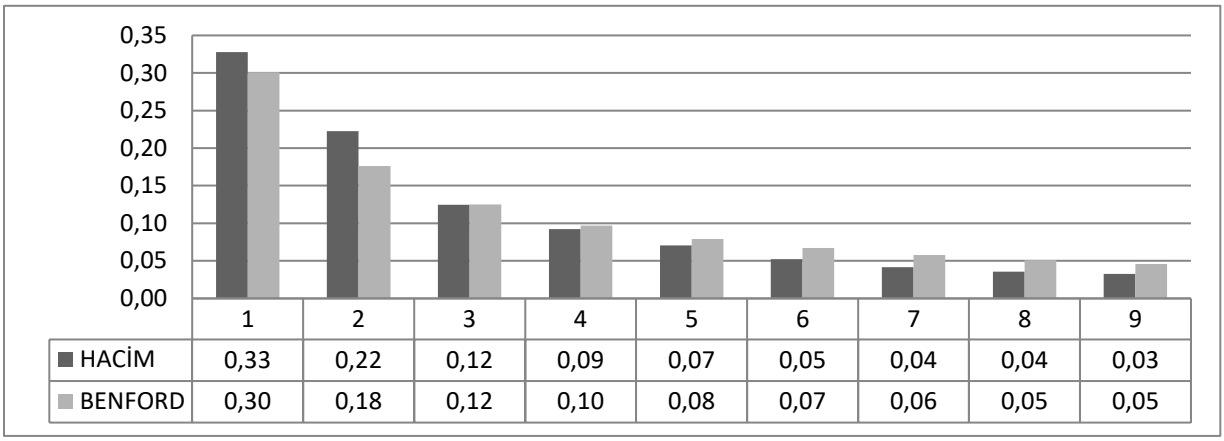
Grafik 1. Bitcoin 5 Dakikalık Kapanış Fiyatları İlk Hane Rakam Dağılımının Benford Dağılımıyla Karşılaştırılması



	1	2	3	4	5	6	7	8	9
KAPANIŞ	0,16	0,19	0,11	0,22	0,08	0,13	0,06	0,02	0,04
BENFORD	0,30	0,18	0,12	0,10	0,08	0,07	0,06	0,05	0,05

5 dakikalık kapanış fiyatlarında 1 ve 8 rakamıyla başlayanlar Benford olasılığının altında kalmış, 4 ve 6 rakamıyla başlayanlar Benford olasılığının üzerindedir. Diğer rakamların olasılıkları Benford olasılıkları ile çok yakın değerlerdedir. Bitcoin'nin 5 dakikalık işlem hacimlerinin ilk rakam olasılığı Grafik 2'de verilmiştir.

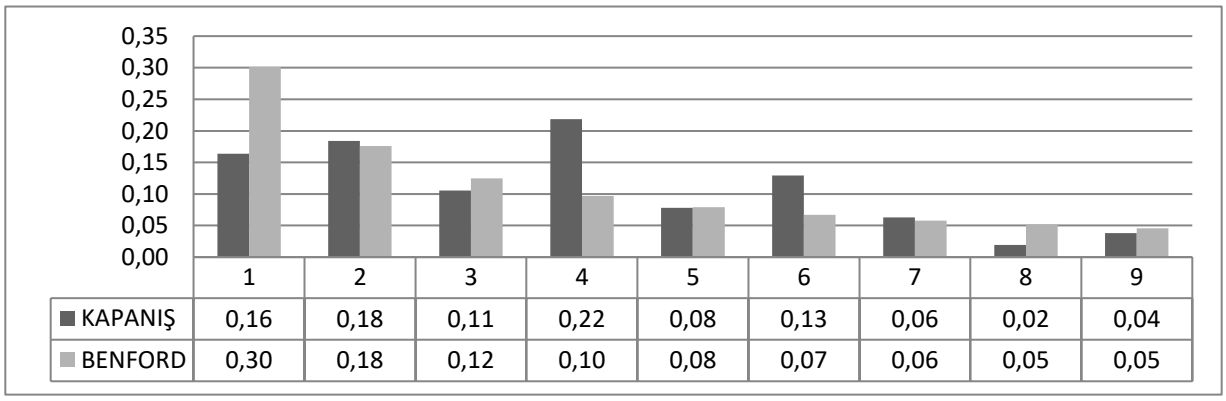
Grafik 2. Bitcoin 5 Dakikalık Hacimlerin İlk Hane Rakam Dağılımının Benford Dağılımıyla Karşılaştırılması



	1	2	3	4	5	6	7	8	9
HACİM	0,33	0,22	0,12	0,09	0,07	0,05	0,04	0,04	0,03
BENFORD	0,30	0,18	0,12	0,10	0,08	0,07	0,06	0,05	0,05

5 dakikalık işlem hacimlerinin ilk rakam analizinde Benford olasılıklarına çok yakın değerler bulunmuştur. Bitcoin'nin 15 dakikalık kapanış fiyatlarının ilk rakam olasılığı Grafik 3'de verilmiştir.

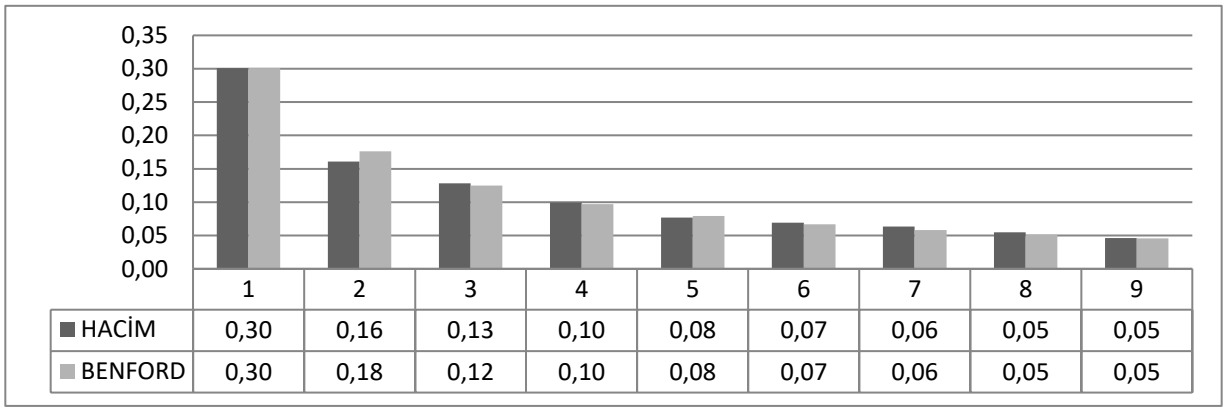
Grafik 3. Bitcoin 15 Dakikalık Kapanış Fiyatları İlk Hane Rakam Dağılımının Benford Dağılımıyla Karşılaştırılması



	1	2	3	4	5	6	7	8	9
KAPANIŞ	0,16	0,18	0,11	0,22	0,08	0,13	0,06	0,02	0,04
BENFORD	0,30	0,18	0,12	0,10	0,08	0,07	0,06	0,05	0,05

15 dakikalık kapanış fiyatlarında 1 ve 8 rakamıyla başlayanlar Benford olasılığının altında kalmış, 4 ve 6 rakamıyla başlayanlar Benford olasılığının üzerindedir. Diğer rakamların olasılıkları Benford olasılıkları ile çok yakın değerlerdedir. Bitcoin'nin 15 dakikalık işlem hacimlerinin ilk rakam olasılığı Grafik 4'te verilmiştir.

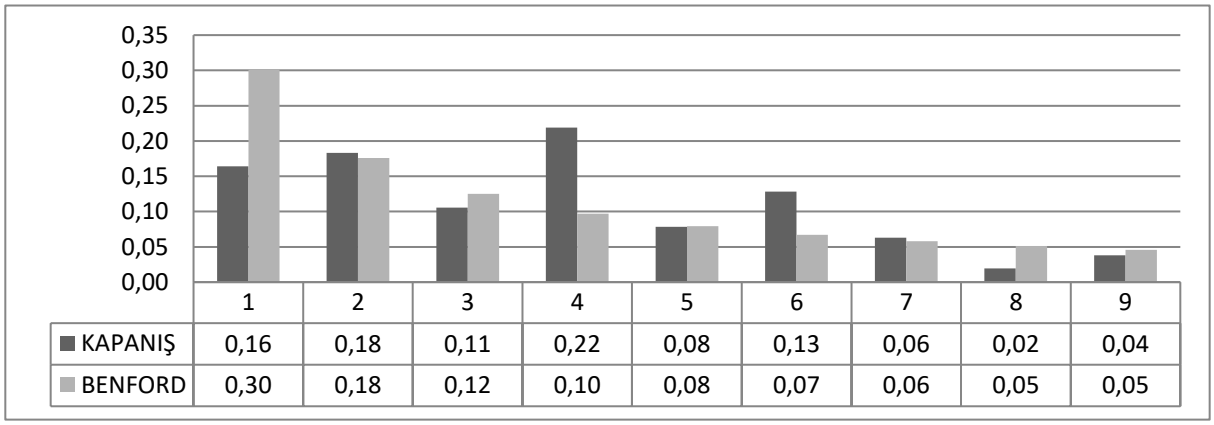
Grafik 4. Bitcoin 15 Dakikalık Hacimlerin İlk Hane Rakam Dağılımının Benford Dağılımıyla Karşılaştırılması



	1	2	3	4	5	6	7	8	9
HACİM	0,30	0,16	0,13	0,10	0,08	0,07	0,06	0,05	0,05
BENFORD	0,30	0,18	0,12	0,10	0,08	0,07	0,06	0,05	0,05

15 dakikalık işlem hacimlerinin ilk rakam analizinde Benford olasılıklarına çok yakın değerler bulunmuştur. Bitcoin'nin 30 dakikalık kapanış fiyatlarının ilk rakam olasılığı Grafik 5'te verilmiştir.

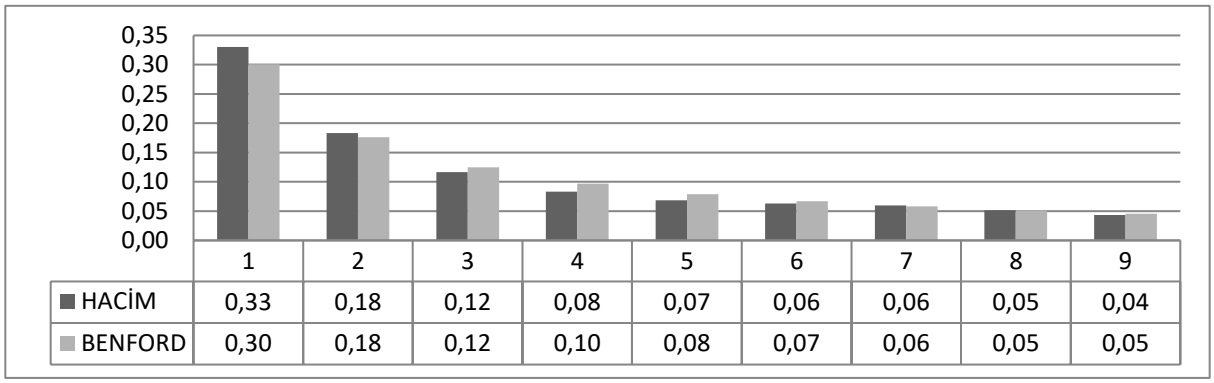
Grafik 5. Bitcoin 30 Dakikalık Kapanış Fiyatları İlk Hane Rakam Dağılımının Benford Dağılımıyla Karşılaştırılması



	1	2	3	4	5	6	7	8	9
KAPANIŞ	0,16	0,18	0,11	0,22	0,08	0,13	0,06	0,02	0,04
BENFORD	0,30	0,18	0,12	0,10	0,08	0,07	0,06	0,05	0,05

30 dakikalık kapanış fiyatlarında 1 ve 8 rakamıyla başlayanlar Benford olasılığının altında kalmış, 4 ve 6 rakamıyla başlayanlar Benford olasılığının üzerindedir. Diğer rakamların olasılıkları Benford olasılıkları ile çok yakın değerlerdedir. Bitcoin'nin 30 dakikalık işlem hacimlerinin ilk rakam olasılığı Grafik 6'da verilmiştir.

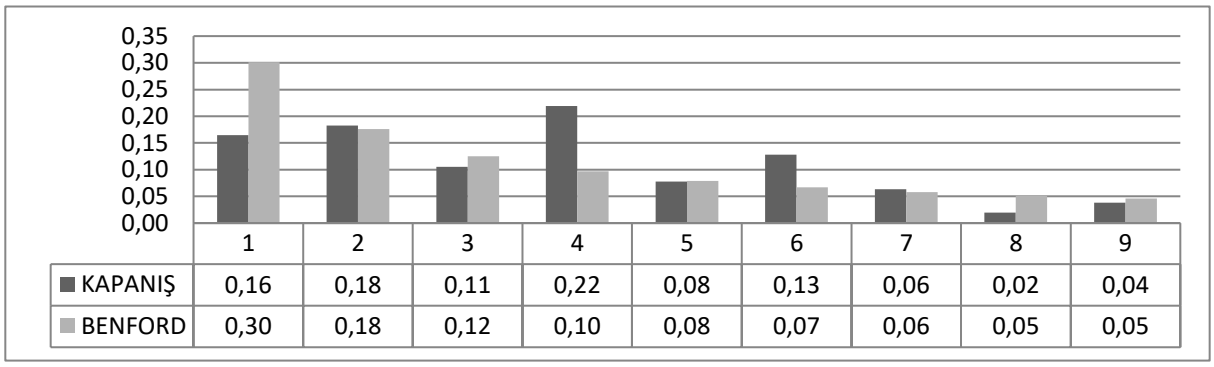
Grafik 6. Bitcoin 30 Dakikalık Hacimlerin İlk Hane Rakam Dağılımının Benford Dağılımıyla Karşılaştırılması



	1	2	3	4	5	6	7	8	9
HACİM	0,33	0,18	0,12	0,08	0,07	0,06	0,06	0,05	0,04
BENFORD	0,30	0,18	0,12	0,10	0,08	0,07	0,06	0,05	0,05

30 dakikalık işlem hacimlerinin ilk rakam analizinde Benford olasılıklarına çok yakın değerler bulunmuştur. Bitcoin'nin 1 saatlik kapanış fiyatlarının ilk rakam olasılığı Grafik 7'de verilmiştir.

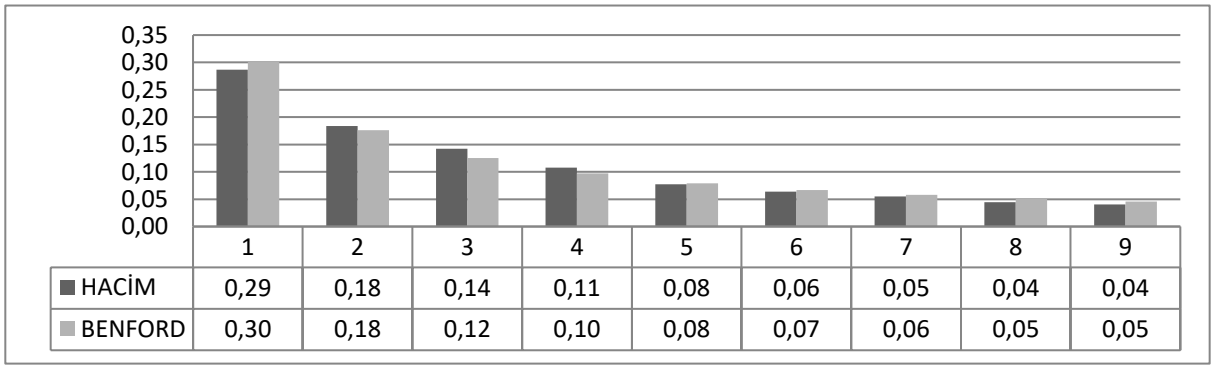
Grafik 7. Bitcoin 1 Saatlik Kapanış Fiyatları İlk Hane Rakam Dağılımının Benford Dağılımıyla Karşılaştırılması



	1	2	3	4	5	6	7	8	9
KAPANIŞ	0,16	0,18	0,11	0,22	0,08	0,13	0,06	0,02	0,04
BENFORD	0,30	0,18	0,12	0,10	0,08	0,07	0,06	0,05	0,05

1 saatlik kapanış fiyatlarında 1 ve 8 rakamıyla başlayanlar Benford olasılığının altında kalmış, 4 ve 6 rakamıyla başlayanlar Benford olasılığının üzerindedir. Diğer rakamların olasılıkları Benford olasılıkları ile çok yakın değerlerdedir. Bitcoin'nin 1 saatlik işlem hacimlerinin ilk rakam olasılığı Grafik 8'de verilmiştir.

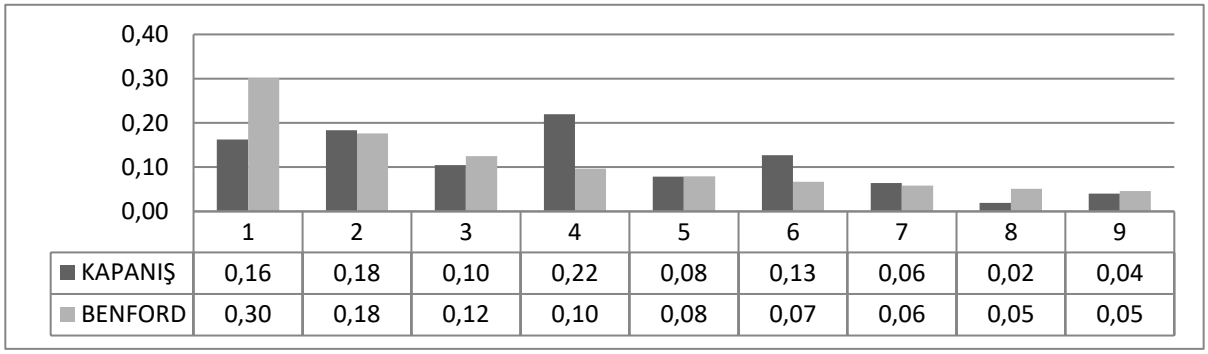
Grafik 8. Bitcoin 1 Saatlik Hacimlerin İlk Hane Rakam Dağılımının Benford Dağılımıyla Karşılaştırılması



	1	2	3	4	5	6	7	8	9
HACİM	0,29	0,18	0,14	0,11	0,08	0,06	0,05	0,04	0,04
BENFORD	0,30	0,18	0,12	0,10	0,08	0,07	0,06	0,05	0,05

1 saatlik işlem hacimlerinin ilk rakam analizinde Benford olasılıklarına çok yakın değerler bulunmuştur. Bitcoin'nin 4 saatlik kapanış fiyatlarının ilk rakam olasılıkları Grafik 9'da verilmiştir.

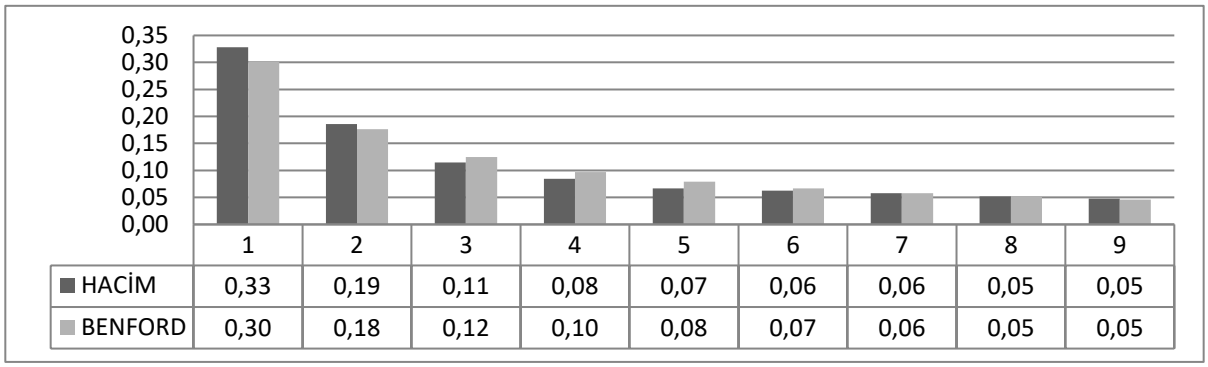
Grafik 9. Bitcoin 4 Saatlik Kapanış Fiyatları İlk Hane Rakam Dağılımının Benford Dağılımıyla Karşılaştırılması



	1	2	3	4	5	6	7	8	9
KAPANIŞ	0,16	0,18	0,10	0,22	0,08	0,13	0,06	0,02	0,04
BENFORD	0,30	0,18	0,12	0,10	0,08	0,07	0,06	0,05	0,05

4 saatlik kapanış fiyatlarında 1 ve 8 rakamıyla başlayanlar Benford olasılığının altında kalmış, 4 ve 6 rakamıyla başlayanlar Benford olasılığının üzerindedir. Diğer rakamların olasılıkları Benford olasılıkları ile çok yakın değerlerdedir. Bitcoin'nin 4 saatlik işlem hacimlerinin ilk rakam olasılıkları Grafik 10'da verilmiştir.

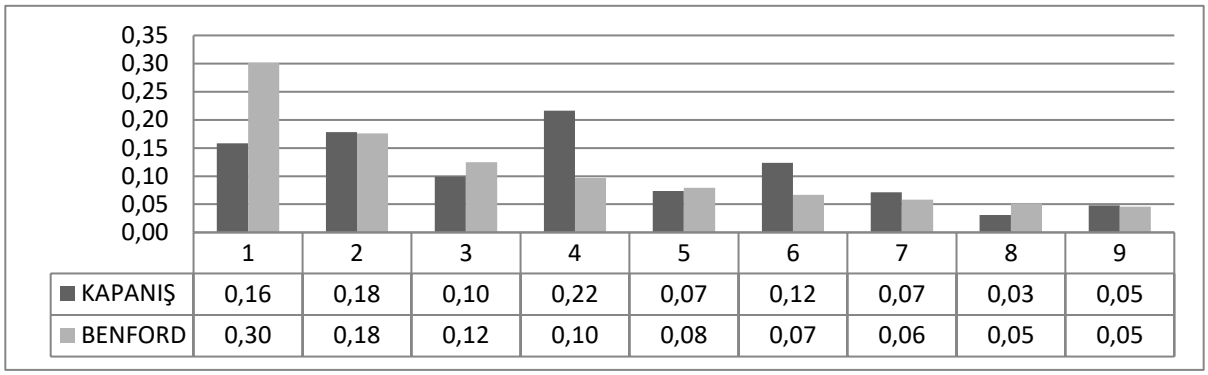
Grafik 10. Bitcoin 4 Saatlik Hacimlerin İlk Hane Rakam Dağılımının Benford Dağılımıyla Karşılaştırılması



	1	2	3	4	5	6	7	8	9
HACİM	0,33	0,19	0,11	0,08	0,07	0,06	0,06	0,05	0,05
BENFORD	0,30	0,18	0,12	0,10	0,08	0,07	0,06	0,05	0,05

4 saatlik işlem hacimlerinin ilk rakam analizinde Benford olasılıklarına çok yakın değerler bulunmuştur. Bitcoin'nin 1 günlük fiyatlarının ilk rakam olasılıkları Grafik 11'da verilmiştir.

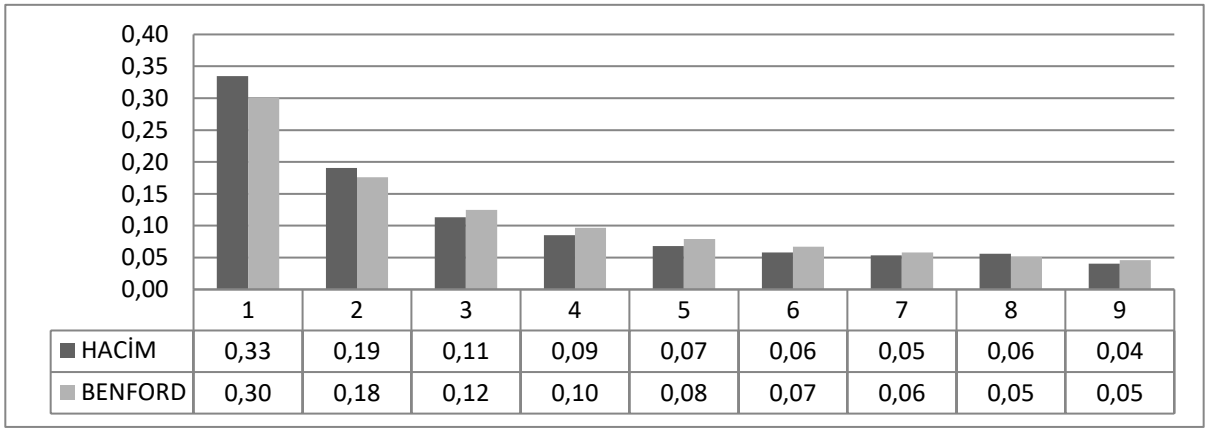
Grafik 11. Bitcoin 1 Günlük Kapanış Fiyatları İlk Hane Rakam Dağılımının Benford Dağılımıyla Karşılaştırılması



	1	2	3	4	5	6	7	8	9
KAPANIŞ	0,16	0,18	0,10	0,22	0,07	0,12	0,07	0,03	0,05
BENFORD	0,30	0,18	0,12	0,10	0,08	0,07	0,06	0,05	0,05

1 günlük kapanış fiyatlarında 1 ve 8 rakamıyla başlayanlar Benford olasılığının altında kalmış, 4 ve 6 rakamıyla başlayanlar Benford olasılığının üzerindedir. Diğer rakamların olasılıkları Benford olasılıkları ile çok yakın değerlerdedir. Bitcoin'nin 1 günlük işlem hacimlerinin ilk rakam olasılıkları Grafik 12'de verilmiştir.

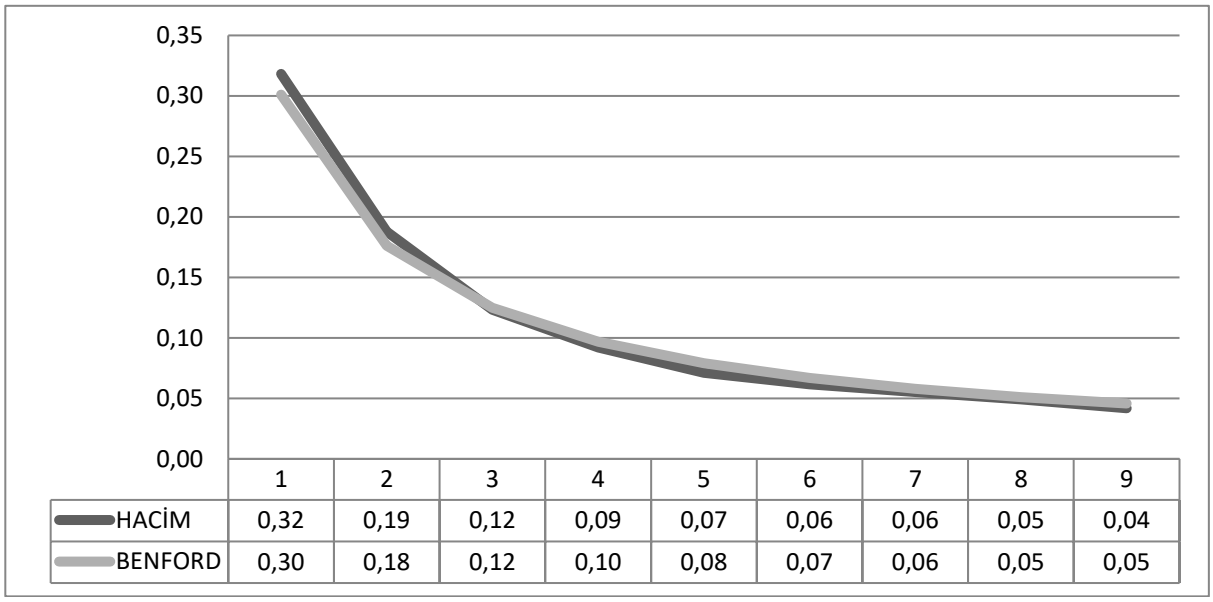
Grafik 12. Bitcoin 1 Günlük Hacimlerin İlk Hane Rakam Dağılımının Benford Dağılımıyla Karşılaştırılması



	1	2	3	4	5	6	7	8	9
HACİM	0,33	0,19	0,11	0,09	0,07	0,06	0,05	0,06	0,04
BENFORD	0,30	0,18	0,12	0,10	0,08	0,07	0,06	0,05	0,05

1 günlük işlem hacimlerinin ilk rakam analizinde Benford olasılıklarına çok yakın değerler bulunmuştur. Bitcoin'nin 31/07/2015 ile 13/03/2018 tarihleri arası 5, 15, 30 dakikalık, 1 ve 4 saatlik, günlük kapanış fiyatlarından ve işlem hacimlerinden yararlanılarak hesaplanan ortalama ilk rakamlarının olasılıkları ve Benford Kanunu'na göre olasılıklarıyla karşılaştırılmaları aşağıda Grafik 13 ve Grafik 14'te gösterilmiştir.

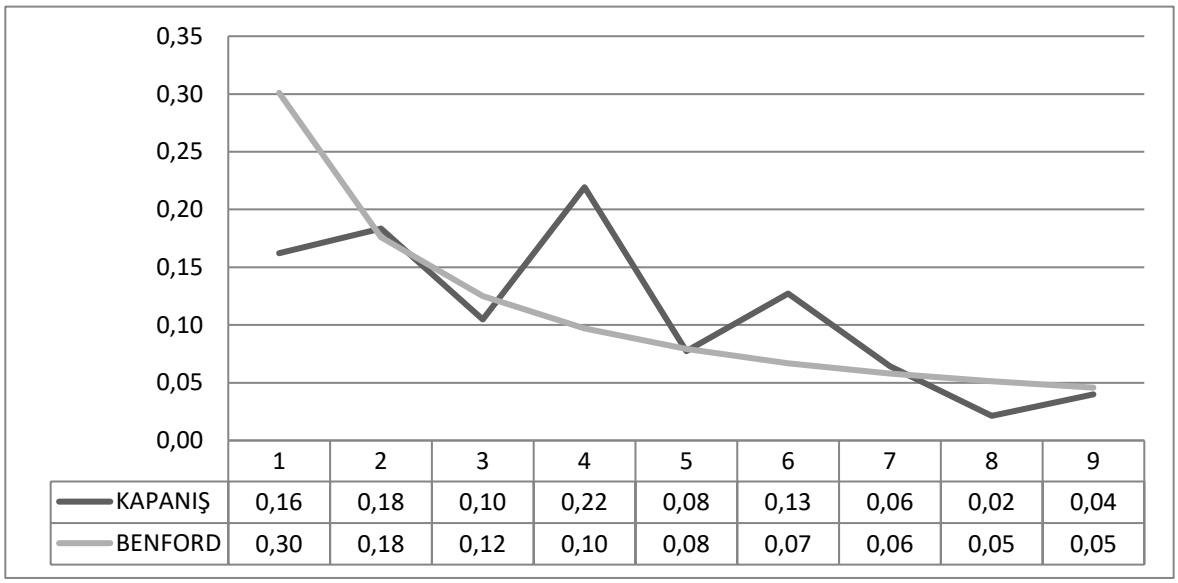
Grafik 13. Bitcoin'in İncelenen Zaman Aralıkları İçin Hacimlerinin Ortalama İlk Hane Rakam Dağılımının Benford Dağılımıyla Karşılaştırılması



	1	2	3	4	5	6	7	8	9
HACİM	0,32	0,19	0,12	0,09	0,07	0,06	0,06	0,05	0,04
BENFORD	0,30	0,18	0,12	0,10	0,08	0,07	0,06	0,05	0,05

Araştırma döneminde ilgili zaman aralıklarının işlem hacimlerinde ortalama ilk rakam olasılıkları Benford Kanunu'ndaki olasılıklarla çok yakın değerler almaktadır. Olasılıklara göre elde edilen eğriler oldukça benzerdir. Araştırılan dönem için zaman aralıklarının kapanış fiyatlarına göre ortalama ilk hane rakam olasılıkları ile Benford olasılıklarının karşılaştırılması Grafik 14'te verilmiştir.

Grafik 14. Bitcoin'in İncelenen Zaman Aralıkları İçin Kapanış Fiyatlarının Ortalama İlk Hane Rakam Dağılımının Benford Dağılımıyla Karşılaştırılması



	1	2	3	4	5	6	7	8	9
KAPANIŞ	0,16	0,18	0,10	0,22	0,08	0,13	0,06	0,02	0,04
BENFORD	0,30	0,18	0,12	0,10	0,08	0,07	0,06	0,05	0,05

Araştırma döneminde ilgili zaman aralıklarının kapanış fiyatlarının ortalama ilk rakam olasılıkları Benford Kanunu'ndaki olasılıklarla farklılıklar göstermektedir. Kapanış fiyatlarında ortalama ilk hane rakam olasılıklarında 1 ve 8 rakamıyla başlayanlar Benford olasılığının altında kalmış, 4 ve 6 rakamıyla başlayanlar Benford olasılığının üzerindedir. Diğer rakamların olasılıkları Benford olasılıkları ile çok yakın değerlerdedir.

5. Sonuç

Bu çalışmanın amacı olan kripto paralardan Bitcoin'in bir kripto para borsası olan OKcoin'de oluşan fiyatlarının ve hacimlerinin ilk hane rakam olasılıklarının Benford Kanunu'nu olasılıklarına göre uygunluğu analiz edilerek gerçekleştirilmiştir. Bitcoin'in 31/07/2015 ile 13/03/2018 tarih aralığındaki hacimlerinin ilk hane rakamlarının dağılımı Benford Yasasıyla uyumludur. Kapanış fiyatlarındaki ilk hane rakamlarının dağılımı Benford Yasasıyla uyumlu bulunmamıştır. Kapanış fiyatlarındaki ilk hane rakamlarından 1 ve 8 rakamlarının dağılımı Benford dağılımının altındadır. Kapanış fiyatlarındaki ilk hane rakamlarından 4 ve 6 rakamlarının dağılımı ise Benford dağılımının üstündedir. Bu durum incelenen her zaman aralığında aynı özelliği gösterdiğinden OKcoin borsasında oluşan fiyatların yapay olarak oluştuğu ihtimalini azaltmaktadır. Bu durumun yatırımcılar için psikolojik bariyer olabileceği, yatırımcıların belirli bir fiyattan satın almaya istekli veya isteksiz olmalarıyla ilgili olabilir. İlk hane rakamının dışında ilk iki ve üç hane rakamlarının dağılımları karşılaştırılabilir. Bitstamp, Bitfinex, Coinbase, Kraken ve Gemini gibi diğer Bitcoin borsaları da araştırılabilir.

Kaynakça

Akkaş, M.E. (2007). "Denetimde Benford Kanunu'nun Uygulanması", *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(1): 191-206.

Ateş, B.A. (2016). "Kripto Para Birimleri, Bitcoin ve Muhasebesi", *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1): 349-366.

Atik, M., Köse, Y., Yılmaz, B. & Sağlam F. (2015). "Kripto Para: Bitcoin ve Döviz Kurları Üzerine Etkileri", *Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, Cilt:6, Sayı:11, 247-261.

Cengiz, E. (2012). "Hile ve Risklerin Tespitinde Benford Analizi: Vaka Çalışması", Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi, 14(3): 111-128.

Çalış, Y.E., Keleş, E. & Engin, A. (2014). "Hilenin Ortaya Çıkarılmasında Bilgi Teknolojilerinin Önemi ve Bir Uygulama", Muhasebe ve Finansman Dergisi, 63: 93-108.

Çarkacıoğlu, A. (2016). "Kripto-Para Bitcoin", Sermaye Piyasası Kurulu, Araştırma Raporu, http://www.spk.gov.tr/SiteApps/Yayin/YayinGoster/1130, Erişim Tarihi:15.02.2018.

Das, R.C., Mishra, C.S. & Rajib, P. (2017). "Detection of Anomalies in Accounting DataUsing Benford's Law: Evidence from India", Journal of Social Science Studies, 4(1): 123-139.

Karavardar, A. (2014). "Benford's Law and an Analysis in Istanbul Stock Exchange (BIST)", International Journal of Business and Management, 9(4): 160-172.

Krakar, Z. & Žgela, M. (2009). "Evaluatıon of Benford's Law Application in Stock Prices and Stock Turnover", Informatologia, 42(3): 158-165.

Uzuner, M.T. (2014). "Benford Yasasının Borsa İstanbul'da İşlem Gören Bankaların Konsolide Bilançolarına Uygulanması", Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi, 5(10): 73-82.

Yıldırım, H. & İnel, M.N. (2012). "Muhasebe Denetiminde Örnekleme Tekniklerinin Değerlendirilmesi Üzerine Bir İnceleme", Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, XXXII(1): 261-276.

Yükçü S., Uğurluel G. & İrier S. (2008). The First Money in Anatolia. 12th World Congress of Accounting Historians, July 20-24, İstanbul, Conference Proceedings Vol.1. 197-209.

İklim Değişikliği ile Yiyecek ve İçecek Endüstrisi Ilişkisi

Serkan Yiğit, İsmail Armağan,Göksel Kemal Girgin

Full Text

Özet

Dünya nüfusunun hızlı artışına bağlı olarak, iklim değişikliğinin etkileri de hızlı bir şekilde artmaktadır. Her geçen gün etkileri gözle görülür ve hissedilir bir şekilde artan iklim değişikliği, günden güne insanların yaşantılarına olumsuz sonuçlar yaratmaktadır. Günümüzde hızlı bir şekilde artan insan nüfusu ile birlikte üretim sektörleri daha fazla doğal kaynağa ihtiyaç duyulmaktadır. Üretim sektörleri arasında olan yiyecek ve içecek işletmeleri üretimlerinde doğal kaynakları yoğun kullanmakta olan bir sektördür. İklim değişikliği yiyecek ve içecek endüstrisinin doğal kaynaklarını etkilemektedir. Bu çalışmanın amacı iklim değişikliğinin yiyecek ve içecek endüstrisi üzerindeki etkilerini ortaya koymaktır. Çalışmada, yiyecek ve içecek endüstrisinin özellikle üretim boyutunun iklim değişikliğinden ne yönde etkilendiğine vurgu yapılmıştır.

1. Giriş

Beslenme, insan hayatının varlığını sürdürebilmesi adına en temel ihtiyaçlarından başında gelmektedir (Yiğit ve Doğdubay, 2017:163; Bucak ve Ateş, 2014: 316). Bu temel ihtiyacın karşılanabilmesi adına, ilk insanlar toplayıcılık ve avcılık ile besin ihtiyaçlarını karşılamaktaydılar. Hayvanların evcilleştirilmesi, yerleşik hayata geçiş, tarım devriminin gerçekleşmesi ile beslenme olgusu farkı bir boyuta taşınmıştır (Görkem ve Sevim, 2016: 978). Gerçekleşen bu değişimlerin oluşumunda iklimin etkisi büyük orandadır. Tarım devrimi sırasında iklim şartları uygun olmamış olsaydı insanlık için farklı bir senaryo ortaya çıkabilirdi. Bu denli önemli olan dünya nüfusunun artışına bağlı olarak günden güne insanların yaşantılarına olumsuz sonuçlar yaratmaktadır. Günümüzde hızlı bir şekilde artan insan nüfusu ile birlikte üretim sektörleri daha fazla doğal kaynağa ihtiyaç duymaktadır. Yiyecek ve içecek işletmeleri üretimlerinde doğal kaynakları yoğun kullanmakta olan bir sektördür. Bu nedenle iklim değişikliğinin yaratmış olduğu olumsuz sonuçlardan etkilenmemesi kaçınılmazdır. Bu çalışmanın amacı iklim değişikliğinin yiyecek ve içecek endüstrisi üzerindeki etkilerini ortaya koymaktır. Çalışmada, yiyecek ve içecek endüstrisinin özellikle üretim boyutunun iklim değişikliğinden ne yönde etkilendiğine vurgu yapılmıştır. Yapılan çalışmada yöntem olarak, Yapılan bu çalışmada, nitel araştırma yöntemlerinden doküman inceleme yöntemi kullanılarak, ikincil veri ve bilgi kaynakları incelenmiştir.

2. Küresel Isınma ve İklim Değişikliği

Literatürde kimi zaman birbiri yerine kullanıldığı görülen küresel ısınma ve ilkim değişikliği aslında neden sonuç ilişkisi içerisindedir. Küresel ısınma; Dünya genelinde sıcaklığın sistematik bir biçimde yükselmesini ifade ederken, küresel iklim değişimi ise, küresel ısınmaya bağlı olarak yağış, nem, hava hareketleri, kuraklık gibi diğer iklim öğelerinin de değişmesi olarak tanımlanmaktadır (Çepel, 2003: 125).

Sera gazı emisyonlarındaki artış özellikle 1800'li yıllardan itibaren, yani sanayi devriminden günümüze kadar geçen sürede açıkça gözlenmektedir (Dellal, 2008: 103).

3. İklim Değişikliğinin Etkileri

İklim değişikliğinin dünya ve insanlar üzerinde çok fazla etkisi vardır. Bu etkiler çevresel ve sosyo-ekonomik olarak iki başlık altında toplanmaktadır. İklim değişikliğinin çevresel etkileri; ozon tabakasının incelmesi, su arzının daralması, deniz seviyesinin yükselmesi, türlerin neslinin tükenmesi, hava kirliği artışı, fırtınalarda meydana gelen artış, ormansızlaşma ve buna bağlı olarak çölleşmede yaşanan artışlar olarak gruplandırılmaktadır. İklim değişikliğinin sosyo-ekonomik etkileri ise; sağlık, gıda, yoksulluk, enerji talebi, iktisadi kalkınma ve büyümenin sürdürülememesi, göç olarak sıralanmaktadır (Türkeş vd., 2000: 13; Aksay vd., 2005:38).

3. 1. İklim Değişikliğinin Yiyecek ve İçecek Endüstrisine Etkileri

İklim değişikliğinin etkilerine bakıldığında bu etkiler genellikle çevresel ve sosyal-ekonomik etkiler olmak üzere iki ana başlık altında incelenmekte ve ele alınmaktadır (Sevim ve Ünlüönen, 2010: 44; Berrittella ve diğerleri, 2006: 913; Mushtag, 2016: 277; Silanikove ve Koluman, 2015: 28). Araştırmanın bu bölümünde ise belirtilen genel başlıklar altında kısaca ifade edilen, ancak günümüzde oldukça önemli hale gelen gıda üretim alanlarına etkileri değerlendirilmektedir.

Yiyecek- içecek endüstrisinin temelinde, toprak ve temiz su ile ilişkili olduğundan dolayı; küresel ısınmanın artması bu sektörün temelini oluşturan tarımsal üretimi, hayvansal üretimi, ve gıda güvenliğini tehdit etmektedir. Çalışmanın amacı, yiyecek ve içecek endüstrisinin özellikle üretim boyutunun iklim değişikliğinden ne yönde etkilendiğini belirlemektir. Bu amaçla çalışmada, iklim değişikliğinin yiyecek ve içecek endüstrisinin üretim boyutuna etkileri şu alt başlıklar altında incelenmiştir:

- İklim Değişikliklerinin Tarım Sektörü Üzerindeki Etkileri
- İklim Değişikliğinin Deniz Ürünlerine Etkisi
- İklim Değişikliğinin Besi Hayvancılığı ve Üzerine Etkileri

3. 2. İklim Değişikliğinin Tarım Sektörü Üzerindeki Etkileri

İklim, tarımsal üretimin gerçekleşmesini sağlayan en önemli faktördür. Bu nedenle iklim değişimlerinin bitkisel ürün miktarı ve verimlilik, toprak yapısı, hayvansal üretim ve verim, su kaynakları üzerinde etkiler olarak çeşitli yönleri söz konusudur (Bayraç ve Doğan, 2016:33). İklim değişikliği tarımsal üretim şekillerini değişime uğratmaktadır. Bu da tarım ürünlerindeki verimliliği düşürerek dünya gıda arz miktarı üzerinde stres oluşturmaktadır (McMicmael ve Githeko, 2007: 473).
İklim değişikliğinin tarım üzerine etkileri; gıda güvenliği, kalkınma ve uluslararası ticaret konularında ortaya çıkmaktadır. Tarımın insan beslenmesi yanında ekonomik bir faaliyet olması nedeniyle, iklim değişiklikleri sonucu oluşan üretim azlığı veya fazlalığı ekonomik dengeleri de büyük ölçüde değiştirmektedir (Bilgiç, 2017:20).

Üretim miktarının azalması sonucu tarım fiyatlarının artması enflasyon üzerinde, tarım ürünlerindeki arz açığının ithalatla karşılanması cari açık üzerinde, tarım sektöründe çalışan sayısının azalması işsizlik üzerinde, üreticilerin kuraklığı bağlı zararlarının bir bölümü ya da tamamının hükümetler tarafından karşılanması ise, bütçe üzerinde olumsuz yönde etki oluşturmaktadır (Bayraç ve Doğan, 2016: 34).

3. 3. İklim Değişikliğinin Deniz Ürünlerine Etkisi

Dünyada her geçen gün etkisini arttırmakta olan iklim değişiklikleri; denizleri doğal olarak da balıkları, balıkçılığı ve su ürünleri yetiştiriciliğini etkilemektedir (Miroğlu, 2011: 2). Dünya üzerinde meydana gelen iklim değişiklikleri nedeniyle; deniz ve tatlı su ekosistemlerinde meydana gelebilecek değişimler su ürünlerinin çeşitliliğini, miktarını ve kalitesini olumsuz yönde etkilemesi öngörülmektedir (Mol ve Doğruyol, 2012: 348). İklim değişikliğinin su ürünlerine etkileri genel olarak özetlenecek olursa (Mol ve Doğruyol, 2012: 349; Sağlam ve diğerleri, 2008: 92):

- Son 10 yıldır, yüksek su sıcaklığı ortalamalarına sahip olan kuzey sularından avlanan istiridyelerin tüketilmesiyle meydana gelen Vibrio Parahaemolyticus vakaları geniş salgınlara doğru yön değiştirmiştir.
- İklim değişikliğine bağlı olarak sulardaki patojen mikroorganizmalar, zararlı algler, toksik maddeler artacak ve bu su ürünlerinin çok daha fazla kontamine olmasına yol açacaktır.
- İklim değişikliği sonucunda patojen, parazit, virüs, kirletici, hastalık artışı olacağından su ürünleri işletmelerinde HACCP planı dahilinde tehlike analizleri yapılırken bu faktörlerin dikkate alınması ve kritik kontrol noktalarının buna göre belirlenmesi büyük önem taşıyacaktır.
- Daha uzun bir büyüme mevsimi, artan biyolojik süreç hızları ve giderek artan oksijen tüketim riski ortaya çıkmaktadır.
- Kıyı bölgelerde yaşayan balıkların deniz suyu seviyelerindeki yükselmelerden etkilenmeleri ve kirleticilerin deniz ortamına girmelerine neden olmaktadır.
- Yağış, tatlı su akışları ve göl seviyelerindeki değişmeler su ürünlerinin miktarı ve kalitesinde doğrudan bir etkiye sahiptir.

3. 4. İklim Değişikliğinin Besi Hayvancılığı Üzerine Etkileri

İnsan nüfusunun 2050 tarihinde 7.2 milyardan 9.6 milyara yükselmesi beklenilmektedir. Bu artışın anlamı dünya nüfusunun % 33 oranında artacak olacağını göstermektedir. Yaşanan bu nüfus artışıyla beraber et tüketiminde artışı beraberinde getirmektedir. 258 ton olan et üretiminin 2050 yılında 455 ton olması beklenmektedir. Bunun anlamı şu an ki üretimin iki katı olmasıdır. Besi hayvancılığı sektörü sera gazı emisyonuna % 14.5 oranında etki etmektedir. Bu oran beraberinde toprağın bozulmasına, hava ve su kirliliğine ve biyoçeşitliliğin azalması tehlikesini getirmektedir (Downing vd., 2015:146). İklim değişikliğinin besi hayvancılığına etkisi şu başlıklar altında toplanabilmektedir (Downing vd., 2015:147; Koç ve Uzmay, 2016: 30):

- Besi ve hayvanlarında meydana gelen hastalıklar,
- Hayvanların beslenmesinde kalite ve nitelik,
- Doğal kaynakların azalması,
- Besi hayvanlarının üremesinde görülen azalmalar,
- Biyoçeşitlikte meydana gelen kayıplar şeklindedir.

Sonuç ve Öneriler

İklim değişikliği günden güne etkisini arttırmakta olan bir küresel sorundur. Bu sorun insan ırkının sınırsız isteklerini karşılamak amacıyla daha fazla üretim yapılması

gün geçtikçe daha büyük bir sorun haline gelmektedir. Doğal kaynaklara bağlı olan yiyecek ve içecek sektörünün de iklim değişikliğinin yaratmış olduğu olumsuzluklardan etkilenmemesi kaçınılmazdır. Doğal kaynakların sınırsız olmadığı ve gün geçtikçe artan nüfusun isteklerini karşılamada sıkıntılar yaşadığı gerçeği göz ardı edilemez. Yiyecek ve içecek işletmeleri gün geçtikçe kullanmış olduğu doğal ürünlerin nicelik ve nitelik olarak kalitelerinde düşüş yaşadığı görülmektedir. Kaliteli ürünler ise yüksek fiyatlardan satılmaktadır. Bu durum yiyecek ve içecek işletmeleri üzerinde ekonomik bir baskı oluşturmaktadır.

Çalışmada yiyecek ve içecek endüstrisinin üretim boyutunun iklim değişikliği ile olan ilişkisi incelenmiştir. Yiyecek ve içecek işletmelerinin üretim boyutunun ilişki içerisinde olduğu doğal kaynaklardan olan tarım, deniz ürünleri ve besi hayvancılığının iklim değişikliği ile olan ilişkisi incelenmiştir. Bu üç doğal kaynak yiyecek ve içecek endüstrisi için temel taşlarındandır. Çalışma sonunda, artan nüfusa bağlı olarak doğal kaynakların gitgide azaldığı görülmektedir. Çalışma kapsamında şu öneriler geliştirilmiştir:

- Yiyecek ve içecek sektöründe gıda israfı azaltılmalıdır.
- Yiyecek ve içecek işletmeleri çevre dostu stratejileri benimsemelidir.
- Geri dönüşüme önem verilmelidir.
- Yiyecek ve içecek sektöründe doğada çözülmeyen plastik kullanımı azaltılmalıdır.
- Hormonlu gıdalar yiyecek ve içecek üretiminde kullanılmamalıdır.
- Değişen kalite ve kontrol sistemlerine ayak uydurulmalıdır.
- Su tüketimine özen gösterilmelidir

Anahtar Kelimeler: Yiyecek ve İçecek İşletmeleri, İklim Değişikliği, Küresel Isınma

JEL Kodu: Q54, Z31

KAYNAKÇA

Aksay, S. C., Ketenoğlu, O. ve Kurt, L. (2005). Küresel Isınma ve İklim Değişikliği, Selçuk Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Fen Dergisi, Sayı: 25, 29-41.

Bayraç, H. N. ve Doğan, E. (2016). Türkiye'de İklim Değişikliğinin Tarım Sektörü Üzerine Etkileri, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, 11(1), 23-48.

Berrittealla, M., Bigano, A., Roson, R. Ve Tol, S. J. R. (2006). A General Equilibrium Analysis of Climate Impacts on Tourism, Tourism Management, 27, 913-924.

Bilgiç, E. (2017). İklim Değişikliği ile Mücadelede Emisyon Ticareti ve Türkiye Uygulaması, Mali Hizmetler Uzmanlığı Uzmanlık Tezi, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı Strateji Geliştirme Başkanlığı.

Bucak, T. ve Ateş, U. (2014). Gastronomi Turizminin İl Turizmine Etkisi: Çanakkale Örneği, International Journal of Social Science, 28, 315-328.

Çepel, N. ve Ergün, C. (2002). Küresel Isınma ve Küresel İklim Değişikliği, TEMA Yayın No: 38, İstanbul.

Dellal, İ. (2008). Küresel İklim Değişikliği ve Enerji Kıskacında Tarım, İGEME'den Bakış, Sayı: 35, Ankara.

Downing, M. M. R., Nejadhashemi, P., Harrigan, T. ve Woznicki, A. S. (2015). Climate Change and Livestock: Impacts, Adatation and Mitigation, Climate Risk Management, 145-163.

Görkem, O. ve Sevim, B. (2016). Gastronomi Eğitiminde Geç Mi Kalındı Acele Mi Ediliyor?, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 15 (58), 977-988.

Koç, G. ve Uzmay, A. (2016). İklim Değişikliğinin Süt Sığırcılığı Üzerindeki Etkilerinin Gıda Güvencesi ve Ekonomik Açıdan Değerlendirilmesi, Tarım Ekonomi Dergisi, Cilt:22, Sayı:2, 29-35.

McMicmael, A. ve Githeko, A. (2007). Human Health, Executive Summary, Working Group II: Impacts, Adaptatotion and Vulnerability, IPCC.

Miroğlu, A. (2011). Küresel Isınma ve Balıkçılık, Mavi Yaşam Araştırma ve Haber Bülteni, Sayı: 4, 1-4.

Mol, S. ve Doğruyol, H. (2012). İklim Değişikliğinin Su Ürünlerine ve Tüketimine Etkisi, Journal of Fisheries Sciences, 6(4), 341-356.

Mushtag, S. (2016). Economic and Policy Implications of Relecation of Agricultural Production Systems Under Changing Climate: Example of Australian Rice Industry, Land Use Policy, 52, 277-286.

Sağlam, E. N, Düzgüneş, E. ve Balık, İ. (2008) Küresel Isınma ve İklim Değişikliği, Ege Üniversitesi Su Ürünleri Dergisi, 25 (1), 89-94.

Sevim, B. ve Ünlüönen, K. (2010). İklim Değişikliğinin Turizme Etkileri: Konaklama İşletmelerinde Bir Uygulama, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 28 (1), 43-66.

Silanikove, N. ve Koluman, N. (2015). Impact of Climate Change on the Dairy Industry in Temperate Zones: Predications on the Overall Negative Impact and on the Positive Role of Dairy Goats in Adaptation to Earth Warming, Small Ruminant Research, 123, 27-34.

Türkeş, M., Sümer, U. M. ve Çetiner, G. 2000. Küresel iklim değişikliği ve olası etkileri, Çevre Bakanlığı, Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi Seminer Notları (13 Nisan 2000, İstanbul Sanayi Odası), 7-24, ÇKÖK Gn. Md., Ankara.

Yiğit, S. ve Doğdubay, M. (2017). Gastronomi Eğitimi Alan Öğrencilerde Yiyecekte Yenilik Korkusu (Food Neophobia): Balıkesir Üniversitesi Örneği, Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 5 (Special Issue 2), 162-168.

Türkiye'de Bankacılık Sektörünün Karşılaştığı Mali Yükler

Pınar PEHLİVAN[61], Mazhar DEDE[62]

Full Text

1.Giriş

Mali sektör, özelinde bankacılık sektörü, sermaye birikimini hızlandırarak ve kaynakların verimli alanlara yönlendirilmesine katkı sağlayarak ekonomik büyüme sürecini etkiler. Bankacılık sektörünün en önemli işlevlerinden biri tasarruflarla yatırımlar arasında finansal aracılık görevini yerine getirmektir. Bankalar, mevcut kaynaklarını ve piyasadan sağladıkları fonları krediye dönüştürerek kârını maksimize etmeye çalışan kurumlardır. Bu sırada bir yandan rakipleri ile rekabet ederken, diğer yandan devletin kamusal nitelikli vergi ve mali yükümlülüklerine maruz kalırlar ve bu yükler, bankaların faaliyetlerini olumsuz yönde etkiler.

Bankalar bu yüklerin bir kısmını müşterilerden tahsil ederler, bir kısmını da ürün/hizmet fiyatlarına yansıtırlar. Ayrıca, kaynak maliyeti de artacağı için kredi fiyatları da yükselir. Bu durum, enflasyon, yatırımlar, ekonomik büyüme, bütçe gelirleri gibi birçok alanda olumsuz yansımalar meydana getirmektedir. Bankaların fon talep edenlerle fon arz edenler arasındaki aracılık işlevini etkin bir şekilde getirebilmeleri için aracılık maliyetlerinin yüksek olmaması gerekir.

Türk bankacılık sektörünün temel işlevi olan aracılık fonksiyonunu yerine getirebilmesi açısından aracılık maliyetlerinin yüksek olmaması, banka özelinde ve sektör genelinde önem taşımaktadır. Bu doğrultuda bu çalışmanın amacı, finans sektörüne yönelik vergileri kavramsal açıdan ortaya koyarak Türk bankacılık sektöründeki aracılık maliyetleri içerisinde önemli paya sahip olan mali yükümlülüklerin belirlenmesini ve aracılık maliyetlerinin azaltılması yönünde politika önerilerinde bulunulmasını sağlamaktır.

2.Genel Olarak

Finans sektörünün vergilendirilmesine yönelik öneriler uzun bir geçmişe dayanmaktadır. 1929'daki Büyük Buhran'dan başlayarak her ekonomik kriz döneminde özellikle spekülatif amaçlı uluslararası sermaye hareketlerinin vergilendirilmesi konusunda çeşitli öneriler ortaya atılmıştır. Finans sektörüne yönelik vergi önerilerinin temel ekonomik gerekçesi, kısa vadeli spekülatif finansal akımların varlık fiyatlarında şişkinliklere yol açması sonucu oluşan ekonomik kırılganlıkların giderilmesidir. (Güler vd., 2012: 4-6)

Bilindiği üzere, bankacılık faaliyetleri üzerindeki kamusal yükümlülükler hem bankalar hem de müşteriler açısından fon maliyetlerini artırmakta ve aracılık işlevini etkili bir şekilde yerine getirmelerine engel olmaktadır. Yüksek aracılık maliyetleri

[61] Doç.Dr. Manisa Celal Bayar Üniversitesi Demirci Meslek Yüksekokulu, Finans, Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü, Manisa Türkiye, pinar.pehlivan@cbu.edu.tr, pinarpehlivan1974@yahoo.com (Yazışma Yapılacak Yazar)
[62] Öğr.Gör. Manisa Celal Bayar Üniversitesi Demirci Meslek Yüksekokulu, Finans, Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü, Manisa Türkiye, mazhar.dede@cbu.edu.tr, dedem45@hotmail.com

beraberinde rekabeti bozucu etki yapmakta, bankacılık sisteminin etkin çalışmasına engel olmaktadır. (Kaya & Doğan, 2005: 1)

Aracılık maliyetlerinde kamusal yükümlülükler (vergi ve vergi benzeri yükümlülükler) önemli bir bileşen olarak ortaya çıkmaktadır. Yaratacağı muhtemel bozucu etkiler nedeniyle, mali sektörün vergilendirilmesinde çok dikkatli olunması gerekmektedir (Türkan vd., 2003: 16). Bu bağlamda, mali sistemin vergilendirilmesinde etkinliği ve istikrarı sağlamak için dikkat edilmesi gereken ve evrensel kabul görmüş bazı temel hususlar bulunmaktadır (Honohan, 1999: 5)

Türkiye'deki bankaların üzerinde birçok mali yük mevcuttur. Uluslararası düzeyde rekabet edebilen bir bankacılık sisteminin yaratılabilmesi için, bankaların taşıdıkları mali yüklerin hafifletilmesi gerekliliği, yaygın kabul gören bir yaklaşımdır. Türk bankacılık sistemi üzerindeki mali yüklerin diğer ülkelere göre daha fazla kalmasının Türk bankacılık sektörünün uluslararası rekabet gücünü olumsuz etkilemesi kaçınılmazdır (Yayla & Yaman, 2002: 1-2).

Bankaların temel işlevi vadesi, tutarı, para birimi farklı fonları toplayıp, bunları ihtiyacı olanlara aktararak ekonominin büyümesine katkı sağlamaktır. Mevduattan krediye dönüşüm beraberinde kaydi para yaratma işlevini de getirmektedir. Müşteri ihtiyaçlarının yerine getirilmesi ve her türlü finansal hizmetin sunulması bankaları birer hizmet kurumuna dönüştürmektedir. Bankalar sayesinde para politikaları da etkin bir şekilde yürütülebilmektedir. Bankacılığın işlevlerinin zamanla değişmesi ve artması, aracılık görevinin önemini azaltmamıştır (Kale, 2017: 210)

Finansal aracılık faaliyetlerinin yüksek maliyetlerle sürdürülebildiği bir ekonomide bankaların ve dolayısıyla reel sektörün faaliyet hacmi beklenen büyümeyi gösteremeyecektir. Aracılık maliyetlerinin önemli bir unsuru ise bankacılık sektöründeki düzenleme araçları, bu araçların niteliği ve finansal aracılık faaliyetlerinin vergilendirilmesidir. Türkiye'de bankacılık sektörü üzerinde, önemli sayıda vergisel yükler bulunmaktadır. Bu yük ve yükümlülükler bankaların faaliyetlerini, gerek kaynak sağlama ve gerekse kaynak kullanma maliyetleri yoluyla önemli ölçüde etkileyecek niteliktedir (Pınar, 2003: 41-42).

Bankacılık sektörünün, sistemdeki mevcut kaynakların en verimli şekilde dağılması için önemli bir aracılık rolü üstlendiği göz önüne alındığında, aracılık maliyetlerinin azaltılması, bankacılık sektörünün güçlendirilmesi açısından son derece büyük önem taşımaktadır (Tüsiad, 2003: 3).

3. Literatür

Bankacılık sektörünün aracılık maliyetleri konusunda literatürde akademik çalışmalara rastlanmaktadır. Pınar (2003) çalışmasında, bankacılık faaliyetleri üzerindeki vergi ve benzeri yüklerin aracılık maliyetlerini yükselterek bankacılık faaliyetlerini daralttığını ve karlılığı olumsuz etkilediğini ileri sürmektedir. Yalçınkaya & Kök (2016), 2005-2013 döneminde kredi maliyetlerinde ortaya çıkan belirgin artışların, hem finans sistemi hem de reel ekonomi üzerinde kaynak tahsisini bozucu yönde etki yarattığını ifade etmiştir. Ayrıca bu konuda BDDK'nın, AB Bakanlığı'nın ve Tüsiad'ın hazırladığı çalışmalarda da benzer sonuçlara ulaşılmaktadır.

4. Türk Bankalarının Mali Yükümlülükleri

Türk bankacılık sistemi üzerinde, vergi mevzuatının getirdiği çeşitli mali yükler bulunmaktadır. Bankaların özel - kamusal ya da yabancı sermayeli olmaları bakımından vergisel yükleri farklılık arz etmemektedir. Ülkemizde faaliyet gösteren bankalar hem elde ettikleri gelirler, hem de aracılık faaliyetleri nedeniyle pek çok verginin mükellefi ve/veya sorumlusudur.

Ülkemizde bankaların karşı karşıya kaldığı bu mali yükümlülükler aşağıda Tablo1'deki gibi sınıflandırılabilir.

Tablo 1.Bankaların Karşılaştığı Mali Yükümlülükler

Doğrudan Vergisel Yükümlükleri	**Dolaylı Vergisel Yükümlükleri**	**Diğer Mali Yükümlülükler**	**İstihdam İle İlgili Yükümlülükler**
Kurumlar Vergisi	Gelir Vergisi	Zorunlu Karşılıklar	Sosyal Sigorta Primleri
Finansal Faaliyet Harcı	BSMV	Kredi Karşılıkları	İşsizlik Sigortası
TMSF Primleri	Katma Değer Vergisi	Sisteme Giriş Payı	Kıdem Tazminatı
BDDK Katılma Payı	Damga Vergisi		İhbar Tazminatı
TBB Masraf İştirak Payı	Veraset ve İntikal Vergisi		
Emlak Vergisi	Kaynak Kullanımını Destekleme Fonu		
Motorlu Taşıtlar Vergisi			
Çevre ve Temizlik Vergisi			
İlan ve Reklam Vergisi			
Harçlar			

Kaynak: Bankacılık ve vergi mevzuatından tarafımızca derlenmiştir.

Türk bankacılık sektöründe faaliyet gösteren bankaların karşı karşıya kaldıkları mali yükümlülükleri ayrıntılı olarak değinmekte fayda vardır:

4.1. Doğrudan Vergisel Yükümlülükler

4.1.1.Kurumlar Vergisi

KVK'nın 1. maddesine göre sermaye şirketleri arasında sayılan A.Ş. şeklindeki bankalar, kurumlar vergisi mükellefidir. Kurumlar vergisi bankaların bir hesap dönemi içinde yurt içi ve yurt dışından elde ettikleri istisnalar hariç tüm kurum kazançlarının safi tutarı üzerinden alınmaktadır. Kanuni ve iş merkezlerinden birisi Türkiye'de bulunan bankalar Türk sermayeli veya yabancı sermayeli olup olmadıklarına bakılmaksızın tam mükellef olarak vergilendirilirken, kanuni ve iş merkezleri Türkiye'de bulunmayan yabancı bankaların şubeleri, dar mükellef kurum olarak kurumlar vergisi mükellefi olmaktadırlar (Pehlivan & Yurtsever, 2016: 86).

Kurumlar vergisinde vergilendirme dönemi, hesap dönemidir. Vergi oranı % 20'dir (KVK).

4.1.2.Finansal Faaliyet Harcı

Harçlar Kanunu'nun 113. maddesi gereğince, bankalar, sermaye piyasası aracı kurumları, yatırım ortaklıkları, finansal kiralama şirketleri, faktoring şirketleri, yetkili müesseseler, sigorta ve emeklilik şirketleri ile diğer finansal kurumlar yıllık olarak finansal faaliyet harçları ödenmek zorundadırlar.

Yıllık bazda alınan finansal faaliyet harçları, Harçlar Kanunu'nun 113. maddesi gereği her yıl Ocak ayının başında yıllık olarak tahakkuk ettirilmiş sayılıp, ayrıca mükellefe tebliğ edilmeksizin Ocak ayı içerisinde ödenmektedir. Belirtilen tarihten sonra yapılacak ödemelerde ise, idarece 6183 Sayılı Kanuna göre gecikme zammı uygulanmaktadır (Harçlar Kanunu).

2018 yılı için finansal faaliyet harçları aşağıda Tablo 2'de verilmektedir.

Tablo 2.Finansal Faaliyet Harçları (2018)

1-Banka Kuruluş ve Faaliyet İzin Belgeleri	**TUTAR**
a)Türkiye'de Kurulan Bankalar ile Yabancı Bankalarca Türkiye'de Açılan Merkez Şubelere İlişkin İzin Belgeleri (her yıl için)	423.536,30 TL
b)Serbest Bölgelerde Faaliyet Göstermek Üzere Kurulan Bankalar ve Açılan Yabancı Banka Şubelerine İlişkin Belgeler (her banka, her şube ve her yıl için)	423.536,30 TL
c)Bütün Bankaların Serbest Bölgedekiler de Dahil Olmak Üzere Açılan Şubeleri İçin Düzenlenen Belgeler (her şube ve her yıl için) Bir Önceki Takvim Yılı Başındaki Nüfusa Göre	
-Nüfusu 5.000'e Kadar Olan Belediyelerde -Nüfusu 5.000 ila 25.000 Arası Olan Belediyelerde -Nüfusu 25.000'den Fazla Olan Belediyeler ile Serbest Bölge Sınırları İçinde	25.411,80 TL 76.216,30 TL 101.648,60 TL
2-Sermaye Piyasasında Aracılık Yapan Kurumlara Verilen Yetki Belgeleri (Her belge için ayrı olmak üzere) (Her yıl için)	62.759,00 TL
3-Yatırım Ortaklığı Kurma ve Faaliyet İzin Belgeleri	62.759,00 TL

Kaynak: https://www.muhasebenet.net/haber.php?haber_id=22026 (02.01.2018 tarih, 001 sayılı Maliye Bakanlığı Sirküleri)

4.1.3.TMSF Primleri

Tasarruf mevduatı ve katılım fonu sigortası, mevduat ve katılım fonu toplamaya yetkili mevduat ve katılım bankalarının (kredi kuruluşlarının) BDDK tarafından faaliyet izinlerinin kaldırılması durumunda, mevduat ve katılım fonu hak sahiplerinin maruz kalacağı kayıpların devlet veya bu amaçla kurulmuş özel bir kurum tarafından kısmen ya da tamamen ödenmesinin garanti edilmesidir. Türkiye'de mevduatın ve katılım fonlarının sigortalanması yetki ve görevi kamu tüzel kişiliğini haiz TMSF'ye aittir (Bankacılık Kanunu).

Türkiye'de faaliyet gösteren, mevduat ve katılım fonu kabulüne yetkili yerli ve yabancı tüm kredi kuruluşları ile merkezi yurt dışında bulunan kredi kuruluşlarının Türkiye'deki şubelerinde bulunan mevduat ve katılım fonları sigorta sistemine dahildir. Tasarruf mevduatı ve katılım fonuna ilişkin sigorta primleri ilgili kredi kuruluşu tarafından TMSF'ye ödenir (www.tmsf.org.tr).

4.1.4.BDDK Katılma Payı

BDDK'nın mali kaynağı, bankalar, finansal kiralama şirketleri, faktoring şirketleri ve finansman şirketlerince katılma payı adı altında Kuruma yapılacak

ödemelerdir. Bu bağlamda Türkiye'de faaliyet gösteren mevduat ile kalkınma ve yatırım bankalarından, BDDK'nın giderlerine katılma payı olarak tahsil olunacak tutar, söz konusu kuruluşların bir önceki yılsonu bilanço toplamlarının onbinde üçünü geçemez. Belirlenen süre içerisinde ödenmeyen katılma payları 6183 sayılı Amme Alacaklarının Tahsil Usulü Hakkında Kanun hükümlerine göre tahsil edilir.

BDDK 2003 yılı başında bankacılık sektörü üzerindeki kamusal yükümlülüklerin azaltılmasına yönelik girişimlerde bulunmuştur (Kaya & Doğan, 2005: 10). Bu çerçevede, katılım payı oranı 23.09.2011 tarihinden itibaren, BDDK'nın bankalardan aldığı giderlere katılma payında onbinde 3'lük oran yerine onbinde 1,5 oranı uygulanmaktadır.

4.1.5.TBB Masraf İştirak Payı

Türkiye'de faaliyet gösteren mevduat ile kalkınma ve yatırım bankaları faaliyet izni aldıkları tarihten itibaren bir ay içinde TBB'ye üye olmak zorundadırlar. Birliğin bütçesinde yer alan masraf iştirak payları saptanan oy hakları ile orantılı olarak üyeler arasında bölüştürülür. düşen masraf iştirak payını Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası'nda açılan bir hesaba Haziran ayı sonuna kadar yatırmak zorunda olup, üyelerce süresi içinde yatırılmayan iştirak payları icra yoluyla tahsil edilir.

4.1.6.Emlak Vergisi

Bankaların, maliki bulundukları gayrimenkuller dolayısıyla emlâk vergisi yükümlülükleri de bulunmaktadır. Emlak Vergisi Kanunu'nda yer alan hükümler bankalar için herhangi bir farklılık gözetmeksizin binde 1 ile binde 6 arasında uygulanmaktadır. Emlak vergisi ödemek için mükellefler bağlı bulundukları belediyelerin emlak servislerine müracaat ederek ödemelerini gerçekleştirebilir. Taşınmaz malın bağlı olduğu belediyeye ödenmektedir (Emlak Vergisi Kanunu).

4.1.7.Motorlu Taşıtlar Vergisi

Bankalar sahip oldukları motorlu taşıtlar için bu vergiyi ödemekle yükümlüdürler. Söz konusu vergi, aracın cinsi, motor hacmi ve yaş bilgileri çerçevesinde belirlenen oranlar üzerinden hesaplanmaktadır. Motorlu taşıtlar vergisi her yılın Ocak ayında tahakkuk edilir. Ocak ve Temmuz ayları içerisinde iki eşit taksitte aracın bağlı bulunduğu vergi dairesine veya motorlu taşıtlar vergisi tahsilat yetkisi verilen banka şubelerine makbuz karşılığı ödenir. Vadesi geçen borçların ödenmesi vergi dairelerine yapılır (Motorlu Taşıtlar Vergisi Kanunu).

4.1.8.Çevre ve Temizlik Vergisi

Bankalar gerek genel müdürlük, gerek bölge müdürlükleri gerekse şubeler aracılığıyla faaliyette bulundukları belediyelere, su tüketim miktarı esas alınmak suretiyle hesaplanan çevre temizlik vergisi ödemekle yükümlüdürler. Çevre temizlik vergisi, büyükşehir belediyeleri ve bunun dışındaki belediyeler için değişen tarifelere göre ödenmektedir.

4.1.9.İlan ve Reklam Vergisi

Belediye sınırları ile mücavir alanları içinde yapılan her türlü ilan ve reklam vergiye tabidir. Bankalar, yurt dışından gönderilen ilan ve reklamlar dahil olmak üzere, ilan ve reklamı kendi adına yaptırdıkları surette verginin mükellefi olurlar. Vergi konusuna giren ilan ve reklamlar için ödenecek vergiler Kanunda yer alan tarifelerde

belirlenmiştir. Bütün ilan ve reklamların beher metrekaresinden yıllık olarak ilan ve reklam vergisi alınır.

4.1.10.Harçlar

Bankalar,

-İpotek tesisinde ipotekle sağlanan borç miktarı üzerinden binde 4,55,

-Mevcut ipotek derecelerinin sonradan istenilen değişikliklerde borç miktarı üzerinden binde 2,27.

- Mevcut ipotek derecelerinin sonradan istenilen değişikliklerinde borç miktan üzerinden binde 2,27, oranlarında tapu ve kadastro harçları ödemekle yükümlüdürler.

Ayrıca, bankalarca işlemlerin niteliğine bağlı olarak noter, yargı vb. harçlar da ödenmektedir.

4.2.Dolaylı Vergisel Yükümlülükler

Bankalar, kendileri doğrudan vergi dairesine ödemekle birlikte yasa gereği yansıtabildikleri bazı vergi yükümlülüklerini de yerine getirmek zorundadırlar. Bahsi geçen yükümlülükler şunlardır:

4.2.1.Gelir Vergisi

GVK'nın 94. maddesine göre, bankalar da anonim şirket olduklarından aşağıda belirtilen işlemlerinden gelir vergisi tevkifatı yapmak zorundadırlar.

-Çalıştırdıkları personele yapılan ödemelerden,

-Serbest meslek erbaplarına yapılan ödemelerden,

-Her nevi tahvil ve hazine bonosu faizlerinden,

-Mevduat faizleri ile katılım bankaları tarafından katılma hesabı karşılığında ödenen kâr paylarından,

%10-%15 arasında değişen oranlarda kesinti yapılır.

Gelir vergisi, hangi menkul kıymet üzerinden ne kadar vergi kesileceği, ne zaman beyanname verileceği ile ilgili detaylı bilgiler gereğince yapılacak kesintiler olup, esasen menkul kıymetlerin vergilendirilmesi esasına dayanmaktadır. Ancak burada bankalar bu verginin doğrudan mükellefi değil, hizmet sundukları müşterilerinin ödemek zorunda olduğu vergileri kesen ve vergi sorumlusu sıfatıyla vergi idaresine yatıran konumundadır (Gelir Vergisi Kanunu).

4.2.2.Banka ve Sigorta Muameleleri Vergisi (BSMV)

BSMV, bankacılık ve sigortacılık işlemlerinin vergilendirilmesine yönelik bir vergi olup, bankanın her ne şekilde olursa olsun bir muamele yapması ve bundan dolayı nakden veya hesaben bir para alması durumunda doğar. Verginin mükellefi bankadır ve

ödedikleri vergileri hizmet sundukları kişilerden tahsil ederler. BSMV'nin oranı, lehe alınan paralar üzerinden % 5'tir.

Kanundan anlaşıldığına göre, verginin doğması için bir banka, aracı kurum veya sigorta şirketince her ne şekilde olursa olsun bir muamele yapılması ve bundan dolayı nakden veya hesaben bir para alınması gerekir. Başka bir deyişle BSMV için yukarıdaki iki unsurun birlikte var olması şarttır. Bir muamele yapılmış olmakla beraber karşılığında bir para alınmış değilse vergiyi doğuran olayın meydana gelmeyeceği şüphesizdir.

4.2.3.Katma Değer Vergisi (KDV)

3065 sayılı KDV Kanunu'nun 1. maddesi, Türkiye' de ticari, sınai, zirai faaliyet ve serbest meslek faaliyeti çerçevesinde yapılan teslim ve hizmetlerin KDV'ye tabi olacağını hüküm altına alınmıştır. Dolayısıyla, bankaların Türkiye'de ve ticari faaliyet kapsamında yaptıkları hizmetleri KDV'nin konusuna girmektedir. KDV oranı farklı mal ve hizmet teslimi için % 1, % 8 ve % 18 olarak belirlenmiştir (KDV Kanunu)

4.2.4.Damga Vergisi

Damga Vergisinin konusu, yazılıp imzalanmak ve herhangi bir hususu ispat etmek için ibraz edilen bazı hukuki belgelerdir. Damga vergisi, vergi konusu kağıdın içeriğine göre maktu veya nispi olarak hesaplanmaktadır (Damga Vergisi Kanunu).

4.2.5.Veraset ve İntikal Vergisi

Doğrudan verginin mükellefi olmamakla birlikte, Veraset ve İntikal Vergisi Kanunu'nun 17. maddesine göre bankalar, veraset ve intikal vergisinin konusuna giren herhangi bir işlem dolayısıyla para ve senet verebilmek için verginin daha önce ödenmiş olduğunu gösteren ve vergi dairesince verilmiş bir belge istemek zorundadırlar. Bu belge ibraz edilmediği takdirde, hak sahiplerinden veraset yoluyla intikallerde % 5, ivazsız intikallerde ise % 15 oranında vergiye karşılık olarak bir kesinti yapılır (Veraset ve İntikal Vergisi Kanunu). Bankaların bu vergiden doğan sorumluluğu ölen kişiye ait paraların ve malların bankada bulunması halinde ortaya çıkar.

4.2.6.Kaynak Kullanımı Destekleme Fonu (KKDF)

KKDF, bankalarca kullandırılan krediler, yurt dışından sağlanan krediler ve vadeli ithalat üzerinden belirli oranlarda alınan bir fon olup vergi benzeri bir ödemedir. 29.07.2004 tarihinde bankalarca ticari amaçlı olarak kullandırılan kredilerde KKDF oranı sıfıra indirilmiştir. Konut kredilerinde KKDF tamamen kaldırılmıştır. Ortalama vadesi 1 yıl ve üzeri olan TL kredilerde KKDF kesinti oranı %0, ortalama vadesi 1 yıla kadar olanlarda ise %1 olarak belirlenmiştir.

4.3.Bankaların Karşılaştığı Diğer Mali Yükler

Ülkemizde bankacılık sektörünün üzerindeki mali yüklerin önemli bir kısmı vergisel yükümlülüklerden oluşsa da, vergiler dışında çeşitli maliyetlerle de karşılaştıkları bir gerçektir.

4.3.1.Zorunlu Karşılıklar

Bankaların karşı karşıya olduğu mali yüklerin en önemlilerinden biri de Merkez Bankası tarafından para politikası aracı olarak da kullanılan zorunlu karşılıklardır. Aşağıda belirtilen bilanço kalemleri; bir para politikası aracı olan zorunlu karşılığa tabi TL ve YP yükümlülüklerini oluşturur.

a) Mevduat/katılım fonu.

b) Repo işlemlerinden sağlanan fonlar.

c) Kullanılan krediler (Hazine garantisiyle sağlananlar hariç).

ç) İhraç edilen menkul kıymetler (net).

d) Sermaye hesaplamasına dâhil edilmeyen borçlanma araçları.

e) Yurt dışı merkeze yükümlülükler (net).

f) Kredi kartı ödemelerinden borçlar.

g) Müstakrizlerin fonları.

TL mevduatta %4-%10,5 arasında, YP yükümlülüklerde %9,5-%11 arasında zorunlu karşılık oranı uygulanmaktadır. Zorunlu karşılığa tabi yükümlülükler iki haftada bir cuma günü itibarıyla hesaplanır.

4.3.2.Kredi Karşılıkları

5411 sayılı Bankacılık Kanununun 53. maddesine göre bankalar; kullandırılan krediler nedeniyle olası kayıpları için karşılık ayırmak suretiyle mali bünyenin kötüye gitmesini önlemeye çalışırlar. Bir güven kurumu olan bankalar karşılık ayırmak suretiyle, bankacılık sisteminin istikrarlı yapısını korumaya çalışırlar. Bankalar kredileri için TFRS 9 kapsamında karşılık ayırırken, TFRS 9 uygulamayan bankalar ise genel ve özel karşılık ayırırlar (Bankacılık Kanunu).

4.3.3.Sisteme Giriş Payı

Bankalar kamu düzeni ve kamu yararı ile sıkı ilişki içinde olan kuruluşlardır. Bir güven kuruluşu olan ve kamu görevi yerine getirdiği düşünülen bankaların finansal sistemde ayrıcalıklı bir yapıya kavuşturulmasının karşılığı olarak kabul edilen "sisteme giriş payı"nın, Bankacılık Kanunu'nun 15/2. maddesi uyarınca, kuruluş izni verilen bankaların kurucularının TMSF'ye ödemesi gerekmektedir. Bu tutar, bankaların kuruluşunda aranan asgari sermaye tutarının %10'u kadardır (Bankacılık Kanunu).

3.4.İstihdam Edilen Personele İlişkin Yasal Yükümlülükler

4.4.1.Sosyal Sigorta Primleri

Bankaların istihdam ettiği personelin kanuni sosyal güvenlik sisteminden faydalanabilmesi için ödenmesi gereken primlerdir. Bir hizmet akdine dayanarak çalıştırılanlar Sosyal Güvenlik Kanunu kapsamına girer ve sigortalı sayılırlar. SGK uyarınca işverenler çalıştıracakları kişileri işe başlamadan önce SGK'ya bildirmekle yükümlüdür. İşverenlerin bir ay içinde ödeyecekleri primlerin hesabında o ay içinde sigortalıya nakdi olarak sağlanan tüm menfaatler dikkate alınır.

Tablo 3.SGK Kapsamında Sigortalıların Prim Oranları

Sigorta Kolları	İşçi Payı (%)	İşveren Payı (%)	Toplam (%)
Kısa Vadeli Sigorta Kolları Birimi	-	2	2
Malüllük, Yaşlılık ve Ölüm Sigortaları Primi	9	11	20
Genel Sağlık Sigortası Primi	5	7,5	12,5
Toplam	14	20,5	

Kaynak: http://www.kpmgvergi.com

Sosyal güvenlik primleri çalışılan o ay için ödenen brüt maaşın üzerinden işveren için %20,5 ve çalışan için %14 olarak hesaplanmaktadır. Ancak ödenecek primlerin hesabı sırasında SGK tarafından belirlenen alt ve üst sınırlar dikkate alınır (Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu).

4.4.2.İşsizlik Sigortası

Bir işyerinde çalışırken, herhangi bir kasıt ve kusuru olmaksızın işini kaybeden sigortalılara işsiz kalmaları nedeniyle uğradıkları gelir kaybını belli süre ve ölçüde karşılayan zorunlu sigortadır.

Tablo 4.İşsizlik Sigortası ve Sosyal Güvenlik Destekleme Primleri

	İşsizlik Sigortası Primleri	Sosyal Güvenlik Destekleme Primleri (Emekli)
İşçi	1,0	7,5
İşveren	2,0	22,5
Toplam (İşçi + İşveren)	3,0	30,0

Kaynak: http://www.malidanisman.com/Guncel_SGK_Prim_ve_Oranlari.htm

4.4.3.Kıdem Tazminatı

Kıdem tazminatı, işçinin çeşitli sebeplerden dolayı işinden ayrılırken işveren tarafından İş Kanunu gereğince ödemek zorunda olduğu bir tazminat şeklidir. Kendi isteğiyle işten ayrılan kişilere kıdem tazminatı ödenmez. Çalışanın işe başladığı tarihten itibaren hizmet akdinin devamı süresince her geçen tam yıl için işverence çalışana 30

günlük ücreti tutarında kıdem tazminatı ödenir. Kıdem tazminatının hesaplanmasında çalışanın aldığı son brüt ücret dikkate alınır (İş Kanunu).

4.4.4.İhbar Tazminatı

İş Kanunu'nun 17. maddesi uyarınca iş sözleşmelerinin feshinden önce durumun diğer tarafa yazılı olarak bildirilmesi esastır. Buna göre; 6 aya kadar süren çalışmalarda 2 hafta, 6 aydan 1,5 yıla kadar süren çalışmalarda 4 hafta, 1,5 yıldan 3 yıla kadar süren çalışmalarda 6 hafta, 3 yıldan uzun süren çalışmalarda 8 hafta bildirim süresi uygulanmaktadır (İş Kanunu).

5.Sonuç

Mali sektörün kalbi olan bankalar birçok maliyetle karşılaşmaktadır. Bankaların operasyonel maliyetlerinin yanı sıra, genel ekonomik ve kurumsal ortamdan kaynaklanan maliyetleri de bulunmaktadır. Bankacılık kesiminin yüksek, çok çeşitli ve dağınık bir mali yük yapısıyla karşı karşıya kaldığı ve bu yüklerin tasarrufların yatırıma dönüşme sürecinde faizler üzerinde önemli bir artışa neden olduğu bilinmektedir. Bankacılık kesimi üzerindeki yüklerin çok büyük bir bölümü doğrudan hanehalklarına ve firmalara yansıtılmaktadır.

Yüksek, çok çeşitli ve dağınık bir görünüm sergileyen kamusal yükümlülüklerin neden olduğu bu etkiler; mali sektör açısından:

• Yüksek mali yükler fon arz ve talebini daraltarak mali sistemin büyümesini, finansal hizmetlerde çeşitliliğin ve derinliğin artmasını önlemekte, mali sistemin şoklara karşı dayanıklılığı azalmaktadır.

• Yüksek maliyetlerin yarattığı düşük karlılık ve sermayenin vergilendirilmesi; Türk bankacılık sektöründe sermaye birikimini zorlaştırarak uluslararası alanda rekabet edebilir, büyük ölçekli bankaların ortaya çıkmasını önlemekte ve yabancı sermayenin sektöre girişi zorlaşmaktadır.

Asıl işlevleri mali aracılık olan bankaların söz konusu işlevlerini yerine getirebilmeleri için kaynak maliyetini artırıcı doğrudan veya dolaylı mali yüklerin en aza indirgenmesi gerekmektedir. Maliyetlerin en aza indirgenmesi Türk bankacılık sisteminin uluslararası rekabet koşullarına dayanabilmesi ve uzun dönemde sürdürülebilir bir karlılığa erişmesi bakımından çok önemlidir.

Çalışmada yapılan değerlendirmeler ışığında, ekonomideki yeri ve önemi tartışılmaz olan bankacılık sektörü üzerindeki vergi ve benzeri yüklerin ağırlığının, finans piyasasının gelişmesini olumsuz yönde etkilediği gibi, bu maliyetlerin hizmet ve kredi verilen müşterilere yansıtılması nedeniyle genel ekonomide de olumsuz sonuçlar doğurduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

Aracılık maliyetleri içerisindeki kamusal yükümlülüklerde iyileştirme yapılması, bankacılık sektörünün aracılık fonksiyonunu daha etkili bir şekilde yerine getirmesine katkıda bulunacaktır.

Anahtar Kelimeler: Bankaların Maliyetleri, Vergisel Yükler, Banka Yükümlülükleri

JEL Kodu: G21, G24, G28

Kaynakça

Güler, B., Keleş, E. & Uçar, Ö. (2012). "Finansal İşlem Vergileri ve AB Uygulaması", *T.C. Avrupa Birliği Bakanlığı, Ekonomik ve Mali Politikalar Başkanlığı Yayını*, Ankara.

Honohan, P. (2003), "Avoiding the Pitfalls in Taxing Financial Intermediation", *World Bank Policy Research Working Paper*, Nr. 3056, May.

Kale, S. (2017). "Türk Bankacılık Sektörünün Aracılık Fonksiyonu", *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt:2, Sayı:3, 209-220.

Kaya, Y. T., & Doğan, E. (2005). "Türk Bankacılık Sektöründe Aracılık Maliyetleri", *BDDK ARD Çalışma Raporları*, Ankara.

Pehlivan, P. & Yurtsever, H. (2016). *Türk Bankacılık Sektörü ve Mali Yükümlülükleri*, Legal Yayıncılık, 1. Baskı, İstanbul.

Pınar, A. (2003). "Bankacılık Faaliyetleri Üzerindeki Vergi ve Benzeri Yüklerin Ekonomik Etkileri: Türkiye İçin Nicel Bir Analiz", *Bankacılar Dergisi*, Sayı: 45, 40-60.

Türkan, E., Eroğlu, Z., Kaya, Y., Saygılı, Ş., Yayla, M., Mesutoğlu, B., . . . İpek, Ö. (2003). "Türk Bankacılık Sektöründe Aracılık Maliyetlerinin Azaltılması", *BDDK MSPD Çalışma Raporları*, Ankara.

Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği. (TÜSİAD). (2003). "Türk Bankacılık Sektörünün Maliyetlerine İlişkin Politika Önerileri", *20.03.2003 Tarihli Basın Bülteni,* www.tusiad.org.tr (27.02.2018)

Yayla, M. & Yaman, S. (2002). "Bankacılık Sektöründe Mali Yükler: Türkiye'de ve Dünya'da Borsa İşlem Giderleri", *BDDK MSPD Çalışma Raporları*, 2002/3, Ankara.

Emlak Vergisi Kanunu

Bankacılık Kanunu

Damga Vergisi Kanunu

Gelir Vergisi Kanunu

Harçlar Kanunu

İş Kanunu

Katma Değer Vergisi Kanunu

Kurumlar Vergisi Kanunu

Motorlu Taşıtlar Vergisi Kanunu

Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu

Veraset ve İntikal Vergisi Kanunu

Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu. (TMSF). www.tmsf.org.tr (28.03.2018)

Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu. (BDDK). www.bddk.org.tr (28.03.2018)

http://www.kpmgvergi.com (01.03.2018)

http://www.malidanisman.com/Guncel_SGK_Prim_ve_Oranlari.htm (03.03.2018)

https://www.muhasebenet.net (25.02.2018)

Katılım Sigortacılığının Türkiye'de Mevcut Durumu, Prim Üretimleri Bakımından Sigortacılık Sistemine Katkısının Yıllar İtibariyle Seyri

Pınar Pehlivan[63], Mazhar Dede[64]

Full Text

1.Giriş

Sigortacılık, insanların hayatlarının her döneminde karşılaşabileceği risklerden korunmasını sağlayan güvence aracıdır. Kişilerin karşılaşabileceği risklerin çeşitliliği onların sigorta sistemine katılma gereksinimini ortaya çıkarmaktadır. Bu gereksinimler, sisteme belirli primler ödenmesiyle elde edilmektedir. Günün gelişen koşullarıyla sigortacılık sistemi kendini sürekli güncellemelerle sigortalıların taleplerine karşılık vermektedir. Fakat sigortacılık siteminin temel yapısı olan güven, sektör var olduğu günden bu yana hep sabit kalmıştır. Yıllar itibariyle güven gereksinimlere yönelik branş çeşitliliği ihtiyaçları gidermiştir. Son yıllarda ülkemizde gelişim gösteren sigortacılık sistemi yapısına "Katılım Sigortacılığı" da eklenmiştir. Katılım sigortacılığının dünyadaki ilk uygulamaları 1970'li yıllara dayanmaktadır. Toplumun dini hassasiyetleri, faiz, belirsizlik gibi faktörlere bağlı olarak ortaya çıkmıştır.

Ülkemizde 2014 yılından itibaren faaliyet gösteren faizsiz finans sistemi, katılım sigortacılığının da sektöre dahil olmasının önünü açmıştır. Katılım sigortacılığında, ileride sigortalıların karşılaşabilecekleri risk unsurlarına yönelik ortak bir fon havuzuna önceden anlaşarak belirli bir katkı yapılması ve riskin gerçekleşmesi halinde sözleşme hükümleri dahilinde zararların giderilmesi amaçlanmaktadır. Risk gerçekleşinceye kadar havuz İslami ölçülere uygun yatırımlarda değerlenmektedir. Katılım sigortacılığı, günümüz sigortacılığına entegre edilen hükümleri ve işleyişi yasalarla belirlenmiş olan faizsiz olduğu ileri sürülen ve günümüzde gelişim gösteren sigortacılık yöntemidir.

Bu çalışmada 2014-2017 yılları arasında katılım sigortacılığının sektördeki mevcut durumu, sektöre kazandırdıkları ve gelişim seyri incelenmiş ve gelişme sürecindeki katılım sigortacılığı sistemine yönelik çeşitli önerilerde bulunulmuştur.

2.Literatür

Katılım sigortacılığının ülkemizde yeni oluşumu nedeniyle literatürde az sayıda akademik çalışma yer almaktadır. Aslan (2015) çalışmasında, Türkiye açısından İslami sigortacılığı incelemiş ve katılım sigortacılığı ile diğer sigorta uygulamalarının benzerlik ve farklılıklarını ortaya koymuştur. Özcan, (2017) çalışmasında katılım sigortacılığının tarihsel gelişimi ve konvansiyonel sigorta ile katılım sigortacılığı muhasebe esaslarını değerlendirmiştir. Altıntaş (2016), katılım sigortacılığının son dönemde önemli bir yükseliş gösterdiğini ileri sürmüştür. Kumru & Akıncı (2017) sistemin Türkiye'ye nasıl giriş yaptığı ve sektöre nasıl entegre edildiğini ortaya koymuş, Sezal (2017) ise katılım sigortacılığının dünyadaki gelişimi değerlendirmiş, Türkiye uygulamaları ile karşılaştırarak eksiklikler hakkında görüş sunulmuştur. Aslan & Durmuş (2015), çalışmalarında sistemin ülkemizde yeni bir uygulama olduğunu, Türkiye'nin dünya

[63] Doç.Dr. Manisa Celal Bayar Üniversitesi Demirci Meslek Yüksekokulu, Finans, Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü, Manisa Türkiye, pinar.pehlivan@cbu.edu.tr, pinarpehlivan1974@yahoo.com (Yazışma Yapılacak Yazar)
[64] Öğr.Gör. Manisa Celal Bayar Üniversitesi Demirci Meslek Yüksekokulu, Finans, Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü, Manisa Türkiye, mazhar.dede@cbu.edu.tr, dedem45@hotmail.com

sigortacılık oranlarının düşük olduğunu, bu uygulama ile sektörün gelişim kaydedeceğini ileri sürmüştür. Yıldırım (2014) ise katılım sigortacılığının dünyadaki gelişimini değerlendirmiş, Türkiye'nin katılım sigortacılığıyla ilgili tam olarak yasal düzenlemelere sahip olmadığını ancak yıllar itibariyle gelişim kaydedebileceğini savunmuştur.

3.Katılım Sigortacılığı (Tekafül)

Karşılıklı güven ve dayanışma gibi anlamlara gelen tekafül, İslami sigortacılığı ifade etmek için kullanılan ve yardımlaşma usulüyle yapılan karşılıklı sigortadır. İslami sigorta, "belirli rizikolara maruz şahısların bu rizikoların gerçekleşmesiyle ortaya çıkacak zararların telafisi üzerine anlaşmalarıdır" şeklinde tanımlanmaktadır. Bu anlaşma bağlamında katılımcılar bir araya gelerek belirli bir meblağ para toplayarak, katılımcılar arasından biri herhangi bir zarara uğradığı zaman bu fon tarafından zararı tazmin edilir. (Aslan, 2015: 98). Toplanan bu fonların yatırıma yönlendirilen kısımları ise İslami usullere uygun yatırım araçlarına yönlendirilmeleri gerekmektedir (Khan, 2003: 177).

Tekafül; müşterek risk paylaşımı, karşılıklı sorumluluk, karşılıklı koruma ve üyeler arasında dayanışma gibi ilkelere dayanmaktadır (Yanpar, 2014: 258-259). Bu temel ilkeler tekafülü geleneksel sigortacılıktan ayıran en önemli özellikler arasında olmakla birlikte her iki sistemin birbirinden ayrılan başka yönleri de bulunmaktadır. Geleneksel sigortacılık, tekafülden şirketin fonlar üzerindeki hakları, sözleşme yapısı, toplanan fonların değerlendirilmesi, risklerin üstlenilmesi gibi açılardan da farklılıklar göstermektedir.

Katılım sigortacılığı; değişik fertlerin birleşerek, içlerinden zarara maruz kalan katılımcıların zararının tazmin edilmesi üzerine yaptıkları bir yardımlaşmadır. Bu sistemde toplanan paralar yardımlaşma sandığı ya da risk fonu olarak adlandırılan prim havuzunda birikir ve katılımcılardan (poliçe sahipleri) hasara uğrayanların zararları bu havuzdan tazmin edilir.

Tekafül sisteminde katılımcıların gönüllülüğü esastır. Bu nedenle toplanan katkılar prim değil, "teberru" yani bağış olarak nitelendirilmektedir. Katılımcılardan toplanan bu katkıların sahipliği tamamen katılımcılara aittir ve bu fonların yatırıma yönlendirilen kısımlarının İslami usullere uygun finansal araçlara yönlendirilmesi gerekmektedir (Jamaldeen, 2012: 299).

Ülkemizde katılım bankalarının finans sektöründe gelişmesi, faizsiz sigortacılık piyasasına giriş için iyi bir fırsat oluşturmuştur. Kamu bankalarının da İslami finans sektörüne girmesi ile birlikte bu dönemde faizsiz finans sektörünün önünü açmada önemli bir dönemeç olmuştur. Türkiye'nin İslami finans ve katılım sektörü için büyük potansiyele sahip bir piyasa olduğu yönünde ortak görüş bulunmaktadır. Bu durum faizsiz sigortacılık açısından Türkiye'nin önemli bir sektör olacağına işaret etmektedir.

Türkiye'de katılım sigortacılığı sistemini uygulayan şirketlerin, katılım bankalarının yan kuruluşları oldukları bilinmektedir. Bu şirketler bir yandan elementer branşlarda sigortacılık hizmeti verirken, diğer yandan hayat ve emeklilik branşlarında da topladıkları fonları İslami usullere uygun olarak değerlendirirler.

Türkiye'de tekafül sigortacılığı faaliyetinde bulunan katılım sigorta şirketleri, topladıkları fonların büyük bir bölümünü katılım bankalarındaki hesaplarda değerlendirmektedirler. Bu açıdan bakıldığında, katılım sigortacılığın gelişmesinin, katılım bankacılığı ile bağlantılı olduğunu ileri sürmek mümkündür. Özellikle Türkiye'de

son zamanlarda İslami finans enstrümanlarının çeşitlenmesi ve katılım bankacılığının da gelişmesiyle katılım sigorta şirketlerinin yatırım alternatifleri de artmıştır.

Katılım sigortacılığı, günümüz sigortacılığına entegre edilen hükümleri ve işleyişi yasalarla belirlenmiş olan faizsiz olduğu ileri sürülen ve günümüzde gelişme sürecinde olan bir sigortacılık yöntemidir. Ancak bu süreçte katılım sigorta sisteminin hızlı bir gelişim süreci gösterebilmesi ve etkin bir biçimde faaliyet göstermesi için alınması gereken bazı tedbirler bulunmaktadır. Öncelikle, faizsiz sigortacılığa ilişkin mevzuat altyapısının güçlendirilmesi gerekmektedir.

Türkiye'de faizsiz sigorta şirketlerinin sektörde ortak iş yapabilecekleri ortamların oluşturulması, katılım sigorta şirketlerinin teknolojik altyapısının ve insan kaynağı kalitesinin artırılması, katılım sigortacılığı ürünlerinin çeşitlendirilmesi, kamunu bu konuya güçlü bir şekilde destek olması bu sistemin çekiciliğini artıracaktır (Sezal, 2017: 1166-1167).

4.Yöntem

Bu çalışmada, 2014-2017 yılları arasında katılım sigortacılığının sektördeki mevcut durumu, sektöre kazandırdıkları ve gelişim seyri incelenmiş ve gelişme sürecindeki katılım sigortacılığı sistemine yönelik çeşitli önerilerde bulunulmuştur.

Katılım sigortacılığının ülkemizde henüz yeni bir sistem olması nedeniyle 2014 yılından itibaren veri elde edilmeye başlanmıştır. Türkiye Sigorta Birliğinden elde edilen veriler ışığında; sektörün genel yapısı, elde edilen primler, şirketlerin pazar payı ve toplam prim değişimleri, alt branşlar itibariyle adet ve prim yapıları incelenmiş, katılım sigortacılığının prim üretimleri ile sigortacılık sektörüne katkısı ve durumu 2014-2017 verileri ile karşılaştırmalı değerlendirilmiştir.

5.Bulgular

Türkiye'nin İslami finans ve katılım sektörü için büyük potansiyele sahip bir piyasa olan Türkiye'de, son yıllarda faizsiz finans kurumları olan katılım bankacılığı ile birlikte katılım sigortacılığı da gelişme göstermiştir.

Bu bağlamda öncelikle Türkiye'de sigortacılık ve sektörünün ve katılım sigortası şirketlerinin prim üretimlerini değerlendirmek gerekmektedir. Tablo 1, hayat branşı, hayat dışı branşlar ve toplam bazda sigortacılık sektörü ile katılım sigortacılığı yapan şirketlerin toplam prim üretimlerini ve katılım sigortacılığının tüm sektör içindeki payını göstermektedir.

Tablo 1. Toplam Prim Üretimi (TL)

	SİGORTA SEKTÖRÜ			KATILIM SİGORTACILIĞI			
Yıllar	**Hayat**	**Hayat Dışı**	**Toplam**	**Hayat**	**Hayat Dışı**	**Toplam**	**Oran %**
2014	3.254.724.603	22.522.126.665	25.776.851.269	3.373.073	380.348.970	383.722.042	**1,49**
2015	3.731.046.840	27.042.728.896	30.773.775.736	17.052.565	516.015.579	533.068.144	**1,73**
2016	5.010.912.727	35.180.461.815	40.191.374.542	26.329.452	1.019.253.584	1.045.583.036	**2,60**
2017	6.813.072.059	39.368.744.634	46.181.816.693	46.622.998	1.269.181.627	1.315.804.626	**2,85**

Kaynak: www.tsb.org.tr

Tablo 1 değerlendirildiğinde, 2014 yılında sigorta sektöründe 3,2 milyar TL hayat branşında, 22,5 milyar TL hayat dışı branşlarda olmak üzere toplam 25,7 milyar TL2lik prim üretimi gerçekleşmiştir. Aynı yıl katılım sigortacılığında ise 3,3 milyon TL hayat branşında, 380,3 milyon TL de hayat dışı branşlarda olmak üzere toplam 383,7 TL'lik prim üretimi yapılmış ve sektörün ancak yaklaşık % 1,49'u oranında prim üretimi katılım sigortacılığı yapan şirketler tarafından gerçekleştirilebilmiştir.

2017 yılında tüm sektördeki 46,1 milyar TL'lik prim üretimine karşın, katılım sigortacılığı yapan şirketlerin prim üretimi 1,3 milyar TL'ye kadar ulaşabilmiştir.

Katılım (tekafül) sigortacılığı yapan şirketlerin prim üretimleri yıllar itibariyle hem hayat branşında, hem de hayat dışı branşlarda artış göstermiştir. Buna paralel olarak katılım sigortacılığının tüm sigorta sektörü içindeki payı, 2014 yılında 1,49 iken, 2015 yılında 1,73'e, 2016 yılında 2,60'a ve nihayet 2017 yılında da 2,85'e yükselmiştir. Bu durum katılım sigortacılığının önümüzdeki dönemlerde de artış eğilimi göstereceğinin işaretidir.

Aşağıda Tablo 2'de katılım sigortacılığının 2014-2017 yıllarına ait pazar payları, sigorta branşları bazında gösterilmektedir.

Tablo 2.Katılım Sigortacılığı Pazar Payları

	KATILIM SİGORTACILIĞI PAZAR PAY VE TOPLAM PRİM DEĞİŞİMLERİ			
	2014	2015	2016	2017
Branş Adı	Toplam Üretim (TL)	Toplam Üretim (TL)	Toplam Üretim (TL)	Toplam Üretim (TL)
KAZA	37.516.732	29.852.484	103.023.199	127.229.681
HASTALIK-SAĞLIK	15.120.556	11.878.689	150.431	214.875
KARA ARAÇLARI	90.422.063	118.755.697	159.479.320	207.818.284
Kasko	90.422.063	118.755.697	159.479.320	207.818.284
RAYLI ARAÇLAR	0	0	0	0
HAVA ARAÇLARI	0	50.099	8.217	211
SU ARAÇLARI	22.208	0	0	0
NAKLİYAT	1.326.638	2.201.774	3.559.991	5.182.742
YANGIN VE DOĞAL AFETLER	47.243.313	61.602.662	74.315.814	101.938.472
GENEL ZARARLAR	24.786.995	17.445.213	57.549.405	73.052.816
KARA ARAÇLARI SORUMLULUK	153.290.830	262.322.990	597.394.036	731.751.260
Trafik-Yeşil Kart Dahil	127.616.720	197.014.393	545.296.314	708.630.719
HAVA ARAÇLARI SORUMLULUK	0	39.952	73.959	117.709
SU ARAÇLARI SORUMLULUK	0	0	0	0
GENEL SORUMLULUK	3.169.365	4.689.574	5.736.568	7.804.327
KREDİ	0	0	0	0
KEFALET	927.048	952.594	986.998	1.326.916
FİNANSAL KAYIPLAR	47.718	66.538	70.442	185.293
HUKUKSAL KORUMA	6.475.504	6.342.193	16.933.447	12.609.736
DESTEK	0	0	0	0
HAYATDIŞI TOPLAM	**380.348.970**	**516.200.460**	**1.019.281.828**	**1.269.232.324**
HAYAT TOPLAM	**3.373.073**	**17.052.565**	**26.329.452**	**46.622.998**
GENEL TOPLAM	**383.722.042**	**533.253.025**	**1.045.611.280**	**1.315.855.322**

Kaynak: www.tsb.org.tr

Tablodan da görüleceği üzere, inceleme dönemi boyunca katılım sigortacılığı yapan şirketler tarafından “raylı araçlar”, “su araçları sorumluluk”, “kredi” ve “destek” sigorta branşlarında prim üretimi yapılamamıştır. Ancak incelenen dört yılda da hemen hemen en fazla prim üretiminin yapıldığı branş, “kara araçları sorumluluk sigortası” ile “trafik sigortası” olmuştur.

Katılım sigortacılığında yıllar itibariyle prim değişimleri aşağıda Tablo 3’de belirtildiği gibidir.

Tablo 3.Katılım Sigortacılığı Toplam Prim Değişimleri

	DEĞİŞİM YÜZDELERİ		
Branş Adı	2014/2015	2015/2016	2016/2017
KAZA	-26,87%	217,98%	10,34%
HASTALIK-SAĞLIK	-27,80%	-98,83%	27,63%
KARA ARAÇLARI	20,70%	23,74%	16,43%
Kasko	20,70%	23,74%	16,43%
RAYLI ARAÇLAR	0,00%	0,00%	0,00%
HAVA ARAÇLARI	0,00%	-84,89%	-97,71%
SU ARAÇLARI	-100,00%	0,00%	0,00%
NAKLİYAT	52,53%	48,98%	30,08%
YANGIN VE DOĞAL AFETLER	19,84%	11,16%	22,56%
GENEL ZARARLAR	-35,32%	203,96%	13,42%
KARA ARAÇLARI SORUMLULUK	57,27%	109,83%	9,44%
Trafik-Yeşil Kart Dahil	41,88%	155,03%	16,11%
HAVA ARAÇLARI SORUMLULUK	0,00%	70,57%	42,20%
SU ARAÇLARI SORUMLULUK	0,00%	0,00%	0,00%
GENEL SORUMLULUK	35,99%	12,71%	21,56%
KREDİ	0,00%	0,00%	0,00%
KEFALET	-5,56%	-4,53%	20,12%
FİNANSAL KAYIPLAR	28,15%	-2,45%	135,03%
HUKUKSAL KORUMA	-9,99%	146,01%	-33,46%
DESTEK	0,00%	0,00%	0,00%
HAYATDIŞI TOPLAM	**24,7%**	**81,9%**	**11,3%**
HAYAT TOPLAM	**364,6%**	**42,3%**	**58,2%**
GENEL TOPLAM	**27,7%**	**80,7%**	**12,4%**

Kaynak: www.tsb.org.tr

Tablo 3 incelendiğinde, bazı yıllarda bazı sigorta branşlarının prim üretimlerinde azalışlar olsa da, toplamda bakıldığında her yıl artış olduğu göze çarpmaktadır. Buna göre katılım sigortacılığı faaliyetinde bulunan şirketlerin prim üretimleri, bir önceki yıla göre 2015 yılında %27,7, 2016 yılında %80,7 ve 2017 yılında da %12,4 oranında artış göstermiştir.

6.Sonuç

Amacı; kendine özgü yöntem ve ilkelere göre topladığı fonların ticaretini yine aynı ilkelere göre yapmak olan faizsiz finans sistemindeki işlemler, bankacılık ve sigortacılık işlemleri olarak birbirini tamamlar. Küresel olarak bakıldığında; faizsiz finans sisteminde son yıllarda görülen gelişmeler, sektörün geleneksel bankacılık ve sigortacılıktan daha hızlı büyüdüğünü göstermektedir.

Katılım bankacılığının gelişmesine paralel olarak ortaya çıkan ve gelişme gösteren katılım sigortacılığı, İslami esaslara göre çalışan ve temeli ortaklık, yardımlaşma ve faizsizlik esası olan bir sistemdir. Bu çalışmanın amacı; faizsiz ürünlere artan ilgiyle birlikte gelişme gösteren faizsiz (katılım) sigortacılığın ya da tekafül sisteminin ülkemizdeki gelişimi ortaya koymaktır.

Çalışmada; 2014-2017 yılları için katılım sigortacılığının genel yapısı, elde edilen primler, şirketlerin pazar payı ve toplam prim değişimleri incelenmiş, katılım sigortacılığının sigortacılık sektörüne katkısı ve sektör içindeki payı prim üretimi açısından değerlendirilmiştir.

Katılım sigortacılığının sektördeki payı 2014 yılında %1,49 iken 2017 yılında %2,85'e yükselmiştir. Bu durum katılım sigortacılığının geleceğe yönelik olarak gelişim

gösterecek özelliğe sahip olduğunu ve yıllar itibariyle artan oranda sektöre katkı sağlayacağını göstermektedir.

Türkiye'de katılım sigortacılığının yaygınlaştırabilmesi ve büyüyebilmesi için öncelikli olarak; konunun bilinirliğinin arttırılmasına yönelik olarak eğitim-öğretim faaliyetleriyle ilgili çalışmalar yapılmalı, bu sistemin yasal bir mevzuata kavuşturulması sağlanmalıdır. Ayrıca katılım sigorta şirketlerinin teknolojik altyapısını ve insan kaynağı kalitesini artırılması, katılım sigortası ürünlerinin çeşitlendirilmesi de bu sistemin cazibesini artırabilecektir.

Anahtar Kelimeler: Katılım Sigortacılığı, Faizsiz Sigorta, Tekafül, Sigortacılık Sistemi.

JEL Kodu: G22, G29

Kaynakça

Altıntaş, K.M. (2016). "Katılım Bankacılığı Çerçevesinde Alternatif Bir Sigorta Sistemi: Tekafül Sigorta Sisteminin Türkiye'de Uygulanabilirliği", *AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt:16, Sayı:2, 115-142

Aslan, H. (2015). "Türkiye Tekafül (İslami Sigorta) Uygulamaları: Problemler ve Çözüm Önerileri", *Uluslararası İslam Ekonomisi ve Finansı Araştırmaları Dergisi*, Cilt:1, Sayı:1, s.93-117.

Aslan, H. & Durmuş, M.E. (2015). "İslami Sigortacılık: Yöneticilerin Perspektifinden Türkiye Uygulaması", *İslam Ekonomisi ve Finansı Çalıştayları-3 Bildiriler Kitabı*, Sakarya, 61-82.

Jamaldeen, F. (2012). *Islamic Finance for Dummies*, John Wiley&Sons, New Jersey, USA.

Khan, M.A. (2003). *Islamic Economics and Finance: A Glossary*, Routledge Printing, 2nd Edition, London.

Kumru, Y. & Akıncı, S. (2017). "Finans Piyasalarında İslami Bankacılık ve Faizsiz Sigortacılık: Türkiye Örneği", *EconWorld2017 Paris Kongresi*, 25-27 Haziran, Paris, s.1-24.

Özcan, S. (2017). "Tekafül Muhasebesi", *World of Accounting Science*, Vol.:19, Issue:2, s.351-377.

Sezal, L. (2017). "Türkiye Sigorta Sektörünün Değerlendirilmesi ve Faizsiz Sigortacılık Sisteminin Uygulanabilirliği", *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt:10, Sayı:52, s.1156-1167.

Türkiye Sigorta Reasürans ve Emeklilik Şirketleri Birliği. (TSB). www.tsb.org.tr (01.03.2018)

Yanpar, A. (2014). *İslami Finans: İlkeler, Araçlar ve Kurumlar*, Scala Yayıncılık, İstanbul.

Yıldırım, İ. (2014). "Tekafül Sigortacılık Sisteminin Dünyadaki Gelişimi ve Türkiye'ye Uygulanabilirliği", *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, Cilt:6, Sayı:2, s.49-58.

Analysis on Accessibility of Urban Park: The Case Study of Lozan Park

Sertaç Güngör[65], Ahmet Tuğrul Polat [66], Ertan Düzgüneş[67]

Full Text

1. Introduction

For Survey on Problems and Expectations of Disabled People (2010); disabled individuals are unable to ensure by their self, wholly or partly, the necessities of a normal individual and/or social life, as a result of deficiency, either congenital or not, in their physical capabilities. 280.014 disabled individuals, recorded in the National Disabled People Database created by General Directorate of Services for Disabled Persons and Elderly are covered that they have got a health report about type of disability and being disabled at least 20% and they have lived in households inside borders of Republic of Turkey.

It is possible to provide accessible living spaces and landscapes by integrating the disabilities with the social and physical environment. Whatever the age, mental or physical nature of the people, the areas in which people can fulfill their compulsory and arbitrary needs in spite of their inadequacy are accessible landscapes (Çınar 2010).

Physical hindrances are considered in landscaping studies in big cities, but landscaping studies are not "sustainable". Today, interest in "accessible designs" is felt on the transportation axes of the city center (pedestrian roads, motorway, stairs, squares, etc.) (Bekçi 2012).

On a national scale, 5378 no Law on the Handicapped (Disabled) People provides this definition: “a 'disabled person' is the one who, due to his/her genetic predisposition or any given adventitious mishap, loses in varying degrees his physical, mental, spiritual, sensory and social abilities which ultimately leads the individual to seek assistance in adapting to social life and meet the necessities of daily life and in need of protection, care, rehabilitation, counseling and support services (Kuleli 2012).

The accessibility of urban park green space is an important indicator to reflect how much the natural service supplied by parks could be enjoyed by citizens conveniently and fairly (Lu et all. 2014).

Accessibility and availability of a space has a significant importance during the participation of individual to the social life. Consequently, in order to keep their life barrier-free as the others, all spaces should be planned, designed and applied for handicapped people. The perception that handicapped individuals are helpless and devour causes a social isolation from the community and this situation makes them hopeless and aimless (Olgun and Yılmaz 2014).

[65] Assoc. Prof. Dr., University of Selçuk , Faculty of Agriculture, Landscape Architecture Department, Konya/Turkey, sertac@selcuk.edu.tr (corresponding author)
[66] Assoc. Prof.Dr., University of Selçuk , Faculty of Agriculture, Landscape Architecture Department, Konya/Turkey atpolat@selcuk.edu.tr
[67] Assist. Prof.Dr., Karadeniz Technical University, Faculty of Forestry, Landscape Architecture Department Trabzon/Turkey ertanduzgunes@gmail.com

Urban parks are the important recreation site for citizens, viewed as basal green infrastructure and crucial amenities in urban areas, and usually perform important ecological and socio-economic functions (Yin et all. 2007).

Parks offer recreational opportunities to lighten the pressures of the urban environment. People from different cultures and socio-economic classes are places where people come together and merge with nature (Esbah 2006).

2. Methodology

According to Güngör 2016, research material consists of map sections and data on the relevant site obtained from Selçuklu Municipality; related studies on the research topic and area retrieved upon literature review; national (TSE) and international (ADA) design standards issued to build disabled-friendly structures in physical designs.

Methods; Sizes and dimensions (entrances, pavements, pedestrian roads, car parks, staircases, floorings) of the design components that would meet the diversified needs of disabled visitors in Butterflies Valley have been determined via in-situ measurements. These components were drawn, photographed and existing physical characteristics were thus determined.

3. Findings

Planning guideline for green space accessibility; according to the recommendations from Accessible Natural Greenspace Standard (ANGSt), any resident, regardless of where they live, should have an accessible green space that is: at least 2 ha in size, and no more than 300 m (or a 5 min walk) from their living house. Moreover, ANGSt recommends that every resident should have access to at least: one accessible 20 ha site within 2 km from their home, one accessible 100 ha site within 5 km from their home, one accessible 500 ha site within 10 km from their home, and a minimum of 1 ha of statutory Local Nature Reserve per thousand residents (Gong et all. 2016).

The cumulative opportunities measure assumes that parks have a consistent sphere of influence, and the populations within the critical distance will benefit from the park. Anyone outside this area doesn't benefit. Each additional park with in the critical distance results in additional benefits. From the planning perspective, the objective is to locate parks where there is the greatest need, which would be the areas with the smallest number of options and the highest population. Park users benefit more from additional accessible opportunities, therefore the cumulative opportunities measures the important characteristic of potential opportunity (Kara 2009).

In this study; The availability of Lozan Park in Ankara has been researched by physical disabilities. Research area is located in the city of Ankara, Çankaya district, Birlik neighborhood. The park, located in the Çankaya municipality, has an area of 140,000 m². There are indoor sports hall, outdoor sports garden, tennis courts, football and basketball court, picnic area, children playground, jogging and walking park, outdoor parking lot and toilet in the study area. The Park also has a 8,000 square meter 3D archery area, a 385 square meter indoor shooting range and a 250 square meter archery theoretical

training center, where the Çankaya Archery Specialized Sports Club conducts its work. 24 hours security works.

4. Conclusion

Lozan Park is a former military land. Later, it was made public and parked. That is why there is a large pine tree in the area. Since the trees are crowned from the top, they do not interfere with the main walkways.

Lozan park It has been determined that people with disabilities can move easily within the park and cannot access the areas. The main lines of the walkways are in line with the standards and the width of the roads in the area does not match. In addition, there are no sensitive surfaces or walking strips on the walkways that stimulate visually impaired individuals. It does not comply with the standards of the trash can. Most of the seating units are not at the proper height. There is also not enough space for the wheelchair next to the benches. Ramp inclinations do not meet standards. Heights and widths of the stairs in the area do not conform to the standards. At the beginning and at the end of the stairs there are no regulations for visually impaired persons. It meets the standards of lighting and information plates. Parking widths are suitable. But there is only one parking space reserved for the disabled. There is no other parking lot.

Keywords: Urban parks, handicapped people, accessibility

JEL Codes: Q15, Q26, R14

References

Bekçi, B., (2012). Fiziksel Engelli Kullanıcılar İçin Uygun Ulaşım Akslarının Erişebilirlik Açıdan İrdelenmesi:Bartın Kenti Örneği, Bartın Orman Fakültesi Dergisi, 14, 26-36.

Çınar, N., (2010). Üniversite Kampuslerindeki Peyzaj Erişebilirliğinin Engelliler Açısından İrdelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi.

Eşbah, H., (2006). Aydın'da Kent Parklarının Bazı Ekolojik Kalite Kriterleri Yönünden irdelenmesi, Ekoloji Dergisi, 15, 42-48.

Güngör, S., Yıldırım, B. (2016). Both in terms of parks elderly and disabled users: butterfly valley district in Konya-Selçuklu example. American Academic & Scholarly Research Journal, 8(5).

Gong, F. Zheng, Z.C. Ng, E. (2016). Modeling Elderly Accessibility to Urban Green Space in High Density Cities: A Case Study of Hong Kong, Procedia Environmental Sciences, Volume 36, 2016, Pages 90-97, ISSN 1878-0296, https://doi.org/10.1016/j.proenv.2016.09.018.

Haiwei Yin, Yongjun Song, Fanhua Kong, Yi Qi (2007). Measuring spatial accessibility of urban parks: a case study of Qingdao City, China", Proc. SPIE 6753, Geoinformatics 2007: Geospatial Information Science, 67531L (26 July 2007); doi: 10.1117/12.761871; http://dx.doi.org/10.1117/12.761871

Kara, H. (2009). Measuring accessibility of regional parks: a comparison of three GIS techniques. Master's Theses. 3641. http://scholarworks.sjsu.edu/etd_theses/3641

Kuleli, K. (2012). TS EN 81-70 ve prEN 81-82 Standartlarına Göre Erişim. Asansör Sempozyumu 2012. http://www.mmo.org.tr/resimler/dosya_ekler/98db7f4b6826479_ek.pdf İzmir. (15.01.2016).

LU Ning, LI Jun-ying, YAN Hong-wei, SHI Tuo, LI Ying. (2014). Analysis on accessibility of urban park green space: the case study of Shenyang Tiexi District. Oct 2014 • The journal of applied ecology. 2014 Oct;25(10):2951-8.

Olgun, R, Yılmaz, T. (2014). Parkların erişilebilirlikleri üzerine bir araştırma: Niğde Kızılelma parkı örneği. Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi 15.1 (2014): 48-63.

Strategic Agility and Firm Performance Relationship: A Research in Manufacturing Firms

Özlem Yaşar Uğurlu[68], Emre Çolakoğlu[69], Emre Öztosun[70]

Full Text

1.Introduction

Strategic agility is a new concept in management literature and carries great importance for the firms operating in uncertain business environments as Turkey. In this context, the aim of the study is to demonstrate the relationship between strategic agility and firm performance of manufacturing firms operating in Gaziantep by structural equation modeling. When it is considered in the context of the sample of research, the results of the research are very important for practitioners and future researchers. This is because; Gaziantep is a strong representative of the country's industry, so it can be argued that it is also an important actor in emphasizing the role of strategic agility due to the environmental uncertainties and complexities that have occurred in recent years. When the Turkish management literature is reviewed, there is no other study examining strategic agility except the conceptual studies of İleri and Soylu (2010) and Kumkale (2016). For this reason, it can be stated that this study will contribute empirically both to the related literature and to the business world.

2. Dimensions of Strategic Agility and Firm Performance Relationship

The concept of strategic agility was first defined by Roth (1996) as the ability to present the right product at the right time, in the right place and at the right price. In the study of Shin and colleagues (2015), strategic agility is defined as a strategic intention to achieve agile operations by improving managerial efforts based on time, such as meeting customer needs and requests and also adapting. In line with this definition, strategic agility has been conceived as a structure consisting of four dimensions of technology capability, collaborative innovation, organizational learning and internal alignment.

Technology capability is defined as the capability of the firm to change the outdated technologies quickly to keep both product and process technologies up-to-date (Gerwin, 1993). It is shown by many researchers that the ability of technology, which is handled in different dimensions as communication technologies, production technologies and process technologies, affects firm performance positively (Huang, 2011). In this framework, the first hypothesis of the research is as follows:

H1: Technology ability has a positive effect on firm performance.

Collaborative innovation is a firm's ability to efficiently restructure a range of tasks required to meet internal and external requirements, including all activities required to

[68]Asst. Prof. Dr., Gaziantep University, yasar@gantep.edu.tr, (correspondingauthor)
[69] Gaziantep University, SocialScienceInstıtute, colakogluemre@gmail.com
[70] Gaziantep University, SocialScienceInstıtute, emre@giem.com.tr

design new processes or improve existing processes (Lee, Swink, & Pandejpong, 2011). Researchers have stated that collaborative innovation has a positive impact on firm performance with positive outputs produced. In this context, the second hypothesis of the research is developed as follows:

H2: Collaborative innovation has a positive effect on firm performance.

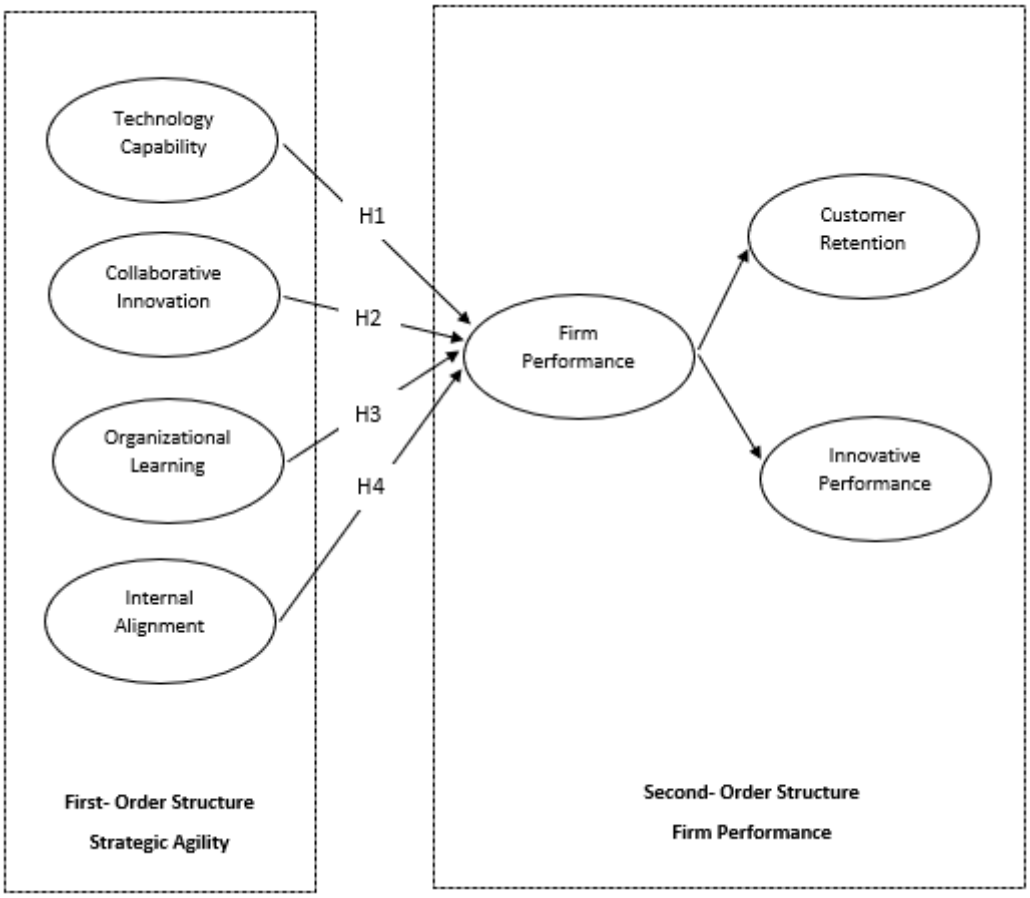
Organizational learning is a skill that involves creativity, adaptation and learning to use information and to build up knowledge over time (Braunscheidel & Suresh, 2009). Organizational learning enables the firm to perceive and act on events and trends that occur in the marketplace, by providing better knowledge and understanding of the behaviors of customers, competitors and market regulators (Bhatnagar, 2006). The third hypothesis of the research in this context is as follows:

H3: Organizational learning has a positive effect on firm performance.

Internal alignment is a strategic compromise between the company's departments or its employees about how to act quickly and in coordination with each other. Internal alignment, like all dynamic capabilities, is also thought to be positively affecting the performance of firms in the sectors that are particularly complex and have a high degree of uncertainty. The fourth hypothesis of the research in this framework is also developed as follows, and the conceptual model of the research is shown in Figure 1.

H4: Internal alignment has a positive effect on firm performance.

Figure 1. The Conceptual Model of the Research



3. Methodology

This research is designed to examine whether there is a relationship between strategic agility and firm performance. For this purpose, a survey was conducted with 88 producers registered in the chamber of industry operating in Gaziantep.

The questionnaire, used as a measurement tool in the research, consists of strategic agility scale (Shin et al., 2015), firm performance scale (Bulut et al., 2009) and demographic questions.

In the research model, the variables of strategic agility, technology capability, collaborative innovation, organizational learning and internal alignment are first order reflective structure; customer retention and innovation performance variables that constitute firm performance are second order reflective structures. To test the hypothesis Structural Equation Model (PLS) was used with the help of the SmartPLS 3 program.

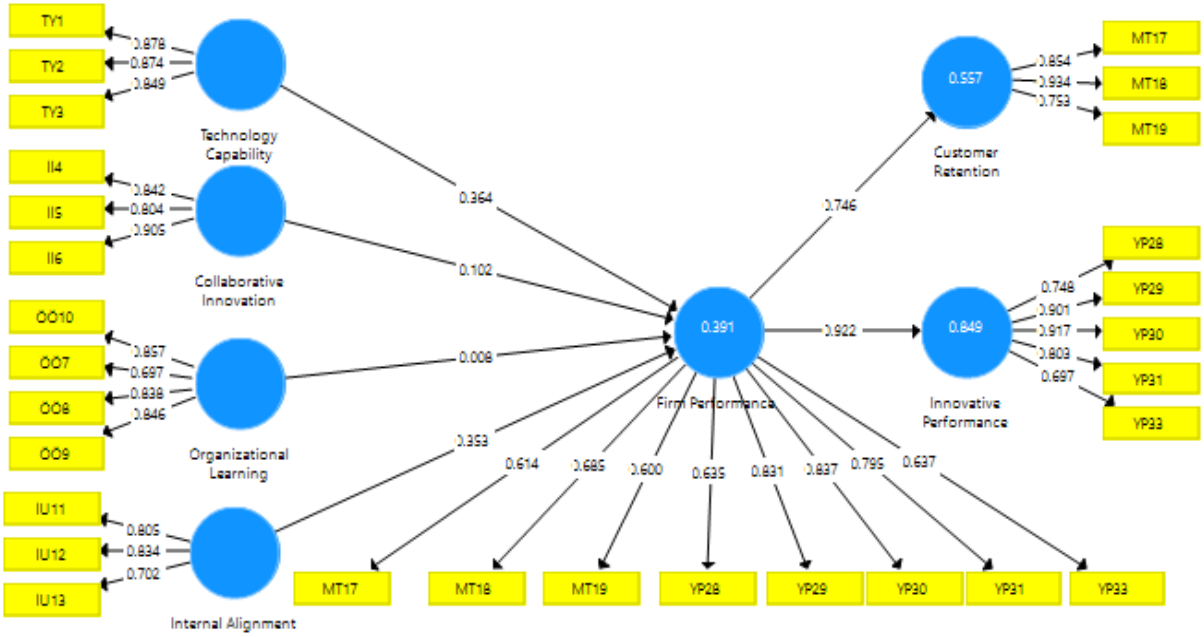
4. Findings

The percentage and frequency distributions of the demographic factors of the participants were examined. 20.5% participants were subordinate, 48.9% of them were middle level and 28.4% of the participants were top managers. There were 46 companies (52.3%) that

have been operating for over 20 years. 31.8% of the firms have 11-49 employees and 10.2% of the firms have 50-99 employees.

To ensure item reliability criteria, the two items belong to the innovation performance variable was excluded from the model and then the algorithm was restarted (Hulland, 1999). The final PLS model prediction is shown in Figure 2.

Figure 2. PLS Model Prediction



When Figure 2 is examined, all item loads are higher than 0.60 and the square of loads is larger than 0.40, which means that the item reliability criterion is provided.

According to the analysis, the composite reliability of the constructs is indicating high level of internal consistency reliability (Cronbach alpha is above 0.60). And also, it is seen that the convergence validity is provided (AVE is above its suggested threshold level of 0.50).

Table 1. Item Reliability and Convergence Validity

Latent Variables	Item	Loads	(Loads)^2	Cronbach Alfa	Composite Reliability	AVE	VIF
Teknology Capability	TY1	0,878	0,771	0,838	0,901	0,751	1,309
	TY2	0,874	0,764				
	TY3	0,849	0,721				
Collaborative Innovation	İİ4	0,842	0,709	0,810	0,888	0,725	2,093
	İİ5	0,804	0,646				
	İİ6	0,905	0,819				
Organizatioal Learning	ÖÖ7	0,697	0,486	0,832	0,887	0,660	2,872
	ÖÖ8	0,838	0,702				
	ÖÖ9	0,846	0,716				
	ÖÖ10	0,857	0,734				
Internal Alignment	IU11	0,805	0,648	0,693	0,719	0,612	1,909
	İU12	0,834	0,696				
	İU13	0,702	0,493				
Firm Performance				0,855	0,889	0,505	1.000
Customer Retention	MT17	0,854	0,729	0,803	0,886	0,723	-
	MT18	0,934	0,872				
	MT19	0,753	0,567				
Innovative Performance	YP28	0,748	0,560	0,873	0,909	0,669	-
	YP29	0,901	0,812				
	YP30	0,917	0,841				
	YP31	0,803	0,645				
	YP33	0,697	0,486				

All VIF values are lower than 5, suggesting that there were no indications of collinearity between sets of predictor variables (Table 1).

Table 2. Fornell-Larcker Criteria

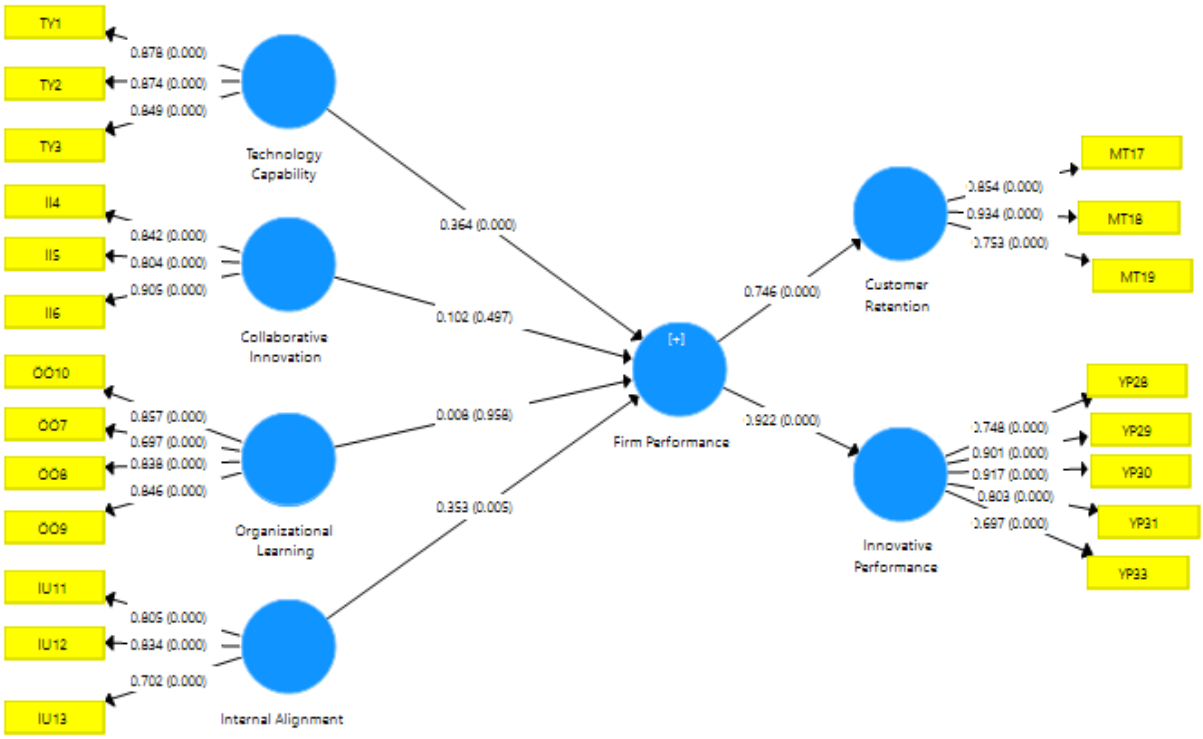
	Firma Performansı	Teknology Capability	Organizatioal Learning	Internal Alignment	Collaborative Innovation
Firm Performance	**0,711**				
Teknology Capability	0,487	**0,867**			
Organizatioal Learning	0,441	0,374	**0,812**		
Internal Alignment	0,473	0,384	0,686	**0,782**	
Collaborative Innovation	0,425	0,439	0,664	0,400	**0,852**

Discriminant validity was found to be satisfactory, because square root of AVE for all variables were larger than the corresponding latent variable correlations (Table 2) (Fornell & Larcker, 1981).

Coefficient of determination (R^2) for firm performance is 0.391, customer retention is 0.557 and innovation performance is 0.849. Predictive relevance (Q^2) for firm performance is 0.162, customer retention is 0.355 and innovation performance is 0.521.

The path coefficients and level of significance belong to research model are shown in Figure 3.

Figure 3. Path Coefficients and Level of Significance



H1 and H4 hypotheses were accepted, because the path coefficients between firm performance and technology capability (0.364, p <0.01) and internal alignment (0.353, p <0.01) were statistically significant. The H2 and H3 hypotheses were rejected because the path coefficients between the firm performance, collaborative innovation (0.102, p> 0.05) and organizational learning (0.008, p> 0.05) were statistically insignificant.

5. Conclusion

The agility is very important for the firms operating in an environment under uncertainty and dynamism to compete and survive. With this motivation, this study aims to state the effect of strategic agility on customer retention and innovation performance as part of the firm performance. As a result, while the technology capability and internal alignment have an effect on the firms' performance, collaborative innovation and organizational learning have no effect on the firms' performance. These results show that the concepts of technology capability and internal alignment are more important in order to gain competitiveness by improving the performance of firms in the sample. Also, the firms need to focus on the establishment of collaborative and participatory behavior in order to improve their performance and emphasize to absorb strategic awareness.

Key Words: Strategic agility, firm performance, innovation performance

Jel Codes: L1, L25, M1

References

Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (1988). "On the evaluation of structural equation models". *Journal of the Academy of Marketing Science*, *16*(1), 74–94. https://doi.org/10.1007/BF02723327

Bhatnagar, J. (2006). "Measuring organizational learning capability in Indian managers and establishing firm performance linkage". *The Learning Organization*, *13*(5), 416–433. https://doi.org/10.1108/09696470610679965

Braunscheidel, M. J., & Suresh, N. C. (2009). "The organizational antecedents of a firm's supply chain agility for risk mitigation and response". *Journal of Operations Management*, *27*(2), 119–140. https://doi.org/10.1016/j.jom.2008.09.006

Bulut, Ç., Cengiz, Y., & Alpkan, L. (2009). "Pazar Oryantasyonu Boyutlarının Firma Performansına Etkileri". *Ege Akademik Bakış*, *9*(2), 513–538.

Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). "Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error". *Journal of Marketing Research*, *18*(1), 39. https://doi.org/10.2307/3151312

Gerwin, D. (1993). Manufacturing Flexibility : "A Strategic Perspective". *Management Science Publication*, *39*(4), 395–410.

Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). "PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet". *The Journal of Marketing Theory and Practice*, *19*(2), 139–152. https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202

Huang, K. F. (2011). "Technology competencies in competitive environment". *Journal of Business Research*, *64*(2), 172–179. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2010.02.003

Hulland, J. S. (1999). "Use of partial least squares (PLS) in strategic management research: A review of four recent studies". *Strategic Management Journal*, *20*(4), 195–204.

İleri, Y. Y., & Soylu, Y. (2010). "Bir Rekabet Üstünlüğü Aracı Olarak Çeviklik Kavramı ve Örgüt Yapısına Olası Etkileri". *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO Dergisi*, *13*(1–2), 13–28.

Kumkale, İ. (2016). "Organization's Tool for Creating Competitive Advantage : Strategic Agility". *Balkan and Near Eastern Journal of Social Sciences*, *2*(3), 118–124.

Lee, J. Y., Swink, M., & Pandejpong, T. (2011). "The roles of worker expertise, information sharing quality, and psychological safety in manufacturing process innovation: An intellectual capital perspective". *Production and Operations Management*, *20*(4), 556–570. https://doi.org/10.1111/j.1937-5956.2010.01172.x

Roth, A. V. (1996). "Achieving strategic agility through Economies of Knowledge".

Planning Review1, *24*(2), 30–36. https://doi.org/10.1177/153851320200100311

Rowley, J. (2011). *Innovation for Survival : From Cooperation to Collaboration*. *Advances in Librarianship* (C. 34). Emerald Group Publishing Ltd. https://doi.org/10.1108/S0065-2830(2011)0000034013

Shin, H., Lee, J. N., Kim, D., & Rhim, H. (2015). "Strategic agility of Korean small and medium enterprises and its influence on operational and firm performance". *International Journal of Production Economics*, *168*, 181–196. https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2015.06.015

Tallon, P. P., & Pinsonneault, A. (2011). "Competing Perspectives on the Link Between Strategic Information Technology Alignment and Organizational Agility: Insights from a Mediation Model". *MIS Quarterly*, *35*(2), 463–486.

Ülkemizde Zorunlu Deprem Sigortalarında, Yetersiz Sigortalılık Oranı ve Bu Oranı Artırmaya Yönelik Öneriler

Mazhar Dede[71], Pınar Pehlivan[72]

Full Text

1.Giriş

Sigorta, aynı rizikonun tehdidi altında bulunan bir topluluğun bir araya gelerek doğabilecek hasarlara birlikte karşı koymasıdır. Sigortacılık sisteminin temelinde, kişilerin veya kurumların sahip olduğu değerlerde meydana gelebilecek risk unsurları sonucunda oluşabilecek kayıpların telafisi yatmaktadır. Sigortalılar sisteme belirli primler ödeyerek teminat satın almakta ve gerçekleşebilecek zararlara karşı güven satın almış olmaktadırlar.

Günümüzde sigortacılık branşlar itibariyle zorunlu ve isteğe bağlı olarak ayrıma tabidir. Bu ayrımda amaçlanan; riziko konularının hassaslık yapısı ve mağduriyetlerin en aza indirilmesidir.

Bu çalışmanın amacı; 2000 yılında kamu tüzel kişiliğiyle kurulmuş olan Doğal Afet Sigortaları Kurumu (DASK) zorunlu deprem sigortası (ZDS) ürünü ile halkın zorunlu olan bu sigorta ürününe olan talebini incelemektir. Ülkemizin deprem kuşağında yer alması risk durumunu artırmakta fakat zorunlu olmasına rağmen deprem sigortası, sigorta bilincinin tam olarak yerleşmemiş olması nedeniyle düşük oranlarda seyretmektedir. Çalışmada bölgeler incelenmiş ve sigortalı oranını artırmaya yönelik çeşitli önerilerde bulunulmuştur.

Ülkemizdeki zorunlu deprem sigortasına ilişkin istatistiki veriler deprem sigortacılığı konusunda sorumlu olan Doğal Afet Sigortaları Kurumu'ndan elde edilerek yorumlanmış ve mevcut durum ortaya konulmuştur. Bu amaçla, ülkemizin fay hattı durumu, risk bölgeleri, bölgelere göre sigortalı sayısı, riskli bölgelerdeki sigortalı yüzdeleri ve yıllar itibariyle zorunlu deprem sigortasına tabi bina adetleri ile sigortalı bina adetleri karşılaştırılmış ve değerlendirmeler yapılmıştır.

2-Literatür

ZDS ve DASK hakkında yapılan akademik çalışmalar incelendiğinde, literatürde az sayıda çalışmanın yer aldığı dikkat çekmektedir. Yapılan çalışmalarda Uzunçıbuk (2009: 18), afet konusunda hazırlanan veya hazırlanacak yasal düzenlemelerin sadece yapıların sağlamlığına yönelik değil, aynı zamanda kentsel-bölgesel planlamada alınması gereken önlemlerin kapsamına yönelik sonuçlarının bulunması gerektiğini ifade etmiştir. Çekici (2011: 53) ile Genç (2008: 43) çalışmalarında Türkiye'de doğal afetlerin ekonomik sonuçları ile 1999 depreminin finansal rehabilitasyonuna yönelik önerilerde

[71] Öğretim Görevlisi, dedem45@hotmail.com, mazhar.dede@cbu.edu.tr, Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Demirci Meslek Yüksekokulu, Finans, Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü, Manisa Türkiye, (Yazışma Yapılacak Yazar)
[72]Doç. Dr., pinarpehlivan1974@yahoo.com, pinar.pehlivan@cbu.edu.tr, Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Demirci Meslek Yüksekokulu, Finans, Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü, Manisa Türkiye.

bulunmuşlardır. Özşahin & Kaymaz (2013: 1) çalışmasında, doğal afet sigortacılığı hakkında incelemelerde bulunmuşlardır.

3.Sigorta Kavramı

Sigortacılık, dünyada yıllar itibariyle sürekli gelişim gösteren sektörlerden birisidir. Bireylerin meydana gelebilecek zararlara karşı güven aracıdır. Bireyler sisteme prim ödemek suretiyle katılım sağlamakta ve belirli bir teminat elde etmektedir. Oluşabilecek risk unsurlarının meydana getireceği zararlar artık bireylerde maddi bir olumsuz oluşturmayacaktır.

Bazen hiç umulmadık bir olay çok tehlikeli sonuçlar doğurur ve kişiye zarar verir. Bu zarar, can ve mal kaybı şeklinde olabilir. İşte insan hayatının giderek hareketlendiği ve teknolojinin her geçen gün hayatı yönlendirdiği günümüzde, bu tehlikeler her geçen gün artmaktadır. Bu nedenle insan ve toplum için çeşitli potansiyel zararlar doğurabilecek bu tarz tehlikeli olaylara karşı bir önlem alma fikri sigorta kavramını ve sigortacılığı doğurmuştur (Kuşçu, 2011: 1).

Türk Ticaret Kanunu'nun (TTK) sigorta mukavelesi başlıklı 1263. maddesinin 1. fıkrasında, "Sigorta bir akittir ki bununla sigortacı bir prim karşılığında diğer bir kimsenin para ile ölçülebilir bir menfaatini halele uğratan bir tehlikenin (bir rizikonun) meydana gelmesi halinde, tazminat vermeyi yahut bir veya birkaç kimsenin hayat müddetleri sebebiyle veya hayatlarında meydana gelen belli birtakım hâdiseler dolayısıyla bir para ödemeyi veya sair edalarda bulunmayı üzerine alır" denilmektedir (TTK, 2006: 362).

Genel olarak "sigorta; istatistik metodlarla gerçekleşme olasılığı saptanabilen ve gerçekleşmesi halinde ekonomik sonuçlarının para ile ölçülmesi veya belirlenmesi mümkün olan rizikoların tehdidi altında bulunan çok sayıdaki benzer birimlerin, bu sonuçları karşılayabilmek üzere bir fon yaratacak şekilde bir araya getirilmesidir". Tanımdan da anlaşılacağı gibi, sigortacılığın amacı kişilerin tek tek kayıplarını karşılamak olmayıp, aynı riskle karsı karsıya olan mümkün olduğunca çok kişinin bir araya getirilmesini ve böylece istatistiki metotlarla söz konusu riskin belirginleştirilmesini sağlamaktır. Bu noktada sigortacılık bir risk transferi, başka bir deyişle risk paylaşma mekanizması olarak işlev görmektedir (Genç, 2002:3).

TTK'da yer alan sözleşme tanımında aynı zamanda sigorta sisteminde ve sözleşmelerinde yer alan taraflar da belirtilmiştir. Tanımda sigortacı, belirli prim ödemesini alarak sigortalıya güvence veren taraf olarak yer alırken, sigortalı ise karşılaşabileceği risklerin etkilerini en aza indirmek veya etkilerini ortadan kaldırmak isteyen taraftır. Para ile ölçülebilirlik sistemin olmazsa olmazıdır. Sistemin işleyebilmesi için karşılaşılabilecek risklerin parasal değeri gereklidir.

Sigortanın konusu ise Türkiye Sigorta, Reasürans ve Emeklilik Şirketleri Birliği'nde şöyle belirtilmiştir; 'Kaybedilmesi veya hasarlanması halinde, üzerinde menfaat sahibi kişi/kişiler için mali kayıplara neden olan; taşınır veya taşınmaz bir mal, meydana gelmesi durumunda yasal bir hakkın kaybedilmesine veya yasal bir sorumluluk oluşmasına neden olan herhangi bir olay ve ölüm veya yaralanma halinde kişinin kendisi veya menfaat bağı ile bağlı olduğu kişiler için parasal kayıplara neden olabilecek bir hayat oluşturabilmektedir' (TSB, 2014).

Sigortanın işlevleri ise; fertlere ve kurumlara ekonomik ve sosyal hayatta öngörülebilirlik ve emniyet sağlamak, kredi teminine yardım etmek, tasarrufu geliştirerek sermaye oluşumuna katkı sağlamak, toplumda huzur ve güven tesis etmek ve dayanışmayı sağlamak, uluslararası ilişkileri geliştirmek, finansal istikrarı artırmak, girişimcileri ve ticareti desteklemek ve iş sürekliliği sağlamak, sosyal güvenlik programlarının üzerindeki baskıyı hafifletmek, risklerin daha etkin yönetilmesini sağlamak ve finansal sistemin etkinliğini artırmaktır (Segem, 2016: 22).

Sigortacılığın gelişmesiyle birlikte sigorta türleri de çoğalmaktadır. Günümüzde insan hayatı, insanın kullandığı maddi değerli şeyler ve sorumluluk çerçevesinde sigorta yapılmayan değer kalmamıştır. Sigortanın başlangıcında yapılan basit sigorta türlerinin yerini, günümüzde daha karmaşık gruplandırmalar almaktadır (Özbolat, 2007: 233).

Sigortacılık sektörü ana grupları ile mal sigortaları, can sigortaları, bireysel emeklilik ve sorumluluk sigortaları şeklinde sınıflandırılırken, grup içerisinde yer alan branşlar da kendi içinde hayat dışı (elementer), hayat ve emeklilik sistemi olarak gruplara ayrılmaktadır. Mal sigortaları hayat dışı branşları içerirken, can sigortaları ve emeklilik ise hayat ve emeklilik branşlarını içermektedir. Aşağıdaki tabloda grup ve branşlar gösterilmektedir.

Tablo 1. Sigorta Türleri

Mal Sigortaları	**Can Sigortaları / Emeklilik**	**Sorumluluk Sigortaları**
Kaza	Hayat	Kıyı Tesisleri Sorumluluk
Kara Araçları	Yatırım Fonlu Sigortalar	Taşımacılık Zorunlu Sorumluluk
Raylı Araçlar	Hastalık-Sağlık	Üçüncü Şahıs Sorumluluk
Hava Araçları	Bireysel Emeklilik	Hekim Mesleki Sorumluluk
Su Araçları		Özel Güvenlik Sorumluluk
Nakliyat		Tüpgaz Zorunlu Sorumluluk
Yangın		Mali Müşavir Mesleki Sorumluluk
Hırsızlık		Sigorta İşletmeciliği Sorumluk
Konut		İşveren Mali Sorumluluk
İşyeri		Mimar ve Mühendis Mesleki Sorumluluk
Doğal Afet Tarımsal Zarar		Akaryakıt İşletmeciliği ve Taşımacılığı Sorumluluk

Kaynak: Sigortacılık mevzuatından tarafımızca derlenmiştir.

Tablo 1'de gösterilen ayrım sigortacılık ana türleri niteliğindedir. Çalışmamızın konusu olan Zorunlu Deprem Sigortası mal sigortaları branşı içerisinde değerlendirilmektedir. Mal sigortaları branşında yer alan branşlar, oluşabilecek maddi zararları kapsamına almaktadır. Sigortalılar bu grupta yer alan branşlarda oluşabilecek zararlarına yönelik maddi zarar hariç tazminat talebinde bulunamamaktadır.

4.Zorunlu Deprem Sigortası ve Önemi

Sigortacılık sektörü temelinde şirket gözüyle kâr amacı elde etmeye çalışan şirketlerden oluşmaktadır ve özel sigortacılık ürünlerini içerir. Fakat ülkemizde sigortacılık sistemi içerisinde devlet, toplumsal faydayı göz önünde bulundurarak bazı branşların özel sigortacılık ürünü olarak değerlendirilmesini engellemiştir. Sigorta

şirketlerinin mali ve işleyiş yönünden her türlü denetimi devlet tarafından yerine getirilmektedir. Özellikle doğal afet sigortacılığı devletin bizzat içerisinde yer aldığı branşları kapsamaktadır. Bu branşlar içerisinde başta deprem sigortacılığı ve tarımsal sigortacılığı kapsamaktadır. Sistemin düzenleme dahilinde yer alması nedeniyle "Sigortacılık Özellikli Kuruluşlar" olarak DASK (Doğal Afet Sigortaları Kurumu) ve TARSİM (Tarım Sigortaları Havuzu) kurumları oluşturulmuştur. Devletin bu şekilde iki branşı kendi bünyesinde oluşturmasının sebebi, risk yüksekliği sebebiyle toplumsal zararların minimum düzeyde kalmasını sağlama isteğidir.

4.1.Doğal Afet Sigortaları Kurumu (DASK)

Ülkemizde 2000 yılından itibaren faaliyet gösteren kamu tüzel kişiliğine sahip Doğal Afet Sigortaları Kurumu, deprem ve depreme bağlı olarak meydana gelebilecek maddi zararlara karşı bireylere güvence veren bir sigortacılık kurumu olarak oluşturulmuştur. Bu kurum zorunlu deprem sigortaları ile risk transferinin sağlandığı güvence ortamını sağlar.

DASK, "deprem geçecek, hayat devam edecek" yaklaşımından yola çıkarak, deprem sonrasında vatandaşların yaşamının kaldığı yerden yeniden güvenle devam edebilmesini amaçlar. Zorunlu Deprem Sigortası ile deprem ve depremden kaynaklanan yangın, infilak, yer kayması ve tsunami risklerine karşı, sigortalı konut sahiplerine maddi güvence sağlar. İster oturulamaz durumda, ister kısmî hasarlı olsun, bina zararını en hızlı şekilde tazmin ederek, yaşamın normale dönmesine aracılık eder. DASK, Zorunlu Deprem Sigortası'nın yaygınlığını ülke genelinde birlikte çalıştığı sigorta şirketleri, bunlara bağlı acenteler ve banka şubelerinden oluşan dağıtım ağıyla artırırken, uyguladığı düşük prim maliyetleriyle de herkesin bu güvenceye sahip olmasını kolaylaştırmayı hedefler. Sigortalandırma faaliyetlerini, kamuoyunu bilinçlendirme etkinlikleriyle de destekleyen DASK, Zorunlu Deprem Sigortası'nın her şeyden önce hepimizin sosyal sorumluluğu olduğunun altını çizer.

Depremin son 60 yıl içerisinde ülkemizde en sık rastlanılan afet türü olması, neredeyse tamamı deprem bölgesindeki ülkemiz için beklenmedik bir durum değildir. Üstelik deprem yapısı gereği, sadece bulunduğu bölgeyi değil, ülkeyi de ekonomik olarak sarsabilecek şiddette bir afet türüdür.

Zorunlu Deprem Sigortası birey bazında mesken güvencesi sunarken, ülkemiz için de bir teminat havuzu oluşturulmasına çalışır. Özellikle deprem sonrasında büyüklüğü önem kazanan bu finansal havuz, bizim yaşadığımız yerde olmasa da, başka yerde gerçekleşen depremlerdeki ihtiyaç sahiplerinin de garantisi olma niteliği taşır. Kendi güvencemizi temin ederken, deprem bölgelerine de etkin şekilde yardımda bulunabilmemize olanak tanıyan DASK, sosyal dayanışma bilincinin yaygınlaştırılmasını başlıca sorumluluğu olarak görür (Doğal Afet Sigortaları Kurumu: https://www.dask.gov.tr/hakkinda.html 18/03/2018).

4.2.DASK'ın Amacı

Zorunlu deprem sigortası, deprem ve depreme bağlı olarak meydana gelebilecek zararlara yönelik sigortalılara maddi güvence veren sigorta türüdür. Bu sigorta ile maddi zararların karşılanması yanında sistem kendi içerisinde bir takım işlevleri ve amaçları da beraberinde getirmektedir. Sigortalıların prim ödemesiyle;

- Konutların ödenebilir seviyede primlerle tamamının sigortalanması
- Risk paylaşımının artması
- Deprem hasarlarının mali yükünün ülkemizdeki zararlarının en aza indirilmesi
- Devletin, deprem sonrası bina inşa maliyetlerinin en aza inmesi
- Vatandaşlara ek vergilerin tahakkukunun önlenmesi
- Sigorta sisteminin özendirilmesinin sağlanması
- Deprem hasarlarında uzun dönemli mali getiri sağlanması
- Toplumda dayanışmaya sigorta ile katkı sağlanması

gibi konular Kurum tarafından amaç edinilmiştir.

5.Yöntem

Ülkemizdeki zorunlu deprem sigortasına ilişkin istatistiki veriler deprem sigortacılığı konusunda sorumlu olan Doğal Afet Sigortaları Kurumu'ndan elde edilerek yorumlanmış ve mevcut durum ortaya konulmuştur.

Bu amaçla, ülkemizin fay hattı durumu, risk bölgeleri, bölgelere göre sigortalı sayısı, riskli bölgelerdeki sigortalı yüzdeleri ve yıllar itibariyle zorunlu deprem sigortasına tabi bina adetleri ile sigortalı bina adetleri karşılaştırılmış ve değerlendirmeler yapılmıştır.

6.Bulgular

Afetler; can ve mal kaybına yol açan, geniş anlamı ile insanlara zarar veren doğal olaylardır. Afetin ilk özelliği doğal olması, ikincisi can ve mal kaybına neden olması, üçüncüsü çok kısa zamanda meydana gelmesi ve başladıktan sonra insanlar tarafından engellenememesidir. Ülkemiz jeolojik ve topoğrafik yapısı ile iklim özellikleri nedeniyle büyük can ve mal kayıplarına yol açan doğal afetlerle sık karşılaşan ülkelerin başında gelmektedir. Bu doğal afetlerin başında da depremler gelmektedir (Gülkan & Sucuoğlu; 2010, 9).

Son 70 yıllık süreçte ülkemize etki eden katastrofik risklerin başında depremler gelmektedir. Deprem risk haritaları incelendiğinde ülkemizin %92'lik kısmının deprem kuşakları üzerinde yer aldığı ve her an deprem riskinin bulunduğu görülmektedir. Ayrıca ülkemizin %60'lık kesimi ise 1.derece risk bölgesinde olup, risk oldukça yüksektir.

DASK'dan elde edilen verilere göre 2017 yıl sonu itibariyle bölge ve il bazında konut sayıları ve sigortalılık oranları Tablo 2'deki gibidir.

Tablo 2.Bölge ve İl Bazında Konut Sayıları ve Sigortalılık Oranları (2017)

Bölge	Konut Sayısı	Sigortalı Konut Sayısı	Poliçe Dağılımı	Sigortalılık Oranı	Prim	Prim Oranı
MARMARA	6.014.550	3.453.778	%41,40	%57,40	486.269.659	%47,20
İÇ ANADOLU	3.332.500	1.520.314	%18,20	%45,60	103.356.160	%10,00
EGE	2.616.350	1.189.277	%14,20	%45,50	187.354.407	%18,20
AKDENİZ	2.236.030	893.502	%10,70	%40,00	103.307.911	%10,00
KARADENİZ	1.693.780	662.783	%7,90	%39,10	73.916.994	%7,20

GÜNEY DOĞU ANADOLU	991.460	331.243	%4,00	%33,40	32.541.092	%3,20
DOĞU ANADOLU	777.020	295.198	%3,50	%38,00	42.674.686	%4,10
TOPLAM	**17.661.690**	**8.346.095**	**%100**	**%47,30**	**1.029.420.910**	**%100**

Kaynak:www.dask.gov.tr

Buna göre; 2017 yılı tapuya kayıtlı konut adedi 17.661.690 adettir. Kayıtlı konutların %47,30'luk kısmı yani 8.346.095 adedi sigortalanmıştır. Sigortalılık oranı en yüksek bölgemiz %57,40 ile Marmara Bölgesi iken, %33,40'lık oran ile en düşük sigortalılık Güney Doğu Anadolu Bölgesi'ndedir. 2017 yılı havuza toplanan prim tutarı ise 1.029.420.910 TL'dir.

Havuz uygulamasında toplanan prim tutarı, ülkemizin deprem sonucu uğrayacağı maddi zararlarda devletin tazminat yükünü hafifletmekte, sigortalıların sisteme katılımı ile risk transferi gerçekleştirmesini sağlamaktadır. Ayrıca devlet, oluşabilecek deprem tazminat ödemeleri nedeniyle halka yansıtabileceği vergi unsurunu ortadan kaldırmaktadır. Oluşan hasarların tazminat ödemeleri, uzun dönemli maddi finansman ihtiyacını ortadan kaldırmada büyük rol üstlenmektedir.

Tablo 3 ise risk bölgeleri bazında sigortalılık oranı hakkında bilgi vermektedir. Risk bölgeleri bakımından oranlar incelendiğinde 1.derece deprem kuşağında yer alan 3.823.140 adet konutun zorunlu deprem sigortalılık oranı %45,81'dir ve toplam primin %60,39'luk kısmı yani 621.697.983 TL'si 1. derece risk bölgesinden tahsil edilmektedir. Gerçekleşebilecek riskin yüksekliği dikkate alındığında sigortalılık oranının yetersiz olduğu göze çarpmaktadır.

Tablo 3.Risk Bölgeleri Bazında Sigortalılık Oranı

Risk Bölgeleri	Adet	Oran (%)	Prim	Oran (%)
1. Derece	3.823.140	45,81	621.697.983	60,39
2. Derece	2.169.826	25,89	259.994.550	25,26
3. Derece	974.109	11,67	72.927.769	7,08
4. Derece	1.298.297	15,55	70.879.776	6,89
5. Derece	89.673	1,07	3.920.833	0,38
TOPLAM	**8.346.095**	**100,0**	**1.029.420.910**	**100,0**

Kaynak:www.dask.gov.tr

2000 – 2017 yılları arası poliçe adetleri ve yıllar itibariyle sigortalı konutlara ilişkin yüzdelik karşılaştırma Tablo 4'te gösterilmektedir.

Tablo 4.Yıllar İtibariyle Zorunlu Deprem Sigortaları Değişim Yüzdeleri

Tarih	Poliçe Adedi (000)	Adet Artış (%)	Prim (000 TL)	Prim Artış (%)
27/09 - 31/12/2000	159	-	3.766	-
2001	2.428	-	54.526	-
2002	2.128	-12,40	65.756	20,60
2003	2.022	-5,00	85.688	30,30
2004	2.090	3,40	126.216	47,30

2005	2.417	15,60	159.085	26,00
2006	2.555	5,70	205.799	29,40
2007	2.618	2,50	234.615	14,00
2008	2.844	8,60	272.637	16,20
2009	3.435	20,80	322.065	18,10
2010	3.316	-3,50	319.415	-0,80
2011	3.725	12,30	378.782	18,60
2012	4.786	28,50	509.771	34,60
2013	6.029	26,00	674.134	32,20
2014	6.808	12,90	753.881	11,80
2015	7.230	6,20	786.074	4,30
2016	7.628	5,50	876.146	11,50
2017	8.284	8,60	1.020.146	16,40

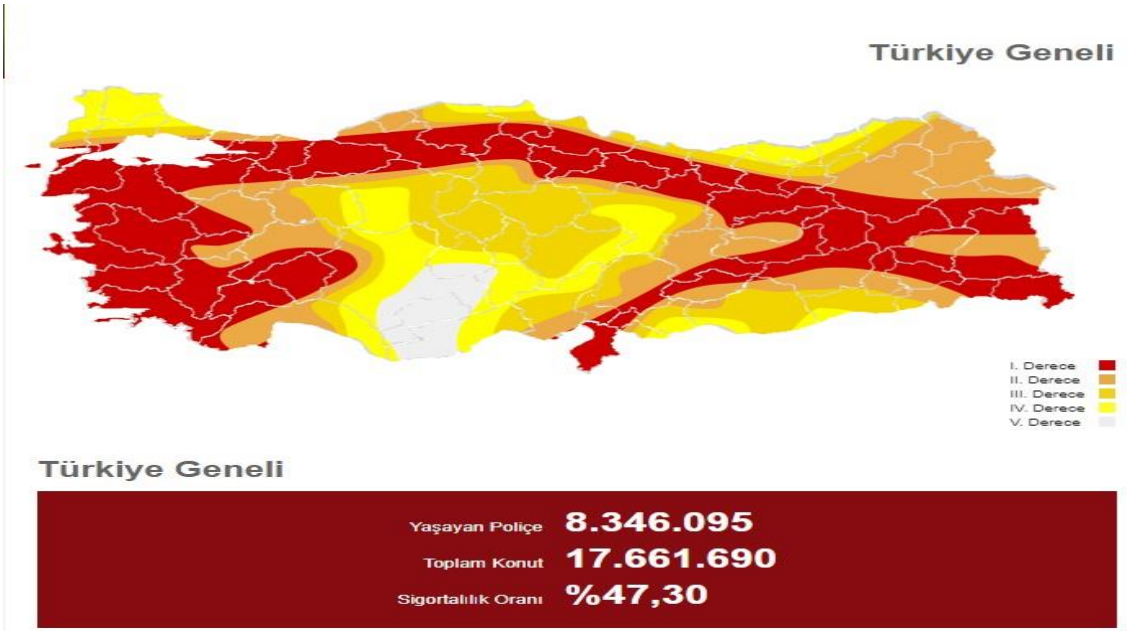
Kaynak:www.dask.gov.tr

Sigortalılık oranlarındaki değişim incelendiğinde; 2000 yılında faaliyetine başlayan DASK'ın ürünü olan Zorunlu Deprem Sigortaları yıllar itibariyle artış göstermiştir. 2012 ve 2013 yılları poliçe adet bakımından en çok artış gerçekleşen yıllardır. 2012 yılında bir önceki yıla göre %28,50 artış gerçekleşirken, 2013 yılında ise bir önceki yıla göre sigortalı adedinde % 26 artış gerçekleşmiştir. 2017 yılında ise bir önceki yıla göre %8,60 artışla yıl kapatılmıştır. Tabloda prim artış kısmında dikkati çeken husus; zorunlu deprem sigortalarının kuruluş yıllarında primlerinin yüksek oluşudur. Yıllar itibariyle sigortalı konut sayısının artırılması için primlere ödenebilir olma özelliği kazandırılmaya çalışılmıştır.

Sigortalılık kontrol mekanizmasının ülkemizde zayıflığı dolayısıyla yeni konut alan, yeni elektrik su aboneliği girişiminde bulunan konutlar bir yıllık süreli zorunlu deprem sigortasını yaptırmakta, fakat sigortanın süresi dolduğunda yenileme işlemini ancak çok küçük kesim gerçekleştirmektedir. Çözüm bulunması gereken konuların başında kontrol mekanizmasının genişletilmesi ve ülkemizde zorunlu olan sigorta branşının etkinliğini artırması gelmektedir.

DASK'dan elde edilen fay hattı durumu aşağıda gösterilmektedir. Ülkemizin fay uzunlukları risk düzeyleri ve konut sayısı ile sigortalı konut veri karşılaştırması yapılmıştır.

Aşağıda Şekil 1'de 2017 yılı Türkiye geneli deprem risk bölgeleri ve bu bölgelerde yer alan konutlara ilişkin adet ile sigortalık oranı yer almaktadır.

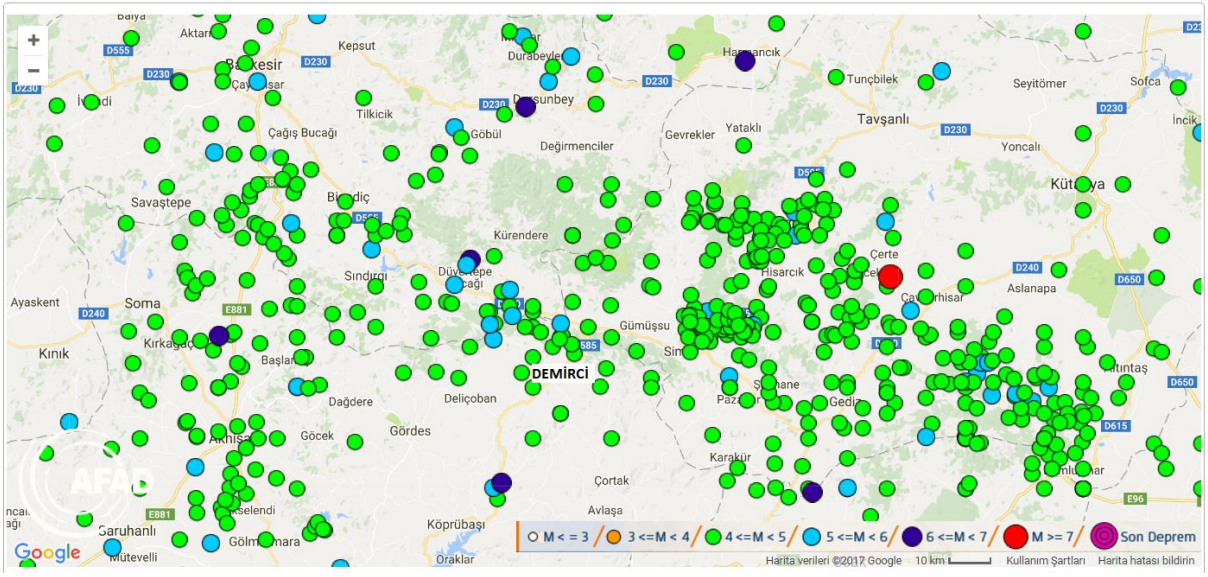


Şekil 1.Türkiye Deprem Risk Kuşağı ve Yaşayan Poliçeler

Şekil 1'deki deprem risk haritasında ülkemizin deprem kuşakları gösterilmiştir. Buna göre %35'lik kısım 1.derece deprem kuşağında yer almaktadır ve en riskli bölge durumundadır. DASK'a göre 2017 yılı kayıtlı konut sayısı 17.661.690, poliçe adedi 8.346.095 ve sigortalılık oranı ise %47,2'dir. DASK'ın ürünü olan Zorunlu Deprem Sigortasında, zorunlu olmasına rağmen yeterli sigortalılık sağlanamamış durumdadır. Olası depremlerle sürekli risk altında bulunan deprem kuşağı bölgeleri yetersiz sigortalılık nedeniyle maddi zararların telafisine hazırlıksız durumdadır.

Ülkemiz, sahip olduğu coğrafi konum nedeniyle büyük kısmı 1.ve 2. derece deprem bölgelerinde yer almaktadır. Sigortalılık oranları göz önüne alındığında sigortalı konut sayısının az olduğu, sigortalılık oranının yetersiz olduğu aşikârdır. ZDS, özelliği gereği zorunludur, fakat kontrol mekanizması yeterli bir şekilde işletilmediğinden ve ülkemizde deprem sigortalarına karşı bilinç tam olarak yerleşmediğinden dolayı sigortalılık oranları düşük düzeydedir.

Ülkemizde zorunlu deprem sigortalarında sigortalılık durumu çeşitli kurumlar vasıtasıyla kontrol edilmektedir. Bu amaçla sigortalılık kontrol mekanizmaları oluşturulmuştur. Kontrol noktaları içerisinde yeni su ve elektrik aboneliklerinde, tapu işlemleri esnasında zorunlu deprem sigortası, konut sahibinden talep edilmektedir. Fakat ilerleyen yıllarda konut sahibinin sigortayi yenileyip yenilemediği konusunda herhangi kontrol mekanizmasının bulunmaması olumsuz bir durumdur.



Şekil 2.Deprem Şiddetleri

Ülkemizin belirli noktalarından alınan örneklem kümesi Şekil 2'de yer almaktadır. Oluşturulan deprem şiddet haritasına göre meydana gelen deprem şiddetlerinin 4-5 şiddet aralıklarında olduğu gözükmektedir. Oluşan sarsıntıların etkisi mevcuttur fakat deprem kuşaklarıyla kaplı olan ülkemizde risk her geçen gün artmaktadır. Bu yüzden daha önce belirtilen konut sayısı ve sigortalılık oranının yetersizliği de göz önünde bulundurulduğunda, mevcut durumun ülkemizde yaşanacak olası bir depremin sonrasında maddi ve fiziki zararların yüksek olacağını ortaya koymaktadır.

Ülke genelinde deprem şiddetleri incelendiğinde yıllar itibariyle artış gösteren şiddet aralığı mevcuttur. Risk düzeyi sürekli artış göstermesine rağmen sigortalılık oranlarında beklenen artış görülmemektedir. Ülkemizde şiddet aralığı 3 altı ve 7 üzeri depremler ile sürekli karşılaşılmakta, ancak sigortalılık oranını artırmaya yönelik yeterli önlemler tam olarak alınmamaktadır.

7.Sonuç

Zorunlu olmasına rağmen, ülkemizde henüz istenilen düzeyde sigortalılık oranına ulaşamayan deprem sigortaları, çeşitli mekanizmalarla kontrol altına alınmaya çalışmıştır. Ancak ülkemizde deprem sigortasında sigortalılık genel ortalaması, sürekli olarak oldukça düşük düzeylerde gerçekleşmektedir. Kontrol mekanizmaları bakımından tapu kayıt işlemleri, yeni elektrik ve su abonelik işlemlerinde zorunlu deprem sigortaları mecburi tutulmuş, fakat yine de sigortalılık oranı henüz arzulanan düzeye ulaşamamıştır. Deprem sigortalarına yönelik kamusal bildirimler artırılması, sigortacılık bilincinin yaygınlaştırılması, sonraki dönemlerde zorunlu deprem sigortalarının yapılıp yapılmadığının etkin bir takip edilmesiyle istenilen sigortalılık oranlarına ulaşılması mümkün olabilecektir.

Anahtar Kelimeler: Zorunlu Deprem Sigortaları, Doğal Afet Sigortaları Kurumu, Sigortacılık, Bölgesel Sigortalılık, Risk.

JEL Kodu: Q51, Q24, R00

Kaynakça

Çekici, E. (2011). "Doğal Afetler ve Türk Sigorta Sektöründe Risk Transferi", *Öneri Dergisi*, Cilt:9, Sayı:36, 53-62.

Genç, Ö. (2002). "Sigortacılık Sektörü ve Türkiye'de Sigorta Sektörünün Fon Yaratma Kapasitesi", *Türkiye Kalkınma Bankası Yayını*, Ankara. http://www.kalkinma.com.tr/data/file/raporlar/ESA/SA/2002-SA/SA-02-05-17_Turkiye_ Sigorta _Sektoru.pdf (15.03.2108)

Gülkan, P. & Sucuoğlu, H. (2010). "Course on Disaster Preparedness and Management, Doğal Afetlerin Tipleri ve Etkileri", *T.C. Bayındırlık ve İskan Bakanlığı Yayını,* Ankara.

Kuşçu, S. & Revanoğlu, G.A. (2011). "Türkiye Sigorta Sektörü ve Analizi", *International Conference On Eurasian Economies,* Kırgızistan.

Özbolat, T. (2007). *Temel Sigortacılık*, Seçkin Yayıncılık, Ankara.

Özşahin, Ö. & Kaymaz, Ç.K. (2013). "Afet Kültürünün Değerlendirilmesine Bir Örnek: Antakya Şehri", *Türkiye 2. Deprem Mühendisliği ve Sismoloji Konferansı*, 25-27 Eylül 2013, Hatay.

Sigortacılık Eğitim Merkezi. (SEGEM). (2016). Sigorta Acenteleri Teknik Personel Eğitim Programı Ders Notları.

Türkiye Sigorta Reasürans ve Emeklilik Şirketleri Birliği (TSB). (2014). Sigorta Tanımları Başlığı, https://www.tsb.org.tr/sigorta-tanimlari.aspx?pageID=648 (24.01.2018).

Uzunçıbuk, L. (2009). "Doğal Afetlerin Kentsel ve Bölgesel Planlamada Yeri", *Jeodezi, Jeoinformasyon ve Arazi Yönetimi Dergisi*, Sayı:101, 18-27.

TTK: Türk Ticaret Kanunu

Doğal Afet Sigortaları Kurumu: https://www.dask.gov.tr (18.03.2018)

Zorunlu Mali Sorumluluk Sigortasında Tavan Fiyat Uygulamasının Sigortacılık Sektörüne Etkileri

Mazhar Dede[73], Pınar Pehlivan[74]

Full Text

1.Giriş

İnsanoğlu yaşamı boyunca çeşitli risklerle karşılaşmış ve sürekli mücadele ederek risklerin bünyesinde oluşturacağı zararları en aza indirmeye çalışmıştır. Gelişen dünyada sigortacılık sistemi, insanoğluna güven ve destek mekanizmalarıyla katkı sağlayarak, geleceğe daha emin adımlarla devam edebilmesini amaç edinmiştir. Bireylerin ödeyeceği primlerle sisteme katılım sağlanmakta ve belirli süre boyunca sahip olduğu değerlerde meydana gelebilecek zararlara karşı güvence verilmektedir.

Günümüzde sahip olunan tüm motorlu taşıtlar için yaptırılması zorunlu olan sigorta çeşitleri mevcuttur. Bu sigortalardan birisi de zorunlu mali sorumluluk sigortasıdır. Sigorta yaptırmayan motorlu araç sürücülerinin çeşitli cezai müeyyidelerle sigortalı olması hedeflenmiştir. Kişilerin zorunlu olan bu sigortayı yaptırmamasının çeşitli sebepleri mevcuttur. Fakat en önemli neden; fiyatların yüksek olmasının yarattığı maddi yüktür. 12 Nisan 2017 tarihine kadar sigorta şirketlerinin uyguladığı fiyatlama politikaları sigortalılık oranlarında etkili olmuştur. Bu tarihten önce, zorunlu mali sorumluluk sigortalarında, sigorta şirketlerinin uyguladığı politikalarda sürekli kazaya karışan sürücüler nedeniyle meydana gelen zararları diğer sürücülere yansıtması, iyi sürücü-kötü sürücü ayrımı yapılmaması, yüksek sigorta fiyatlarına neden olmaktaydı. Hazine Müsteşarlığı tarafından hazırlanan çalışma ile 12 Nisan 2017 tarihi itibariyle "Tavan Fiyat" uygulaması yürürlüğe girmiştir. Bu uygulama ile geçmişte var olan sigortacılık fiyat basamak/kademe sistemi yeniden güncellenmiş ve araç çeşitlerine yönelik maksimum fiyat tarifeleri oluşturulmuştur.

Çalışmanın amacı; yürürlüğe giren tavan fiyat uygulaması ile Nisan 2017 itibariyle zorunlu mali sorumluluk sigortalarındaki fiyat güncellemelerinin, motorlu araç sahiplerinin sigortalılık taleplerine etkilerini incelemektir. Çalışmada Türkiye Sigorta Reasürans Şirketleri Birliği tarafından aylık olarak hazırlanan motorlu araç sigorta istatistiklerinden yararlanılarak uygulamanın etkisi incelenmiştir.

Çalışmada, Sigorta Bilgi Merkezi'nin istatistiki bilgileri kullanılmıştır. Tavan fiyat uygulaması yürürlüğe girmeden önceki zorunlu mali sorumluluk sigortaları verileri ile Kanun sonrası verilerdeki değişim oranları incelenmiştir. Ayrıca sigortalıların taleplerini etkileyen faktörler incelenmiş, tavan fiyat uygulamalarıyla ne yönde sigortalılık oranının değişim gösterdiği analiz edilmiştir.

[73]Öğretim Görevlisi, dedem45@hotmail.com, mazhar.dede@cbu.edu.tr, Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Demirci Meslek Yüksekokulu, Finans, Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü, Manisa Türkiye, (Yazışma Yapılacak Yazar)
[74]Doç. Dr., pinarpehlivan1974@yahoo.com,pinar.pehlivan@cbu.edu.tr, Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Demirci Meslek Yüksekokulu, Finans, Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü, Manisa Türkiye.

2.Literatür

Literatürde tavan fiyat uygulamasının zorunlu mali sorumluluk sigortalarına etkileri kapsamında herhangi bir akademik çalışmaya rastlanmamıştır. Daha çok araştırma ve analizlerin branşlar bazında yapıldığı, sektöre yönelik hukuki uygulamalar konularında çalışmalara pek fazla yer verilmediği görülmektedir. Sektörle ilgili çalışmaların büyük kısmının sigortacılık alan ve mali yapılarla ilgili olduğu, sektörle ilgili güncel gelişmelere yönelik araştırmaların yetersiz olduğu görülmektedir. Bu nedenle çalışmanın akademik camia ve sektör açısından büyük önem arz ettiğini söylemek mümkündür.

3.Sigortacılık ve Sigorta Kavramı

Sigortacılık, birey ya da kuruluşların gelecekte karşılaşabilecekleri muhtemel riskleri, karşılığında belirli bir prim ödeyerek bir sigorta şirketine transfer etmeleri ve riskin gerçekleşmesi durumunda, sigorta şirketinin riske maruz kalan birey ya da kuruluşun hasarını karşılaması esasına dayanmaktadır. Sigortacılığın sahip olduğu işlevler, ekonomik işlevler ve temel işlevler (risk yönetimi ve girişimciler açısından işlevler) olmak üzere iki gruba ayrılabilmektedir. Ekonomik işlevler, büyüme, gelişme ve kalkınmaya yönelik olup makro düzeyde etkinlik göstermektedir. Temel işlevler ise bireyleri, küçük topluluk ve kuruluşları ilgilendirmektedir (Targan, 1994: 38; Genç, 2002: 5).

Sigorta, aynı rizikonun tehdidi altında bulunan bir topluluğun bir araya gelerek doğabilecek hasarlara birlikte karşı koymasıdır. Sigorta kavramının temelinde, risklerle dolu bir dünyada yaşayan insanların gerçekleşmesi muhtemel risklerin yol açacağı zararların giderilmesi amacıyla riskin oluşmasından önce bazı tedbirler alma gereği yatmaktadır (Şenel, 2007: 7).

Sigortacılık; ekonomi, sanayi, tarım, ihracat, ulaştırma ve diğer faaliyet alanlarındaki riskleri karşılama yönünden özellikle gelişmekte olan ülkeler açısından ayrı bir önem taşımaktadır. İş alanında gerçekleştirilen her türlü faaliyetin güvenli bir şekilde yapılabilmesi ancak oturmuş bir sigortacılık sektörü ve hangi alanda olursa olsun iyi bir sigorta teminatının varlığıyla mümkün olabilmektedir (Zurnacı, 2007: 1).

Sigortacılık; kişilerin veya kurumların; iktisadi ve sosyal anlamda kendilerini güvende hissetmelerini sağlayan ve ülke ekonomisine fon oluşturan önemli bir mali sektördür. Tüm sektörlerde olduğu gibi sigortacılık sektöründe de etkin hizmet sunma anlayışı son derece önemlidir. Etkinlik, işletmecilik boyutu yönüyle örgütlerin belirlenmiş amaçlarına ulaşmak amacıyla gerçekleştirdikleri faaliyetlerin sonucunda, bu amaçlara ulaşma derecesini belirleyen bir performans ölçütüdür (Bakırcı, 2006: 87).

Sigortacılığın gelişmesiyle birlikte sigorta türleri de çoğalmaktadır. Günümüzde insan hayatı, insanın kullandığı maddi değerli şeyler ve sorumluluk çerçevesinde sigorta yapılmayan değer kalmamıştır. Sigortanın başlangıcında yapılan basit sigorta türlerinin yerini, günümüzde daha karmaşık gruplandırmalar almaktadır (Özbolat, 2007: 233).

4.Zorunlu Mali Sorumluluk Sigortasının Kapsamı

Sigortacı, poliçede tanımlanan motorlu aracın işletilmesi sırasında, üçüncü şahısların ölümüne veya yaralanmasına veya bir şeyin zarara uğramasına sebebiyet vermiş olmasından dolayı, 2918 sayılı Karayolları Trafik Kanununa göre sigortalıya

düşen hukuki sorumluluk çerçevesinde Genel Şartlarda içeriği belirlenmiş tazminatlara ilişkin talepleri, kaza tarihi itibariyle geçerli zorunlu sigorta limitleri dahilinde karşılamakla yükümlüdür. Sigortanın kapsamı üçüncü şahısların, sigortalının Karayolları Trafik Kanunu çerçevesindeki sorumluluk riski kapsamında, sigortalıdan talep edebilecekleri tazminat talepleri ile sınırlıdır. Araca bağlı olarak çekilmekte olan römork veya yarı römorkların (hafif römorklar dahil) veya çekilen bir aracın sebebiyet vereceği zararlar çekicinin sigortası kapsamındadır. Ancak, insan taşımada kullanılan römorklar bunlar için poliçede özel şartları belirtilecek ek bir sorumluluk sigortası sağlanmış olması kaydıyla teminata dahil olur. Meydana gelen bir kazada zararın önlenmesi veya azaltılması amacıyla, sigorta ettirenin yapacağı makul ve zorunlu masraflar teminat limitleri dahilinde sigortacı tarafından karşılanır (TSB: Türkiye Sigorta Reasürans ve Emeklilik Şirketleri Birliği)

5.Zorunlu Mali Sorumluluk Sigortasının Teminatları

Bazen hiç umulmadık bir olay çok tehlikeli sonuçlar doğurur ve kişiye zarar verir. Bu zarar, can ve mal kaybı şeklinde olabilir. İşte insan hayatının giderek hareketlendiği ve teknolojinin her geçen gün hayatı yönlendirdiği günümüzde, bu tehlikeler her geçen gün artmaktadır. Bu nedenle insan ve toplum için çeşitli potansiyel zararlar doğurabilecek bu tarz tehlikeli olaylara karşı bir önlem alma fikri sigorta kavramını ve sigortacılığı doğurmuştur (Kuşçu, 2011,1).

Sigorta kavramı gereği, sigortalının sisteme dahil olabilmesi için belirli prim ödeme şartı vardır. Ödenen prim sonucu belirli güvenceler satın alınmaktadır. Sigortacılık içerisinde sigortalıya verilen güvenceler teminat adı altında değerlendirilir. Tüm poliçe branşlarında farklı teminat çeşitleri mevcuttur. Sigortalı sözü edilen teminat bilgilerine satın aldığı poliçe içerisinde görerek bilgi edinmektedir.

Zorunlu mali sorumluk sigortası teminatları aşağıda yer almaktadır:

5.1.Maddi Zararlar Teminatı: Hak sahibinin kaza tarihi itibariyle genel şartta tanımlanan ve zarar gören araçta meydana gelen değer kaybı dahil doğrudan malları üzerindeki azalmadır. Sigortalının sorumlu olduğu araç kazalarında değer kaybı, talep edilmesi halinde ilgili branşta ruhsat sahibi sigorta eksperleri tarafından tespit edilir. Değer kaybının tespiti Genel Şart ekinde yer alan esaslara göre yapılır.

5.2.Sağlık Giderleri Teminatı: Üçüncü kişinin trafik kazası dolayısıyla bedenen eski haline dönmesini teminen protez organ bedelleri de dahil olmak üzere yapılan tüm tedavi giderlerini içeren teminattır. Kaza nedeniyle mağdurun tedavisine başlanmasından itibaren mağdurun sürekli sakatlık raporu alana kadar tedavi süresince ortaya çıkan bakıcı giderleri, tedaviyle ilgili diğer giderler ile trafik kazası nedeniyle çalışma gücünün kısmen veya tamamen azalmasına bağlı giderler sağlık gideri teminatı kapsamındadır. Sağlık giderleri teminatı Sosyal Güvenlik Kurumu'nun sorumluluğunda olup ilgili teminat dolayısıyla sigorta şirketinin ve Güvence Hesabının sorumluluğu 2918 sayılı Karayolları Trafik Kanununun 98. maddesi hükmü gereğince sona ermiştir.

5.3.Sürekli Sakatlık Teminatı: Üçüncü kişinin sürekli sakatlığı dolayısıyla ileride ekonomik olarak uğrayacağı maddi zararları karşılamak üzere, genel şart ekinde yer alan esaslara göre belirlenecek teminattır. Kaza nedeniyle mağdurun tedavisinin tamamlanması sonrasında yetkili bir hastaneden alınacak özürlü sağlık kurulu raporu ile

sürekli sakatlık oranının belirlenmesinden sonra ortaya çıkan bakıcı giderleri bu teminat limitleri ile sınırlı olmak koşuluyla sürekli sakatlık teminatı kapsamındadır. Söz konusu tazminat miktarının tespitinde sakat kalan kişi esas alınır.

Sürekli sakatlık tazminatına ilişkin sakatlık oranının belirlenmesinde, sakatlık ölçütü sınıflandırılması ve özürlülere verilecek sağlık kurulu raporlarına ilişkin mevzuat doğrultusunda hazırlanacak sağlık kurulu raporu dikkate alınır. Tazminat ödemesinde, ilgili sağlık hizmet sunucularınca tanzim edilecek trafik kazasına ilişkin belgelerde illiyet bağı ile ilgili tespitin yer alması durumunda bu tespitin aksini ispat sigorta şirketine aittir. Sigortacı söz konusu rapor hakkında ilgili mevzuat uyarınca itiraz usulüne başvurduğunda mağdurun itiraz üzerine yaptığı belgelenmiş harcamaları bu teminat kapsamında karşılamakla yükümlüdür.

5.4.Destekten Yoksun Kalma (Ölüm) Teminatı: Üçüncü kişinin ölümü dolayısıyla ölenin desteğinden yoksun kalanların destek zararlarını karşılamak üzere bu genel şart ekinde yer alan esaslara göre belirlenecek tazminattır. Söz konusu tazminat miktarının tespitinde ölen kişi esas alınır (TSB: Türkiye Sigorta Reasürans ve Emeklilik Şirketleri Birliği).

6.Bulgular

Çalışmada, yürürlüğe giren tavan fiyat uygulaması ile Nisan 2017 itibariyle zorunlu mali sorumluluk sigortalarındaki fiyat güncellemelerinin, motorlu araç sahiplerinin sigortalılık taleplerine etkileri incelenmektir. Bu amaçla Türkiye Sigorta Reasürans Şirketleri Birliği tarafından aylık olarak hazırlanan motorlu araç sigorta istatistiklerinden yararlanılarak analiz yapılmıştır.

Çalışmada, Sigorta Bilgi Merkezi'nin istatistiki bilgileri kullanılmıştır. Tavan fiyat uygulaması yürürlüğe girmeden önceki zorunlu mali sorumluluk sigortaları verileri ile Kanun'dan sonraki veriler karşılaştırılmış ve değişim oranları incelenmiştir. Ayrıca sigortalıların taleplerini etkileyen faktörler incelenmiş, tavan fiyat uygulamalarıyla ne yönde sigortalılık oranının değişim gösterdiği analiz edilmiştir.

Tablo 1, 2017 yılı için 4.basamak sigortaya ilk giriş yapacak sigortalılara uygulanacak prim tutarlarını göstermektedir.

Tablo 1. Araç Grubu Bazında 4. Basamak Azami Primleri

Araç Grubu	4. Basamak Azami Primi (TL)
Otomobil	807
Kamyonet	1.055
Motorsiklet	329
Traktör	165
Minibüs	1.418
Kamyon	2.258
Çekici	3.784
Otobüs (16-30 Koltuk)	2.021
Taksi	2.089
İş Makinesi	690

Otobüs (31 ve üstü koltuk)	5.007
Özel Amaçlı Araç	2.200
Römork	456
Tanker	1.436
Tarım Makinesi	245

Kaynak: www.hazine.gov.tr (2017/60 Sayılı Basın Açıklaması)

Sigortacılık sisteminde fiyatların belirlenmesinde kullanılan toplamda 7 adet basamak mevcuttur. Sigortalıların gecikmeli sigorta yenilemeleri ve hasar durumlarında basamaklar değişim göstermekte, bu değişimler sonucu ilerleyen yıllarda fiyatlar zamlı veya indirimli olarak sigortalıların ödeyeceği prim bedellerinde önem teşkil etmektedir. Örneğin ilk defa sigortaya katılacak sigortalı otomobil sahibi ise 4. basamaktan giriş yapacak ve Tablo 1'de belirtilen 807 TL prim bedeli ödeyerek güvence satın alabilecektir. 807 TL'ye plakanın kayıtlı olduğu ile ait indirim veya zam bedelleri eklenerek ödenecek toplam prim bedeli belirlenmektedir.

Tablo 2. Hasarsızlık Sebebiyle Prim İndirimi ve Hasar Sebebiyle Prim Artırımları

Basamak	İndirim (%)	Artırım (%)
7	45	
6	30	
5	15	
4	-	-
3		50
2		100
1		150

Kaynak: www.hazine.gov.tr (2017/60 Sayılı Basın Açıklaması)

Tablo 2, yukarıda sözü edilen hasar durumundaki indirim veya artırım oranlarını göstermektedir. Buna göre, 4.basamakta yer alan ilk defa sigortaya katılacak sigortalıya herhangi indirim veya zam yüzdesi uygulanmayacaktır. Belirlenen tavan fiyatlar doğrultusunda, plakanın kayıtlı olduğu bölgenin indirim veya artırım yüzdeleri eklenerek ödenecek prim belirlenecektir. Sigortalı 4.basamakta sigortaya giriş yapıp sigortalılık süresi içerisinde hasara uğradığı durumlarda 4.basamaktan 3.basamağa gerileyecek ve tavan fiyatlar üzerinden %50 zam uygulanacaktır. Sonraki dönemde sigortalı artık 3.basamak tarifesi üzerinde güven satın alacaktır.

Durum tam tersi olduğunda sigortalı 4.basamaktan giriş yaptığında Tablo 1'de belirtilen tavan fiyatlar uygulanarak sigortalanacak, herhangi hasar durumuyla karşılaşmazsa bir sonraki yıl 4.basamaktan 5.basamağa yükselecek ve prim %15 indirimli hal alacaktır. Basamaklar arası geçişler yıl içerisinde sigortalının kaza yapmasına bağlı değildir, önemli olan sigorta şirketinden kaç adet tazminat talebinde bulunulduğudur. Sigortalılık süresi içerisinde sigortalının 2 adet tazminat talebinde bulunduğu varsayılırsa, basamak adedi 2 adet düşüş gösterecek ve zam yüzdesi de değişim göstermiş olacaktır. Sigortalılara uygulanacak maksimum indirim oranı %45 iken maksimum zam tarifesi ise

%150 olacaktır. Tavan fiyat uygulaması ile iyi sürücü-kötü sürücü ayrımı yapılarak adil fiyat politikası uygulamasına geçilmiştir.

Tablo 3, Nisan 2017'de uygulanmaya başlayan tavan fiyat uygulamasının öncesinde yani 2016 yılında her bir branş bazında teminat adetlerini ve yazılan primleri göstermektedir.

Tablo 3. 2016 Yılı Branşlar İtibariyle Teminat Adetleri ve Yazılan Primler

Araç Grubu	Teminat Adedi	Yazılan Prim (TL)
Otomobil	10.261.689	6.439.814.858
Taksi	82.242	183.906.139
Minibüs	369.527	512.089.457
Otobüs (16-30 Koltuk)	130.307	288.996.141
Traktör		
Otobüs (31 ve üstü koltuk)	28.723	157.370.261
Kamyonet	2.964.435	2.508.902.330
Kamyon	393.402	801.687.210
İş Makinesi	61.778	36.897.159
Traktör	941.433	178.691.426
Römork	809	425.333
Motorsiklet	996.880	326.021.196
Tanker	19.150	32.554.201
Çekici	213.695	720.857.765
Özel Amaçlı Taşıt	35.119	77.169.197
Tarım Makinesi	3.277	847.906
TOPLAM	**16.502.466**	**12.266.230.579**

Kaynak: TSB, 2018 (www.tsb.org.tr)

Tablo 3 değerlendirildiğinde, 2016 yılında alt branşlarda toplam 16.502.466 teminat adedine ulaşıldığı, bunun karşılığında da 12.266.230.579 TL prim yazıldığı görülmektedir.

Tablo 4. 2017 Yılı Branşlar İtibariyle Teminat Adetleri ve Yazılan Primler

Araç Grubu	Teminat Adedi	Yazılan Prim (TL)
Otomobil	11.006.071	5.926.273.658
Taksi	73.008	138.127.562
Minibüs	376.658	428.732.214
Otobüs (16-30 Koltuk)	128.303	224.444.405
Traktör		
Otobüs (31 ve üstü koltuk)	27.915	117.472.548
Kamyonet	3.142.225	2.289.176.749
Kamyon	379.418	673.603.974

İş Makinesi	56.593	31.367.712
Traktör	988.529	133.773.083
Römork	1.164	1.033.271
Motorsiklet	1.064.059	266.285.303
Tanker	19.628	22.179.818
Çekici	212.179	595.156.129
Özel Amaçlı Taşıt	44.328	72.247.195
Tarım Makinesi	4.036	719.850
TOPLAM	**17.524.114**	**10.920.593.471**

Kaynak: TSB, 2018 (www.tsb.org.tr)

Tablo 4, 2017 yılında zorunlu mali sorumluluk sigortasına ilişkin verileri içermektedir. Tavan fiyat uygulamasının Nisan 2017'de yürürlüğe girmesiyle birlikte 2017 yılında teminat adedinde artış gözlemlenmiştir. Geçmiş dönemlerde adaletsiz fiyat uygulamaları nedeniyle zorunlu olan sigortaya olan talep düşük iken, sigortasızlık oranı oldukça yüksek seyretmiştir. 2017 yılında alt branşlarda teminat adedi toplam 17.524.114'e ulaşmıştır. Teminat adetlerinin karşılığında yazılan prim tutarları ise 10.920.593.471 TL'dir. Zorunlu mali sorumluluk sigortasında tavan fiyat nedeniyle önceki yıla göre daha düşük fiyatların uygulanması, 2017 yılındaki prim tutarının azalmasına neden olmuştur.

2017 yılından itibaren uygulanmaya başlayan tavan fiyatı destekleyici ilave uygulamalar ülkemizde sigortacılık sektöründe bazı yenilikleri de beraberinde getirmiştir. Zorunlu mali sorumluluk (trafik) sigortası yaptırmak isteyen sigortalıların aynı zamanda fiyatlar bakımından karşılaştırma yapabilecekleri uygulamalar da devreye girmiştir. Ülkemizde sigortacılık sektörünün özellikli kurumları arasında yer alan Sigorta Bilgi ve Gözetim Merkezi, sigorta şirketlerinin teknik alt yapılarıyla birlikte zorunlu mali sorumluluk sigortası yaptırmak isteyen sigortalılara yönelik olarak fiyat teklifi alabilecekleri web uygulamasını geliştirmiştir. Bu uygulama ile artık sigorta yaptırmak isteyen bireyler web uygulaması ile tüm sigorta şirketlerinden fiyat teklifi alarak tavan fiyat ve basamak uygulamalarının kendilerine tam olarak yansıtılıp yansıtılmadığı üzerinde değerlendirmeler yapabilecek ve kararlarını rahatlıkla verebilecek duruma gelmişlerdir. Bu uygulama ile sigorta şirketlerinin zorunlu mali sorumluluk sigortalarına yönelik uygulayacakları fiyat haksız rekabetini engellemesi bakımından sigortacılık sektörüne katkıda bulunmaktadır.

Aşağıdaki aynı araca ait 2016 ve 2017 yılına ilişkin poliçe örnekleri gösterilmektedir. Örnek poliçelerden açıkça görüleceği gibi, aynı araç için 2016 yılında ödenen prim bedeli ile 2017 yılında tavan fiyat uygulaması sonrası ödenen prim tutarında önemli değişiklikler olmuştur. Bu süreçte sigortalı aracın sigorta şirketinden herhangi tazminat talebinde bulunmaması nedeniyle basamak değişimleri önemli ölçüde etkilenmiş ve ödenecek fiyatlara yansıması olumlu yönde olmuştur.



AXA SİGORTA A.Ş.
Meclisi Mebusan Cad. No:15 34433 Salıpazarı, Beyoğlu, İstanbul,
Türkiye Tel : 0 212 334 24 24 / 0 850 250 99 99
www.axasigorta.com.tr iletisim@axasigorta.com.tr
Ticaret Sicil No : 98645 Büyük Mükellefler V.D. 649 00 399 46

KTK ZORUNLU MALİ SORUMLULUK POLİÇESİ

Poliçe No:	: 127:	Acente No:	: 35
Müşteri No:	: 257I	Sigorta Süresi:	: 365 Gün
Başlangıç Tarihi:	: 28/07/2016 12:00	Eski Poliçe No:	:
Bitiş Tarihi:	: 28/07/2017 12:00	Bağlı Pol No:	:
Tanzim Tarihi	: 28/07/2016	Zeyil Numarası	: 0

Sigortalının Adı Soyadı	MAZ+)E
Sigortalının Adresi	055437I Hacihamza Mh Mehmet Meydanı 19/6 Pk : 45900 HACIHAMZA DEMİRCİ MANİSA
T.C. Kimlik No :	TÜRKİYE 613******90

RİSK BİLGİLERİ

Kullanım Tarzı-(Cinsi)	HUSUSİ	Marka	BMW
Marka Tipi	1098 --- 118i 5 KAPI 1.6 (136)	Model	2016
Motor No	F26	Şasi No	WBA1R51 76
Plaka No (Trafik)	45\	Rengi	BEYAZ
Trafiğe Çıkış Tarihi	/2016	Trafik Tescil Tarihi	26/07/2
Eski Sigorta Şirketi	AXA SIGORTA A.S.	Sbm Tramer No	266' 52
Yolcu Yer Adedi	5	Bım Ref No	fMxc HMXceUQZI I34 n9GVRCfjfI Jo=

SİGORTA TEMİNATI	BEDEL (TL)	NET PRİM (TL)
ZORUNLU MALİ SORUMLULUK (1 Kişi/Adet)		
Kişi Başı Ölüm/Sakatlık	310.000,00	
Kaza Başı Ölüm/Sakatlık	1.550.000,00	
Araç Başı Maddi Zarar	31.000,00	
Kaza Başı Maddi Zarar	62.000,00	
SGK PAYI (SAĞLIK GİDERİ)		99,35

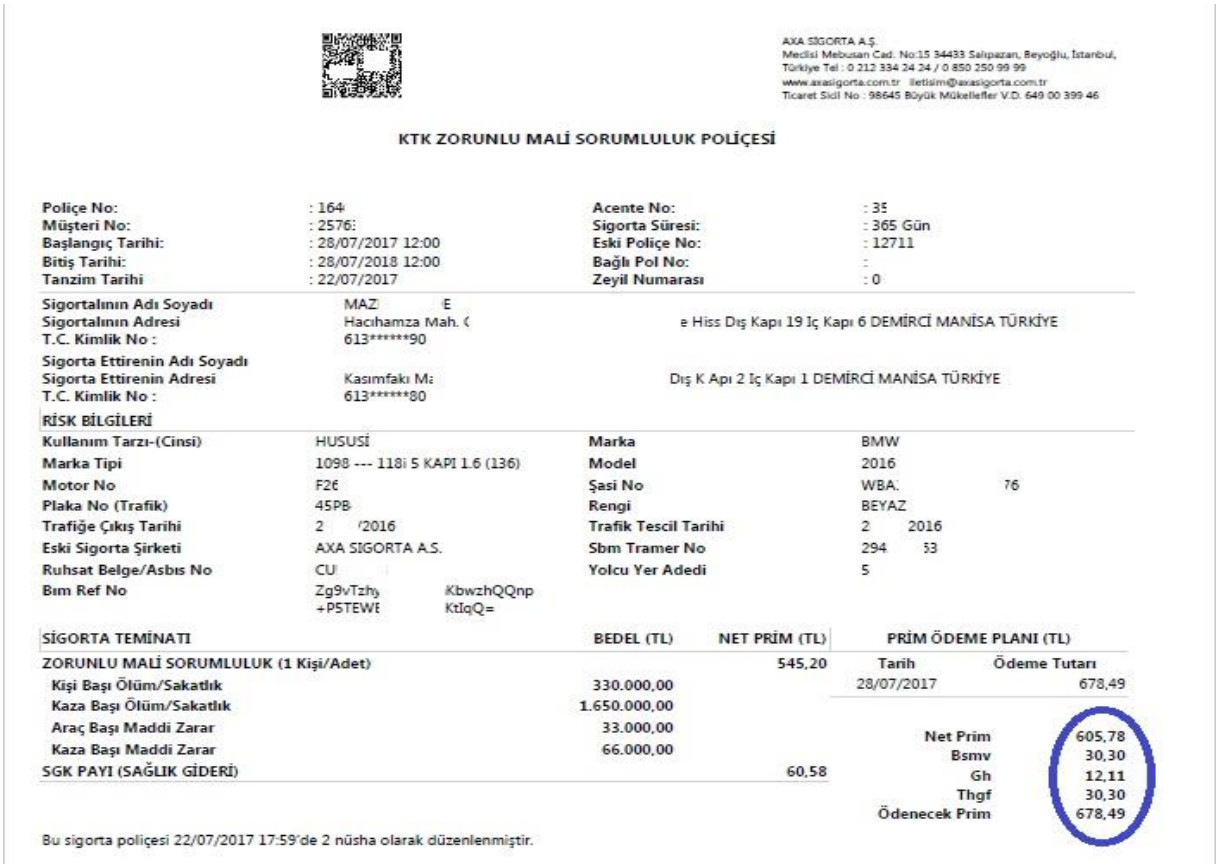
PRİM ÖDEME PLANI (TL)	
Tarih	Ödeme Tutarı
28/07/2016	278,78
28/08/2016	278,00
28/09/2016	278,00
28/10/2016	278,00

Net Prim	993,54
Bsmv	49,68
Gh	19,88
Thgf	49,68
Ödenecek Prim	1.112,78

Bu sigorta poliçesi 28/07/2016 09:42'de 2 nüsha olarak düzenlenmiştir.

Şekil 1. Zorunlu Mali Sorumluluk Poliçesi Örneği (2016)

Şekil 1'de görüleceği üzere sigortalı, 2016 yılında zorunlu mali sorumluluk sigortası için 1.112,78 TL ödemiştir. Sigortalı olunan süreçte herhangi tazminat talebi gerçekleşmemiş, bu nedenle bir sonraki yıl basamak kodu 4. basamaktan 5. basamağa geçilmiş ve indirim hakkı elde edilmiştir. 5.basamak indirim oranı %15 olduğundan (Tablo 2), sigortalıya 2017 yılında sigorta poliçesini yenileme aşamasında %15 indirim yansımaktadır.



AXA SİGORTA A.Ş.
Meclisi Mebusan Cad. No:15 34433 Salıpazarı, Beyoğlu, İstanbul,
Türkiye Tel : 0 212 334 24 24 / 0 850 250 99 99
www.axasigorta.com.tr iletisim@axasigorta.com.tr
Ticaret Sicil No : 98645 Büyük Mükellefler V.D. 649 00 399 46

KTK ZORUNLU MALİ SORUMLULUK POLİÇESİ

Poliçe No:	: 164	Acente No:	: 35
Müşteri No:	: 2576	Sigorta Süresi:	: 365 Gün
Başlangıç Tarihi:	: 28/07/2017 12:00	Eski Poliçe No:	: 12711
Bitiş Tarihi:	: 28/07/2018 12:00	Bağlı Pol No:	:
Tanzim Tarihi	: 22/07/2017	Zeyil Numarası	: 0

Sigortalının Adı Soyadı	MAZ E	
Sigortalının Adresi	Hacıhamza Mah. (	e Hiss Dış Kapı 19 İç Kapı 6 DEMİRCİ MANİSA TÜRKİYE
T.C. Kimlik No :	613******90	
Sigorta Ettirenin Adı Soyadı		
Sigorta Ettirenin Adresi	Kasımfakı Ma	Dış K Apı 2 İç Kapı 1 DEMİRCİ MANİSA TÜRKİYE
T.C. Kimlik No :	613******80	

RİSK BİLGİLERİ

Kullanım Tarzı-(Cinsi)	HUSUSİ	Marka	BMW
Marka Tipi	1098 --- 118i 5 KAPI 1.6 (136)	Model	2016
Motor No	F26	Şasi No	WBA. 76
Plaka No (Trafik)	45PB	Rengi	BEYAZ
Trafiğe Çıkış Tarihi	2 '2016	Trafik Tescil Tarihi	2 2016
Eski Sigorta Şirketi	AXA SIGORTA A.S.	Sbm Tramer No	294 53
Ruhsat Belge/Asbis No	CU	Yolcu Yer Adedi	5
Bım Ref No	Zg9vTzhy KbwzhQQnp +PSTEWE KtIqQ=		

SİGORTA TEMİNATI	BEDEL (TL)	NET PRİM (TL)
ZORUNLU MALİ SORUMLULUK (1 Kişi/Adet)		545,20
Kişi Başı Ölüm/Sakatlık	330.000,00	
Kaza Başı Ölüm/Sakatlık	1.650.000,00	
Araç Başı Maddi Zarar	33.000,00	
Kaza Başı Maddi Zarar	66.000,00	
SGK PAYI (SAĞLIK GİDERİ)		60,58

PRİM ÖDEME PLANI (TL)	
Tarih	Ödeme Tutarı
28/07/2017	678,49
Net Prim	605,78
Bsmv	30,30
Gh	12,11
Thgf	30,30
Ödenecek Prim	678,49

Bu sigorta poliçesi 22/07/2017 17:59'de 2 nüsha olarak düzenlenmiştir.

Şekil 2. Zorunlu Mali Sorumluluk Poliçesi Örneği (2017)

Tavan fiyat uygulamasının 2017 yılında uygulamaya geçmesiyle fiyatlarda değişim oluşmuş ve 4. basamakta yer alan otomobil türüne yönelik zorunlu mali sorumluluk sigortalarında 807 TL tavan fiyat belirlenmiştir. Örneğimizdeki aynı araç için 2017 yılında bir yandan basamak indirimi, diğer yandan plaka indirimleri uygulanarak poliçe yenilemesinde artık 678,49 TL prim ödenmiştir. Böylece toplamda 434,29 TL tutarında (1.112,78-678,49=434,29) ve yaklaşık % 64 oranında ödeme avantajı sağlanmıştır (Şekil 2).

Görüldüğü üzere tavan fiyat uygulaması, zorunlu mali sorumluluk sigortalarında sigortalıya önemli ölçüde fiyat avantajı sağlamaktadır. Bunun yanı sıra iyi sürücü-kötü sürücü ayrımı yapılmasını da sağlayarak sigortalılık oranının artmasına da katkı sağlamaktadır. Bu uygulama ile sigortalıların araç kullanımlarında daha dikkatli olmaları ve hasar oluşmasının önüne geçilmesi de sağlanacağından sigortalılık bilinci artırılmış olacaktır.

7.Sonuç

Ülkemizde sahip olunan tüm motorlu taşıtlar için "zorunlu mali sorumluluk sigortası"nın yaptırılması bir gerekliliktir. Bu sigorta türü, zorunlu olmasına karşın, özellikle fiyatlarının yüksek olması nedeniyle yüzde yüz sigortalılık oranına ulaşılamamıştır. Sigorta şirketlerinin keyfi fiyat uygulamasına son vermek amacıyla Nisan 2017'de bu sigorta türü için tavan fiyat uygulamasına geçilmiştir. Böylece

fiyatların aşırı yüksek belirlenmesinin önüne geçilmiş ve yüksek sigortalılık oranına ulaşmak mümkün olabilecektir.

Çalışmada, Nisan 2017 tarihinde yürürlüğe konulan tavan fiyat uygulamasının fiyatlarda ve sigortalılık düzeyinde yarattığı etki araştırılmıştır.

Elde edilen veriler incelendiğinde; tavan fiyat uygulaması öncesinde zorunlu mali sorumluluk sigorta fiyatlarının sigortalı tercihlerini etkilemekte olduğu ve zorunlu olmasına rağmen sigortalılığın yetersiz oranda kaldığı gözlemlenmiştir. Tavan fiyat uygulaması yürürlüğe girdikten sonra fiyatlarda oluşan etki, sektörü olumlu etkilemiş, sigortalılık oranlarında kayda değer bir artış görülmüştür. Bununla birlikte tüketicilerin sigortalılığını etkileyen en önemli unsur olan sigortalılık bilincine ilave olarak fiyat mekanizmasının da etkililiği ortaya çıkmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Zorunlu Mali sorumluluk Sigortası, Tavan Fiyat, Fiyat Kademeleri, Sorumluluk Sigortası

JEL Kodu: G22,G28

8.Kaynakça

Bakırcı, F. (2006). *Üretimde Etkinlik ve Verimlilik Ölçümü, Veri Zarflama Analizi*, Atlas Yayınları, Ankara.

Genç, Ö. (2002). "Sigortacılık Sektörü ve Türkiye'de Sigorta Sektörünün Fon Yaratma Kapasitesi, *Türkiye Kalkınma Bankası Yayını*, Ankara. http://www.kalkinma.com.tr/data/file/raporlar/ESA/SA/2002-SA/SA-02-05-17_Turkiye_ Sigorta _Sektoru.pdf (15.03.2018)

Türkiye Sigorta ve Reasürans Şirketleri Birliği https://www.tsb.org.tr/karayollari-motorlu-araclar-zorunlu-mali-sorumluluk-sigortasi-genel-sartlari.aspx?pageID=1080 (10.03.2018)

Kuşçu, S. & Revanoğlu, G.A. (2011). "Türkiye Sigorta Sektörü ve Analizi", *International Conference On Eurasian Economies,* Kırgızistan.

Özbolat, T. (2007). *Temel Sigortacılık*, Seçkin Yayıncılık, Ankara.

Şenel, S. A. (2007). *Sigorta Sektörü Fon Yaratma Kapasitesi ve Sermaye Piyasasına Etkisi: Türkiye'deki Durum*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Sivas: Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Targan, Ü. (1994). *Sigorta Sektörünün Ekonomik İşlevi ve Fon Yaratma Kapasitesi*, İstanbul Ticaret Odası Yayını, Yayın No: 4.

T.C. Hazine Müsteşarlığı. www.hazine.gov.tr (18.03.2018)

Zurnacı, A. (2007). *Hayat Dışı Sigorta Şirketlerinin Fon Oluşturma İmkanları ve Yönetimi Analizi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Borsa İstanbul'da Sürü Davranışının Varlığının Araştırılması Investigation of Herd Behavior in Borsa Istanbul

Reyhan Can[75], H. Işın Dizdarlar [76]

Full Text

Özet

Bireylerin, yatırım ortaklıklarının veya diğer kurumların kendi kararları dışında başkalarının vermiş olduğu karar ve piyasadaki alım satım hareketlerini takip etmeleri piyasayı etkileyebilir. Bu durum kısa dönemde bilgiye dayalı olmayan fiyat hareketlerinin oluşmasına neden olabilir. Bu açıdan bir piyasada sürü davranışının olup olmadığını belirlemek piyasa hakkında bilgi edinmemize yardımcı olabilir. Bir piyasada sürü davranışı söz konusu ise bireysel ya da kurumsal yatırımcılar yatırım kararlarını buna göre verebilirler. Bu çalışmanın amacı sürü davranışının Borsa İstanbul'da var olup olmadığını araştırmaktır. Bu amaçla, çalışmada sürü davranışı, sürü davranışın türleri ve sürü davranışı ilgili yapılmış araştırmalara yer verilmiştir. Uygulama kısmında ise Ocak 2011- Aralık 2017 döneminde BIST'te yer alan firmalara ait günlük kapanış fiyat verileri yardımıyla sürü davranışının varlığı araştırılmıştır. Yapılan regresyon analizi sonucunda BIST Tüm Endeks ortalaması göz önüne alınarak hesaplanan %1'lik dilimler içinde yer alan dönemlerde sürü davranışının var olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Diğer taraftan %5'lik dilimler için yapılan analiz sonuçları sürü davranışın sadece üst uç değerlerde görüldüğünü göstermektedir.

Anahtar kelimeler: Pazar Etkinliği, Davranışsal Finans.

JEL Kodu: G14, G40, G41.

Abstract

It may affect the market that individuals, investment partnerships or other institutions have made decisions other than their own decisions, and that they follow the market trading activities. This may lead to price movements that are not based on information in the short run. In this respect, determining whether there is a herd behavior in a market can help me to learn about the market. Individuals or institutional investors can make investment decisions according to this, in the case of herd behavior in a market.The aim of this study is to investigate whether the herd behavior is in Stock Exchange Istanbul. For this purpose, studies on herd behavior, types of herd behavior and herd behavior have been included in the study. In the application part, the existence of the herd behavior was investigated with the help of the daily closing price data of the firms in BIST in January 2011 - December 2017 period. As a result of the regression analysis made, it was concluded that the behavior of the flock was found in the periods within the 1% slices calculated by considering the BIST Whole Index mean. On the other

[75] Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, ryhancan@gmail.com

[76] Doç. Dr., Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, dizdarlar@ohu.edu.tr

hand, the results of the analysis for the 5% slices show that the behavior of the herd is only seen in the upper extremes.

Key Words: Market Efficiency, Behavioral Finance.

JEL Kodu: G14, G40, G41.

1. Giriş

Birçok birey gerçek hayatta tercihler, arkadaşlar, anne-baba, meslektaşlar, danışmanlar veya uzmanlar gibi diğer insanların tercihi ya da görüşleri tarafından az ya da çok etkilenmektedir (Svarcova & Svarc, 2008: 1). Çevremizdeki diğer insanlar tarafından karar verme sürecimizde etkilendiğimiz sayısız sosyal ve ekonomik durum vardır (Banerjee, 1992: 798) ve en yaygın örnekler, popüler veya şık bir restoran seçerken olduğu gibi günlük hayatta gerçekleşir (Çelen & Karıv, 2004: 484). Balcerzak sürü davranışını, bireyler arası etkileşimin bir sonucu olarak karar veren yatırımcıların faaliyetleri olarak tanımlamıştır (Balcerzak, 2014: 18). Sürü davranışı, sosyal psikoloji içinde yer alan pişmanlıktan kaçınma ve bilişsel çelişki ile ilgilidir. Deneysel ve ampirik kanıtlar gruptaki bireyin kendi inanç ve tahminlerini yok sayarak grubun kararı yanlış dahi olsa gruptaki bireylerle hareket ettiklerini göstermektedir. Bunun nedeni, bireyin kendi kararının yanlış çıkması durumunda yaşayacağı pişmanlıktan kaçınma isteğidir. Başka bir sebep de, grup olarak hata yapmanın daha iyi olduğunun düşünülmesidir (Bilişsel Çelişki). Sosyal psikolojide pişmanlıktan kaçınma ve bilişsel çelişki denilen bu durum finansta sürü davranışı olarak adlandırılmaktadır (Brahmana et. al., 2012: 3).

Sürü davranışının kökleri Keynes'e kadar uzanmaktadır. Keynes, sürü davranışını, belirsizliğe ve kişilerin kendi cehaletlerine ilişkin algılamalarına tepki olarak düşünmüş ve grupdaki çoğunluğun kendilerinden daha iyi bilgilendirildiğini düşündükleri için insanların grubu takip edebileceğini ifade etmiştir. Ancak, bireylerin diğer kişilerin kendilerinden daha fazla bilgiye sahip olduklarını düşünmeleri sorun oluşturabilmektedir (Baddeley, 2010: 282). 17. yüzyılda Hollanda'daki lale çılgınlığı, 1995-2000 yılları arasındaki internet balonu, 2007'de zirveye ulaşan ABD konut balonu ve 2017-2018 yıllarında yoğun ilgi gören bitcoin (kripto para çılgınlığı) güçlü sürü davranışlarına dayanan örnekler olarak verilebilir. Bu olaylar, ilgili piyasalarda büyük çaplı kayıplara yol açmıştır (Dhaene et. al., 2012: 357). Sürü davranışının varlığı, piyasanın sürü davranışından olumlu ya da olumsuz etkilendiğini gösterebileceğinden bir piyasadaki sürü davranışını anlamak önemlidir (Güvercin, 2016: 26). Son yıllarda finansal piyasalarda sürü davranışı ile ilgilenen çok sayıda çalışmaya rastlamak mümkündür. Özellikle 1990'lı yılların finansal krizlerinden sonra birçok bilim adamı, sürü davranışının, aşırı fiyat oynaklığının ve finansal sistemlerin kırılganlığının bir nedeni olabileceğini öne sürmüştür. Bu durum, araştırmacıların hem teorik açıklama hem de ampirik kanıt aramasına yol açmıştır (Guarino & Cipriani, 2014: 225).

Bu çalışmanın amacı, Ocak 2011- Aralık 2017 döneminde sürü davranışının Borsa İstanbul'da geçerli olup olmadığını araştırmaktır. Çalışmada öncelikle teorik olarak sürü davranışı, türleri ve sürü davranışı ile ilgili çalışmalara yer verilecektir. Sonraki bölümde

ise analiz verilerine, kullanılan yönteme ve elde edilen bulgulara değinilecektir. En son bölümde ise yapılan çalışmanın sonuçları hakkında bilgi verilecektir.

2. Sürü Davranışı ve Türleri

Rekabetçi bir piyasada ve piyasa yapıcılarının var olduğu bir ortamda, eğer, bilgiler kamuya açıksa, teoriye göre, hisse senedinin piyasa fiyatı beklenen gerçek değerine eşit olacaktır. Hisse senedi piyasa fiyatının beklenen gerçek değerine eşit olması piyasanın bilgi açısından verimli olduğunu, hisse senedi fiyatlarının temel fiyatları yansıttığını ve hisse senedi fiyatlarında yanlış fiyatlamanın söz konusu olmadığını ifade etmektedir (Bıkhchandanı & Sharma, 2001: 289). Böyle bir piyasada hisse senedi fiyatları bilgiye dayanarak oluştuğundan ve yatırımcılar piyasaya yansıyan bu bilgiye rahatça ulaşabildiğinden o piyasada sürü davranışının oluşması beklenmemektedir. Fakat piyasada hem varlık değerinin değişip değişmediğine hem de yatırımcıların yeni varlık değeri hakkında iyi veya kötü bilgilendirilip bildirilmediğine dair belirsizlik söz konusu olduğunda sürü davranışı, gerçek varlık değerini yansıtmayan, kısa vadeli fiyat hareketlerine neden olabilir (Avery & Zemsky, 1998: 724).

Sürü davranışı, birbirinden ayrılması oldukça güç olan gerçek ve sahte sürü davranışı olarak karşımıza çıkabilir. Bir piyasada yatırımcılar arasında gerçek sürü davranışının varlığından söz edebilmek için yatırımcıların diğer yatırımcı davranışlarından haberdar olması ve gerçekleşen karardan etkilenmiş olması gerekmektedir. Sahte sürü davranışında ise yatırımcı ve grup aynı değişkenleri analiz ederek buna göre kararlarını verdikleri için aynı şekilde hareket etmektedirler (Bıkhchandanı & Sharma, 2000: 280) (Atik et. al., 2015: 195). Sürü davranışı ile ilgili olan çalışmalar gerçek sürü davranışı üzerine odaklanmaktadır.

2.1. Sürü Davranışı Türleri

Sürü davranışı rasyonel ve irrasyonel sürü davranışı olarak ikiye ayrılmaktadır. Rasyonel sürü davranışı da kendi içinde bilgiye dayalı sürü davranışı, ücrete dayalı sürü davranışı ve itibara dayalı sürü davranışı olarak sınıflandırılmaktadır.

2.1.1. Rasyonel Sürü Davranışı

Rasyonel sürü davranışında yatırımcılar bir yatırım kararı alırken gerçek durum hakkında tam bir bilgiye sahip olmayabilirler, özel bilgileri görmezden gelebilirler ve piyasa tarafından daha bilgilendirici sinyaller olduğuna inandıklarında da kararlarını piyasa tarafından gelen sinyale göre verebilirler (Baddeley et. al., 2012: 1) (Alevy et. al., 2008: 2). Yatırımcılar, bir takım davranış veya yatırımları kabul etme ya da reddetme kararıyla karşı karşıya kaldıklarında kararlarını dışsal olarak ve herkesce bilinen bir emir

sırasıyla verirler. Ayrıca, her bir yatırımcı, diğer yatırımcılar tarafından alınan kararları bilir. Böylece yatırımcı, diğer yatırımcıların kararlarını kendi vereceği kararda yardımcı olması için kullanır. Bireysel yatırımcı bakış açısından, böyle bir karar verme süreci tamamen akılcıdır. Çünkü, bireyler en azından önceden piyasa hakkında olumlu sinyallere sahip olsada bu sinyaller dolaylı olarak kendisine geldiğinden kalabalığı takip ederler. Diğer bir değişle, kendi kararlarını değil sürü davraşını uygularlar (Bowden, 2013: 206). Bir yatırımcının bakış açısından, her ne kadar toplamda mantıksız görünse de sürü davranışı akılcıdır. Yatırımcılar piyasada en çok kaybeden ve nispeten en kötü yatırımcı olmamak adına diğer yatırımcılarla hareket etmektedir (Lam, 2002:183).

Finansal piyasalarda rasyonel sürü davranışı ile ilgili çeşitli nedenler öne sürülmektedir. Bu nedenleri bilgiye dayalı sürü davranışı, ücrete dayalı sürü davranışı ve itibara dayalı sürü davranışı olarak sıralamak mümkündür.

2.1.1.1 Bilgiye Dayalı Sürü Davranışı (Bilgisel Şelaler)

Rasyonel sürü davranışının bir türü bilgiye dayalı sürü davranışıdır. Bilgiye dayalı sürü davranışı aynı zamanda bilgisel şelale olarakta ifade edilmektedir. "Bilgisel Şelaleler" ardışık karar verme sürecinde ortaya çıkar (Jeffer et. al., 2006: 688). Önceki yatırımcıların vermiş oldukları kararları takip etmek, bir kişinin tek bir özel bilgisi ile kalabalığın kararını tersine döndürecek kadar güçlü olmadığı durumlarda meydana gelir. Dolayısıyla, birey, kendi özel bilgisi ile harekete geçmek yerine kalabalığın hareketini taklit etmeyi seçer. Bilgilendirici bir bilgi şelalesi bir sürü davranışı anlamına gelir, ancak bir sürü davranışı, mutlaka bilgisel şelalenin bir sonucu değildir (Çelen & Karıv, 2004: 485). Bilgisel şelalelerin mükemmel rasyonel bireyler üzerinde etkisi olabilir ve kabarcıkların oluşumuna neden olabilir (Spyrou, 2013: 178).

2.1.1.2. Ücrete Dayalı Sürü Davranışı

Fon yöneticilerinin performansları, oluşturdukları portföy değerlendirilirken kendi portföylerinden ziyade, diğer fon yöneticilerinin oluşturdukları portföylerin performansları kıyaslanarak değerlendirilmektedir. Bu durum fon yöneticilerini, kendi kararları doğrultusunda hazırlanan portföylerin yanı sıra diğer fon yöneticilerinin portföylerini de inceleyerek diğer fon yöneticilerinin aldıkları kararları taklit etmeye yöneltmektedir. Bir fon yöneticisinin ücreti diğer fon yöneticilerinin performansına kıyasla kendi performansının nasıl olduğuna bağlı olduğunda, fon yöneticisinin şevki kırılmaktadır ve bu durum etkin olmayan portföy oluşturulmasıyla sonuçlanmaktadır. İlk olarak kıyaslanan fon yöneticisi yatırım kararlarını verecek ve daha sonra fon yöneticisi kıyaslanan fon yöneticilerini gözleyerek onun portföyünü seçecektir. Kendi özel bilgisini

dikkate almaksızın diğer fon yöneticilerini taklit etme de sürü davranışına neden olacaktır (Döm; 2003: 145).

2.1.1.3. İtibara Dayalı Sürü Davranışı

İtibara dayalı sürü davranışı da bir yatırımcının sahip olduğu özel bilgileri yok saydığında ve daha önce harekete geçen başka yatırımcıların eylemini taklit ettiğinde ortaya çıkmaktadır (Graham, 1999: 239). Scharfstein ve Stein (1990) modeline göre, yatırımın değeri hakkında bilgi veren zeki yöneticiler ve sadece söylentileri dikkate alan zeki olmayan yöneticiler olmak üzere iki tür yönetici vardır. Zeki olmayan fon yöneticisi varlığın değeriyle ilgili söylentileri alırken, zeki yönetici varlığın gerçek değerini yansıtacak sinyalleri alır. Zeki olmayan yöneticiler her zaman yetersizliklerini gizlemek isteyecektir. Bu nedenle, zeki olmayan yöneticilerin zeki yöneticileri taklit ederek hareket etmeleri muhtemeldir. Yöneticiler bir yatırım kararı aldıktan sonra, piyasada oluşan davranışa göre ya kendilerinin karlı bir yatırım yaptığını ya da davranışlarının diğer yöneticilerin davranışına benzer veya farklı olup olmadığına bakmaktadır. Bunun nedeni, yöneticilerin piyasada tek başlarına hareket etmeleri durumunda diğer yöneticilerin vermiş oldukları kararlar yüzünden kendi kararlarının yanlış olduğu algısının ortaya çıkması ve bu durumun itibar kaybına neden olmasıdır. Bu durum da yönetici, piyasadaki hareketin tersine davranmaktan ziyade başkalarının kararlarını takip ederse kendisi için daha kazançlı olabileceğini değerlendirecek ve böylece yatırım kararı kârsız olsa dahi aldığı karar, diğer yöneticilerde aynı hatayı yaptığından itibarına zarar vermeyecektir. Ayrıca bir yönetici başkalarının davranışlarını taklit ederse, bu piyasa ile ilgili bir sinyal aldığını ve zeki olma ihtimalinin daha yüksek olduğunu göstermektedir. Ancak piyasadaki herkes sinyalleri yanlış anlarsa, zeki yatırım yöneticileri, sonuçların beklenmedik olduğunu ve herkesin yanlış yönlendirici mesajı almasının şanssızlık olduğunu söyleyerek hatalarını gizlemek için bir bahaneye sahip olacaktır. Tersine bir durum söz konusu olduğunda ise, her şey eşit olmak üzere yöneticinin diğer yöneticilerden daha az zeki olma olasılığının yüksek olduğu şeklinde algılanacaktır. Bu nedenle, bir yönetici kendi özel bilgileri yatırımın beklenen değerinin negatif olduğunu söylese bile, kendinden önceki yöneticilerin almış olduğu yatırım kararları zeki olmayan yöneticiyi onların aldığı kararları takip etmeye teşvik edecek ve sürü davranışına neden olacaktır (Scharfstein & Stein 1990: 466) (Scharfstein & Stein 2000: 705) (Lam, 2002:184).

2.1.2. İrrasyonel Sürü Davranışı

Yatırım faaliyetini etkileyen rasyonel olmayan davranış görüşü yatırımcı psikolojisi üzerine yoğunlaşmakta ve yatırımcıların, birbirlerini körü körüne izleyerek yatırımcıların buralardan kâr elde edebileceği varsaymaktadır (Devenow & Welch, 1996:604). Yatırım faaliyetini etkileyen rasyonel olmayan davranışa neden olan

unsurların üç başlık altında toplanabileceği ileri sürülmektedir. Birinci unsur sezgisel basitleştirmedir; kısıtlı dikkat, hafıza ya da bilgi işleme yeteneği nedeniyle belirli bir bilginin alt kümesine odaklanmak şeklinde ortaya çıkar. Bu durum, yatırımcıların kişisel bilgileri genelleştirmelerine ve mevcut olaylardan hareketle geleceği tahmin etmeye çalışmalarına neden olur. İkinci unsur olan kendine atfetme ise başarılı kararların nedeni olarak kişisel yeteneğin, başarısız kararların nedeni olarak ise kötü şansın gösterilmesi olarak ortaya çıkar ve yatırımcıların başarısızlıklarını kötü şansa atfetmeleri kendilerine aşırı güven duymalarına neden olur. Son unsur ise sosyal etkileşim olarak adlandırılır ve itaat ve sürü davranışı şeklinde ortaya çıkar (Altay, 2008: 34).

2.2. Literatür Taraması

Christie and Huang (1995) çalışmalarında NYSE ve Amex Borsası'nda 1962-1988 döneminde faaliyet gösteren firmaların hisse senetlerine ait günlük ve aylık kapanış fiyatları yardımı ile piyasa stres dönemlerinde (fiyatların aşırı bir şekilde aşağı/yukarı yönlü olarak hareket ettiği dönemlerde) yatırımcılarda sürü davranışının gözlenip gözlenmediğini araştırmışlardır. Yapılan araştırma sonucunda hem günlük hem de aylık getirilerin sonuçları, aşağı/yukarı yönlü büyük fiyat hareketleri süresince sürü davranışının geçerli olmadığını göstermiştir.

Chang, Cheng ve Khorana (2000) çalışmalarında ABD, Hong Kong, Japonya, Güney Kore ve Tayvan borsalarındaki piyasa katılımcılarının sürü davranışını gösterme eğilimini incelemişlerdir. Yapılan araştırma sonucunda ABD, Japonya ve Hong Kong'daki piyasa katılımcıları için kısmi sürü davranışı kanıtları bulunurken, iki gelişmekte olan ülke Güney Kore ve Tayvan'da ise sürü davranışı için önemli miktarda kanıt elde edilmiştir.

Chen, Rui ve Xu (2003) Ocak 1996-Aralık 2002 tarihleri arasında Shanghai ve Shenzhen Endeksinde sürü davranışını incelemişlerdir. Ampirik sonuçları aşırı fiyat hareketlerinin yaşandığı dönemlerde hem Şanghay-B hisse senetleri hem de Shenzhen-B hisse senetleri için sürü davranışının varlığını kanıtlar nitelikteyken, hem Shanghai-A hem de Shenzhen-A için zayıf kanıtlar elde edilmiştir.

Demirer ve Kutan (2006) çalışmasında, hem firma hem de sektör düzeyindeki verileri kullanarak Çin hisse senedi piyasalarında sürü davranışı oluşumunun varlığı incelenmiştir. Bu amaçla Ocak 1999-Aralık 2002 döneminde Şangay ve Shenzhen endeksindeki 375 firmaya ilişkin hisse senedi verileri kullanılmıştır. Elde edilen bulgular, Çin hisse senedi piyasalarında sürü davranışının olmadığını göstermiştir.

Caporale, Economou ve Philippas (2008) Atina Hisse Senedi Piyasasında sürü davranışının varlığını incelemişlerdir. Elde edilen bulgular, haftalık ve aylık zaman aralıklarında sürü davranışına ait sonuçların zayıf olduğunu gösterirken, hisse senedi piyasasının yükseliş eğilimi gösterdiği dönemlerde sürü davranışın daha güçlü olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca çalışmada 1999 borsa krizi döneminde ve sonrasında önemli sürü davranışlarının varlığı ortaya konulmuştur.

Altay (2008) 02.01.1997-29.02.2008 döneminde İMKB'de (Borsa İstanbul-BIST) sürü davranışının varlığını incelemiştir. Araştırma sonucunda söz konusu dönem içinde İMKB'de sürü davranışının genel bir eğilim olduğu, ancak özellikle Aralık 2003-Nisan 2004 ve Mayıs-Ekim 2006 döneminde piyasa yönünde sürü davranışının görülmediği sonucu elde edilmiştir. Sektörel inceleme sonucunda piyasa yönünde sürü davranışının tüm sektörlerde genel bir eğilim olduğu ancak sürü etkisinden çıkma dönemlerinin ve eğiliminin sektörler arasında değişkenlik gösterdiği sonucuna varılmıştır.

Çoban (2009) çalışmasında 03.01.1997- 17.10.2008 dönemi içerisinde İMKB'de (Borsa İstanbul –BIST) işlem gören 257 hisse senedinin günlük kapanış fiyatları yardımıyla İMKB'de sürü davranışının varlığı araştırılmıştır. Elde edilen sonuçlarda parametrelerin istatistiksel bakımdan anlamlı ancak pozitif oldukları görülmüştür. Teoride ileri sürülen "sürü davranışının aşırı stresli günlerde yatay kesit değişkenliğinin azaldığı" iddiasının tersi bir sonuç elde edilmiş ve elde edilen bulguların sürü davranışının varlığını desteklemediği sonucuna ulaşılmıştır.

Demirer, Kutan ve Chen (2010) Tayvan Borsası'nda Ocak 1995-Aralık 2006 döneminde 18 farklı sektörde (Çimento, Gıda, Plastik, Tekstil, Elektrikli Ev Aletleri, Tel ve Kablo, Kimyasallar, Cam ve Seramik, Selüloz ve Kağıt, Çelik, Kauçuk, Otomobil, Elektronik) sınıflandırılan 689 firmanın verilerini kullanarak yatırımcı sürü davranışı incelenmiş ve Elektronik sektörü haricinde, sürü davranışını kanıtlayan bulgular elde edilememiştir.

Chiang Chiang ve Zheng (2010) çalışmalarında 25 Mayıs 1988'den 24 Nisan 2009'a kadar 18 ülkeye (gelişmiş ülke hisse senedi piyasaları: Avustralya, Fransa, Almanya, Hong Kong, Japonya, Birleşik Krallık (İngiltere) ve Amerika Birleşik Devletleri; Latin Amerika hisse senedi piyasaları: Arjantin, Brezilya, Şili ve Meksika; Asya pazarları: Çin, Endonezya, Malezya, Singapur, Güney Kore, Tayvan ve Tayland) ait piyasalardaki sürü davranışını incelemişlerdir. Gelişmiş borsalarda (ABD hariç) ve Asya pazarlarında sürü davranışını destekleyen kanıtlar elde edilirken, Latin Amerikalı hisse senedi piyasalarında sürü davranışına ilişkin hiçbir kanıt bulunamamıştır.

Doğukanlı ve Ergün (2011) çalışmasında İMKB'de (Borsa İstanbul- BIST) sürü davranışını, Christie ve Huang (1995) ve Chang, Cheng ve Khorana'nın (2000) yatay kesit değişkenliğe dayalı yöntem ile test etmişlerdir. Hisse senetlerinin günlük ve aylık kapanış fiyatlarının kullanıldığı çalışmada aşırı stresli günlerde yatay kesit mutlak sapmanın azaldığı savı doğrulanamamış, kullanılan veri setinde ve kullanılan yöntem ile sürü davranışının var olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Kayalıdere (2012) çalışmasında Ocak 1997-Temmuz 2012 dönemi için İMKB'de (Borsa İstanbul- BIST) sürü davranışı etkisinin varlığını araştırmıştır. Çalışmada, analiz dönemi 1997-2004 ve 2005-2012 olmak üzere iki alt döneme ayrılmıştır. Bulgular sürü davranışı etkisinin I. alt dönemindeki piyasadaki hisse senetlerinde yükselmenin yaşandığı günlerde yoğun olarak hissedildiği yönündedir. II. alt dönemde ise sürü davranışı etkisinin azaldığı ifade edilmiştir.

Çelik (2013) çalışmasında gelişmiş (Amerika, İngiltere, Almanya, Fransa, Hollanda, Avusturya ve Hong Kong) ve gelişmekte olan ülke (Brezilya, Malezya, Meksika, Arjantin ve Türkiye) hisse senedi piyasalarında sürü davranışının varlığı araştırılmıştır. En küçük kareler yöntemi ile piyasaların hiç birinde sürü davranışının varlığı gözlenmemiştir. Çelik Kantil Regresyonu analizini uyguladığında ise, Amerika, İngiltere, Hong Kong ve Meksika hisse senedi piyasalarında yüksek kantillerde sürü davranışının varlığı tespit edilmiştir. Aynı zamanda Hollanda ve Hong Kong hisse senedi piyasalarında yükselen piyasalarda, Amerika, Fransa, İngiltere ve Hong Kong hisse senedi piyasalarında ise düşen piyasalarda sürü davranışı görülmüştür. Çalışmanın sonucunda, sürü davranışının gelişmiş ülkelerde daha yaygın olduğu gözlenmiştir.

Akınsimo, Çoşkun ve Gupta (2016) çalışmalarında, Temmuz 2007 - Mayıs 2016 Borsa İstanbul 100 Endeksi'nde yer alan gayrimenkul yatırım ortaklık (GYO) firmalarına ait hisse senetlerinin günlük kapanış fiyatlarına ait verileri kullanarak sürü davranışlarını incelemişlerdir. Üç alt dönem ((7/1/2007-8/26/2011), (8/27/2011-6/2/2013) ve (6/3/2013-5/30/2016)) kapsamında yapılan araştırma sonucunda GYO'larda sürü davranışının varlığına ait kanıtlar elde edilmiştir. Ancak yüksek volatilite döneminde sürü davranışı, düşük oynaklık dönemlerindeki sürü davranışından nispeten daha kısadır.

3. Sürü Davranışının BIST Tüm Endeksi Üzerinde İncelenmesi

Bu çalışmanın amacı, sürü davranışının Borsa İstanbul'da var olup olmadığını test etmektir. Bu amaçla BIST Tüm Endeksi'ndeki 294 hisse senedinin her birine ilişkin 1763 günlük gözlemden yararlanılmıştır. Bu çalışmada Christie ve Huang (1995) tarafından geliştirilen hisse senetleri getirilerinin yatay kesit sapmalarına dayalı yöntem

kullanılmıştır. Hisse senetlerinin günlük getirileri aşağıdaki formül yardımıyla hesaplanmıştır;

R_{it} = (P_t - P_{t-1}) / P_{t-1}

Burada;

P_t= hisse senedinin t zamanındaki kapanış fiyatı

P_{t-1}= hisse senedinin t zamanından bir önceki gün kapanış fiyatıdır.

Daha sonraki adımda BIST Tüm Endeksi'nde hisse senetleri işlem gören 294 şirkete ait hisse senetlerinin günlük getiri oranlarının mutlak sapmaları aşağıdaki formül yardımıyla hesaplanmıştır.

$$CSAD_t = \frac{\sum_{i=1}^{N}(R_{i,t} - R_{m,t})}{N}$$

Burada;

$CSAD_t$= t zamanında hisse senedi getiri oranlarının piyasa getiri oranından yatay kesit mutlak sapması (Cross-sectional absolute deviation),

$R_{i,t}$= t zamanında i hisse senedinin getiri oranı,

$R_{m,t}$= t zamanında pazar portföyünün getiri oranı,

N= hisse senedi adedidir.

Yatay kesit mutlak sapma hesaplamasından sonra endeksin günlük getiri oranları dikkate alınarak piyasanın aşırı stresli olduğunu günleri tayin etmek için %1, %5'lik dilimlerde yer alıp almadıkları incelenmiş ve bu incelemelere göre bu dilimler içinde yer alması durumunda 1 almaması durumunda 0 değeri atanmıştır.

Araştırmanın son kısmında ise, sürü davranışının varlığını araştırmak için hisse senedi getirilerinin yatay kesit mutlak sapmalarının bağımlı değişken; kukla değişkenlerin bağımsız değişkenler olduğu regresyon modeli tahmin edilmiştir:

$$CSAD_t = \alpha + \beta^D D_t^D + \beta^Y D_t^Y + \varepsilon_t$$

Burada;

$CSAD_t$= t zamanında hisse senedi getiri oranlarının piyasa getiri oranından yatay kesit mutlak sapması,

D_t^D= t zamanında hisse senedi fiyatlarının düşüşe yönelimli olduğu günlerde, BIST Tüm Endeksi getiri oranı hisse senetleri getiri oranlarının alt uç değerleri arasında yer alıyorsa 1, girmiyorsa 0 değeri atanarak oluşturulan kukla değişken,

D_t^Y= t zamanında hisse senedi fiyatlarının yükselişe yönelimli olduğu günlerde, BIST Tüm Endeksi getiri oranı hisse senetleri getiri oranlarının üst uç değerleri arasında yer alıyorsa 1, girmiyorsa 0 değeri atanarak oluşturulan kukla değişken,

ε_t= rassal hata terimini ifade etmektedir.

Teoriye göre sürü davranışının doğrulanabilmesi için, β^D ve β^Y katsayılarının istatistiksel olarak anlamlı ve negatif değerler almaları gerekmektedir.

3.1. Elde Edilen Bulgular

$CSAD_t = \alpha + \beta^D D_t^D + \beta^Y D_t^Y + \varepsilon_t$	%1'lik dilimler için	%5'lik dilimler için
α	0,000	0,001
β^D	-0,004 (0,068)*	0,003 (0,001)
β^Y	-0,015 (0,000)*	-0,012 (0,000))
Düzeltilmiş R^2	0,026	0,106
*Anlamlılık düzeylerini göstermektedir.		

Yapılan regresyon analizi sonucuna göre %1'lik dilimler içinde yer alan günlerde β^Dkatsayısı %10 düzeyinde istatistiki olarak anlamlı ve β^Ykatsayısı ise %1 düzeyinde anlamlı bulunmuştur. Ayrıca alt ve üst uç değerlerin (piyasa getirisinin piyasa getiri ortalamasının %1 altında ve üstünde kalan değerleri) katsayılarının negatif olması piyasanın alt uç ve üst uç değerlerinin yatay kesit mutlak sapma üzerine etkisi olduğunu ifade etmektedir ve bu sonuçlar 2011-2017 yılları arasında BIST Tüm Endeksi'nde sürü davranışının varlığına işaret etmektedir. %5 dilimler için yapılan analiz sonuçları incelendiğinde β^Dkatsayısı %1 düzeyinde istatiki olarak anlamlı bulunurken katsayının pozitif olması alt uç değelere göre bir sürü davranışının var olmadığını göstermektedir. β^Ykatsayısı ise %1 düzeyinde istatistiki olarak anlamlı ve negatif olduğundan üst uç değerlerde sürü davranışının var olduğunu göstermektedir.

4. Sonuç

Bu çalışmada Christie ve Huang (1995) tarafından geliştirilen hisse senedi piyasalarında sürü davranışını ölçmeye yönelik yöntem yardımıyla 2011-2017 yılları arasında BIST Tüm Endeksi'nde sürü davranışının varlığı araştırılmıştır. Yapılan regresyon analizi sonucunda BIST Tüm Endeks ortlaması göz önüne alınarak hesaplanan %1'lik dilimler içinde yer alan ve piyasada aşağı ya da yukarı yönlü aşırı fiyat hareketlerinin gözlendiği dönemlerde hem alt uç hem de üst uç değerlerin istatistiki olarak anlamlı ve katsayılarının negatif olması nedeniyle sürü davranışının var olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Diğer taraftan %5'lik dilimler için yapılan analiz sonuçları sürü davranışın sadece üst uç değerlerde görüldüğünü göstermektedir. Elde edilen sonuçlar Chang, Cheng ve Khorana (2000), Chen, Rui ve Xu (2003), Caporale, Economou ve Philippas (2008), Chiang Chiang ve Zheng (2010) ve Kayalıdere (2012) Çelik (2013) çalışmalarını destekler niteliktedir.

Kaynakça

Akinsomi, O., Coskun, Y., & Gupta, R. (2016). Analysis Of Herding İn Reıts Of An Emerging Marke: The Case Of Turkey. Universty Of Peritoria, Departmant Of Economics Working Paper Series.

Avery, C., Zemsky, P.(1996). "Multi-Dimensional Uncertainty and Herd Behavior in Financial Markets", *The American Economic Review*, 88(4): 724-748.

Altay, E. (2008). "Sermaye Piyasasında Sürü Davranışı: İMKB'de Piyasa Yönünde Sürü Davranışının Analizi", *BDDK Bankacılık ve Finansal Piyasalar*, *2*(1): 27-58.

Alevy, J. E., Haigh, M. S., & List, J. A. (2006). "Information Cascades: Evidence from a Field Experiment with Financial Market Professionals" *Journal of Finance*.

Atik, M., Köse, Y., & Yılmaz, B. (2015). "Türk Bankacılık Sektöründe Konut Kredisi Kullanan Tüketicilerin Davranış Kararlarını Şekillendiren Eğilimlerden "Sürü Davranışı" Varlığının Araştırılması", *International Journal of Economic & Administrative Studies*, *8*(15): 193-206.

Baddeley, M. (2010). "Herding, Social İnfluence And Economic Decision-Making: Socio-Psychological And Neuroscientific Analyses", *Philosophical Transactions of the Royal Society of London B: Biological Sciences*, *365*(1538): 281-290.

Baddeley, M., Burke, C., Schultz, W., Tobler, P. (2012). Herding İn Financial Behaviour: A Behavioural And Neuroeconomic Analysis Of İndividual Differences. https://pdfs.semanticscholar.org/e68f/e1f5d62569960d1894fd3b2b915990dd61b8.pdf , (15.11.2017).

Balcerzak, M. (2014). "Herd Behavior in International Market", *Metody Ilościowe w Badaniach Ekonomicznych, 15*(2): 17-26.

Banerjee, A. V. (1992). "A Simple Model Of Herd Behavior", *The Quarterly Journal Of Economics, 107*(3): 797-817.

Bikhchandani, S., & Sharma, S. (2000). "Herd Behavior İn Financial Markets", *IMF Staff papers, 47*(3): 279-310.

Brahmana, R., Hooy, C. W., & Ahmad, Z. (2012). "The Role Of Herd Behavıour In Determınıng The Investor's Monday Irratıonalıty", *Asian Academy of Management Journal of Accounting & Finance, 8*(2): 1-20.

Bowden, M. P. (2013). "Social Learning, Herd Behaviour And İnformation Cascades", *Journal of Economic Research, 18*(3): 205-236.

Caporale, G.M., Economou F., & Philippas N. (2008). "Herd Behavıour In Extreme Market Condıtıons: The Case Of The Athens Stock Exchange", http://www.accessecon.com/pubs/EB/2008/Volume7/EB-08G10021A.pdf, (20.11.2017).

Chang, E.C., Cheng, J.W., & Khorana A., (2000). "An Examination Of Herd Behavior İn Equity Markets: An İnternational Perspective", *Journal of Banking & Finance* 24 (2000): 1651-1679.

Chen, G., Rui, O. M., Xu, Y. (2003). "When Will İnvestors Herd? Evidence From The Chinese Stock Markets", *Journal of Financial Research, 37*: 2-40.

Chiang, T. C., & Zheng, D. (2010). "An Empirical Analysis Of Herd Behavior İn Global Stock Markets", *Journal of Banking & Finance, 34*(8): 1911-1921.

Christie, W. G., & Huang, R. D. (1995). "Following The Pied Piper: Do İndividual Returns Herd Around The Market?", *Financial Analysts Journal,* 51(4): 31-37.

Cipriani, M., Guarino, A. (2014). "Estimating A Structural Model Of Herd Behavior İn Financial Markets", *American Economic Review, 104*(1): 224-51.

Çelik, S. (2013). "Dünya Hisse Senedi Piyasalarında Sürü Davranışı: Kantil Regresyon Analizi Örneği", *İktisat İşletme ve Finans*, *28*(329): 75-96.

Çoban, A. T. (2009). *İMKB'de Sürü Davranışının Test Edilmesi.* Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Adana: Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Çelen, B., & Kariv, S. (2004). "Distinguishing İnformational Cascades From Herd Behavior İn The Laboratory", *American Economic Review*, *94*(3): 484-498.

Devenow, A., & Welch, I. (1996). "Rational Herding İn Financial Economics", *European Economic Review*, *40*(3-5): 603-615.

Demirer, R., Kutan, A. M., & Chen, C. D. (2010). "Do İnvestors Herd İn Emerging Stock Markets?: Evidence From The Taiwanese Market", *Journal of Economic Behavior & Organization*, *76*(2): 283-295.

Dhaene, J., Linders, D., Schoutens, W., & Vyncke, D. (2012). "The Herd Behavior İndex: A New Measure For The İmplied Degree Of Co-Movement İn Stock Markets", *Insurance: Mathematics and Economics*, *50*(3): 357-370.

Doğukanlı, H., & Ergün, B. (2011). "İMKB'de Sürü Davranışı: Yatay Kesit Değişkenlik Temelinde Bir Araştırma", *İşletme Fakültesi Dergisi,* 12(2): 227-242.
Döm, S. (2003). *Yatırımcı Psikolojisi*. İstanbul: Değişim Yayınları.

Güvercin, A. (2016). "Sentimental Herding: The Role of Regional and Global Shocks in Egyptian and Saudi Stock Markets", *Sosyoekonomi*, *24*(27): 25.

Graham, J. R. (1999). "Herding Among İnvestment Newsletters: Theory And Evidence", *The Journal of Finance*, *54*(1): 237-268.

Jeffer, P. I., Joseph R., & Mendez, F.A. (2006). **"**Herd Behavior And The Bull Whip Effect: Information Access, Or Risks And Rewards?", *Emerging Trends and Challenges in Information Technology Management,* 1(2): 687-690.

Lam, M. C. H. (2002). "Herd Behaviour And İnterest Rate Defence", *Journal of Policy Modeling*, *24*(2): 181-193.

Scharfstein, D. S., & Stein, J. C. (1990). "Herd Behavior And İnvestment", *The American Economic Review*, 80(3): 465-479.

Scharfstein, D., & Stein, J. C. (2000). "Herd Behavior And İnvestment: Reply", *American Economic Review*, *90*(3): 705-706.

Spyrou, S. (2013). "Herding In Financial Markets: A Review Of The Literature", *Review of Behavioral Finance*, *5*(2): 175-194.

Svarc, P., & Svarcova, N. (2008). Technology Adoption In Complex Social Networks.
http://www.necsi.edu/events/iccs7/papers/6b97d761a768b96c391066a0ccbd.pdf (12.11.2017).

Tüketicilerin Sosyal Sorumluluk Kampanya Türlerineyönelik İnanç, Tutum ve Satın Alma Niyetlerinin İncelenmesi

Fulya Güngör[77], Ahmet Başcı[78]

Full Text

1. Giriş

İşletmelerin ve daha iyi bir dünyada yaşamak isteyen tüketicilerin çevreye, sağlığa, eğitime, yoksulluğa ve diğer sosyal konulara karşı ortak bir noktada buluşmasını sağlayan sosyal sorumluluk kavramı; uygulama alanı ve önemi açısından günden güne büyümektedir. Günümüzde sosyal sorumluluk; işletmeler arasında her daim kazananın toplum olacağı ve gelecek için umut vaat eden bir yarış haline dönüşmüştür.

Bu çalışma ile finansal kaynaklarını, uzmanlıklarını, iş gücünü, zamanlarını ve çabalarını, sosyal bir yarar için ortaya koyan işletmeler ve tüketim tercihlerinde sosyal bilince sahip, sosyal çözümlere katılımlarını her alanda gerçekleştirmek isteyen tüketicilerin ortak çabalarını daha etkili kullanmalarına destek olmak amaçlanmıştır. Kotler ve Lee tarafından, geçmişten bugüne sosyal kampanyaları inceleyerek literatüre kazandırılan altı farklı sosyal girişim tanımı ile yola çıkılmıştır (Kotler & Lee, 2013). Tanımlanan sosyal girişimler için altı farklı sosyal sorumluluk kampanyası senaryolaştırılmış ve katılımcılardan elde edilen veriler istatiksel analizler sonucu yorumlanmıştır. Araştırmayla amaçlanan; sosyal sorumluluk kampanyalarına ilişkin cinsiyet, yaş, kişisel gelir gibi demografik özelliklerin ve farklı uygulamalar içeren sosyal kampanya türlerine ilişkin inanç, tutum ve satın alma niyetleri açısından kampanya türleri arasında farklılık olup olmadığıdır. Araştırma 28 programda eğitim gören Plato Meslek Yüksekokulu öğrencileri arasında gerçekleştirilmiştir. Oluşturulan her senaryoya ilişkin ayrı ayrı 100'er anket formundan oluşan toplam 600 anketin toplanması sağlanmıştır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1 Sosyal Sorumluluk

İş adamının soysal sorumlulukları, 1950 yılında Bowen tarafından yazılan "iş adamının sosyal sorumlulukları (Social Responsibilities of The Businessman) başlıklı kitabında; işadamının "özgür girişim ekonomisinde" rolü şeklinde sorgulandığı ifade edilmiştir (Yamak, 2007: 27). 1960'lı yıllarda ise, Keith Davis tarafından "İş adamı topluma karşı ne yapar?" ve "iş için sosyal sorumluluk görmezden gelinmeli mi? " gibi sorularla sosyal sorumluluk gündeme gelmiştir. Birçok tanımlama yapılmaya çalışılsa da o dönemde sosyal sorumluluk belirsiz kalmıştır. Archie Carroll ise, 1979 yılında, işletmelerin sosyal sorumluluklarını ekonomik, yasal, etik ve gönüllü sorumluluklar olarak ifade etmiştir (Schwartz & Carroll,2003:503).

Bugün ise, sosyal sorumluluk alanında işletmeler, kamu yararına yaptıkları faaliyetler ile ekonomik, sosyal ve çevresel alanda topluma fayda sağlamaktadır. Bu fayda ise, işletmelere artan örgütsel verimlilik, olumlu kurumsal imaj, güçlü pazarlama

[77] Öğretim Görevlisi, Balıkesir Üniversitesi, Sındırgı Meslek Yüksekokulu, fulyagungor10@gmail.com
[78] Dr.Öğretim Üyesi,Marmara Üniversitesi,ahmetbasci@gmail.com

stratejileri ve yüksek firma performansı olarak geri dönmektedir (Wang, Chen, Yu, & Hsiao, 2015:2232)

2.2. Sosyal Sorumluluk Kampanya Türleri

Kotler ve Lee, sosyal sorumluluk alanında birbirinden belirli ölçütlerle ayırdıkları ve sosyal konuları seçeneklendirdikleri çalışmalarında amaçları; toplum ve şirket için en uygun sosyal girişimin kullanılmasıdır. Uygulamada yer alan örneklerle birlikte, detaylı olarak açıkladıkları altı sosyal girişim şu şekildedir: (Perrini, 2006, s. 90-93)

1.Sosyal Amaç Teşvikleri (Cause Promotion): Sosyal nedenler için bilinci, farkındalığı ve endişeyi arttırabilmeyi sağlamak.

2.Sosyal Amaç Bağlantılı Pazarlama (Cause-Related Marketing): Ürün satış ile sosyal nedenin

3.Kurumsal Sosyal Pazarlama (Corporate Social Marketing): Sosyal bir nedenin çözümü için davranış değişikliği hedeflemek.

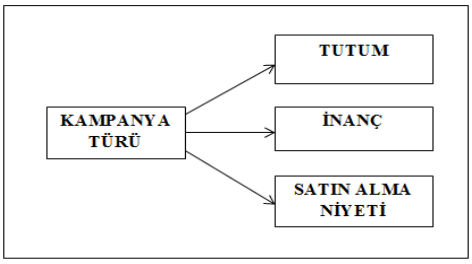
4.Kurumsal Hayırseverlik (Corporate Philanthropy): Soysal soruna doğrudan katkıda bulunmak.

5.Toplum Gönüllülüğü (Community Volunteering): Çalışanların yeteneklerini ve zamanlarını bağışlamak.

6.Sosyal Açıdan Sorumluluk Taşıyan İş Uygulamalarıdır (Socially Responsible Business Practices): İş uygulamaları sürecinde ve yatırım kaynaklarında sosyal amaçla hareket etmek.

3. ARAŞTIRMA TASARIMI

3.1.Araştırmanın Modeli ve Varsayımları (Hipotezler)



Şekil 1:Araştırmanın Modeli

H1: Sosyal sorumluluk kampanyalarına ilişkin inançları açısından kadın ve erkek katılımcılar arasında farklılık yoktur.

H2: Sosyal sorumluluk kampanyalarına ilişkin tutumları açısından kadın ve erkek katılımcılar arasında farklılık yoktur.

H3: Sosyal sorumluluk kampanyalarına ilişkin satın alma niyetleri açısından kadın ve erkek katılımcılar arasında farklılık yoktur.

H4: Katılımcıların kampanyaya ilişkin inanç, tutum ve satın alma niyetleri açısından yaşları arasında farklılık yoktur.

H5: Katılımcıların kampanyaya ilişkin inanç ve tutum açısından kişisel gelirleri arasında farklılık yoktur.

H6: Katılımcıların kampanyaya ilişkin inançları açısından kampanya türleri arasında farklılık yoktur.

H7: Katılımcıların kampanyaya ilişkin tutumları açısından kampanya türleri arasında farklılık yoktur.

H8: Katılımcıların kampanyaya ilişkin satın alma niyetleri açısından kampanya türleri arasında farklılık yoktur.

4. SONUÇ

Araştırmaya katılan katılımcıların; sosyal sorumluluk kampanyalarına ilişkin tutumları ve satın alma niyetleri açısından kadın ve erkek katılımcılar arasında farklılık olduğu tespit edilmiştir. Grup ortalamalarına bakıldığında ise; kadın katılımcıların erkek katılımcılara göre kampanyaya ve şirket eylemlerine karşı tutumlarının anlamlı derecede fazla olduğu görülmektedir. İnanç değişkeni verileri sonucunda sosyal sorumluluk kampanyalarına ilişkin inançları açısından kadın ve erkek katılımcılar arasında ise farklılık olmadığı tespit edilmiştir.

Katılımcıların kampanyaya karşı tutum ve satın alma niyeti üzerinde kampanya türlerinin farklılık göstermediği tespit edilirken, kampanya türlerine yönelik inanç faktöründe katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık ortaya çıkmıştır.

Kaynaklarını ayırarak hazırladıkları sosyal kampanyalara katılımı artırmak, aynı zamanda finansal ve sosyal performanslarında artışla ödüllendirilmek isteyen işletmeler, bu farklılığı değerlendirmelidir. Bir sosyal problemi çözmeye yönelik hazırlanacak kampanya öncesinde; sosyal sorun ve çözümüne ilişkin faaliyetlerin seçiminde, katılımı etkileyen inanç faktörü incelenmelidir. Hedef kitlenin inanç eğilimin yüksek olduğu ve farklılaşmadığı projelerin değerlendirilmesi, kaynak verimliliği ve etkin bir katılım için önem arz edebilir. Kotler ve Lee tarafından literatüre kazandırılan sosyal girişim türleri, her firmanın kendi faaliyet alanı ve hedef kitlesine uygun olarak seçilebilmektedir. Çalışmamızda elde ettiğimiz sonuçlar göstermektedir ki, cinsiyet değişkeni kampanyaya karşı inanç ve satın alma niyetinde farklılık göstermektedir. Kadın katılımcıların, erkek katılımcılara göre anlamlı bir farklılığı söz konusudur. İşletme kampanya için belirlediği hedef kitleyi tanımlayarak, farklılıkların olması durumunda inancın ve satın alma niyetinin yüksek eğilim gösterdiği gruplara kampanyalar düzenleyebilecektir.

Son olarak gelecek çalışmalara yol gösterebilmek adına, bu çalışmadan yola çıkarak sosyal kampanya türleri arasında katılımın, hangi tür kampanyaya yüksek eğilim gösterdiği üzerinde çalışılabilir. Bir diğer öneri ise; çalışmamızda, senaryo hazırlanmış ve hayali bir firma oluşturulmuştur. Bu kısıt ortadan kaldırılabilir. Ve belirli bir sektör veya aynı sektör içerisinde farklı menşeili işletmelerin yapmış oldukları sosyal sorumluluk kampanyalarına karşı inanç, tutum ve satın alma farklılıkları üzerine çalışma yapılabilir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Sorumluluk, Sosyal Sorumluluk Kampanyası, Sosyal Sorumluluk Kampanya Türleri, Tüketici Tutum ve İnançları

JEL Kodu: M14,M31

KAYNAKÇA

Kotler, P. & Lee, N. (2013). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk*,(Çev.) Yamak,S.,İstanbul: Mediacat.

Perrini, F. (2006). "*Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause."* Academy of Management Perspectives,20 (2), 90-93.

Schwartz, M. S. & Carroll, A. B. (2003). "*Corporate Social Responsibility:A Three-Domain Approach*", Business Ethics Quarterly ,13 (4), 503–530.

Wang, D., Oppewal, H., & Thomas, D. (2014). "*Exploring Attitudes and Affiliation Intentions toward Consumers Who Engage in Socially SharedSuperstitious Behaviors: A Study of Students in the East and the West"*,Psychology and Marketing , 31 (3), 203–213.

Yamak, S. (2007). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Gelişimi*, İstanbul: Beta Yayınevi.

Investigation of Awareness of Dentistry Faculty Students About Environmental Issues

Serdar Güngör[79], Sertaç Güngör [80]

Full Text

1. Introduction

The environment has been defined as everything other than humans. This definition has emerged as a result of the interaction between human health, environment and genetic pattern. The concept of environment covers everything other than us, and the social, physico-geo-chemical and biological environment, which are in constant interaction with each other. All environmental factors that have the possibility of interacting with human beings are influential on the health of human beings and the society (Tekin and Güneş 2018).

Environmental deterioration has emerged as a serious issue in the current world. The human factor is the largest contributor to the creation and exacerbation of many environmental problems that might advance into serious threats to humans and all living organisms. These environmental problems may increase greatly, mainly due to global negative activities or lack of environmental legislations in countries rather than individual activity. However, individuals with negative attitudes towards the environment will continue to pose problems regarding the environment. Individuals who have environmental literacy, awareness and sensibility might contribute to the solution of these environmental problems (Raman 2016).

In this sense, it is important to explore the attitudes of students toward environment in understanding the environmental behaviors of students and providing need analysis for reconstructing environmental education starting from the pre-school to higher education. But, for Turkish context there are a few studies for measuring and analyzing environmental attitudes of pre-school, primary and secondary school students as regard to some independent variables, especially the studies about higher education is solely restricted by pre-service teacher education students (Köse et all. 2011).

The aim of environmental education is to literate students for playing active role in preventing environmental problems and be aware or sensitive about environmental issues. Educational authorities should address nature and methods of environmental education to increase public sensitivity in relation to environmental problems and solutions. The process of environmental education is complicated and should be reviewed

[79] Asist.Prof.Dr., University of Uşak, Faculty of Medicine, Department of Clinical Microbiology, Usak./Turkey serdar.gungor@usak.edu.tr
[80] Assoc.Prof.Dr., University of Selçuk, Faculty of Agriculture, Landscape Architecture Department, Konya/Turkey, sertac@selcuk.edu.tr

deeply at the affective, cognitive, behavioral and meta cognitive levels. Researchers ever since 1982 found that there is a positive correlation between environmental education instruction and favorable attitudes towards environment (Özden 2008).

This study aimed to determine the knowledge, awareness, and attitude of dentistry students towards landscape architecture and environment issue.

2. Methodology

2.1. Study setting and selection criteria

This cross sectional study was conducted with Uşak University Dentistry Faculty 2nd grade students during the spring term of 2017-2018 education years. In order to collect information, all dentistry students of in their second semester (n = 43) were entered the study. Dentistry students were reminded that participating in the study was voluntary, and an appropriate opportunity to complete a questionnaire was given to the dentistry students

2.2. Data collection and measurement tool

Data were collected via internet questionnaire. Participants were asked about 13 questions about landscape and environment. For data collection, we used the awareness standard questionnaire.

3. Findings

The uncontrolled and uncoordinated usage of environmental sources resulted in many problems as deforestation, loss of biodiversity, pollution, ozone depletion, global climate change and over-consumption of natural resources. As a result of the increasing environmental problems, environmental concerns have dramatically increased among the public over the last few decades. For raising public awareness and enhancing the protective attitude towards the environmental issues, environmental education plays very strategic and important role. Environmental education aims to raise environmental awareness among human populations and provide opportunities to acquire the knowledge, values, attitudes and skills needed to protect the environment (Önder 2006).

Since the universities educate young generations who are expected to be the future leaders in many different areas in the society and who will be the decision-makes, the role of the Universities in the environmental training of the public is huge. The future decisions of these young generations will affect the sustainability of the human existence, their approach and activities will have important consequences for the environment. For this reason, universities bear profound responsibilities to increase the awareness, knowledge, technology and tools to create on environmentally sustainable future (Önder 2006).

According to the results of Sarani et all. (2016), this study, knowledge and awareness of dentistry students at Kerman University of Medical Sciences towards evidence-based dentistry were average and have a neutral attitude. Thus, providing

necessary training in this regard will cause promoting the knowledge, awareness, and improved attitudes of dentistry students.

The students are in communication with their teachers from pre-school to the university level. Since the teacher could serve as a model, the teachers should know the environmental issues and they must have a positive attitude about the nature. The prospective teachers must have a well education as they are teachers of the future. Upon these conclusions, including the faculties of education at first, than all of the undergraduate programs of the universities should have an "Environmental Education" course or similar courses in their curriculums (Uyanık 2017).

The aim of this study was to determine the awareness of graduate students about environmental problems at Uşak University Dentistry Faculty and to analyze and understand the perspective of students about environmental events.

4. Conclusion

The average age of participants was 20, %80 were female, 90% of the participants define landscape architecture as "a profession that regulates natural and cultural resources and the physical environment for human benefit". %50 of students know golden daisy "*Chamomilla recutita (L.) Rauschert*", %60 of the students were interested in environment. %20 of them were planting at home. %70 of students know were there a "landscape architecture department in Uşak city. %85 of students like Atapark recreation area. All of the attendants recognized the foundation of TEMA. 60% of students have an awareness of environmental issues and environmental attitudes. According to the survey, the majority of the positive environmental attitudes are female students. They are also the group in which environmental behavior and environmental awareness are high.

Keywords: environmental attitudes, environmental issues, awareness, dentistry students

JEL Codes: Q15, Q26, R14

References

Köse, S. A., Gezer, K., Eroll, G. H., & Bilen, K. (2011). Investigation of undergraduate students' environmental attitudes. International Electronic Journal of Environmental Education, 1(2), 85-96.

Önder, S. (2006). A Survey of Awareness and Behaviour in Regard to Environmental Issues among Selcuk University Students in Konya, Turkey. Journal of Applied Sciences, 6: 347-352. DOI: 10.3923/jas.2006.347.352.

Özden, M. (2008) Environmental Awareness and Attitudes of Student Teachers: An Empirical Research, International Research in Geographical and Environmental Education, 17:1, 40-55, DOI: 10.2167/irgee227.0

Raman, R. A. (2016). Attitudes and Behavior of Ajman University of Science and Technology Students Towards the Environment. The IAFOR Journal of Education Volume 4 – Issue 1 – Spring 2016. Page: 69-88.

Sarani, A., Sarani, M., Abdar, M. E., & Abdar, Z. E. (2016). Awareness, knowledge, and attitude of dentistry students in Kerman towards evidence-based dentistry. Electronic Physician, 8(5), 2366–2370. http://doi.org/10.19082/2366

Tekin, Ç., Güneş, G. (2018). Environmental awareness in university students and the affecting factors. International Journal of Community Medicine and Public Health Feb;5(2):422-429. http://www.ijcmph.com.

Uyanık, G. (2017). Investigation of the Attitudes towards Environmental Issues and Knowledge Levels of Candidate Teachers. OMU J. Fac. Educ. 2017, 36(1), 133-145. doi: 10.7822/omuefd.327394

Kentsel Alanlarda Vejetasyon Yapısının Belirlenmesinde Bitki İndekslerinin Kullanım Olanakları

Orhun Soydan[81], **Ahmet Benliay** [82]

Full Text

1. Özet

Uzaktan algılama yöntemleri, istenilen ayrıntıda ve yüksek doğrulukta arazi örtüsü haritaları elde etmek için daha az arazi çalışmaları yapılmasına gerek duyacak şekilde özellikle geniş alanlardan hızlı ve istenen zamanda görüntü elde edilmesi ile arazi örtüsü ana sınıflarının belirlenmesi mümkün olmaktadır. Bitki örtüsünün analizinde çeşitli vejetasyon indekslerinin yardımı ile yer örtücü, çalı veya ağaç gibi ayrımlar yapılabilmesine karşın, tür seçimi için halen LIDAR, GPS\IMU ve sayısal kameradan oluşan çoklu algılama sistemlerine ihtiyaç duyulmaktadır.

Bu çalışmada, coğrafi bilgi sistemleri (CBS) ve uzaktan algılama (UA) yöntemleri kullanılarak Basit Oran (SR), Normalize Edilmiş Fark Vejetasyon İndeksi (NDVI), Geniş Dinamik Menzil Vejetasyon İndeksi (WDRVI), Toprak Etkisi Azaltılmış Vejetasyon İndeksi (SAVI), Yaprak Alan İndeksi (LAI), Yeşil Klorofil İndeks (GCI), Normalize Edilmiş Fark Nem İndeksi (NDMI), Geliştirilmiş Vejetasyon İndeksi (EVI) verilerinin kentsel alanlarda bitki örtüsü belirleme çalışmalarında kullanılma olasılığı araştırılmıştır.

Çalışma için Antalya ili, Konyaaltı ilçesi, 12 mahallesi içerisinden rastgele seçilmiş olan 250 noktadan bitki örtüsü tipine yönelik ölçümler yapılmıştır. Yapılmış olan ölçüm noktalarına ait yansıma değerleri verileri 11 Temmuz 2017 tarihli 10 m. x 10 m. çözünürlüklü Sentinel II uydu görüntüsü kullanılarak belirlenmiştir. Bu veriler yardımı ile aynı kontalara ait 8 adet vejetasyon indeksi değerleri sınıflandırılmış ve yapay sinir ağı mimarisinde yorumlanmıştır. Yapay sinir ağları ile elde edilmiş tahmin sayıları ve oranları ve vejetasyon indeksleri katkı oranları belirlenmiş ve sonuçları tartışılmıştır.

2. Kuramsal Temeller

Uzaktan algılama, yeryüzünün ve yer kaynaklarının incelenmesinde onlarla fiziksel bağlantı kurmadan kaydetme ve inceleme tekniğidir. Uzaktan algılama teknolojileri ile kentsel alanlarında arazi ve bitki örtüsü hakkında ayrıntılı bilgi sahibi olmak, peyzaj mimarları, şehir plancıları ve karar vericilere büyük kolaylıklar sağlamaktadır.

Uzaktan algılama teknolojilerin arazi örtüsü belirleme uygulamalarında kullanımı ve coğrafi bilgi sistemleri ile entegrasyonu, bitki örtüsünün durumu ile ilgili kompleks analizlerin yapılarak, ülkelerin bitki örtüsü özelliklerinin ve kalitesinin belirlenmesine olanak verir. Aynı zamanda bitki indeksleri bitki biyokütlesi ve tipi belirlenmesine olanak vermektedir (Jensen, 2007:3). Çalışma sırasında kullanılan vejetasyon indeksleri aşağıda verilmiştir.

[81] Araştırma Görevlisi, Akdeniz Üniversitesi orhunsoydan@akdeniz.edu.tr
[82] Dr. Öğretim Üyesi, Akdeniz Üniversitesi, benliay@akdeniz.edu.tr (sorumlu yazar)

- Basit Oran (SR) temel olarak uzaktan algılanan verilerin orman bölgesinin biyofiziksel parametreleri için kullanılır. SR förmülü aşağıda verilmiştir.

  SR = NIR / RED (Adhvaryu & Sakla, 2015:2).

- Uzaktan algılama teknolojisinde yeşil bitki örtüsünün izlenmesinde en çok kullanılan araçlardan biri Normalize Edilmiş Fark Bitki Örtüsü İndeksi (NDVI) verileridir. NDVI, uydu görüntülerinin yakın kızıl ötesi (NIR) ve kırmızı (RED) ışık dalga boyunda algılama yapan bantlardan hesaplanmaktadır. NDVI değerleri teorik olarak (–1) ile (+1) arasında değişmektedir. Yeşil bitki örtüsünün fazla olduğu alanlarda indeks değeri +1'e doğru yaklaşırken, bulutlar, su ve kar düşük (eksi) NDVI indeks değerlerine sahiptir. Çıplak toprak ve zayıf bitki örtüsü durumunda ise sıfıra yakın NDVI değeri gösterir. NDVI förmülü aşağıdaki gibidir.

  NDVI= (NIR – RED) / (NIR + RED) (Hatfield ve ark., 1985:169).

- Geniş Dinamik Aralık Bitki Örtüsü İndeksi (WDRVI) arazi örtüsü ve arazi örtüsü niteliklerini ayırt etmek için kullanışlıdır. WDRVI, NDVI'nın dinamik aralığını geliştirmek için alpha değeri alarak kullanılmasıdır. WDRVI förmülü aşağıdaki gibidir.

  WDRVI= (alpha-NIR - RED) / (alpha-NIR + RED) alpha = 0.1 s (Xue & Su, 2017:6).

- Toprak Düzeltilmiş Bitki Örtüsü İndeksi (SAVI), toprak parlaklığı düzeltme faktörünü kullanarak toprak parlaklık etkilerini en aza indirmeye çalışan bir bitki örtüsü endeksidir. Bu genellikle bitkisel örtünün düşük olduğu kurak bölgelerde kullanılır. Genel olarak, bitki örtüsü endekslerinin çoğu kırmızı ve NIR dalga boyu alanında bir "toprak çizgisi" nin varlığına dayanır. SAVI formülü aşağıda verilmiştir.

  SAVI = ((NIR - Red) / (NIR + Red + L)) x (1 + L) (Huete, 1988:297).

- Yaprak alan indeksi (LAI), bitkilerin yapraklarının bir yüzünün alanının yerin alanına oranı olarak tanımlanabilecek birimsiz bir parametredir. Orman alanlarında yapılan LAI ölçmeleri, fotosentez, intersepsiyon, evapotranspirasyon ve kirleticilerin depolanması gibi çok farklı süreçleri kontrol etmekte, karbon ve su dolaşımı, meşcere içine ulaşan ışık miktarı üzerinde etkili olduğundan verimliliğin belirlenmesinde de kullanılmakta ve meşcere kapalılığı hakkında bilgi veren önemli bir parametreyi oluşturmaktadır.

  LAI = ((NIR – RED) / (NIR + RED) * (1 + (NIR – RED) / (NIR + RED)) - (1-(NIR – RED) / ((NIR + RED)^0,5)) (Peper & McPherson, 2003:22).

- Bitkilerin fotosentez işlemi yapraklar tarafından emilen ışık miktarı olarak Yeşil Klorofil İndeksi (GCI) kullanılarak belirlenebilmektedir. Gölgelik yeşilini gösteren parametreleri belirlemek için kullanılır. GCI formülü aşağıdaki gibidir.

  GCI = (NIR) / (GREEN) – 1 (Adhvaryu & Sakla, 2015:2).

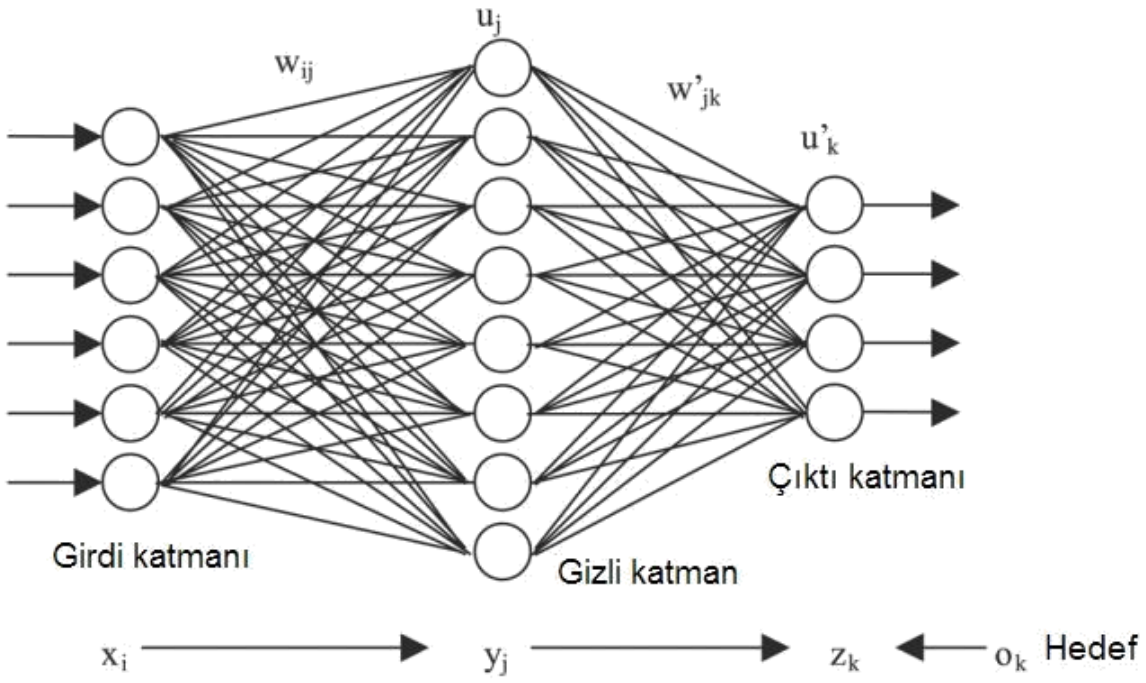
- Normalize Edilmiş Fark Nem İndeksi (NDMI), vejetasyonların nem seviyelerini belirlemek için geliştirilmiş bir yöntemdir. NDMI, uydu görüntülerinin yakın kızıl ötesi (NIR) ve kısa dalga kızılötesi (SWIR) ışık dalga boyunda algılama yapan bantlardan hesaplanmaktadır. Formülü aşağıdaki gibidir.

  NDMI = (NIR - SWIR1) / (NIR + SWIR1) (Lei ve ark., 2011:6903).

- Gelişmiş Bitki Örtüsü İndeksi (EVI), bir toprak ayarlama faktörü, L ve iki katsayıya sahip olan bir NDVI modifikasyonu olup, mavi bandın atmosferik aerosol saçılması için kırmızı bandın düzeltilmesinde kullanımını açıklayan C1 ve C2'dir. G, C1, C2 ve L, sırasıyla, 2.5, 6.0, 7.5 ve 1.0 olarak belirlenen katsayılardır. EVI formülü aşağıda verilmiştir.

  EVI = G*(NIR - RED) / (NIR + C1*RED - C2 * BLUE +L) (Matsushita ve ark. 2007:2638).

Çalışma verilerinin değerlendirmesinde kullanılan yöntem yapay sinir ağları ile veri madenciliği işlemidir. Yapay Sinir ağları insan beyninin en temel özelliği olan öğrenme fonksiyonunu gerçekleştiren bilgisayar sistemleridir. Öğrenme işlemini örnekler yardımı ile gerçekleştirirler. Bu ağlar birbirine bağlı proses elemanlarından (yapay sinir hücrelerinden) oluşur (Şekil 1).



Şekil 1. Yapay sinir ağları mimarisi

Her bağlantının bir ağırlık değeri vardır. Yapay sinir ağları bilinen hesaplama yöntemlerinden farklı bir hesaplama yöntemi önermektedir. Bulundukları ortama uyum sağlayan, adaptif, eksik bilgi ile çalışabilen, belirsizlikler altında karar verebilen, hatalara

karşı toleranslı olan bu hesaplama yönteminin hayatın hemen hemen her alanında başarılı uygulamalarını görmek mümkündür.

3. Materyal ve Metot

3.1. Materyal

Çalışma alanı Antalya şehir merkezinde bulunan Akdeniz Üniversitesi merkez kampüsününde içinde olduğu Konyaaltı ilçesinin 12 mahallesini kapsamaktadır. Bu mahalleler alfabetik sırası ile Akkuyu Mahallesi, Altınkum Mahallesi, Arapsuyu Mahallesi, Gürsu Mahallesi, Kuşkavağı Mahhalesi, Mollayusuf Mahallesi, Öğretmenevleri Mahhalesi, Pınarbaşı Mahallesi, Siteler Mahallesi, Toros Mahallesi, Uluç Mahallesi ve Uncalı Mahallesi'dir (Şekil 2).



Şekil 2. Çalışma alanının konumu

Konyaltı Antalya'nın batı ucunda yer alan bir semt ve aynı ada sahip plajın bulunduğu ilçedir.10 köy ve 29 mahallesi vardır. Çakırlar yolu ile Kepez'e, Dumlupınar Bulvarı ile de Muratpaşa'ya komşudur. Bugün Konyaaltı olarak adlandırılan bölgenin 20. Yüzyıl sonlarına kadar, Antalya'nın falezler üzerinde yer almasından dolayı ''Konyaltı'' biçiminde anıldığı ve halk dilinde zamanla Konyaaltı'na dönüştüğü tahmin edilmektedir. Konyaaltı, Anadolu uygarlıkları yerleşim haritasına göre, Likya sınırları içinde yer almaktadır. Likya ve Pamfilya ile sınırdır. MÖ 30 yıl öncesine kadar uzandığı bilinen Likya uygarlığının , Konyaaltı bölgesinde yer alan kentin adı ise Olbia'dır. Antalya'nın limanı Konyaaltı'nda bulunmaktadır. Ayrıca Konyaaltı Antalya Hvalimanı'na 20 km uzaklıktadır. Antalya Beydağları'nın bir kısmı, Boğaçay ve Çandır Çayı, Konyaaltı bölgesi sınırları içinde bulunmaktadır.

Bununla beraber çalışanın bir diğer materyalini ise 11 Temmuz 2017 ait S2B_MSIL1C_20170711T084019_N0205_R064_T36STF_20170711T084013 kodlu 10 m. x 10 m. çözünürlüklü Sentinel II uydu görüntüsü ve verileri oluşturmaktadır. Çalışma sırasında ArcMAP 10.3, Microsoft Excel ve Neural Designer yazılımları kullanılmıştır.

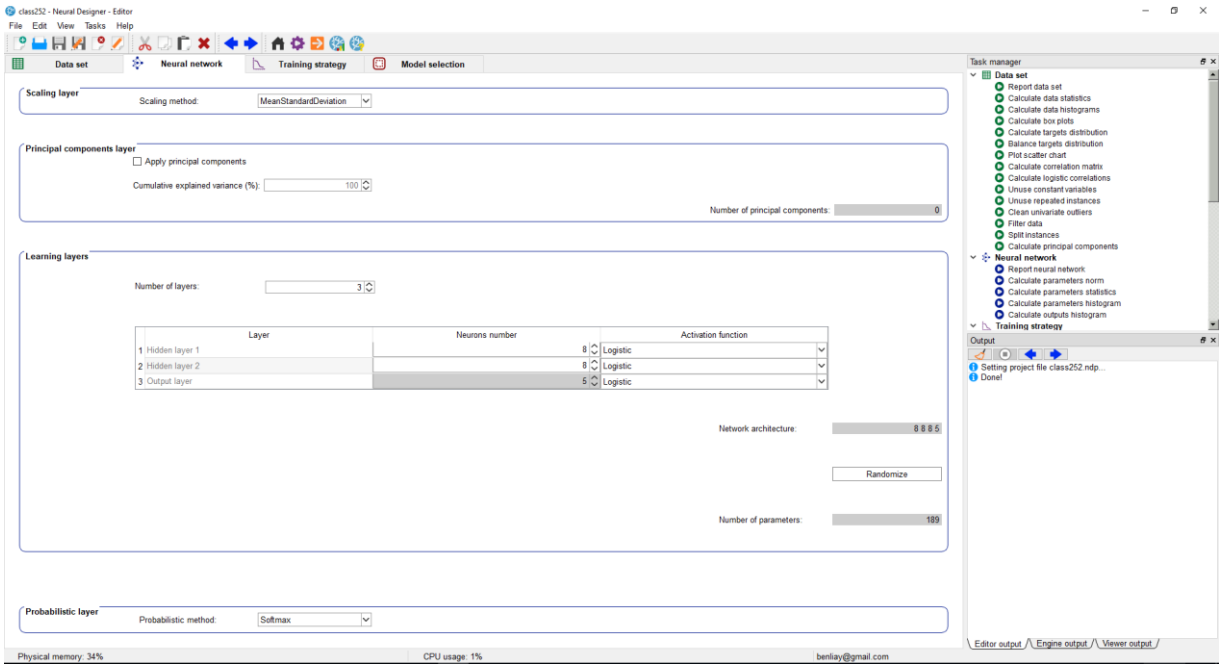
3.2. Yöntem

Konu ile ilgili analizlerin hatasız yapılabilmesi için uydu görüntüsü piksel boyutları ile aynı boyutlarda olan 250 kontrol noktası belirlenmiştir. Bu alanlar, her biri eşit sayıda olacak şekilde yapraklı ağaçların, ibreli ağaçların, çalıların, yer örtücülerin ve bitki olmayan alanlardan rasgele seçilmiştir.

Sınıflandırma düzeyine uygun olacak şekilde 250 kontrol noktasında yerinde ölçüm yapılmıştır. Uydu görüstüsü yansıma değerlerinden elde edilen veriler ArcMap 10.3 yazılımı ile Basit Oran (SR), Normalize Edilmiş Fark Vejetasyon İndeksi (NDVI), Geniş Dinamik Menzil Vejetasyon İndeksi (WDRVI), Toprak Etkisi Azaltılmış Vejetasyon İndeksi (SAVI), Yaprak Alan İndeksi (LAI), Yeşil Klorofil İndeks (GCI), Normalize Edilmiş Fark Nem İndeksi (NDMI), Geliştirilmiş Vejetasyon İndeksi (EVI) verileri oluşturulmuştur. Bu veriler yapay sinir ağı çalışmasında kullanılmak üzere "0" ve "1" değerlerinin arasında kalacak şekilde yeniden sınıflandırılmıştır.

Çalışma verilerinin değerlendirmesinde kullanılan yöntem yapay sinir ağları ile veri madenciliği işlemidir. Yapay sinir ağları, insan beyninin en temel özelliği olan öğrenme fonksiyonunu gerçekleştiren bilgisayar sistemleridir. Öğrenme işlemi, örnekler yardımı ile gerçekleştirirler. Bulundukları ortama uyum sağlayan, adaptif, eksik bilgi ile çalışabilen, belirsizlikler altında karar verebilen, hatalara karşı toleranslı olan bu hesaplama yönteminin başarılı uygulamalarını hayatın her alanında görmek mümkündür.

Sınıflandırılan veriler Neural Designer yazılımı yapay sinir ağı tanımlama projesine aktarılmıştır. Ölçeklenme metodu olarak ortalama standart sapma yöntemi kullanılan sinir ağı; 8 girdi, 5 çıktı, 2 ara katman ve 16 sinir hücresi olarak tasarlanmıştır (Şekil 3).



Şekil 3. Neural Designer Öğrenme Katmanları

Yazılım örneklem olarak girilen 250 veriden 150'sini öğrenme (% 60), 50'sini seçim (% 20) ve 50'sini ise (% 20) test amaçlı olarak kullanmaktadır. Çalışmanın sonucunda oluşturulan yapay sinir ağı çıktılarından yapılan analizler ile sistemin yeterlililiği ve veri girdisinde kullanılan bitki indekslerinin veri önem değerleri ortaya konulmuştur.

4. Araştırma Bulguları

Araştırma sonucunda örnek alanlardaki oluşturulan yapay sinir ağı tahmini oran ve sayıları Tablo 1'de verilmiştir. Sadece vejetasyon indekslerinin kullanımı ile üretilen tahmin modelinde % 88,4 doğruluk oranı elde edilmiştir.

Tablo 1. Yapay Sinir Ağları ile Elde Edilmiş Tahmin Sayıları ve Oranları

	Bitki Yok		**Yer Örtücü**		**Çalı**		**Her. Ağaç**		**Yap. Ağaç**	
	%	**Sayı**	**%**	**Sayı**	**%**	**Sayı**	**%**	**Sayı**	**%**	**Sayı**
Bitki Yok	**100**	**50**	0	0	0	0	0	0	0	0
Yer Örtücü	0	0	**90**	**45**	2	1	2	1	6	3
Çalı	0	0	2	1	**88**	**44**	6	3	4	2
Herdemyeşil Ağaç	2	1	2	1	10	5	**76**	**38**	10	5
Yaprakdöken Ağaç	0	0	0	0	2	1	10	5	**88**	**44**
TOPLAM	**102**	**51**	**94**	**47**	**102**	**51**	**94**	**47**	**108**	**54**

Yapay sinir ağı ile oluşturulmuş tahmin modeli 51 adet "Bitki Yok", 47 adet "Yer Örtücü", 51 adet "Çalı", 47 adet "Herdemyeşil Ağaç" ve 54 adet "Yaprakdöken Ağaç" tahmininde bulunmuştur.

"Bitki Yok" olarak sınıflandırılmış olan kontrol noktalarının hepsi doğru olarak tahmin edilmişken, oluşturulan model gerçekte "Herdemyeşil Ağaç" olan bir noktayı "Bitki Yok" olarak belirlemiştir. "Herdemyeşil Ağaç" olarak sınıflandırılmış kontrol noktalarının 12'sinde (%24) model doğru tahminde bulunamamıştır. Bunun esas nedeni olarak "Çalı" olarak tanımlanmış olan noktaların bir çoğunun herdemyeşil bitki olan maki topluluklarından oluşması olarak görülebilir. Bunun dışında 5 adet nokta "Yapraklı Ağaç" olarak tanımlanmıştır.

Çalışma sonucunda ayrıca kullanılmış olan vejetasyon indekslerinin oranları belirlenmiştir. Bu indeksler ve almış oldukları değerler Tablo 2'de verilmiştir. Katkı oran değeri ne kadar yüksekse indeks çalışma sırasında kullanılan en değerli veriler olarak belirlenmektedir.

Tablo 2. Yapay Sinir Ağı Vejetasyon İndeksleri Katkı Oranları

	SR	NDVI	WDRVI	SAVI	LAI	GCI	NDMI	EVI
Katkı Oranları	2,21	2,56	2,30	2,60	2,25	1,88	1,91	2,12

5. Tartışma ve Sonuç

Bitki örtüsünün analizinde çeşitli vejetasyon indekslerinin yardımı ile bitki örtüsü tipi belirlenmesi yapılabilmesine karşın, tür seçimi için LIDAR, GPS\IMU ve sayısal kameradan oluşan çoklu algılama sistemlerine ihtiyaç duyulmaktadır. Buna karşın, uydu görüntüsü verilerinin yapay sinir ağları yardımı ile değerlendirilmesiyle tür belirlemesinde tahmin oranı yüksek oranda artabilecektir.

Oluşturulan model, her kontrol noktası ve her olasılık için belirli bir oranda tahmin oluşturmaktadır. Bu noktalarda kimi örneklerde birbirlerine çok yakın tahmin değerleri olabilmektedir. Bu gibi durumlarda oranlar tekrar kontrol edilmeli ve diğer alternatifte dikkate alınmalıdır.

Oluşturulmuş olan yapay sinir ağı, 50 adet herdemyeşil ağaç olarak belirlenmiş noktayı yorumlarken 5 adetini yapraklı ağaç ve 5 adetini ise çalı olarak tanımlamıştır. Herdemyeşil ağaç olarak belirlenmiş olan noktaların %20'sinde gerçekleşen hatanın ana nedeni mevsimsel farklılıkların sistem tarafından algılanamamasıdır. Mevsimsel farklılıkların etkisinin Temmuz ayına ait tek bir uydu görüntüsü ile belirlenememesi çalışmanın önemli sonuçlarından bir tanesidir. Vejetasyonun aktif olmadığı Sonbahar veya Kış aylarından birinden alınacak tek bir görüntü ile daha farklı ancak yine de yetersiz sonuçlar verecektir. Bununla beraber yapay sinir ağları sistemleri birden fazla zamana ait

uydu verilerinin değerlendirilmesine olanak vermektedir. Bundan sonra yapılacak olan çalışmalarda birden fazla mevsime ait uydu görüntülerinin değerlendirilmesi tahmin oranlarını ve sistemin başarısını arttıracaktır.

Toprak Düzeltilmiş Bitki Örtüsü İndeksi (SAVI), Normalize Edilmiş Vejetasyon İndeksi (NDVI) ve Geniş Dinamik Aralık Bitki Örtüsü İndeksi (WDRVI) değerleri araştırma sonucunda bitki örtüsü tipi belirlenmesi açısından en önemli indeksler olarak belirlenmiştir. Ortaya çıkmış olan bu katkı oranları Python gibi çeşitli yazılımlar tarafından sınıflandırma amacıyla kullanılabilmektedir. Ancak unutulmamalıdır ki çalışma sırasında elde edilmiş olan bağlantılar ve katkı oranları çalışma alanına özgü verilerden oluşturulmuştur. Bu nedenle yapılacak yeni sınıflandırma işlemleri için örnek alanlardan alınacak veriler ile yapay sinir ağlarını eğitmek ve yeni katkı oranlarının oluşturulması gerekmektedir. Bu sayede ileride yapılacak çalışmaların verimliliğini arttırılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Uzaktan Algılama, Vejetasyon İndeksleri, Yapay Sinir Ağları.

JEL Kodu: Q15, Q24, R14, R52

Kaynakça

Adhvaryu, J. M. , Sakla M. S. (2015). "Vegetation Index Calculator", *16th Esri India User Conference 2015*. 03- 04 December 2015, Delhi.

Hatfield, J. L., Kanemasu, E. T., Asrar, G., Jackson, R. D., Pinter, P. J. Jr. Reginato R.J. Idso S. B. (1985) "Leaf Area Estimates from Spectral Measurements Over Various Planting Dates of Wheat" *International Journal of Remote Sensing* , 6:1, 167-175.

Huete, A. R. (1988). "A Soil-adjusted Vegetation Index (SAVI)". *Remote Sensing of Environment,* 25:295-309.

Jensen J. R. (2007). *"Remote Sensing of the Environment"*, 2. Baskı., Ed. Clarke K.C., New Jersey.

Konyaaltı Belediyesi. (2015). *İlçelerimizi Tanıyalım: Antalya- Konyaaltı*, http://www. bakayrinti.com/haber-ilcelerimizi-taniyalim-antalya--konyaalti-12445.html, (04.05.2017).

Lei J., Zhang L., Wylie B. K., Rover J., (2011) "On the terminology of the spectral vegetation index (NIR − SWIR)/(NIR + SWIR)", *International Journal of Remote Sensing*, 32:21, 6901-6909, DOI: 10.1080/01431161.2010.510811

Matsushita, B., Yang, W.; Chen, J., Onda, Y., Qiu, G. (2007). "Sensitivity of the Enhanced Vegetation Index (EVI) and Normalized Difference Vegetation Index (NDVI)

to Topographic Effects: A Case Study in High-density Cypress Forest". *Sensors, 7*, 2636-2651.

Peper P. J., McPherson, E. G. (2003). "Evaluation of Four Methods for Estimating Leaf Area of Isolated Trees", *Urban Forestry & Urban Greening*, 2(1): 19-29.

Xue J., Su B. (2017). "Significant Remote Sensing Vegetation Indices: A Review of Developments and Applications". *Hindawi Journal of Sensors,* 2017, Article ID 1353691, DOI:10.1155/2017/1353691

Tüketici Güveni Konut Satışlarındaki Değişimi Öngörebilir Mi?

N. Serap Vurur[83], H. Gonca Diler[84]

Full Text

Can Consumer Confidence Index Measures the Change in Housing Sales

Abstract

The Consumer Confidence Index is an indicator of the economy's course and at the same time provides an important indicator in determining the expenditures of the individuals. The study aims to test the power of consumer confidence to explain housing sales. By achieving this monthly home sales, housing loan interest rates and consumer confidence data are used for January 2013-January 2018 period in Turkey. The ARDL cointegration test was used in order to investigate the relationship between series. The cointegration relationship is found for both short and the long term among the data. The causality relationship between housing sales, housing loan interest rates and consumer confidence index was tested by Toda Yamamoto's causality analysis.

Keywords: Consumer Index, Housing Sales, ARDL, Toda Yamamoto

Özet

Tüketici güven endeksi ekonominin seyrinin bir göstergesi olup, aynı zamanda bireylerin harcamalarını belirlemesinde önemli bir gösterge oluşturmaktadır. Çalışma tüketici güveninin konut satışlarını açıklayabilme gücünü test etmeyi amaçlamaktadır. Türkiye'de 2013 Ocak-2018 Ocak dönemine ilişkin aylık konut satış, konut kredi faizi ve tüketici güven endeksi verileri kullanarak uygulama yapılmıştır. Verilere ilişkin serilerin arasındaki ilişkiyi araştırmak için ARDL eş bütünleşme testi kullanılmıştır. Veriler arasında hem kısa hem de uzun dönemde eş bütünleşme ilişkisi tespit edilmiştir. Konut satışları, konut kredi faizi ile tüketici güven endeksi arasındaki nedensellik ilişkisi Toda Yamamoto nedensellik analizi ile test edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Tüketici Güveni, Konut satışı, ARDL,Toda Yamamoto

1. Giriş

İnsan ihtiyaçlarından birisi olan barınmayı temsil eden konut talebi, kişilerin iktisadi ve sosyal konumlarıyla ilişkili olmasının yanısıra tüketicilerin güvenlerine göre de belirlenmektedir. Konut talebindeki değişimler ve bireylerin güveni arasında doğrudan veya dolaylı bir ilişki olması tartışılabilir.

Bireylerin ekonomi hakkındaki görüşlerini yansıtan tüketici güven endeksi ekonominin seyrinin göstergesi olup, aynı zamanda bireylerin harcamalarının belirlemesinde de önemli bir gösterge oluşturmaktadır. Bu nedenle tüketici güveninin makroekonomik veriler üzerinde etkilerinin olması kaçınılmazdır. Bu etkilerin araştırılması ve politika belirleyicilerine yön göstermesi açısından önem arz etmektedir.

[83] Dr. Öğr. Üyesi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, BUBYO, Muhasebe Bölümü, svurur@aku.edu.tr
[84] Dr. Öğr. Üyesi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü, hgdiler@aku.edu.tr

Özellikle son dönemlerde ekonomik büyümeye ivme sağlamaya çalışan konut sektörünün tüketici güvenini nasıl etkilediği de araştırılması gereken konulardan birisidir.

Brandt vd. (2010) göre, konut piyasasındaki hareketler konjonktür ve reel ekonomideki parasal aktarım mekanizması için de önemlidir. Ayrıca konut, borçlanma açısından da önemli bir araçtır. Öte yandan konut yapım süresi, konut arz ve talebinde meydana gelen uyumsuzluk, konut fiyatlarındaki kısa süreli hareketlerin konut fiyat değişikliklerini başka bir zamana ötelemesi ekonomide büyük bir etkiye neden olabilmektedir. Konut arz ve talebine göre belirlenen konut piyasası, ekonomi için önemli bir sektör olurken aynı zamanda tüketici harcamaları ve toplam refah için de ciddi bir göstergedir.

Konut satışlarını alıcının satın alma davranışları etkilemektedir. Çünkü konut talebi, bir ekonomi için hem yatırım harcaması hem de tüketim harcaması olarak değerlendirilmektedir. Tüketim için konut talebi; tüketicinin geliri, konutun birim fiyatı, kiralık konutun birim fiyatı, konut dışındaki diğer mal ve hizmetlerin fiyatı, tüketicinin konut stoku talebi değişkenlerinden oluşmaktadır. Chetty ve Szeidl (2004) göre, bireylerin tüketim harcamasını temsil eden hane halkı harcamalarının %20'si konut harcamaları oluşturmaktadır ve konut harcamaları ekonomide ortaya çıkan şoklara kısa dönemde karşılık verememektedir. Yatırım için konut talebi; sahip olunan konutun getiri oranı, başka yatırımların ortalama getiri oranı ve tüketicinin serveti gibi faktörleri kapsamaktadır.

Konut, parasal faktörlerden etkilenmesi nedeniyle ekonominin tümü açısından önemli bir sektördür. Emek piyasası, ekonomik büyüme, enflasyon, faiz oranları gibi makroekonomik değişkenler, ulusal ve bölgesel olarak konut talebi ve arzı üzerinde etkileyici bir rol üstlenmektedir (Baffoe, 1998: 181). Ayrıca tüketicinin konuta talebi kazandığı güvene, edindiği bilgilere ve oluşturduğu bilince göre şekillenmektedir. Konut satın alma kararı öngörülmeyen durumlar, aile ya da çevresel faktörlerin ve makro ekonomik faktörlerin etkisiyle değişiklik göstermektedir. Dolayısıyla bu satın alma kararı finansal, sosyal, psikolojik ve ekonomik güvene bağlı riskleri olan bir karardır. Tüketici riskinin en az düzeye çektiğinde ve beklentileri en üst düzeyde karşılandığında olumlu bir satın alma kararına ulaşacaktır.

Tüketici güveninin konut satışlarındaki değişmeye neden olup olmadığına yönelik çalışma altı bölümdür. İlk bölümde çalışmanın önemi, amacı ve yöntem hakkında bilgi veren giriş yer almaktadır. İkinci bölüm literatür araştırmasından oluşmaktadır. Bu bölümde konut satışları ile tüketici güveni arasındaki ilişkiyi araştıran az sayıda çalışma ile birlikte konut talebini etkileyen diğer faktörlerin incelendiği çalışmalar bulunmaktadır. Üçüncü bölümde veriler, dördüncü bölümde ise çalışmada kullanılan analiz yöntemlerinin metodolojisi ele alınmıştır. Beşinci bölümde analiz sonuçları detaylı şekilde yorumlanmıştır. Son bölümde ise çalışmada ulaşılan sonuçlara dayanarak ortaya çıkan politika önerilerine yer verilmiştir.

2. Literatür Taraması

Hamilton ve Schwab (1985), etkin piyasa hipotezini konut piyasalarında test etmiştir. Konut fiyatları ve konut talebi arasında kısa donemde pozitif korelasyon, uzun donemde ise negatif korelasyon sonucuna ulaşmışlardır.

Elder ve Zumpano (1991), hane halkının konuta sahip olma ya da kiralama tercihi arasında konut talebi ve ikamet mekânlarının analizini yapmışlardır. Konut sahipleri ve

ev sahipleri arasında konut kararları açısından önemli bir asimetri olabileceğini ortaya koymaktadır.

Bocutoğlu ve Ertürk (1992), Türkiye'deki konut piyasasının talep ve arz analizini, nüfus artış hızı, hızlı kentleşme, sanayileşme ve enflasyon oranı değişkenlerine yapmıştır. Türkiye'de konut talebini yüksek nüfus artışı etkilemektedir.

Baffoe-Bonnie (1998), ABD'nin emek arzı artış oranı, enflasyon, faiz oranı ve para arzının konut fiyatları üzerindeki etkisini yaptığı çalışmasında ortaya çıkarmıştır. Apergis (2003), Yunanistan'ın konut kredi oranlarındaki pozitif bir şokun, reel konut fiyatlarını aşağı çektiğini ve bu durumun da konut talebini de negatif etkilediğini belirtmiştir. Ayrıca enflasyon ve emek arz oranında meydana gelen bir artışın konut fiyatlarını yükselttiği sonucuna ulaşmıştır.

Hochguertel ve Soest (1998), Hollanda'da hanelerin finansal refah ve konutlar için ortak yatırım kararlarını analiz etmişlerdir. Analizlerinde iki değişkenli sansürlü regresyon modelleri kullanarak, hane halkının konut satın almak için finansal birikim yapmadığı sonucunu ortaya çıkarmışlardır.

Myers ve Vidaurri (2000), ABD'deki demografik faktörlerin konut talebini etkileyip etkilemediğini araştırmışlardır. Araştırmaya göre nüfus artışı, potansiyel konut talebini önemli ölçüde etkilemektedir. Ayrıca etnik yapı, hane halkı tipi, yaş faktörü, göçmen veya yerli olma gibi faktörler de konut talebini belirlemektedir.

Selim (2009), Türkiye'de hanehalkı fiyatlarının belirleyicileri 2004 Hanehalkı Bütçe Anketi verileri kullanılarak incelemiştir. Mülkiyet değerleme ve konut piyasası araştırmasında, çoklu regresyon teknikleri ve hedonik yöntemler kullanılmıştır.

Iacoviello (2010) ise çalışmasında konut fiyatlarındaki aşağı yönlü hareketin emek arzının hareketliliğini engellediğini ve yavaş emek arzı hareketliliğinin verimliliği de düşürdüğünü ortaya koymuştur. Ayrıca Feldstein (1992), enflasyonun konut talebini pozitif, Kearl (1979), enflasyonun konut talebini ise negatif etkilediği sonucuna ulaşmışlardır.

Kargı (2013), 2000-2012 dönemi üç aylık büyüme verileri ile konut piyasasına ait seçilmiş değişkenler arasındaki ilişkileri incelemiştir. Çalışmada Genişletilmiş Dickey-Fuller Birim Kök Testi, Granger Nedensellik analizi ve çoklu regresyon modelleri kullanılmıştır. Kredi hacmi genişlemesi ve konut harcamalarının GSYİH'ya duyarlı olduğu ve Türkiye ekonomisinde bir konut balonu oluşmadığı sonucuna ulaşmıştır.

Lebe ve Akbaş (2014), Türkiye'de konut talebinin kısa ve uzun dönem etkilerini araştırmışlardır. 1970-2011 dönemine ait yıllık veriler, eşbütünleşme ve vektör hata düzeltme modeli ve nedensellik ilişkisi de VECM'e dayalı Granger nedensellik ve bootstrap Granger nedensellik testleriyle analiz edilmiştir. Kişi başı gelir, medeni durum ve sanayileşmenin Türkiye'nin konut talebini pozitif; konut fiyatları, faiz ve tarım sektöründe istihdamın ise negatif yönde etkilediği belirlenmiştir. Türkiye'nin konut talebini uzun dönemde en fazla gelirin, sanayileşmenin ve tarım sektöründeki istihdamın olduğu ortaya koymuşlardır. Bootstrap analizlerine göre kişi başı gelir, konut fiyatları, faiz oranı ve sanayileşmeden konut talebine doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir.

Coşkun (2016), konut fiyatlarındaki değişimlerin etkileri ve konutun yatırım aracı olma algısını incelemiştir. Konut fiyatına dayalı reel getirinin seçilen

piyasaya/endekse/döneme/reelleştirme ölçütüne bağlı olarak değişebildiğini, konutun yerel piyasa bazında reel getiri sağlayan bir yatırım aracı olabildiğine yönelik sonuçlar ortaya koymuştur.

Uysal ve Yiğit (2016), Türkiye'de konut talebini, kişi başı gelir, fiyatlar, kentleşme hızı, faiz ve M2 parasal büyüklüğünün etkileyip etkilemediğini Johansen (1988) ve Johansen-Juselius (1990) eşbütünleşme testi ile incelemişler. Değişkenler arasında en az iki eşbütünleşik denkleme ulaşmışlardır. Kısa ve uzun dönemli ilişkiyi araştırmak için VECM modeli kullanmışlardır. Kişi başına milli gelir, kentleşme hızı, faiz oranları ile konut talebi arasında pozitif yönlü bir ilişki; M2 parasal büyüklüğü ve TÜFE ile konut talebi arasında negatif bir ilişki tespit etmişler.

Hatipoğlu ve Tanrıvermiş (2017), Türkiye'de arz ve talep'e göre konut yatırım kararlarını etkileyen faktörlerini; nüfus artışı, nüfusun yaş dağılımı, göç, hanehalkı büyüklüğü, gayrisafi yurtiçi hasıla, kişi başı gelir, istihdam, büyüme oranı, faiz oranı ve konut kredileri gibi değişkenler açısından incelemiştir. Kentleşme ve nüfus artışına dayalı konut talebinin ve konut kredilerinin kullanılmasının olumlu veya olumsuz etkileyeceğini belirlemişlerdir.

3. Veriler

Çalışma, Ocak 2013 - Ocak 2018 yılları arasındaki aylık veriler kullanılarak yapılmıştır. Çalışmada yer alan değişkenler; konut satış işlem miktarı, konut kredi faizi ve tüketici güven endeksi verileridir. Değişkenler, T.C. Merkez Bankası (TCMB)'ndan temin edilmiştir. Değişkenlerin logaritmaları alınmıştır ve aylık veri olmaları nedeniyle de Moving Average Methods kullanılarak mevsimsel etkilerden arındırılmıştır. Ekonometrik analiz E-views 10 ile yapılmıştır.

Çalışmada kullanılan değişkenlere ait semboller ve temin edilen kaynağı Tablo1'de verilmiştir.

Tablo 1. Veriler

Değişken Adı	Sembolü	Kaynağı
Konut Satış Miktarı	KS	TCMB
Konut Faiz Oranı	KF	TCMB
Tüketici Güven Endeksi	TGE	TCMB

4. Uygulama Metodolojisi

Ekonometrik uygulamalarda kullanılan zaman serilerinin analizinde doğru sonuçların ortaya çıkabilmesi için öncelikle serilerin durağanlığının araştırılması gereklidir. Bu nedenle birim kök testleri, durağanlık araştırmasında kullanılması nedeniyle ekonometrik analiz açısından önemlidir. Ekonometride çeşitli amaçlar için kullanılan birim kök testi vardır. Çalışmamızda verilerimizin özellikleri itibariyle Phillips Perron birim kök testi kullanılmıştır.

Phillips-Perron birim kök testi, serinin hata teriminin zayıf mertebede bağımlı olmasına ve heterojen olarak dağılmasına olanak tanıdığı için otokorelasyona neden olmamaktadır (Enders, 2004: 229). Phillips ve Perron (1988), Dickey-Fuller' ın hata terimleri ile ilgili varsayımını genişleterek aşağıdaki regresyonları oluşturmuştur.

$$y_t = \hat{\mu} + \hat{\alpha} y_{t-1} + \varepsilon_t \qquad (1)$$

$$y_t = \hat{\mu} + \hat{\beta}\left(t - \frac{1}{2}T\right) + \hat{\alpha} y_{t-1} + \varepsilon_t \quad (2)$$

T; gözlem sayısı, ε_t; hata terimlerinin dağılımı ve E(ε)=0.

Phillips-Perron'a göre hipotezler;

H_0: p = 0 seride birim kök vardır.

H_0: p < 0 seride birim kök yoktur.

Phillips-Perron birim kök testi, test istatistiklerini ADF (Augmented Dickey Fuller) kritik tablo değerleri ile karşılaştırılarak hipotezleri kabul veya reddeder ve böylece serilerin durağan olup olmadıklarına karar verilmiş olur. Phillips-Perron, $\hat{\alpha}$ ve $\hat{\beta}$ katsayılarını test etmek için Dickey Fuller' in τ istatistiğini geliştirerek karşılaştırma yapar (Perron ve Ng, 1996: 436-438).

Değişkenler arasındaki ilişki, ARDL eşbütünleşme testiyle analiz edilmiştir. Peseran vd. (2001), farklı mertebeden durağan değişkenlerin arasındaki ilişkiyi ortaya koyduğu ARDL yaklaşımında, kısıtsız hata düzeltme modelini kullanarak diğer eşbütünleşme testlerine göre istatistiksel olarak güvenilir sonuçlara ulaşmaktadır. Kullanılan hata düzeltme modeli, değişkenler arasında kısa ve uzun dönem ilişki hakkında bilgi vermektedir.

Çalışmada tahmin edilen kısıtsız hata düzeltme modeli (UECM);

$$\Delta \ln KS = \alpha_0 + \sum_{i=1}^{m} \beta_{1i} lnKS_{t-i} + \sum_{i=0}^{n} \beta_{2i} lnKF_{t-i} + \sum_{i=0}^{P} \beta_{3i} lnTGE_{t-i} + \delta_1 lnKS_{t-1} + \delta_2 lnKF_{t-1} + \delta_3 lnTGE_{t-1} + \varepsilon_i \qquad (3)$$

Yukarıdaki regresyon denklemi tahmin edildikten sonra uzun dönemli bir ilişki için Wald testi yapılır. Wald testin hipotezler şu şekilde kurulur;

$H_0 = \delta_1 = \delta_2 = \delta_3 = 0$ (Eşbütünleşme yok.)

$H_1 \neq \delta_1 \neq \delta_2 \neq \delta_3 \neq 0$ (Eşbütünleşme var.)

Wald testinde hesaplanan F istatistiği, Pesaran Shin ve Smith (2001)'in türettiği anlamlılık düzeyleri ile kıyaslanır. Değişkenlerin I(0) ve I(1) durumuna göre alt ve üst limitler belirlenir. Hesaplanan F istatistiği alt sınırdan küçük ise sıfır hipotezi reddedilmez. Yani eşbütünleşme yoktur. Öte yandan hesaplanan F istatistiği, üst limitten büyük ise değişkenler arasında uzun dönemli ilişki vardır. Yani sıfır hipotezi reddedilir. Bu durumda uzun dönem katsayıları tahmin edilecektir. Hesaplanan F istatistiği, alt ve üst kritik değerlerin arasındaysa eşbütünleşme için bir yorum yapılamaz. Uzun dönemli ilişki için katsayılar tahmin edildikten sonra teşhis testleri ile modelin uygun olup olmadığına karar verilmektedir. ARDL modelinin değişkenlerin istikrarının tespit edilmesi için CUSUM ve CUSUMQ testleri yapılır.

Değişkenlerin kısa dönemli ilişkilerinin belirlenmesinde ise aşağıdaki hata düzeltme modeli tahmin edilecektir.

$$\Delta \ln KS = \alpha_0 + \sum_{i=1}^{m} \lambda_{1i} lnKS_{t-i} + \sum_{i=0}^{n} \lambda_{2i} lnKF_{t-i} + \sum_{i=0}^{P} \lambda_{3i} lnTGE_{t-i} + \lambda_{3i} ECM_{t-1} + \varepsilon_i \quad (4)$$

ECM_{t-1}, hata düzeltme terimidir ve değişkenler arasında uzun dönem ilişkiyi gösteren modelin kalıntılarını gecikmeli değeridir. Bu değer, kısa dönemdeki dengesizliğin ne kadarının uzun dönemde telafi edileceğini ifade eder.

Çalışmamızdaki değişkenlere ait zaman serileri aynı mertebeden durağan olmadıkları için seriler arasında nedensellik ilişkisinin yönü hakkında durağanlık ve eşbütünleşmeye gerek olmadan kullanılan bir nedensellik analizi gerekmektedir. Bu nedenle Toda-Yamamoto nedensellik analizi kullanılmalıdır. Toda-Yamamoto analizinde öncelikle bir VAR modeli tahmin edilir ve uygun gecikme sayısı (p) belirlenir. Daha sonra p gecikme sayısına en yüksek durağanlık düzeyine sahip değişkenin durağanlık seviyesi (dmax) eklenir. p+dmax gecikme için serilerin düzey değerlerine EKK modeli tahmin edilir.

5. Ekonometrik Uygulama Sonuçları

5. 1. Phillips-Perron Birim Kök Testi Sonuçları

Phillips-Perron birim kök testinin sonuçları Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2. Phillips-Perron Birim Kök Testi Sonuçları

DEĞİŞKENLER	PP TEST İSTATİSTİĞİ		SONUÇ
	Düzey (Sabit-Trend)	Birinci Fark (Sabit-Trend)	
lnTGE	-3.0971 (0.1164)	-10.4530 (0.0000)	I(1)
ln KS	-6.9491 (0.0000)	-	I(0)
lnKF	-1.9882 (0.5957)	-3.7652 (0.0256)	I(I)

*PP testi için kritik değerler %1, %5 ve %10 güven düzeyinde sırasıyla sabit ve trend için -4.04, -3.45 ve -3.15'tir.

Tablo 2 incelendiğinde PP testine göre KS serisi düzeyde durağan iken, TGE ve KF serilerinin düzeyde durağan olmadığı görülmektedir. Yani konut satış miktarını temsil eden seri I(0), tüketici güven endeksi ve konut kredi faizi seileri I(1)'dir. TGE ve KF serileri, birinci farkı alındığında durağan hale gelmektedir.

5.2. ARDL Eşbütünleşme Sonuçları

Durağanlık sonucuna göre çalışmada ARDL yaklaşımının kullanılması uygun olmaktadır. Çünkü ARDL yaklaşımı, farklı derecede eşbütünleşme olan seriler için kullanılmaktadır. ARDL yaklaşımında öncelikle uygun gecikme uzunluğu belirlenmiştir. Değişkenlerin farklı gecikme bileşenlerine göre AIC, SBC ve HQC bilgi kriterleri en

düşük değeri veren modeli belirleyecek gecikme uzunluğu tercih edilmiştir. Çalışmada en uygun gecikme uzunluğu, AIC, SBC ve HQC'e göre 2 olarak seçilmiştir. Uygun gecikme uzunluğu tablo 3'de verilmiştir.

Tablo 3. Maksimum Gecikme Uzunluğunun Belirlenmesi

Gecikme Sayısı (m)	AIC	SBC	HQC
0	-5.5609	-5.4524	-5.5188
1	-8.7480	-8.3140	-8.5797
2	-9.6199*	-8.8604*	-9.3254*
3	-9.2758	-7.5398	-8.6028

* Maksimum gecikme uzunluğunu sağlayan en küçük kritik değer
Kaynak: Yazar tarafından AIC, SBC ve HQC analiz sonuçlarına dayanılarak oluşturulmuştur.

Çalışmadaki farklı bütünleşme derecelerine sahip KS, KF ve TGE değişkenleri arasındaki koentegrasyon (eşbütünleşme) ilişkisi analiz edildiğinde hesaplanan t istatistiğinin %1 anlamlılık seviyesinde üst kritik değeri aştığı görülmektedir. Bu durumda bağımlı değişken KS ile bağımsız değişkenler KF ve TGE arasında eşbütünleşme olduğu ortaya çıkmıştır.

Tablo 4. ARDL Yaklaşımına Göre Koentegrasyon Analizinin Sonuçları

Bağımsız Değişken Sayısı (k)	F İstatistiği	%1 Anlamlılık Seviyesinde Kritik Değerler	
		Alt Sınır I(0)	Üst Sınır I(1)
2	6.8993	5.15	6.36

Kaynak: Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Değişkenler arasında eşbütünleşme olması nedeniyle uzun ve kısa dönem ilişkilerinin belirlenmesi için ARDL modeli tahmin edilmiştir. KS değişkenine ait ARDL (2,2,2) modeline ait sonuçlar Tablo 5'de verilmiştir.

Tablo 5. ARDL (2,2,2) Modelinin Tahmin Sonuçları

Değişkenler	Katsayı	t-İstatistiği
C	2.3941	1.7955 (0,0787)
lnKS (-1)	0.2234	1.9607(0.0556)
lnKS (-2)	0.5707	5.2368 (0.0000)
lnTGE (-1)	0.1119	0.4153 (0.6798)
lnTGE (-2)	0.4646	1.7101 (0.0936)
lnKF (-1)	-1.2870	-3.0301 (0.0039)
lnKF (-2)	0.1072	0.2888 (0.7739)

*Parantez içindeki değer P-olasılık olarak ifade edilmektedir.

Modelin uzun dönem katsayıları, beklenen işaretlere sahip fakat istatistiksel olarak anlamlı değildir. Tahmin edilen ARDL (2,2,2) modelinin uzun dönem hesaplanan katsayıları Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6. ARDL (2,2,2) Modelinin Uzun Dönem Hesaplanan Katsayıları

Değişkenler	Katsayı	t-İstatistiği
C	11.6326	169.6908 (0,0000)
lnTGE	5.5986	1.3165 (0,1941)
lnKF	-5.7263	-1.5687 (0,1232)

*Parantez içindeki değer P-olasılık olarak ifade edilmektedir.

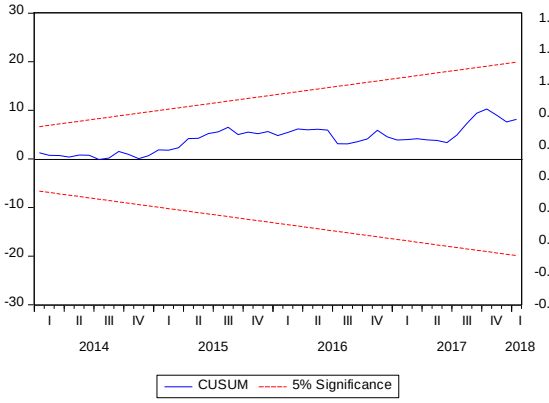
Tablo 7. ARDL (2,2,2) Hata Düzeltme Modelinin Kısa Dönem İlişkisini Gösteren Sonuçları

Değişkenler	Katsayı	T İstatistiği
C	11.6326	169.6908 (0.0000)
$\Delta lnKS$ (-1)	-0.5708	-5.2368 (0.000)
$\Delta lnKF$	0.0012	0.0034 (0.9973)
$\Delta lnKF$ (-1)	-0.1072	-0.2888 (0.7739)
ΔTGE	0.5758	2.1287 (0.0383)
ΔTGE (-1)	-0.4646	-1.7101 (0.0936)
ECM_{t-1}	-0.2058	-1.7840 (0.0806)

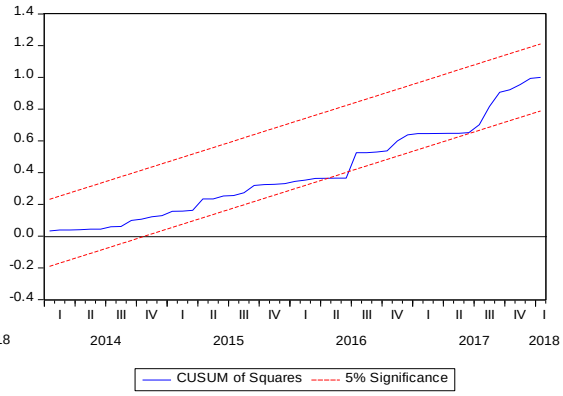
Tablo 7'deki hata düzeltme teriminin (ECM_{t-1}) gecikmeli beklenen değerinin negatif işarete sahip ve anlamlı olması, incelenen dönemde dengeden sapmanın gelecek dönemde düzeltilecek olduğunu ifade etmektedir. Modeldeki hata düzeltme teriminin katsayısı -0.2058 olarak tespit edilmiştir. Katsayının işareti negatif ve %5'de anlamlıdır. Hata düzeltme terimi, kısa dönemde meydana gelecek dengesizliğin yaklaşık % 0,21'ini uzun dönemde düzeltilebilecektir.

Değişkenlerin uzun dönem istikrarını analiz etmek için, kısa dönem dinamiklerini de incelemek gerekir. Kısa dönem dinamiklerine ait hata düzeltme teriminin hesaplanmasında kullanılan uzun dönem katsayılarının kararlılığının test edilmesinde CUSUM ve CUSUMQ testlerinden yararlanılmaktadır. Bu testler, Şekil 1'de ve Şekil 2'de gösterilmiştir.

Şekil 1. CUSUM Testi



Şekil 2. CUSUM Q Testi



CUSUM ve CUSUMQ testlerinin grafikleri incelendiğinde, değişkenlerin kısa dönem dinamiklerine ait hata teriminin oluşturulmasında kullanılan uzun dönem katsayıları %5 anlamlılık düzeyini belirten sınırlar içinde kalmaktadır. Çalışmada incelenen dönem açısından konut satış miktarı, konut kredi faiz oranı ve tüketici güven endeksi değişkenlerinin uzun dönem katsayılarının genel olarak kararlı bir seyir izlediği sonucuna varılabilir.

Mart 2016 ve Mayıs 2016 arasında kararlılığın sapma gösterdiği görülmektedir. Bu sapmanın 2016 (3)'nde bir önceki yılın aynı dönemine göre ülke ekonomisinin %1.8 düzeyinde daralma yaşadığı gözlenmiştir. Bu daralma, ekonominin 2009 (3)'den sonra ilk kez küçüldüğü anlamını taşımaktadır.

5. 3. Toda-Yamamoto Nedensellik Testi Sonuçları

Çalışmada Toda-Yamamoto nedensellik testi için öncelikle konut satış miktarı, konut kredi faiz oranı ve tüketici güven endeksi serilerinin düzey değerleri ile standart VAR modeli oluşturulmuştur. VAR modeli oluşturulurken gecikme uzunluğunun seçiminde Akaike (AIC), Schwarz Bayesian (SBC) ve Hannan ve Quinn (HQC) bilgi kriterleri kullanılmıştır. Bilgi kriterleri 2 gecikmeyi gösterdiği için standart VAR modelinin gecikme uzunluğu da 2 olarak belirlenmiştir.

Toda-Yamamoto nedensellik testinin sonraki aşamasında konut satış miktarı (0), konut kredi faiz oranı (1) ve tüketici güven endeksi (1) olduğu için entegrasyon derecesi (dmax) 1 olarak alınmıştır. Standart VAR modeline entegrasyon derecesi (dmax) ilave edilerek gecikme uzunluğu 3 olmuştur. Gecikme uzunluğu değiştirilerek oluşturulan yeni VAR modeli Seemingly Unrelated Regression (SUR) yöntemi ile tahmin edilmiştir. SUR yöntemini kullanmanın nedeni, tahmin edilen denklemlerin hata terimlerindeki heteroskedastisitiyi (değişen varyans) ve hata terimleri arasındaki korelasyonu (otokorelasyon) dikkate almasıdır.

Konut satış miktarı, konut kredi faiz oranı ve tüketici güven endeksi değişkenlerinin Toda-Yamamoto nedensellik testi sonuçlarına Tablo 8'da yer verilmiştir.

Tablo 8. Toda-Yamamoto Nedensellik Testinin Sonuçları

Bağımlı Değişken	MWald Test İstatistikleri			Nedensellik Yönü
	lnKS	*lnTGE*	*lnKKF*	
lnKS	_	21.5167 (0.000)	18.1706 (0.0004)	*lnTGE* → *lnKS* *lnKF* → *lnKS* *lnKS* → *lnTGE*
lnTGE	6.0401 (0,1097)	-	1.8140 (0.6119)	*lnKF* → *lnTGE*
lnKKF	5.8598 (0.1186)	1.8140 (0.6119)	-	*lnKS* → *lnKF* *lnTGE* → *lnKF*

*Tabloda verilen istatistikler, χ^2 değerleridir. Parantez içindeki değerler ise P-olasılık değerleridir.

MWald testine göre tüketici güven endeksinden konut satış miktarına, konut faiz oranından tüketici güven endeksine, konut satış miktarından konut faiz oranına ve tüketici güven endeksinden konut faiz oranına doğru nedensellik ilişkisi tespit edilmezken, konut faiz oranından konut satış miktarına ve konut satış miktarından tüketici güven endeksine doğru bir nedensellik ilişkisi ortaya çıkmıştır. Bu sonuçlara göre konut faiz oranının aşağı veya yukarı yönlü hareketi konut satış miktarını, konut satış miktarındaki pozitif yada negatif bir seyrin de tüketici güven endeksini etkilediği ifade edilebilir.

6. Sonuç

Esas itibariyle Türkiye'de tüketici güveninin konut satış miktarını etkileyip etkilemediğini araştıran çalışma olmaması nedeniyle çalışmamızın literatüre katkı yapacağı beklenmektedir. Çalışmada konut satış miktarı, konut kredi faiz oranı ve tüketici güven endeksi arasındaki nedensellik ilişkisi incelenmiştir. Konut satış miktarı, konut kredi faiz oranı ve tüketici güven endeksi değişkenlerinin aylık bazda 2013 Ocak-2018 Ocak dönemini kapsayan verilerle ekonometrik bir uygulama yapılmıştır.

Konut satış miktarı, konut kredi faiz oranı ve tüketici güven endeksi değişkenleri arasında bir eşbütünleşme ilişkisi, ARDL yaklaşımı ile ortaya konulmuştur. Değişkenlerin kısa ve uzun dönem katsayıları tahmin edilmiş ve ARDL modelleri oluşturulmuştur. ARDL yaklaşımında değişkenlerin uzun dönem katsayılarının kararlılığı, kısa dönem dinamiklerine de bağlı kalarak, CUSUM ve CUSUM Q testleri ile incelenmiştir. Özellikle CUSUM Q testinde Mart 2016- Mayıs 2016 arasında bir istikrarsızlık ortaya çıkmıştır. Değişkenler arasındaki ilişkinin yönünün tayin edilmesi için Toda-Yamamoto nedensellik testi kullanılmıştır. Bu test sonucuna göre tüketici güven endeksinden konut satış miktarına, konut faiz oranından tüketici güven endeksine, konut satış miktarından konut faiz oranına ve tüketici güven endeksinden konut faiz oranına doğru nedensellik ilişkisi tespit edilmezken, konut faiz oranından konut satış miktarına ve konut satış miktarından tüketici güven endeksine doğru bir nedensellik ilişkisi ortaya çıkmıştır.

Kaynakça

Apergis, N. ve Rezitis, A. (2003). 'Housing Prices and Macroeconomic Factors in Greece: Prospects within The EMU'. *Applied Economics Letters*, 10, 561-565.

Baffoe-Bonnie, J. (1998). 'The Dynamic Impact of Macroeconomic Aggregate on Housing Prices and Stock of Houses: A National and Regional Analysis', *Journal of Real Estate Finance and Economics*, 17, 179-197

Bocutoğlu, E. ve Ertürk, Z.R. (1992). 'Supply and Demand Analysis in Housing Market: A Case Study in Turkey as a Developing Country', *Management Quality and Economics*, 203-210.

Brandt, O., Knetsch, T., Penalosa, J. ve Zollino, F. (2010). *Housing Markets in Europe: A Macroeconomic Perspective.* Spring Publisher

Chetty, R. ve Szeidl, A. (2004). 'Consumption Commitments and Asset Prices', *The Quarterly Journal of Economics*, 122(2), 831-877.

Coşkun, Y. (2016). 'Konut Fiyatlari ve Yatırımı: Türkiye İçin Bir Analiz'. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(2), 201-217.

Elder, W.H. ve Zumpano, V.L. (1991). 'Tenure Choice, Housing Demand and Residential Location', *The Journal of Real Estate Research*, 6(3), 341-356.

Enders, W. (2004). Applied Econometrics Time Series, New York: John Wiley and Sons.

Feldstein, M. S. (1992). 'Comment on James M. Poterba's Paper, Tax Reform and The Housing Market in The Late 1980s: Who Knew What, and When Did They Know It?', *Federal Reserve Bank of Boston Conference Series*. 36, 252-257.

Hamilton, B. ve Schwab, R. (1985). 'Expected Appreciation in Urban Housing Markets'. *Journal of Urban Economics*, 18(1), 103-118.

Hatipoğlu, Ü. ve Tanrıvermiş, H. (2017). 'Türkiye'de Arz ve Talep Açısından Konut Yatırım Tercihlerini Etkileyen Faktörlerin Değerlendirilmesi'. *Bankacılar Dergisi*, 100, 49-75.

Hochguertel, S. ve Soest, van A. (1998). 'The Relation between Financial and Housing Wealth of Dutch', *Journal of Urban Economics***,** 49, 374-403.

Iacoviello, M. (2000). 'House Prices and The Macroeconomy in Europe: Results from a Structural VAR Analysis'. *European Central Bank Working Paper*, No:18, 1-66.

Kargi, B. (2013). 'Konut Piyasası ve Ekonomik Büyüme Ilişkisi: Türkiye Üzerine Zaman Serileri Analizi (2000-2012)', *International Journal of Human Sciences*, 10(1), 897-926.

Kearl, J. H. (1979). 'Inflation, Mortgages and Housing'. *Journal of Political Economy*, 87, 1-29.

Lebe, F. ve Akbaş, Y. E. (2014). 'Türkiye'nin Konut Talebinin Analizi: 1970-2011'. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, *28*(1), 57-83.

Myers, D. ve Vıdaurrı, L. (2000). 'Real Demographics of Housing Demand in the United States', *The Lusk Review for Real Estate Development and Urban Transformation*, 2(l), 55-61.

Pesaran, M. H., Shin, Y. ve Smith, R. (2001). 'Bounds Testing Approaches to the Analysis of Level Relationships', *Journal of Applied Econometrics*, 16, 289–326.

Phillips, P.C.B ve Perron, P. (1988). 'Testing for a Unit Root in Time Series Regression', *Biometrica*, 75, 335-346.

Perron, P. ve Ng, S. (1996). 'Useful Modifications to Some Unit Root Tests with Dependent Errors and Their Local Asymptotic Properties', *The Review of Economic Studies*, 63(3), 435-463.

Selim, H. (2009). 'Determinants of House Prices in Turkey: Hedonic Regression Versus Artificial Neural Network. *Expert Systems with Applications*, 36(2), 2843-2852.

Uysal, D. ve Yiğit, M. (2016). 'Türkiye'de Konut Talebinin Belirleyicileri (1970-2015): Ampirik Bir Çalışma'. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu Dergisi*, 19(1), 185-209.

Kamu Sağlık Harcamalarının Belirleyicileri: Gelişmekte Olan Ülkelerden Bulgular

Kadir Karagöz[85], Suzan Ergün[86]

Full Text

1. Giriş

Sağlıklı toplum, büyüme ve refah artışının hem nedeni hem de bir sonucu olarak görülebilir. Gelişmiş ülkelerin aynı zamanda sağlık göstergeleri açısından da iyi bir performansa sahip olmaları bu yargıyı desteklemektedir. Gelişmekte olan ülkeler ise sahip oldukları imkânlar ve bazı diğer sosyoekonomik karakteristiklere bağlı olarak sağlık göstergeleri açısından farklı düzeyler sergilemektedirler. Bu ülkelerin çoğunda devlet sağlık harcamalarının önemli bir kısmını üstlenmektedir.

Bununla birlikte, sağlık sisteminin finansmanı tüm hükümetler için oldukça maliyetli bir konudur. Özellikle, nisbeten daha kısıtlı imkânlara sahip olan gelişmekte olan ülkeler açısından sağlık hizmetlerinin finansmanı önem arz etmektedir. Tıbbî hizmetlerdeki pahalı teknolojik ilerlemeler, nüfus ve ortalama yaşam süresindeki artış kamu sağlık harcamalarında da ciddi artışa neden olmaktadır. Bu bağlamda, yatırım planlarının daha gerçekçi ve etkin kılınması açısından kamu sağlık harcamalarını etkileyen faktörlerin belirlenmesi önemli bir konu olarak ortaya çıkmaktadır.

Bu çalışmada gelişmekte olan bir grup ülke için kamu sağlık harcamalarının temel belirleyicileri araştırılmaktadır. Çalışmanın geri kalan kısmı şu şekilde bölümlendirilmiştir: Giriş'i izleyen ikinci bölümde kamu kesimi ile sağlık harcamaları arasındaki ilişki teorik olarak ele alınmıştır. Sonraki bölümde konu ile ilgili literatür taramasına yer verilmiş, izleyen bölümde ise kullanılan model ve veri seti açıklanmıştır. Ekonometrik yöntem ve ampirik bulgular sıralandıktan sonra sonuç bölümüne geçilmiştir.

2. Kamu Kesimi ve Sağlık Harcamaları

Solow Büyüme Modeli özellikle fiziki sermaye oluşumu için yapılan yatırımı ekonomik büyümenin temeli olarak görüyor iken, yeni büyüme teorileri sürdürülebilir büyümeye ulaşmak için beşeri sermayeye yapılan yatırımın önemini vurgulamaktadır. Bu açıdan özellikle sağlık ve eğitime yapılan yatırımların sürdürülebilir büyümeyi sağlamak için gerekli yatırımlar olduğu vurgulanmaktadır.

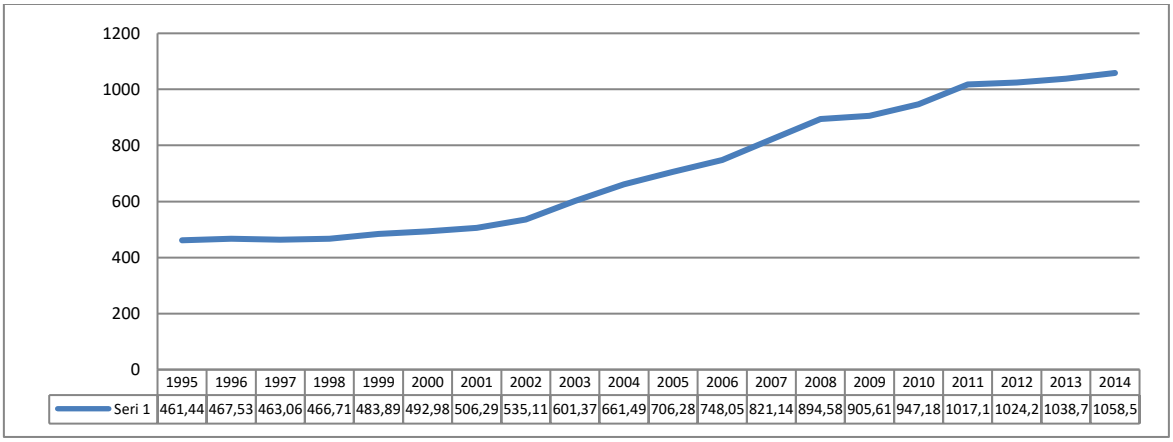
Sağlık ekonomik performansı etkileyen önemli bir unsurdur ve son yıllarda yapılan pek çok ampirik çalışma buna yönelik kanıtlar sunmaktadır. Sağlıklı bireyler daha uzun süreli ve daha verimli bir biçimde çalışarak ekonomik büyümeyi ve gelişmeyi olumlu etkilemekte, buna karşın kötü sağlık altyapısı ve hastalıklar hem insanların çalışma hayatını kısaltmakta hem de daha verimsiz çalışmalarına neden olmaktadır.

Daha iyi sağlık koşulları ekonomik büyümeyi dört yolla etkilemektedir. Sağlık; (i) Hastalıkların neden olduğu üretim kayıplarını azaltır; (ii) Hastalık nedeniyle tamamen veya kısmen erişilemeyen doğal kaynakların kullanılmasına izin verir; (iii) Çocukların

[85] Doç. Dr., Manisa Celal Bayar Üniversitesi, İİBF, kadir.karagoz@cbu.edu.tr (Yazışma yapılacak yazar)
[86]Doç.Dr., İnönü Üniversitesi, İİBF,suzan.ergun@inonu.edu.tr

okula kayıtlarını ve devamlarını arttırır ve daha iyi öğrenmelerine imkan sağlar; (iv) Hastalıkların tedavisinde kullanılacak kaynakların alternatif kullanımına izin verir. Daha iyi sağlık imkanları hem sağlığın, hem üretkenliğin hem de ekonomik büyümenin artmasına katkıda bulunur. Ancak sağlık hizmetlerinin yeterli ve nitelikli olarak sağlanması hükümetin ve özel sektörün kaynaklarını bu amaç için nasıl tahsis ettiğine bağlıdır. Sağlık harcamaları, bir ülkede sağlığın yeniden tesis edilmesine, sürdürülmesine, iyileştirilmesine ve korunmasına yardımcı olan tüm faaliyetlere yapılan harcamaları ifade eder (Panda & Panda, 2015:33-34).

Sağlık hizmeti tüm insanlık için çok önemli bir maldır. Son yıllarda dünya genelinde yaşam beklentisi artmıştır. Gelişmiş yaşam standartları, sağlık teknolojisinin ilerlemesi, sektördeki gelişme ve teknolojik ilerlemeden dolayı insanların sağlık hizmeti beklentisinin artması gibi nedenlerden dolayı insanlar artık daha önceye göre daha uzun yaşamaktadır. İnsanı fiziksel olarak daha az aktif hale getiren çalışma ve yaşam biçimleri nedeniyle sağlık ihtiyaçları her geçen gün daha da artmaktadır. Tabii ki, sağlık ihtiyaçları arttıkça, sağlık harcamalarının da karşılanması beklenmektedir. Çoğu sanayileşmiş ekonomide, sağlık harcamaları, gelir artışından daha hızlı artmaktadır (Boachie et al., 2014: 35).



	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Seri 1	461,44	467,53	463,06	466,71	483,89	492,98	506,29	535,11	601,37	661,49	706,28	748,05	821,14	894,58	905,61	947,18	1017,1	1024,2	1038,7	1058,5

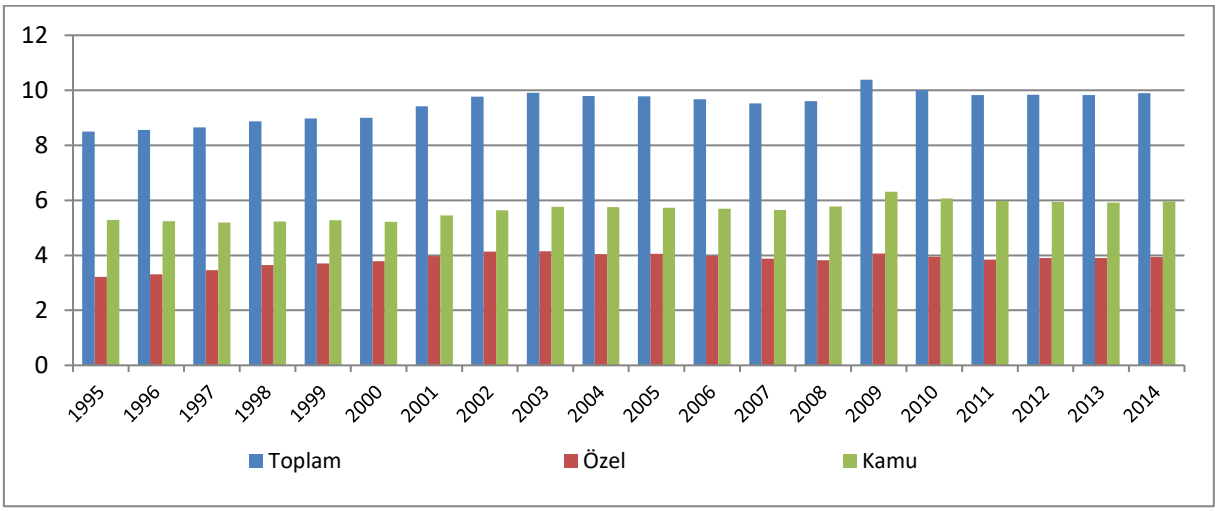
Kaynak: Dünya Bankası verilerinden çizilmiştir.

Şekil 1: Kişi Başına Düşen Sağlık Harcaması ($).

Sağlık harcamaları çoğunlukla iki ana kaynaktan karşılanmaktadır. Bunlar merkezi ve eyalet hükümet sağlık harcamalarını içeren kamu sağlık harcamaları ve özel sektör sağlık harcamalarıdır. 2014 yılı verilerine göre dünyada toplam sağlık harcamalarının %60,1'i kamu tarafından yapılırken, %39,9'u özel sektör tarafından yapılmaktadır.

Sağlık konusundaki küresel literatür, sağlık üzerindeki kamu harcamalarının büyük hastalıklar ile mücadele ve Binyıl Kalkınma Hedefleri'ne ulaşmak için gerekli olduğunu kabul etmiştir. Yoksulluk, eşitsizlik, piyasa başarısızlıkları ve diğer olumsuz dışsallıklar, başta gelişmekte olan ülkeler olmak üzere sağlık hizmetleri gibi alanlarda devlet katılımı ihtiyacını doğurmaktadır. Sağlık sektörü, ekonominin sosyal, ekonomik ve demografik özellikleriyle bağlantılı olarak düşünülmelidir. Dolayısıyla, sadece biyolojik ve çevresel değil, aynı zamanda ekonomik, sosyal ve demografik değişiklikler

ulusal düzeyde sağlık ve sağlık harcamaları kararlarını etkilemektedir. Bu nedenle yüksek sağlık harcamaları ülkenin toplam ekonomik gelişmesinin artmasına ve yoksulluğun azaltılmasına yardımcı olur. Gelişmiş ülkelerin çoğu, bir refah devleti olarak, bu gerçeğin önceden farkına varmış ve gelişmekte olan ülkelere kıyasla sağlık sektöründe kayda değer miktarda kamu fonu harcamıştır. Dünya Bankası verilerine göre yüksek gelirli ülkeler 2014 yılında GSYH'nın yaklaşık %12,3'ünü sağlık harcamalarına ayırırken, düşük ve orta gelirli ülkelerde sağlık harcamalarına ayrılan miktar GSYİH'nın yaklaşık % 5-6'sına denk gelmektedir.



Kaynak: Dünya Bankası verilerinden çizilmiştir.

Şekil 2: Dünyada Toplam, Kamu ve Özel Sağlık Harcamalarının GSYH'deki Payı (%).

Kamunun yapacağı harcamalar daha çok bütçe kararlarıyla ilgilidir. Kamu harcamaları halkın sağlık hizmetleri de dahil olmak üzere bir çok şeye erişimdeki yoksulluk ve eşitsizlikleri azaltarak toplumda sosyal değişimleri beraberinde getirir. Sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşmak için ölümcül ve yaygın hastalıklarla savaşmak gerekmektedir. Böylesi büyük bir sorumluluğu ise ancak devlet üstlenebilir. Öte yandan, sağlıklı yaşam temin edebilmek için hükümetin vatandaşlarına kaliteli sağlık hizmetleri sunması şarttır. Sağlık sektörü sosyal, ekonomik, demografik ve çevresel değişimlerle etkileşim halindedir ve kamu sağlık harcaması bu unsurlardan etkilenmektedir. Bu nedenle, kamu sağlık harcamalarının belirleyicilerinin anlaşılması, etkili sağlık politikalarının tasarlanması için önemlidir (Byaro et al., 2018: 2).

3. Literatüre Bakış

Sağlık harcamalarının genel harcamalar içindeki ağırlığının giderek artmasıyla birlikte sağlık harcamalarını belirleyen faktörlerin neler olduğunu anlamaya yönelik çalışmalarda da gözle görülür bir artış yaşanmıştır. Newhouse (1977)'un öncü çalışmasını, sonraki dönemlerde yürütülen ve genellikle yatay-kesit verileri yardımıyla ülkeler arasındaki sağlık harcamaları farklılığının nedenleri üzerine odaklanan

araştırmalar izlemiştir. Sağlık harcamalarının lüks bir mal olup olmadığının belirlenmesi ve büyüme üzerindeki etkileri de diğer çalışma konuları olarak öne çıkmaktadır.

Her ne kadar, gelişmiş ülkelerde sağlık harcamaları – GSYH ilişkisi ile ilgili önceki araştırmalar bu iki değişken arasında güçlü bir pozitif ilişki bulunduğu sonucunu elde etmişlerse de, Jewell *vd.* (2003) bu çalışmalarda kullanılan zaman serilerinin özellikleri gözardı edildiği için ulaşılan sonuçların yanıltıcı olabileceğini öne sürmüşlerdir. Aynı handikap sağlık harcamalarının belirleyicileri ile ilgili araştırmalar için de sözkonusudur. (Roberts, 2000). Bu nedenle, panel birim-kök testlerinin kullanıldığı son dönem çalışmalar konu ile ilgili daha gerçekçi ve güvenilir sonuçlar vermektedir. Jewell *vd.*'nin belirttiği gibi, önceki çalışmaların göze çarpan bir diğer zaafı, serilerdeki olası yapısal kırılmaları dikkate almamalarıdır. Örneğin, McCoskey ve Selden (1998) ve Gerdtham ve Löthgren (2000) gibi bazı yazarlar bu eksikliği çalışmalarında dile getirmektedirler.

Sağlık harcamalarını etkileyen faktörleri belirlemeye yönelik panel veri analizleri pek fazla değildir. Az sayıdaki çalışmalardan birinde, Dreger ve Reimers (2005), panel eşbütünleşme analizi kullanarak 21 OECD ülkesinde sağlık harcamaları ile GSYH ve tıbbi gelişme (yaşam beklentisi, bebek ölüm oranı, yaşlı nüfus oranı) arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. GSYH'nin önemli bir açıklayıcı değişken olduğu, harcamaların gelir esnekliğinin ise 1'den küçük olduğu (sağlık harcamaları lüks mal değil) sonucuna ulaşmışlardır. Diğer taraftan tıbbi ilerlemenin ölçüsü olarak kullanılan yaşam beklentisi (life expectancy) ve yaşlı nüfus oranı da anlamlı etkiye sahip etkenler olarak belirlenmiştir.

Sağlık harcamaları üzerine çok geniş bir literatür mevcuttur. Bu çalışmaların bir kısmı sağlık harcamaları ile ekonomik büyüme ilişkisi üzerine odaklanırken, bir kısmı da daha geniş bir şekilde sağlık harcamalarını etkileyen faktörler üzerine odaklanmıştır.

Sağlık harcamaları ile ilgili en önemli çalışmalardan biri Newhouse (1977) tarafından yapılmıştır. On üç gelişmiş ülke için yatay kesit verileri kullanılarak yapılan bu çalışmada sağlık harcamalarının gelir esnekliğinin 1'den büyük olduğu yani sağlık harcamalarının lüks bir mal olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca incelenen ülkeler arasında sağlık harcamalarını etkileyen faktörün gelir olduğu ifade edilmiştir. Elde edilen bulgular kişi başına düşen sağlık harcamaları arasındaki farklılığın %90'dan fazlasının kişi başına GSYH'deki değişimden kaynaklandığını göstermiştir.

Angko (2013) 1970-2006 yıllık verileri kullanarak Gana için kamu tarafından finanse edilen sağlık harcamalarının belirleyicilerini incelemiştir. Johansen Eşbütünleşme Testi ve Hata Düzeltme Modeli kullanılmıştır. Çalışmada sağlık harcamalarının gelir esnekliği katsayısının uzun vadede 1'in altında, kısa vadede 1'in üstünde olduğu yani sağlık harcamalarının Gana için uzun vadede zorunlu bir mal, kısa vadede lüks bir mal olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca kişi başına düşen gelirin ve diğer faktörlerin (65 yaş ve üstü nüfusun oranı, 15 yaş altı nüfusun oranı, doğumda yaşam beklentisi, kentleşme oranı) sağlık hizmetlerine yatırım kararını etkilediği tespit edilmiştir. 65 yaş ve üstü nüfusun toplam nüfusa oranı ile 15 yaş altı nüfusun toplam nüfusa oranının sağlık harcamaları ile negatif ilişkili olduğu, diğer değişkenlerin ise pozitif ilişkili olduğu belirlenmiştir.

Fasoranti (2015) 1970-2012 dönemi yıllık verileri kullanarak Nijerya için kamu sağlık harcamalarının belirleyicileri eşbütünleşme testi ve Granger Nedensellik Testi ile

incelenmiştir. Toplam devlet sağlık harcamaları ile tüm belirleyici değişkenler arasında uzun vadede ilişki olduğu belirlenmiştir. 14 yaş ve altı toplam nüfus dışında diğer değişkenlerin sağlık harcamaları ile pozitif ilişkili olduğu, okur-yazarlık oranı, toplam devlet harcamaları içinde sağlık harcamalarının payı ve tüketici fiyat endeksinin incelenen dönem için devlet sağlık harcamalarını etkileyen anlamlı faktörler olduğu, kişi başına GDP, 65 yaş ve üstü toplam nüfus, 14 yaş ve altı nüfus ile yaşam beklentisi oranının anlamsız olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca incelenen dönemde Nijerya için sağlık harcamalarının gelir esnekliği katsayısının 1'den küçük olduğu yani Nijerya için sağlık harcamalarının zorunlu mal olduğu belirlenmiştir.

Imoughele ve İsmaila (2013) 1986-2010 dönemi verileri kullanılarak Nijerya için kamu sağlık harcamalarının belirleyicileri incelenmiştir. Johansen eşbütünleşme testi ve hata düzeltme modeli kullanılan çalışmada sağlık harcamalarının gelir esnekliği katsayısı 1'den küçük hesaplanmış ve hesaplanan dönem için sağlık harcamalarının normal mal olduğu ifade edilmiştir. Ayıca 14 yaş ve altı toplam nüfus ile GSYH'de sağlık harcamalarının payının sağlık harcamalarında temel belirleyiciler olduğu, sermaye başına GSYH, işsizlik oranı, hekim başına nüfus, TÜFE, politik istikrarsızlığın anlamsız olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Kraipornsak (2017), 15 Asya ve 30 OECD ülkesi için 1995-2013 dönemi verilerini kullanarak sağlık harcamalarını belirleyen faktörleri incelemiştir. Fiyatlar ve sağlık harcamaları ararsında negatif ve anlamsız ilişki, GSYH ile sağlık harcamaları ararsında pozitif ve anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Kentsel nüfus yoğunluğu Asya ülkeleri için sağlık harcamalarını negatif etkilediği fakat istatistiksel olarak anlamsız olduğu, OECD ülkeleri için pozitif olarak etkilediği ve istatistiksel olarak anlamlı olduğu belirlenmiştir. OECD ülkelerinde yaşam beklentisinin sağlık harcamaları üzerinde negatif ve istatistiksel olarak anlamlı etkisi olduğu, Asya ülkelerinde ise yaşam beklentisinin sağlık harcamaları üzerinde istatistiksel olarak anlamlı fakat pozitif etkisi olduğu, cepten yapılan sağlık ödemelerinin sağlık harcamalarını teşvik ettiği, sağlık durumunda iyileşmenin (daha düşük ölüm oranı ve daha yüksek yaşam beklentisi) Asya ülkelerinde sağlık harcamalarını arttırdığı, OECD ülkelerinde azalttığı sonucuna ulaşılmıştır. Her iki ülke grubu içinde sağlık harcamalarının gelir esnekliği 1'den küçük bulunmuştur.

Panda ve Panda (2015) 1987-1988 ve 2010-2011 arası bir veri setini kullanarak Hindistan'ın Odisha eyaleti için kamu sağlık harcamalarının belirleyicilerini araştırmıştır. Kişi başına gelir ve okur-yazarlık oranının kamu sağlık harcamaları üzerinde pozitif ve istatistiksel olarak anlanlı etkileri olduğu, nüfus ve kişi başına kaynak transferinin ise kamu sağlık harcamaları ile istatistiksel olarak anlamlı ancak negatif ilişkili olduğu, bebek ölüm oranının ise istatistiksel olarak anlamlı olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Braendle ve Colombier (2015) 1970-2012 dönemi verileri kullanılarak İsviçre'nin 26 Kantonu için kamu sağlık harcamalarının belirleyicileri dinamik panel yöntemiyle incelenmiştir. Elde edilen bulgular kişi başına gelir, işsizlik oranı ve yabancıların payının kamu sağlık harcamalarıyla pozitif ilişkili olduğunu göstermiştir.

Sagarik (2016) 2002-2011 dönemi verilerini kullanarak 10 ASEAN üyesi ülke için kamu sağlık harcamalarının belirleyicilerini incelemiştir. Regresyon sonuçları kamu sağlık harcamalarının ekonomiler büyüdükçe sağlık harcamalarının GSYH yüzdesi olarak düştüğünü göstermektedir. Yani incelenen ASEAN ülkelerinde incelenen dönem için ekonomiler sağlık harcamalarından daha hızlı büyümektedir. Kentleşmenin kamu

sağlık harcamaları üzerinde istatistiksel olarak anlamlı negatif etkiye sahip olduğu, daha yüksek sanayileşme ve doğrudan yabancı yatırımların daha yüksek sağlık harcamalarına neden olduğu sonucuna ulaşılmıştır. 65 yaş ve üstü nüfusun toplam nüfusa oranının ise kamu sağlık harcamaları ile ilişkili olmadığı tespit edilmiştir.

Rahman (2008) 1971-1991 dönemi verilerini kullanarak Hindistan'ın 14 eyaletinde panel veri modeli kullanılarak kamu sağlık harcamalarını etkileyen faktörleri incelemiştir. Reel kişi başına gelir ve okur-yazarlık oranının sağlık harcamalarının temel belirleyicileri olduğu, 60 yaş üstü nüfusun toplam nüfusa oranı, temel sağlık hizmeti merkezlerinde kişi başına düşen nüfus, doktor başına düşen nüfus gibi değişkenlerin anlamsız olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca gelir esnekliği katsayısı 0.47 olarak hesaplanmış yani incelenen dönem için Hindistan'ın bu 14 eyaletinde sağlığın lüks bir mal olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Boachie *vd*. (2014) 1970-2008 dönemi yıllık verileri kullanarak Gana için kamu sağlık harcamalarının belirleyicilerini incelemiştir. ERS Point Optimal Testi, Engle Granger Eşbütünleşme Testi ve FMOLS tekniğinin kullanıldığı çalışmada reel GSYH'nın, yaşam beklentisi, kaba doğum oranının kamu sağlık harcamalarını pozitif olarak etkilediği tespit edilmiştir. Çevresel kirlilik, enflasyon, kırsal alanda yaşayan nüfusun sağlık harcamaları ile pozitif ilişkili olmasına rağmen istatistiksel olarak anlamsız olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Faisal ve Ulrich (2011) 1972-2006 dönemi verilerini kullanarak Pakistan için sağlık hizmeti harcamalarının belirleyicilerini incelemiştir. Eşbütünleşme ve hata düzeltme yönteminin kullanıldığı çalışmada bağımlı değişken ile açıklayıcı değişkenler ararsında uzun vadeli ilişki olduğu, kamu sağlık harcamalarının gelir esnekliği katsayısının 0.23 olduğu yani sağlık harcamalarının incelenen dönem için zorunlu bir mal olduğu, kentleşme ve işsizlik oranının sağlık harcamaları üzerinde negatif etkiye sahip olduğu, kısa vadede kentleşmenin anlamlı olmadığı sonuçlarına ulaşılmıştır.

Dhoro *vd*. (2011) 1975-2005 verileri kullanılarak Zimbabwe için Zimbabve için kamu sağlık harcamalarının temel belirleyicilerini incelemiştir. Engle Granger Eşbütünleşme Testi ve Hata Düzeltme modelinin kullanıldığı çalışmada ampirik bulgular reel GSYH, okur yazarlık oranı, enflasyon, dış sağlık yardımlarının kamu sağlık harcamalarını etkileyen temel belirleyiciler olduğu, nüfus ve yaşam beklentisinin ise istatistiksel olarak anlamlı olmadığını göstermiştir.

Hosoya (2014) 25 OECD ülkesi için 1985-2006, 1990-2006 ve 1997-2006 dönemleri için sağlık harcamalarının belirleyicileri incelenmiştir. Sabit etkiler modelinin kullanıldığı çalışmada elde edilen bulgular 1997-2006 alt dönemi için yaşlanmanın sağlık harcamalarının anlamlı bir belirleyicisi olduğu, Gelir esnekliğinin 1'den küçük, yani sağlık harcamalarının zorunlu bir mal olduğunu, GSYH, kadın işgücü miktarı, toplam sağlık harcamaları içinde kamu sağlık harcamalarının payı, işsizlik oranı ve zamanın uzun vadede sağlık harcamalarını etkilediğini göstermiştir.

Hooda (2015) 1987-1988 ile 2011-2012 arası dönem için Hindistan'ın 16 eyaleti için kamu sağlık harcamalarının belirleyicilerini incelemiştir. Elde edilen bulgular gelirin kamu sağlık harcamaları üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğunu, sağlık harcamalarının gelir esnekliği katsayısının 1'den küçük olduğunu yani sağlık harcamalarının incelenen dönem için bu eyaletlerde zorunlu bir mal olduğunu, devletin mali kapasitesinin sağlık harcamalarını etkileyen önemli bir faktör olduğunu, siyasi

katılım endeksinin sağlık harcamaları üzerinde etkisinin pozitif ve anlamlı olduğunu, kentsel nüfus oranının sağlık harcamaları üzerinde negatif bir etkiye sahip olduğunu, sağlık politikası reformunun sağlık harcamaları üzerindeki etkisinin anlamlı ve pozitif olduğunu ortaya koymuştur.

4. Ampirik Analiz

Çalışmada, kamu sağlık harcamalarını belirleyen faktörler 20 gelişmekte olan ülke bağlamında 2000-2014 dönemini kapsayan panel veri seti kullanılarak araştırılmıştır[*]. Bağımlı değişken olarak kamu sağlık harcamalarının GSYH'ye oranı kullanılmıştır. Bu tercihin nedeni mevcut veri yapısı olmakla birlikte, gelir düzeyine bağlı olarak sağlık harcamalarının değişmesi mümkün olduğundan böylece gelir etkisi hesaba katılmış olmaktadır.

Konuyla ilgili literatürden yararlanarak, kamu sağlık harcamalarının düzeyini etkilediği düşünülen faktörler aşağıdaki şekilde belirlenmiştir:

Doğuşta Beklenen Yaşam Süresi (*BYS*): Beklenen yaşam süresi uzadıkça sağlık hizmetlerinden yararlanma süresi de uzayacağından, yaşam süresindeki artışa bağlı olarak sağlık hizmetlerine yönelik talebin ve dolayısıyla harcamaların artması beklenebilir.

Cepten yapılan sağlık harcamaları (*CSH*): Çoğu ülkede devlet sağlık hizmetlerinin bedelinin bir kısmını karşılamakta, diğer kısmı ise hizmet yararlananlar üstlenmektedir. İster şahıslar tarafından ödenen payın artmasından isterse tamamen özel sağlık hizmetlerine yapılan ödemelerin artmasından olsun, cepten yapılan sağlık ödemelerindeki artış kamunun sağlık ödemelerini nisbi olarak azaltacaktır.

Eğitim Düzeyi (*EGT*): Eğitim düzeyinin yükselmesi genel olarak sağlık hizmetlerine yönelik talep üzerinde hem pozitif hem de negatif etkide bulunabilir. Eğitim düzeyinin yükselmesi halinde bireylerin sağlıklarına daha fazla dikkat etmeleri, koruyucu önlemlere daha fazla riayet etmeleri sağlık harcamalarını azaltıcı etkide bulunabilir. Diğer taraftan, eğitim düzeyi yüksek bireylerin sağlıkları konusunda daha hassas olmaları akla uygundur ve bu da sağlık hizmetlerine olan talebi artırarak harcamaları yükseltebilir. Gösterge olarak lise mezunlarının nüfusa oranı kullanılmıştır.

Nüfus (*NFS*): Nüfus artışı, sağlık hizmetlerine olan talebi doğrudan artırıcı bir faktördür. Sağlık hizmetlerinden yararlanacak insan sayısının artması hem cari hem de yatırım harcamalarının yükselmesine neden olacaktır.

Kişi başına GSYH (*KBG*): Eğitim düzeyi gibi gelir artışı da sağlık harcamaları üzerinde iki yönlü etkide bulunma potansiyeli taşıyan bir faktördür. Gelir düzeyi düşük ülkelerde, son yıllarda giderek gelişen sosyal devlet anlayışına da bağlı olarak, sağlık hizmetlerinin arzında kamunun payının daha fazla olması doğaldır. Gelir düzeyi yükseldikçe hem cepten yapılan sağlık harcamalarının payı artacağından hem de özel sağlık hizmetlerine yönelik talep artacağından cari kamu sağlık harcamalarının azalması beklenebilir.

[*] Örnekleme dâhil edilen ülkeler: Arjantin, Azerbaycan, Bangladeş, Brezilya, Bulgaristan, Kamerun, Çin, Kolombiya, Hırvatistan, İran, Kazakistan, Malezya, Meksika, Romanya, Peru, Sırbistan, Güney Afrika, Rusya Fed., Tayland, Türkiye.

Yaş bağımlılık oranı (*YBO*): 14 yaş altı ve 65 yaş üzeri nüfusun toplam çalışma yaşındaki nüfusa oranından oluşan bu gösterge kısaca üretken olmayan nüfusun üretken nüfusa oranından ibarettir. Özellikle sosyal güvenlik sisteminin sürdürülebilirliğini ilgilendiren bu gösterge, sosyal güvenlik açıklarının çok yükselmesi halinde dolaylı olarak kamu sağlık harcamalarını da etkileyebilir.

65 yaş üzeri nüfus oranı (*YNO*): Hemen her toplumda en fazla sağlık sorunu çeken kesim 65 yaş üzeri nüfustur. Akut ve kronik rahatsızlıklar en çok bu yaş grubunda ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle, yaş nüfusunun yüksek olması kamunun sağlık sektörüne yönelik cari ve yatırım harcamalarının yükselmesine yol açacaktır.

Buna göre tahmin edilecek ilişkinin ekonometrik formu aşağıdaki gibidir:

$$KSH_{it} = \beta_0 + \beta_1 BYS_{it} + \beta_2 CSH_{it} + \beta_3 EGT_{it} + \beta_4 NFS_{it} + \beta_5 KBG_{it} + \beta_6 YBO_{it} + \beta_7 YNO_{it} + \mu_i + \varepsilon_{it}$$

Burada, μ_i birime özgü etkileri, ε_{it} ise dışlanan değişkenler, yanlış matematiksel form vsr. gibi spesifikasyon hatalarından ve rassal faktörlerden kaynaklanan etkiyi barındıran hata terimini göstermektedir. Bütün veriler Dünya Bankası online veritabanından (WDI - Databank) alınmıştır.

Bilindiği gibi zaman serileri regresyonundan gelen bir uygulama olarak, panel veri regresyonunda da serilerin zaman içinde durağan olmayan bir davranış sergilemelerinin yaratacağı gerçek dışı ilişkilerin önüne geçmek için durağanlık analizi ve ortaya çıkan duruma göre eşbütünleşme analizine başvurulmaktadır. Ancak, mevcut örneklemde zaman boyutu çok uzun olmadığından serilerin azçok durağan karakterli olacağı düşüncesiyle birim-kök testleriyle durağanlık araştırmasına gidilmemiştir.

Panel veri ile regresyon analizinde değişkenler arasındaki ilişki üç farklı yaklaşımla modellenebilmektedir. Birimler arasında homojenlik mevcutsa klasik model yaklaşımı izlenerek katsayılar havuzlanmış en küçük kareler yöntemiyle tahmin edilebilmektedir. Analizde yer verilen birimler büyüklük, gelişmişlik ve coğrafi açıdan farklılıklar gösterdiğinde homojenlik varsayımının sağlanması oldukça zordur. Bu nedenle diğer iki yaklaşım olan sabit etkiler ve rassal etkiler modellerine başvurulmalıdır. Birimler büyük bir anakitleden, belli bir sistematiğe bağlı kalmayarak belirlendiği için önsel olarak rassal etkiler modelinin uygun olduğu söylenebilir. Nitekim yürütülen Hausman testi istatistiği de bu kararı doğrulamaktadır.

Rassal etkiler modeli tahmin sonuçları aşağıda Tablo 1'de verilmiştir. Buna göre, %10 anlamlılık düzeyinde cepten yapılan sağlık harcamaları, eğitim düzeyi ve yaşlı nüfus oranı kamu sağlık harcamaları üzerinde anlamlı etkiye sahiptir. Katsayıların işaretleri beklentiye uygundur. Cepten sağlık harcamalarındaki artış kamu sağlık harcamalarını negatif yönde, diğer iki değişken ise pozitif yönde etkilemektedir.

Tablo 1. Rassal etkiler modeli tahmin sonuçları.

Değişken	Katsayı	St. hata	t-istatistiği	p-değeri
Sabit	-0,0061	1,3521	-0,0045	0,9964

BYS	0,0266	0,0184	1,4449	0,1496
CSH	**-0,0279**	0,0038	-7,3032	**0,0000**
EGT	**0,0196**	0,0060	3,2736	**0,0012**
NFS	$-3{,}53\times10^{-7}$	$5{,}86\times10^{-7}$	-0,6026	0,5473
KBG	$8{,}69\times10^{-6}$	$2{,}35\times10^{-5}$	0,3703	0,7114
YBO	-0,0003	0,0069	-0,0466	0,9629
YNO	**0,1120**	0,0308	3,6371	**0,0003**

Hausman istatistiği: 8,0489 (p-değeri = 0,3283)

Rassal etkiler modelinden elde edilen sonuçlarla karşılaştırmak amacıyla sözkonusu ilişki klasik model ve sabit etkiler modeli yaklaşımlarıyla da modellenerek tahmin edilmiş, sonuçlar Tablo 2 ve 3'te sunulmuştur.

Tablo 2. Klasik model tahmin sonuçları.

Değişken	Katsayı	St. hata	t-istatistiği	p-değeri
Sabit	**-1,4656**	0,7399	-1,9810	**0,0485**
BYS	**0,0184**	0,0088	2,0798	**0,0384**
CSH	**-0,0432**	0,0026	-16,6633	**0,0000**
EGT	**0,0254**	0,0048	5,2688	**0,0000**
NFS	$2{,}62\times10^{-7}$	$1{,}70\times10^{-7}$	1,5362	0,1256
KBG	$1{,}95\times10^{-5}$	$1{,}62\times10^{-5}$	1,2030	0,2299
YBO	**0,0349**	0,0052	6,7359	**0,0000**
YNO	**0,1361**	0,0104	13,1000	**0,0000**

Tablo 3. Sabit etkiler modeli tahmin sonuçları.

Değişken	Katsayı	St. hata	t-istatistiği	p-değeri

Sabit	-0,5927	1,5694	-0,3777	0,7060
BYS	0,0314	0,0214	1,4619	0,1449
CSH	**-0,0238**	0,0047	-5,0184	**0,0000**
EGT	**0,0215**	0,0067	3,2320	**0,0014**
NFS	$2{,}64\times10^{-6}$	$3{,}36\times10^{-6}$	0,7864	0,4323
KBG	$-4{,}52\times10^{-6}$	$2{,}63\times10^{-5}$	-0,1719	0,8636
YBO	-0,0019	0,0076	-0,2487	0,8037
YNO	**0,0851**	0,0475	1,7932	**0,0741**

5. Sonuç

Eğitim ve sağlık gibi üretim ve tüketimi önemli dışsallıklar yaratan konularda hizmete ulaşmanın önündeki engellerin kaldırılması ve finansmanın desteklenmesi amacıyla çoğu zaman devletin yardımına ihtiyaç duyulmaktadır. Sağlığın küresel bir kamusal mal olduğu ve "sosyal devlet" anlayışının giderek yaygınlaşması kamu sağlık harcamalarının dünya genelinde yükselmesine neden olmuştur. Ülkeden ülkeye gözlenen politika ve sosyo-demografik yapı farklılıkları olmakla birlikte, kamu sağlık harcamaları üzerinde etkili olan bir dizi ortak faktörden bahsedilebilir. Bu faktörlerin neler olduğunun ve etki derecelerinin ortaya konulması, daha etkili sağlık politikalarının belirlenmesi ve kamu harcamalarının düzenlenmesi açısından önem arz etmektedir. Bu çalışmada, panel veri analizi yoluyla önde gelen 20 gelişmekte olan ülke örneğinde konu ele alınmıştır.

Rassal ve sabit etkiler modeli tahmininden elde edilen bulgular, cepten yapılan sağlık harcamalarının negatif, eğitim düzeyi ve 65 yaş üzeri nüfus oranının ise pozitif yönde kamu sağlık harcamaları üzerinde etkide bulunduğunu ortaya koymaktadır. Cepten yapılan sağlık harcamaları hem hizmet maliyetini kamu ile paylaşmak hem de özel sağlık hizmetlerine yönelimi artırmak açısından kamunun sağlık harcamaları yükünü hafifletmektedir. Eğitim düzeyindeki artışın kamu sağlık harcamalarını artırması, eğitim düzeyindeki yükselme ile birlikte sağlıkla ilgili konularda bilinçlenmenin ve hizmet talebinin artmasıyla açıklanabilir. Toplumun en fazla sağlık sorunu yaşayan kesimi olan yaşlı nüfusun artması da sağlık hizmetlerine olan talebin artmasına yol açarak kamu sağlık harcamaları üzerinde bir baskı oluşturmaktadır.

Diğer taraftan, zaman içinde çok yavaş değişim gösteren beklenen yaşam süresi ve yaşlı bağımlılık oranı gibi değişkenlerin anlamlı bir etkide bulunmadıkları gözlenmiştir. Kullanılan veri setinin zaman boyutunun kısa olması bu etkilerin ortaya çıkmasını engellemiş olabilir. Çoğu gelişmekte olan ülkede gelir dağılımının oldukça bozuk olması, yine kişi başına gelir düzeyi göstergesinin etkisinin anlamsız bulunmasını açıklayabilir.

Tahminlerden elde edilen bulgular bir bütün olarak dikkate alındığında, gelişmekte olan ülkelerde reel gelir artışına bağlı olarak cepten yapılan sağlık harcamalarının artırılmasının kamu sağlık harcamaları üzerindeki baskıyı azaltacağı

söylenebilir. Ancak bunun için öncelikle reel üretim artışı ve dengeli bir gelir dağılımının sağlanması gerektiği ortadadır.

Anahtar kelimeler: Kamu sağlık harcamaları, gelişmekte olan ülkeler, panel veri analizi.

JEL kodları: H51, I18.

Kaynakça

Abbas, F. (2010). *Public Health Sector Expenditures, Health Status and Their Role in Development of Pakistan*, PhD Thesis, Rheinischen Friedrich-Wilhelms-Universität.

Angko, W. (2013). "The determinants of healthcare expenditure in Ghana*",* *Journal of Economics and Sustainable Development*, 14 (15): 102-125.

Boachie, M. K., Mensah, I. O., Sobiesuo, P., Immurana, M., Iddrisu, A. & Kyei-Brobbey, I. (2014). "Determinants of public health expenditure in Ghana: A cointegration analysis", *Journal of Behavioural Economics, Finance, Entrepreneurship, Accounting and Transport*, 2 (2): 35-40.

Braendle, T. & Colombier, C. (2015). *What Drives Public Health Care Expenditure Growth? Evidence from Swiss Cantons, 1970-2012*, WWZ Working Paper 2015/12 .

Byaro, M., Kinyondo, A., Michello, C. & Musonda P. (2018). "Determinants of public health expenditure growth in Tanzania: An application of Bayesian model", *African Journal of Economic Review*, 6 (1): 1-13.

Dhoro, N. L., Chidoko, C., Sakuhuni, R. C. & Gwaindepi, C. (2011). "Economic determinants of public health care expenditure in Zimbabwe", *International Journal of Economic Research*, 2 (6): 13–25.

Dreger, C. ve H.E. Reimers (2005), *Health Care Expenditures in OECD Countries: A Panel Unit Root and Cointegration Analysis*, IZA Discussion Paper No. 1469.

Faisal, A. & Ulrich, H. (2011). *Determinants of Public Health Expenditures in Pakistan*, ZEF-Discussion Papers on Development Policy No. 158 .

Fasoranti, M. M. (2015). "An econometric analysis of the determinants of government health expenditures in Nigeria", *Journal of Empirical Economics*, 4 (4): 193-206.

Furuoka, F., Yee, B. L. F., Kok, E., Hoque, M. Z., & Munir, Q.,(2011). "What are the determinants of health care expenditure? Empirical results from Asian countries", *Sunway Academic Journal*, 8 (12): 12-25.

Gerdtham, U.G. ve M. Löthgren (2000), "On stationarity and co-integration of international health expenditure and GDP", *Journal of Health Economics*, 19, s. 461-475.

Hooda, S. K. (2015). *Determinants of public expenditure on health in India: The panel data estimates*, Institute for Studies in Industrial Development, Working Paper 177.

Hosoya, K. (2014). "Determinants of health expenditures: Stylized facts and a new signal", *Modern Economy*, 5: 1171-1180.

Imoughele, L. E. & Ismaila, M. (2013). "Determinants of public health care expenditure in Nigeria: An error correction mechanism approach", *International Journal of Business and Social Science*, 4 (13): 220-233.

Jewell, T., J. Lee, M. Tieslau ve M.C. Strazicich (2003), "Stationarity of health expenditures and GDP: Evidence from panel unit root tests with heterogeneous structural breaks", *Journal of Health Economics*, 22, s. 313-323.

Kraipornsak, P. (2017). "Factors determining health expenditure in the Asian and the OECD countries", *Economics World*, 5 (5): 407-417.

McCoskey, S.K. ve T.M. Selden (1998), "Health care expenditures and GDP: Panel unit root test results", *Journal of Health Economics*, 17, s. 369-376.

Newhouse, J. P. (1977). "Medical-care expenditure: A cross-national survey", *The Journal of Human Resources*, 12 (1): 115-125.

Panda, P. K. & Panda, A. D. (2015). "An analysis of pattern and determinants of public spending on health in Odisha, India", *Journal of Social and Economic Policy*, 12 (1): 33-47.

Roberts, J. (2000), "Spurious regression problems in the determinants of health care expenditure: A comment on Hitiris (1997)", *Applied Economics Letters*, 7 (5), s. 279-283.

Sagarik, D. (2016). "Determinants of health expenditures in ASEAN region: Theory and evidence", *Millennial Asia*, 7 (1): 1–19.

Yu, Y., Zhang, L., Li, F. & Zheng, X. (2011). "Strategic interaction and the determinants of public health expenditures in China: A spatial panel perspective", *Annals of Regional Science*, 50 (1): 203-221.

İmalat İşletmelerinde Faaliyet Etkinliğinin Finansal Başarıya Etkisi BİST İmalat Firmaları 2010-2016 Yıllarıarası Panel Veri Analizi İle İnceleme

Burcu Buyuran[87],İbrahim Halil Ekşi[88]

Full Text

Özet

Bu çalışmanın temel amacı işletmelerde faaliyetlerin etkinliği ile işletme başarısı arasındaki temel ilişkiyi görmek ve işletmenin başarı performansında faaliyet oranlarının rolünü tespit edebilmektir. İşletmelerde başarısızlık durumunu tespit edebilmek için Altman'ın 1968 yılında ortaya koyduğu firmaların başarılı ya da başarısız olduğunu tespit etmek için oranlardan oluşturduğu Z skorları kullanılmıştır. Araştırmanın örneklem setini oluşturan BIST İmalat sektöründen 133 firmanın öncelikle finansal başarıları Z scoru ile tespit edilmiş ve sonra finansal verileri ile 2010-2016 yılları arasında üçer dönem itibariyle faaliyet oranları bulunmuştur. Bulunan verilerle oluşturulan modelde bağımlı değişken Z skorları iken bağımsız değişkenler Alacak Devir Hızı, Aktif Devir Hızı, Alacak Tahsil Süresi, Stok Devir Hızı, Stok Devir Süresi, Duran Varlık Devir Hızı, Maddi Duran Varlıklar Devir Hızı,Net İşletme Sermayesi Devir Hızı, Özsermaye Devir Hızı,Kısa Vadeli Borçlar Devir Hızı, Uzun Vadeli Borçlar Devir Hızı ve Ticari Borçlar Devir Hızı olarak tespit edilmiştir. Panel veri ile oluşturulan modelin sonucuna göre firma başarısını anlamlı olarak etkileyen değişkenler; Alacak Tahsil Süresi (ATS), Stok Devir Hızı (SDH),Stok Devir Süresi, Duran Varlık Devir Hızı,Maddi Duran Varlık Devir Hızı, Kısa Vadeli Borç Devir Hızı, Uzun Vadeli Borç Devir Hızı Ve Özsermaye Devir Hızı (ODH) olarak karşımıza çıkmaktadır. Alacak devir hızı (ADH), net işletme sermayesi devir hızı (NISDH) ve ticari borç devir hızı ile başarı arasında ise anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir.

Anahtar Kelimeler: Firma başarısı, Finansal performans, Faaliyet oranları, Altman Z modeli, Panel Veri Analizi

JEL Codes: G32,F65,H32

ABSTRACT

The aim of this study is to determine the basic relationship between the operating ratios of firm and the operation success in the enterprises and to determine the role of the oprating rates in the success performance of the operation. In order to identify the failures in the enterprises, Z scores which was found by Altman (1968) were used to determine the success or failure of the firms.The 133 firms choosen from BIST Manufacturing sector to the sample of study. The financial performance was first determined by the Z score, and then the operating rates were found quarterly periods between financial data and 2010-2016. The dependent variables are Z scores in the generated model, while the independent variables are the following variables: Receivable Turnover Rate, Asset Turnover Rate, Dept CollectionPeriod, Stock Turnover Rate, Stock Turnover Time, Fixed Asset Turnover Rate, Tangible Assets Turnover Rate, Net Operating Capital Turnover Rate, Short Term Debt Loan Turnover Rate, Long Term Debt Loan Turnover Rate and Commercial Debt Loan Turnover Rate. According to the result of the panel data, the variables which affect the firm success significantly; Dept CollectionPeriod , Stock Turnover Rate (SDH), Stock Turnover Time, Fixed Asset Turnover Rate, Tangible Asset Turnover Rate, Short Term Debt Turnover Rate, Long Term Debt Turnover Rate and Equity Turnover Rate. There was no significant relationship between the Receivable turnover rate (ADH), Net Operating Capital Turnover rate (NISDH), and Commercial Debt Turnover Rate And firm success performance.

Keywords: Firm Sucsess,Financial Performance, Operating Ratios,Altman Z Score, Panel Data Analysis

Giriş

İşletmelerin temel amacı nedir diye sorulduğunda karşımıza çıkan ilk cevap karlılık ve firma değerinin artırılması ve sürdürebilirliğin sağlanması olmaktadır. Karlılık

[87]Öğr. Gör. Gaziantep ÜniversitesiNaciTopçuoğluMeslekYüksekokulu, bbuyuran@gantep.edu.tr
[88]Doç.Dr.Gaziantep ÜniversitesiİktisadiİdariBilimlerFakültesiİşletmeBölümü, , eksihalil@gmail.com

ve sürdürülebilirliğin temel şartlarından biride faaliyetlerin etkin olarak sürdürülmesidir. Faaliyetlerin etkin olarak sürdürülüp sürdürülmediğinin tespiti için oran analizi kapsamında işletmelerin faaliyet oranlarına bakılmaktadır. Bu oranlar işletmelerin varlıklarının (aktiflerinin) ne derecede etkin kullanılıp kullanılmadığını tespit eden oranlardır.

İşletmeler de rekabet sürecinin ağırlığının yanı sıra yaşanan ekonomik krizler işletmede alacak yönetimi ve likiditenin kontrolünü daha da önemli hale getirmektedir. Özellikle ekonomik krizlerde etkin bir alacak yönetimi ile işletmeler az bir zararla bu devreyi atlatabilmekte ancak gereken önem verilmediğinde ise işletmeler tahsilatlarında sıkıntı yaşamakta bu nedenle yatırımlarını azaltma ya da durdurma hatta faaliyetlerini tamamen durdurma noktasına gelebilmektedirler. Bu kapsamda işletmelerde alacak yönetiminin önemi oldukça fazladır.

İşletmeler kuruluş amaçları gereği sürekli kar elde etmek varlığını sonsuza kadar sürdürmek ve ortaklarına sonsuza kadar refah düzeyini artırmak isteyecektir. Kar elde etmek için ise faaliyetlerini sürdürmeleri gerekmektedir. İşletmelerin faaliyetlerini sürdürürken gerek işletme içi gerek işletme dışı olumsuz birçok faktör karşısına çıkacaktır. İşlerin aksamadan yürümesi ise beklenmedik durumlara karşı hazırlıklı olmasına bağlıdır. Faaliyet oranları ise işletmenin faaliyetlerinin etkin ve verimli olarak çalışmadığını göstermekte ve beklenmeyen durumlara karşı bir öngörü oluşturmaktadır. Etkin ve verimli çalışmayan işletmelerde başarısızlık kaçınılmaz bir durum olacaktır.

Erken finansal başarızılık tahmini ve akılcı yatırım ile firmaların ve firmanın paydaşlarının yatırımlarında değer kaybına uğramamasına ve alacakların tahsil edilememe riskini minimize etmesine yardımcı olacaktır. (Selimoğlu ve Orhan, 2015: 22).İşletmelerde başarısızlık içsel ve dışsal faktörlerden oluşmaktadır. Dışsal bir çok faktöre karşı hazırlıksız olabilecek bir işletme içel faktörlerden gelebilecek başarısızlıklara karşı önceden tedbir alabilir. Bu doğrultuda finansal başarısızlığın öngörülebilmesi için birçok istatistiki ve ekonometrik yöntemler kullanılabilmektedir. Literatürde başarısızlığın tespiti için çoklu diskriminant analiz yöntemlerinden faydalanılmaktadır.Bu yöntemler , Altman Z-Skor modeli, Springate S-Skor modeli, Fulmer H-Skor modeli, Zmijewski J-Skor modeli ve Canada Skoru modeli olarak ifade edilebilir. Bu çalışma kapsamında kullanılacak yöntem ise Atman Z Skor modelidir.

2. Literatür

İşletmelerde faaliyet oranları ve başarısızlık ile ilgili literatürde çeşitli çalışmalar yapılmış olup bu çalışmalarda bağımlı değişken olarak başarı faktörü olarak firma performansı ölçüm birimi firma karlılığı, nakdin dönüş süresi ve firma değeri tespiti için kullanılan aktif karlılığı(ROA), özsermaye karlılığı(ROE) gibi değişkenler kullanılmıştır. Bu çalışmalardan elde edilen bazı bulgular aşağıda ifade edilmektedir.

Shin ve Soenen'in (1998) yılında yaptığı çalışmada ise çalışma sermayesinin faaliyet oranları ile (alacak stok ve kredi yönetimi) ile doğrudan ilişkili olduğu ve firma karlılığını artırdığı tespit edilmiştir.

Rehman'ın (2006) yılında yaptığı çalışmada ise çalışma sermayesinin firma karlılığı üzerindeki etkisi incelenmiş ve bu kapsamda İslamabad Menkul Değerler borsasında işlem gören 94 firma üzerinde yapılan araştırmanın sonucunda alacak tahsil süresi stok dönüşüm süresi ve nakit dönüşüm süresi rasyolarının karlılık ile negatif bir ilişki içerisinde olduğu ortaya çıkmıştır.

Deelof'un (2003) yılında yaptığı çalışmada çalışmada ise alacak tahsil süresi ve stok devir süresinin artışının karlılığı olumlu etkilediği ortaya konmuştur.

Öz ve Güngör'ün (2007) yılında imalat sektöründe faaliyet gösteren 68 firma üzerinde yapılan çalışmada alacak, stok ve borç devir hızları ile firma karlılığı arasındaki ilişki incelenmiş ve aralarında negatif bir ilişki bulunmuştur.

Öztürk ve Demirgüneş'in (2008) yılında yapmış oldukları çalışmada ise İMKB'de faalyet gösteren Metal eşya makine ve gereç yapım sektöründe faaliyet gösteren 111 firmanın 2002 ve 2006 yılları arasında çalışma sermayesinin belirleyen etkenler incelenmiş ve kaldıraç oranı aktif karlılık ve büyümenin anlamlı olarak etkilediği görülmüştür.

Nobanee (2009) yılında yapmış olduğu çalışmada Datastream &World Scopedan belirlediği , 5802 Firmanın , 1990-2004 yılları arasında dinamik panel yöntemi ile karlılık ile çalışma sermayesi oranları arasındaki ilişkiyi incelemiş ve Borçların Ortalama Vadesi, nakit dönüşüm süresinin Alacakların Tahsil Süresi , Stok Devir Süresinin pozitif diğer değişkenlerin, negatif etkisinin olduğunu tespit etmiştir.

Şahin'in (2011) yılında yapmış olduğu çalışma kapsamında İMKB'ye kayıtlı imalat şirketlerinde çalışma sermayesi politikaları ve firma performansı arasındaki ilişki incelenmiş ve bu kapsamda 2005-2010 yılları arasındaki bilanço verilerinden yararlanarak döner varlıklar/toplam aktif (DV/TA) ve kısa vadeli borçlar/toplam aktif (KVB/TA) oranlarının firma başarısı üzerindeki etkileri panel veri analizi kullanılarak ölçülmüştür. Çalışmanın sonucunda, Türkiye'deki imalat şirketlerinin performans artışı için hem kriz dönemlerinde ve hem de krizin yaşanmadığı durumlarda koruyucu çalışma sermayesi yatırım ve finansman politikalarını benimsemelerinin uygun olacağı sonucuna varmışlardır.

Çakır ve Küçükarslan'ın (2012) yılında yapmış olduğu çalışmada İsletme sermayesi unsurlarının firmanın karlılığı ve değeri üzerinde etkisinin araştırılması amacıyla İMKB'de imalat sektöründe 122 firmanın 2000-2009 yılları arasındaki verileri ile cari, asit-test, nakit oranlarının, alacak devir hızının ve stok devir hızının firmanın aktif karlılığı, özsermaye karlılığı ile piyasa değeri üzerindeki etkisi incelenmiştir. Panel veri analizinden elde edilen sonuçlar, isletme sermayesi unsurlarından cari oran ve kaldıraç oranının aktif karlılığıyla negatif ,asit test oranı, stok devir hızı ve aktif devir hızının ise kârlılıkla pozitif etkisinin olduğu tespit edilmiştir.

Sharma ve Kumar'ın (2011) yılında yapmış oldukları çalışmalarında Hindistan'da Bombay Borsa'sından seçilen değişik sektörlerdeki 263 firmanın 2000–2008 yılları arasındaki verileri kullanarak çalışma sermayesi yönetiminin firma karlılığı üzerindeki etkisini araştırılmıştır. Analiz sonucunda firmaların çalışma sermayesi yönetimi ve karlılık arasında pozitif ilişkinin olduğu belirlenmiştir. Ancak, stok devir süresi ve alacakların ortalama tahsil süresinin firma karlılığı ile negatif ilişkili, alacakların ortalama tahsil süresi ve nakit dönüş süresinin firma karlılığı ile pozitif ilişkili olduğu tespit edilmiştir.

Agha (2014) yılında yapmış olduğu çalışmada Pakistan'da Karachi Borsa'sında faaliyet gösteren ilaç şirketinin 1996-2011 yıllarına ait verileri kullanılarak çalışma sermayesinin karlılık üzerindeki etkisi incelenmiştir. Çalışmada karlılık göstergesi olarak aktif karlılığı, alacak devir hızı, borç devir hızı, stok devir hızı ve cari oran ölçüt olarak belirlenmiştir Araştırma sonucuna göre çalışma sermayesinin karlılık üzerinde önemli

etkisi olduğu belirlenmiştir. Buna bağlı olarak firmanın stok ve alacak devir hızını azaltır ve borç devir hızını düşürse karlılığında bir değişimin olacağını tespit etmişlerdir.

Shaukat ve Affandi (2015),yılında yapmış oldukları çalışmada Pakistan Karachi Borsasında 2007-2012 yılları arasında faaliyet gösteren 15 yakıt ve enerji firmasının finansal başarısızlığın finansal performansa olan etkisini aşaştırmışlardır. Bu çalışmada finansal performans göstergesi olarak aktif karlılık oranı, Geçmiş yıl Karları/Toplam Aktifler ve Çalışma Sermayesi/Toplam Aktifler belirlenmiştir. Finansal başarı göstergesi olarak Altman Z-Skor alınmıştır. Analiz sonucunda finansal başarısızlık ile finansal performans arasında istatistiksel olarak anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir.

Delavar, Kangarluei ve Motavassel'in (2015) yılında yapmış oldukları çalışmada , 2004-2012 dönemlerinde Tahran Borsası'nda faaliyet gösteren 71 firmanın finansal performans ve Çalışma sermayesinin finansal başarısızlık ile ilişkisi analiz edilmiştir. Araştırma kapsamında finansal performans göstergesi Tobin Q iken, finansal başarısızlık ise Altman Z Skoru ile temsil edilmiştir. Analiz sonucunda, finansal başarısızlık ile çalışma sermayesi ve finansal performans arasında ilişki tespit edilememiştir.

Shahwan (2015)'in yapmış olduğu çalışmada , Mısır Borsasında işlem gören ve finansal nitelikte olmayan 86 firmanın kurumsal yönetim endeks puanının finansal performansa ve finansal başarısızlığa olan etkisi araştırılmıştır. Çalışmada Finansal başarısızlık Altman Z skoru ile hesaplanmış ve analiz sonucunda finansal başarısızlık ile kurumsal yönetim arasında ise anlamlı olmayan negatif yönlü bir ilişkinin varlığı tespit edilmiştir.

Selimoğlu ve Orhan(2015) yılında yaptığı çalı şmada Altman Z yöntemini kullanarak başarılı ve başarısız firmaları tespit edilmiş ve Faaliyet devir hızı oranlarından herhangi birinin finansal başarısızlığın tahmin edilmesinde anlamlı bir farklılık göstermediği görülmüştür. Finansal açıdan başarısız olmayan işletmelerin alacaklarını daha çabuk tahsil ettiği ve stoklarını daha çabuk elden çıkardığı tespit edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre; duran varlıklar/özkaynaklar, faiz karşılama, faaliyet kâr marjı, net kâr marjı, özkaynak kârlılığı, aktif kârlılığı ve FVÖK/aktif toplamı oranlarının finansal açıdan başarısız olan işletmeler ile finansal açıdan başarısız olmayan işletmeler arasında anlamlı farklılık gösterdiği görülmüştür.

Ege ve diğerlerinin (2017) yılında yapmış olduğu çalışmada, finansal başarısızlık ile finansal performans arasındaki ilişkiyi incelenmiştir. Borsa İstanbul 100 Endeksi'ndeki imalat sanayi firmalarının 2011-2015 dönemindeki verileri, panel veri analiz yöntemi ile incelenmiştir. Finansal başarısızlık, Fulmer H-Skoru ile temsil edilirken, finansal performans ise Tobin's Q oranı ile temsil edilmiştir. Analiz sonucunda firmaların finansal başarısızlık düzeyleri azaldıkça, finansal performans ve firma değeri arttığı ortaya çıkarılmıştır.

3. Araştırma

3.1. Araştırmanın Amacı, Kapsamı, Yöntemi

Araştırmanın temel amacı işletmelerde faaliyetlerin etkinliği ile işletme başarısı arasındaki temel ilişkiyi tespit etmek ve işletmenin başarı performansında faaliyet oranlarının rolünü ölçmektir. Bu kapsamda Borsa İstanbul'da yer alan imalat sektöründe faaliyet gösteren 177 firma örneklem olarak seçilmiştir. İçerisinden 44 firma gerek veri eksikliği gerek uç değerlerden dolayı çıkartılmış 133 firma analize dahil edilmiştir. Bu firmaların 2010 – 2016 yılları arasındaki çeyrek dönem verileri bir araya getirilerek panel veri seti oluşturulmuştur.

Çalışmaya ilişkin literatür taraması sonucu işletmelerin finansal başarılarını ortaya koymada belirleyici olduğu düşünülen değişkenlerin verileri 2010 ve sonrası için BIST'nin firma bilgilerini sunduğu resmi web sitesinden (http: //www.kap.gov.tr) sitesinden elde edilmiştir. Şirketlerin mali tablolarına ulaşılarak elde edilmiş, elde edilen verilerden, değişkenler hesaplanarak verilerin analiz edilmesinde ise Eviews 9 İstatistik Paket Programı kullanılmıştır. 177 şirket içerisinde 2008 ve daha sonra borsaya kote olan firmalar eksik veriler nedeni ile analizden çıkarılmış olup geriye kalan 153 firmanın 20 tanesindeki uç değerler istatistiki sonuçları etkilediğinden çıkartılmıştır. Geriye kalan 133 firmanın 5 yıllık değerleri üzerinden öncelikle 5 temel orandan Altman'ın Z analizi yardımı ile Z skoru hesaplanmış çıkan sonuçlar bağımlı değişken olarak alınmıştır. Daha sonra işletmelerin faaliyet oranları hesaplanmış aralarındaki ilişki panel veri analizi yöntemi ile tespit edilmiştir.

Çalışmanın bağımlı değişkeni firmaların başarı durumunu gösteren Altman'ın 1968 yılında bulduğu Z score modelinde bulunan Z scorudur.

Altman Z değeri analizi 1968 yılında Edward Altman tarafından firmaların finansal sıkıntıya düşüp düşmeyeceğini tespit edebilmek amacı ile geliştirilmiş bir analiz yöntemidir. Bu model diskriminant analize dayanmakta olup analiz sonucu belirlenen katsayılar ve oranlar aşağıda ifade edilmiştir:

$$Z=3.3\ X1 +1.2\ X2 + 0.999\ X3 + 0.6\ X4 + 1.4\ X5$$

Z;Z DEĞERİ
X1;Fvok/Aktif Toplamı
X2;Net İşletme Sermayesi/Aktif Toplamı
X3;Satışlar/Aktif Toplamı
X4;Piyasa Değeri/Toplam Borçlar
X5;Dağıtılmayan Karlar/Aktif Toplamı

Bulunan Z değeri 1.80'den küçük ise firmanın finansal sıkıntıya düşme ihtimali çok yüksek,1.81-2.99 arasında ise firmanın durumu belli değildir. Z değeri 3'ten büyükse firmanın finansal sıkıntısı olmadığı kabul edilir.

Modeli oluşturan rasyolar aşağıda belirtilmiştir:

İşletme Sermayesi/ Aktifler Toplamı: Bu oran işletmenin nakit (likit) durumunun göstergesidir.

Dağıtılmamış Karlar/ Aktiflerin Toplamı: İşletmenin kendi kendini finanse etmesi anlamına gelen oto finansman sürecinin bir göstergesidir.

Faiz ve Vergi Öncesi Kar / Aktiflerin Toplamı: İşletme karlılığının bir göstergesidir.

Öz sermayenin Cari Değeri / Toplam Borçlar: Finansal yapı veya kaldıraç gücünün bir göstergesi olan bir rasyodur.

Satışlar / Toplam Aktif: Aktif toplamına göre gerçekleştirilen satışların bir göstergesidir. Varlıkların kullanım kapasitesini ifade emektedir (ÖZDEMİR; 1999; s.48).

Çalışmanın bağımsız değişkenleri işletmelerde faaliyetlerinin etkinliğini ve verimliliğini ölçmek için kullanılan faaliyet oranları olarak belirlenmiştir.

Faaliyet Oranları
Aktif Devir Hızı=Net Satışlar/Toplam Aktifler
Net işletme Sermayesi Devir Hızı= Net Satışlar/ Net İşletme Sermayesi
Stok Devir Hızı = Net Satışlar/Stoklar
Stok Devir Süresi=365/Stok Devir Hızı
Alacak Devir Hızı = Net Satışlar/Stoklar
Alacak Tahsil Süresi=365/Alacak Devir Hızı
Duran Varlık Devir Hızı = Net Satışlar/Duran Varlıklar
Maddi Duran Varlıklar Devir Hızı=Net Satışlar/Maddi Duran Varlıklar
Dönen Varlık Devir Hızı = Net Satışlar/Dönen Varlıklar
Özsermaye Devir Hızı=Net Satışlar/Özsermaye
Kısa Vadeli Borç Devir Hızı= Net Satışlar /Kısa Vadeli Borçlar
Ticari Borç Devir Hızı=SMM/Ticari Borçlar
Uzun Vadeli Borç Devir Hızı= Net Satışlar /Uzun Vadeli Borçlar

Bağımlı değişken ve Bağımsız değişkenlerimizin aralarındaki ilişki panel veri analizi yöntemi ile tespit edilmek istenmiştir. Panel veri yöntemi birden fazla birim ve her birimi için zaman boyutunu içermektedir. Panel veri; bireyler, ülkeler, firmalar, hane halkları gibi birimlere ait yatay kesit gözlemlerinin belli bir zaman döneminde bir araya getirilmesidir. Yatay kesit veri birçok birim için sadece bir dönem hakkında bilgi verirken, zaman serisi verisi sadece bir birimin dönemlere göre bilgisini vermektedir. Hem dönemlere hem de birimlere göre bilgiler isteniyorsa, panel veri kullanılmalıdır (Baltagi, 1995). Bu kapsamda çalışmamızda Eviews9 paket programı ile verilerimiz analize tabi tutulmuştur. Panel regresyon yöntemi ile ilişkiler belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırmanın modeli aşağıdaki gibi belirlenmiştir.

$$AZ = \beta1 + \beta2\ ADH + \beta3\ AKDH + \beta4\ ATS + \beta5\ SDH + \beta6\ DOVDH + \beta7\ DVDH + \beta8\ MDVDH + \beta9\ NİSDH + \beta10\ ODH + \beta11 KVBDH + \beta12 UVBDH + \beta13 TBDH$$

Denklemde;
AZ: Altman Z değeri
ADH: Alacak Devir Hızı
AKDH: Aktif Devir Hızı
ATS: Alacak Tahsil Süresi
SDH: Stok Devir Hızı
SDS: Stok Devir Süresi
DOVDH: Dönen Varlık Devir Hızı
DVDH: Duran Varlık Devir Hızı
MDVDH: Maddi Duran Varlıklar Devir Hızı
NİSDH: Net İşletme Sermayesi Devir Hızı
ODH: Özsermaye Devir Hızı
KVBDH: Kısa Vadeli Borç Devir Hzı
UVBDH:Uzun Vadeli Borç Devir Hızı

TBDH:Ticari Borç Devir Hızı

3.2. Bulgular

Serilere ait tanımlayıcı istatistikler Tablo 1'te sunulmaktadır.

Table 1. Tanımlayıcı İstatistikler

Değişkenler	Mean	Maximum	Minimum	Std. Dev.
ADH	3.802041	233.89	0.13	6.901679
AKDH	0.584263	4.38	0.01	0.413128
ATS	208.1982	2893.03	0.01	225.0159
AZ	3.817062	108.02	0.4	6.600531
DOVDH	1.173922	9.9	0.03	0.847189
DVDH	1.847497	118.04	0.01	4.039798
KVBDH	2.098951	25.05291	0.020406	1.930389
MDVDH	2.896653	89.32	0.01	4.932108
NISDH	2.648598	5286.71	-6210.45	144.5211
ODH	1.758692	137.38	0.01	4.253692
SDH	6.460787	571.04	0.06	17.53731
SDS	167.7707	6083.333	0.639185	246.0946
TBDH	4.631671	120.8606	0	5.237514
UVBDH	13.39333	2829.001	0	60.02711

İlgili denklem belirlendikten sonra bağımsız ve bağımlı değişkenler arasında korelasyon olup olmadığı test edilmiştir. Serilere ait korelasyon matrisi değerleri Tablo 2'de gösterilmektedir. Tablo 'de görüldüğü üzere DOVDH ile AKDH değişkenlerinde korelasyon yüksek çıktığı için DOVDH değişkeni analizden çıkartılmıştır. Diğer değişkenler arasında yüksek bir korelasyon görülmemektedir.

Table 2. Korelasyon matrisi

	ADH	AKDH	ATS	AZ	DOVDH	DVDH	KVBDH	MDVDH	NISDH	ODH	SDH	SDS	TBDH	UVBDH
ADH	1.00													
AKDH	0.29	1.00												
ATS	-0.27	-0.44	1.00											
AZ	0.00	0.06	-0.04	1.00										
DOVDH	0.44	0.79	-0.49	0.00	1.00									
DVDH	0.04	0.36	-0.12	0.05	0.14	1.00								
KVBDH	0.16	0.49	-0.35	0.49	0.48	0.22	1.00							
MDVDH	0.05	0.45	-0.11	0.03	0.23	0.39	0.23	1.00						
NISDH	-0.03	-0.03	0.00	-0.01	-0.10	0.00	-0.04	-0.02	1.00					
ODH	0.06	0.24	-0.12	-0.06	0.21	0.08	-0.01	0.08	0.00	1.00				
SDH	0.04	0.21	-0.10	0.03	0.22	0.11	0.20	0.35	-0.03	0.04	1.00			
SDS	-0.11	-0.38	0.37	-0.03	-0.40	-0.13	-0.29	-0.17	0.00	-0.11	-0.17	1.00		
TBDH	0.11	0.36	-0.26	0.22	0.34	0.30	0.54	0.14	-0.03	0.03	0.09	-0.18	1.00	
UVBDH	0.02	0.15	-0.06	0.48	0.07	0.08	0.30	0.08	0.00	0.00	0.06	-0.07	0.15	1.00

Analiz sürecinin ilk adımında, her bir değişken için birim kök testleri yapılarak serilerin durağan olup olmadıkları tespit edilmeye çalışılmıştır. Model kapsamındaki veriler, panel regresyon analizlerinde 1990'lı yıllardan itibaren kullanılmaya başlayan,

Im, Pesaran ve Shin W-Stat, Levin, Lin & Chu t* birim kök test sınamasına tabi tutularak durağan olup olmadıkları araştırılmıştır.

Değişkenler	L&L&C t testi		ADF-Fisher Ki kare testi		PP-Fisher ki kare testi		İmPeseranShin	
	Stat	Prob	Stat	Prob	Stat	Prob	Stat	Prob
ADH	30.7979	1.0000	366.609	0.0000	2892.91	0.0000	-3.09787	0.0010
AKDH	42.6836	1.0000	340.541	0.0014	3016.74	0.0000	-3.84160	0.0001
ATS	42.8692	1.0000	213.720	0.9919	3418.77	0.0000	1.35654	0.9125
DVDH	20.6598	1.0000	356.582	0.0002	2249.64	0.0000	-3.83817	0.0001
KVBDH	16.3521	1.0000	362.283	0.0001	2416.11	0.0000	-3.67656	0.0001
UVBDH	-36.7058	0.0000	536.501	0.0000	1462.23	0.0000	-13.0062	0.0000
MDVDH	24.7728	1.0000	301.430	0.0666	2149.83	0.0000	-1.34375	0.0895
NISDH	-845.018	0.0000	*841.971*	*0.0000*	*1919.80*	*0.0000*	*-84.8406*	*0.0000*
ODH	19.0958	1.0000	502.466	0.0000	2374.17	0.0000	-5.30732	0.0000
SDH	23.6899	1.0000	456.998	0.0000	2780.69	0.0000	-6.70171	0.0000
SDS	34.2703	1.0000	348.796	0.0005	3487.51	0.0000	-3.85647	0.0001
TBDH	16.5932	1.0000	344.984	0.0008	2325.85	0.0000	-2.81890	0.0024
D(ATS)	-389.926	0.0000	19735.9	0.0000	2455.50	0.0000	-324.896	0.0000
AZ	***-0.88073***	***0.1892***	***401.472***	***0.0000***	***1030.10***	***0.0000***	***-5.09948***	***0.0000***

Modelde yer alan serilerin durağanlığını araştırmak üzere yapılan birim kök testleri sonucunda Alacak Tahsil Süresi (ATS) serisi değişkeninin durağan olmadığı görülmüştür. Ancak birinci dereceden farkı alındığında seri durağan hale gelmiştir. Serinin birinci dereceden farkı (DATS) analize dahil edilmiştir. Diğer değişkenlerin ise tümünün %1 anlamlılık düzeyinde durağan oldukları görülmektedir.

Serilerin durağanlığının tespiti ile birlikte regresyon modellemesinin hangi yöntemle yapılacağı tespiti yapılmıştır.

En küçük kareler yöntemi (OLS), spesifik bireysel etkilerin olmadığı göz önünde bulundurularak kurulan modeldir. Her bir birime ait farklı kesit katsayıları varsa OLS yöntemi etkin değildir; bu durumda iki seçenek söz konusudur. İlk olarak eğer her bir birime ait sabit kesit katsayıları varsa tahmin yöntemi olarak Sabit Etkiler (FE) Modeli kullanılmaktadır. İkinci olarak her bir birime ait sabit katsayıların olmadığı, tersine bağımsız rassal değişkenlerin olduğu durumda Rassal Etkiler (RE) Modeli kullanılmaktadır.(Gujarati,2001).

Panel veri analizlerinde hangi modelin kullanılacağına karar vermek için belirleme testleri (specification tests) kullanılmaktadır. OLS modelinin mi yoksa FE modelinin mi kullanılacağına F (Fischer testi) testiyle; OLS modelinin mi yoksa RE modelin mi kullanılacağına LM (Lagrange Multiplier) testiyle; RE modelinin mi yoksa FE modelinin mi kullanılacağına ise Hausman testi ile karar verilmektedir.

İlgili eşitlikte F testi yapılmış olup testin sonuçlarına göre sabit zaman ve grup etkisi görülmektedir. (prob<0,01) Bu kapsamda sabit ekiler modeli OLS modeline göre anlamlıdır diyebiliriz. F testi sonuçları aşağıdaki tabloda görülmektedir.

OLS mi Rassal etkiler mi kullanacağıma karar vermek için LM testi yapılmış olup LM testleri sonuçlarına göre (Honda ve Brausch Pagan) rassal grup ve zaman (prob<0,01)

etkisi bulunmaktadır. Bu kapsamda rassal etki modeli de uygunluk göstermektedir. LM testi sonuçları aşağıdaki tabloda görülmektedir.

Hem sabit hem rassal etki her ikiside anlamlı görülmektedir. Bu nedenle yapmamız gereken Hausman Testidir. Housmann testi ile de Rassal etki mi yoksa sabit etki modelimi kullanmalıyım sorusuna cevap bulabiliriz. Bu testin sonucuna göre sabit etki modelinin daha uygun olduğunu görmekteyiz.(prob<0,01). Housmann testinin sonuçları aşağıda belirtilmektedir.

Değişen varyans olup olmadığını anlamak için stata programında Modifiye Edilmiş Wald Testi uygulanmış olup testin sonucuna göre değişen varyans sorunu olduğu görülmektedir.(prob<0.01)

Değişkenler arasında otokorelasyon olup olmadığını görmek için Stata programında Bargava vd. Durbin Watson Testi ve Baltagi-Wu LBI Testi yapılmış olup değişkenler arasında otokorelasyon görülmektedir. .(prob<0.01)

Bu sonuçlar ışığında tahmin modelimizi Değişen varyans ve otokorelasyon düzeltilmiş sabit grup etkili model olmak üzere belirleyebiliriz.

Table 3. Spesifikasyon Testleri

	tstat	prob	Hipotez	Durum
FTesti				
F-sabit grup etkisi	46.766919	0.0000	Sabit grup etkisi yoktur	Ho Red Sabit grup etkisi vardır
F-sabit zaman etkisi	5.049959	0.0000	Sabit zaman etkisi yoktur	Ho Red Sabit grup etkisi vardır
F-çift yönlü sabit etki	40.994472	0.0000	Sabit grup ve zaman etkisi yoktur.	Ho Red Sabit grup etkisi vardır
LM testleri				
Honda				
Honda- rassal grup etkisi	115.4426	0.0000	Rassal grup etkisi yoktur.	Ho Red Rassal grup etkisi vardır.
Honda- rassal zaman etkisi	5.871781	0.0000	Rassal zaman etkisi yoktur	Ho Red Rassal zaman etkisi vardır
Honda- çift yönlü rassal etki	85.78222	0.0000	Rassal grup ve zaman etkisi yoktur.	Ho Red Rassal grup ve zaman etkisi vardır.
Broush Pagan Test				
Broush Pagan - rassal grup etkisi	13.226,99	0.0000	Rassal grup etkisi yoktur.	Ho Red Rassal grup etkisi vardır.
Broush Pagan - rassal zaman etkisi	34.47782	0.0000	Rassal zaman etkisi yoktur	Ho Red Rassal zaman etkisi vardır
Broush Pagan - çift yönlü rassal etki	13.361.47	0.0000	Rassal grup ve zaman etkisi yoktur.	Ho Red Rassal grup ve zaman etkisi vardır.
Hausman Test	156.862	0.0000	Rassal grup etkisi vardır	Ho Red Sabit etkiler modeli uygundur

Değişen varyans olup olmadığını anlamak için stata programında Modifiye Edilmiş Wald Testi uygulanmış olup testin sonucuna göre değişen varyans sorunu olduğu görülmektedir.(prob<0.01)

Değişkenler arasında otokorelasyon olup olmadığını görmek için Stata programında Bargava vd. Durbin Watson Testi ve Baltagi-Wu LBI Testi yapılmış olup değişkenler arasında otokorelasyon görülmektedir. (prob<0.01)

Bu sonuçlar ışığında tahmin modelimizi ***Değişen varyans ve otokorelasyon düzeltilmiş sabit grup etkili model*** olmak üzere belirlenmiştir.

4. Araştırma Bulguları

Çalışmada kullanılan bağımsız değişkenlerin her biri gözleme ilişkin bağımlı değişkenle birlikte analiz edilmiş ve sonuçları aşağıda sunulmuştur.

Tablo5: Faaliyet Oranlarının Firma Başarısına Etkisi

Bağımlı Değişken: Zscore (AZ) Sabit Grup Etkili Model
Yıllar:2010-2016 (Fixed Group Effect Model)
Yıl Sayısı:7 Dönem Sayısı :4 N=28
Firma Sayısı:133
Toplam Panel Gözlem Sayısı:3724

Bağımsız Değişkenler	β	t-stat	Prob
C	*2.559161*	*53.04459*	*(0,000)**
ADH	*-0.001828*	*-1.197723*	*(0.2311)*
DATS	*-0.000440*	*-6.781083*	*(0,000)**
SDH	*-0.005189*	*-2.688093*	*(0.0072)**
SDS	*0.000605*	*6.151937*	*(0.0000)**
AKDH	*-0.033001*	*-0.516891*	*(0.6053)*
DVDH	*0.017201*	*7.160312*	*(0.0000)**
MDVDH	*-0.006707*	*-3.221618*	*(0.0013)**
NISDH	*-1.31E-05*	*-0.433501*	*(0.6647)*
ODH	*-0.002078*	*-2.058333*	*(0.0396)***
TBDH	*0.001781*	*0.828488*	*(0.4075)*
KVDH	*0.497009*	*20.73248*	*(0.0000)**
UVDH	*0.007795*	*9.944680*	*(0.0000)**

Kurulan model R2 ve adj. R2 leri ve F istatistiği ve p değerinde de görüldüğü üzere anlamlı ve açıklama düzeyi oldukça yüksek modeller olup sabit etkili model %1 düzeyinde anlamlı olduğu görülmektedir. Bu açıdan işletmelerde faaliyet oranları firma başarısını %1 anlamlılık düzeyinde yaklaşık %85'ini açıklamaktadır denilebilir.

Modelin sonucuna göre faaliyet oranlarından biri olan alacakların etkin yönetilip yönetilmediğinin de en önemli göstergesi olan alacak devir hızı ile firma başarısı arasında anlamlı bir ilişki görülmemektedir. (prob>0,01)

Modelin sonucuna göre faaliyet oranlarından biri olan alacakların etkin yönetilip yönetilmediğinin de en önemli göstergesi olan alacak devir süresi ile firma başarısı arasında ters yönlü anlamlı bir ilişki görülmektedir. Alacak tahsil süresi arttıkça firmaların başarı seviyelerinde düşüş gözlenmektedir. (prob<0,01)

Alacak devir hızlarında görülemeyen anlamlılık Alacak tahsil süresinde %1 güvenirlik düzeyinde negatif yönlü olarak görülmektedir. Bu ilişki literatür ile uyumlu olup alacak tahsil süresindeki bir birimlik artış firma başarısını 1 birimlik artış Z skorunu 0.000440 birim azaltacaktır. Alacak tahsil süresinin artması satışlardan doğan alacakların geç tahsil edilmesi demektir. Bu durum da firma başarısını olumsuz etkileyecek bir durumdur. Her işletmenin temel amaçlarından biri de alacaklarını mümkün olduğunca erken tahsil etmek borçlarını ise mümkün olduğunca geç ödeyebilmektir.

Faaliyet oranlarından bir diğeri Stok devir hızı ile Z skoru arasında %5 güvenirlik düzeyinde anlamlı negatif bir ilişki gözlenmiştir. Stok devir hızındaki 1 birimlik artış Z skorunu -0.005189 birim azaltacaktır. Bu durum literatür ile uyumluluk göstermektedir. Her ne kadar bir firmanın stok devir hızının yüksek olması demek ürettiği mamullerin

daha hızlı satıldığı ve nakde dönüştüğünü gösterir bu durumda satışların artmasını ve işletmelerin daha fazla kar elde etmesi ve başarısının yükselmesi demek olsa da literatürde bunun tersi sonuçlara rastlanmaktadır. Kiracı (2009) 'a göre Stok devir hızı artıkça, işletme, kaynaklarını stoklara bağlama süresi daha az olduğundan daha az çalışma sermayesine ihtiyaç duymaktadır. Bu durum işletmelerde stok bulundurma maliyeti ve finansman ihtiyacını azaltacağından stok devir hızı yüksek olan işletmeler, rekabet fırsatı için, satışlar üzerinden daha düşük kar oranına razı olacaklardır. Bu durumda, imalat sektöründeki işletmelerde stok devir hızı artarken karlılık ve başarının azalması söz konusu olabilecektir.

Aktif devir hızı işletmenin aktif varlıklarının yarattığı satış hacminin başarısını gösteren orandır. Aktif devir hızının yüksek olması işletmelerde olumlu bir durumdur. Ancak modelimizde Aktif devir hızı ile Z skoru arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir.

Aktif devir hızları ile ilişki tespit edilememiş ancak firmaların Duran varlık devir hızları ile Z score arasında %1 anlamlılık düzeyinde pozitif yönlü anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Araştırma imalat sektöründe yapıldığı için pozitif yönlü ilişki çıkması literatüre uyumludur. Bu oran işletmelerde duran varlıkların etkin kullanılıp kullanılmadığını göstermektedir. Firmalarda etkin ve tam kapasite kullanılan duran varlıklar ile işletmeler başarıyı elde edeceklerdir. Maddi Duran Varlık Devir hızı ile işletme başarısı arasında negatif yönlü anlamlı bir ilişki gözlenmektedir. Bu durum ise işletmelerde maddi duran varlıklara yapılan aşırı yatırımın işletmelerin mali başarısını düşürdüğünü göstermektedir.

Firmalarda Net işletme sermayesi devir hızı ile z skoru arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir. Net işletme sermayesi bir devir hızı işletmelerin faaliyetlerini sürdürebilmesi için gerekli minimum tutar ile satış hacmi arasındaki ilişkiyi belirleyen bir orandır.

Özsermaye devir hızı ile Zscoru arasında %5 anlamlılık düzeyinde negatif yönlü anlamlı bir ilişki tespit edilmiş olup literatüre uyumludur. Bu kapsamda özsermaye devir hızının bir birim artması Z skorunu -0.002078 birim azalmasına sebep olacaktır. Yüksek devir hızı ortalamaları özsermayenin etkin kullanımından kaynaklanabileceği gibi yetersiz özsermayeden de kaynaklanabilmektedir. İmalat işletmelerinde genellikle özsermayenin yetersiz olduğu bu sebeple kredi kullanımının daha yoğun olduğu görülmektedir. Bu kapsamda özsermaye devir hızı karlılığa negatif etki etmekte ve bu durum işletme başarısı için olumsuz bir yön çizmektedir.

Firmaların kaynak dağılımında önemli yer tutan kısa vadeli yabancı kaynakların devir hızları ile işletme başarısının göstergesi Z Skoru arasında %1 anlamlılık düzeyinde pozitif yönlü olumlu ilişki tespit edilmiştir. Bu kapsamda kısa vadeli borç devir hızının 1 birim artması Z scorunun 0.497009 birim artmasına sebep olacaktır. İşletmelerde kısa vadeli borç devir hızı ne kadar çok artarsa işletme o kadar rahat borçlarını ödeyebileceğini göstermektedir. Bu bakımdan bu ilişki iliteratüre uyumlu görülmektedir.

Firmanın uzun vadeli yabancı kaynak devir hızları ile işletme başarısının göstergesi Z Skoru arasında %1 anlamlılık düzeyinde pozitif yönlü olumlu ilişki tespit edilmiştir. Bu kapsamda uzun vadeli borç devir hızının 1 birim artması Z scorunun 0.007795 birim artmasına sebep olacaktır.Uzun vadeli borçlar ne kadar ödenirse azalan borçlanma ile başarı artacaktır Bu bakımdan bu ilişki iliteratüre uyumlu görülmektedir.

5. Sonuç

Çalışmamızın temel amacı işletmelerde faaliyetlerin etkinliği ile işletme başarısı arasındaki temel ilişkiyi tespit etmek ve işletmenin başarı performansında faaliyet oranlarının rolünü tespit edebilmektir. Bu kapsamda imalat sektöründe faaliyet gösteren 133firmanın 2010 -2016 yılları arasında ki yedi yıllık mali verileri üçer aylık dönemler itibariyle incelenmiş ve gerekli oranlar hesaplanarak panel regresyon yöntemi ile aralarındaki ilişki yorumlanmaya çalışılmıştır.

Çalışmamızın bağımlı değişkenini işletmelerde finansal başarıyı belirleyen Altman'ın Z skoru değerleri olup bu değerler 5 yıllık süreç için gereki oranlar vasıtası ile her bir firma için bulunmuş ve sıralanmıştır. Bağımsız değişkenlerimiz ise imalat işletmelerinin faaliyet oranları olup bu oranlar Alacak Devir Hızı, Aktif Devir Hızı, Alacak Tahsil Süresi, Stok Devir Hızı, Dönen Varlık Devir Hızı, Duran Varlık Devir Hızı, Maddi Duran Varlıklar Devir Hızı, İşletme sermayesi devir hızı, Net İşletme Sermayesi Devir Hızı Ve Özsermaye Devir Hızı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu oranlar işletmelerin faaliyetlerinin etkin olup olmadığını belirleyen oranlar olup finansal başarı için gereken en temel etken olan faaliyet etkinliği ve verimliliğini temsil etmektedir.

Bağımlı ve bağımsız değişkenlerimizden oluşturduğumuz panel veri modelin anlamlı ve gerçek bir model olup olmadığı test edilmiş olup ilk olarak serilerin durağan olup olmadığı test edilmiş ve durağan olduğu görülmüştür. Buda kurduğumuz regresyonun sahte regresyon olmadığını göstermektedir. Daha sonra denklemimizdeki değişkenlerimiz arasındaki korelasyon tespit edilmiş olup yüksek derecede korelasyon tespit edilmemiştir. Korelasyon tespitinden sonra denklemimizde değişen varyans ve otokorelasyon olup olmadığı inceleniş ve değişen varyans ve otokorelasyon olduğu görülmüş ve bu etkilerden arındırılarak modelimiz belirlenmiştir. Modelimizi sabit etkili mi rassal etkilimi yoksa pooled (OLS)mu olduğu tespit edilmek için çeşitli testler yapılmış ve sabit grup etkili model en uygun model olarak seçilmiştir.

Modelimizin sonuçları literatür ile uyum göstermekte olup göre firma başarısını anlamlı olarak etkileyen değişkenler Alacak Tahsil Süresi (ATS), Stok Devir Hızı (SDH), Kısa Vadeli Borç Devir Hızı (KVBDH), Uzun Vadeli Borç Devir Hızı (UVBDH) Duran Varlık Devir Hızı (DVDH) ,Maddi Duran Varlık Devir Hızı (MDVDH) ve Özsermaye Devir Hızı (ODH) olarak karşımıza çıkmaktadır. Alacak tahsil süresi Stok Devir Hızı ve Maddi Duran Varlık Devir Hızının artışı firma başarısını negatif yönde etkilerken, Kısa Vadeli Borç Devir Hızı (KVBDH), Uzun Vadeli Borç Devir Hızı (UVBDH) Duran Varlık Devir Hızı (DVDH) ve Özsermaye Devir Hızının artışı finansal başarıyı pozitif yönde etkilemektedir. Alacak devir hızı (ADH) Aktif devir hızı (AKDH), Net işletme sermayesi devir hızı (NİSDH) ve Toplam Borç devir hızı ile başarı arasında ise anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir.

Kaynakça

Agha, H. (2014). "Impact Of Working Capital Management On Profitability", European Scientific Journal, 10, Ss. 1-10

Altman, E. I. (1968). "Financial Ratios, Discriminant Analysis And The Prediction Of Corporate Bankruptcy", The Journal Of Finance, Cilt 23, Sayı 4, Eylül, Ss.589-609.

Baltagı, B. (2005)."Econometric Analysis Of Panel Data" Third Edition John Wiley & Sons Ltd

Çakır, H.M., Küçükkaplan İ.(2012). "İşletme Sermayesi Unsurlarının Firma Değeri Ve Karlılığı Üzerindeki Etkisinin İmkb'de İşlem Gören Üretim Firmalarında 2000 – 2009 Dönemi İçin Analizi" Mufad Ocak 2012 Ss:69-85

Deloof M., (2003). "Does Working Capital Management Affects Profitability Of Belgian Firms?", Journal Of Business Finance And Accounting, April/May Ss. 573-587.

Delavar, A.- Kangarluei, S. J. - Motavassel, M.(2015). "Working Capital, Firms Performance And Financial Distress İn Firms Listed İn Tehran Stock Exchange (Tse)", Indian Journal Of Fundamental And Applied Life Sciences, Cilt. 5, Sayı. 1, Ss. 2086-2093.

Ege, İ.- Topaloğlu, E. Esat- Erkol A. (2017). "Fulmer Modeline Dayalı Finansal Başarısızlık İle Finansal Performans İlişkisi : İmalat Sanayi Üzerine Bir Uygulama Muhasebe Ve Finansman Dergisi Nisan Ss. 119-132

Gujarati,D.(2001). "Temel Ekonometri" Çeviri Ü. Şenesen Ve Gg. Şenesen, Literatür Yayınları İstanbul

Kiracı, M. (2009). "Stok Yönetimi Ve Karlılık İlişkisinin Finansal Oranlar Aracılığıyla İncelenmesi: İmkb İmalat Sektöründe Bir Araştırma" Odtü Gelişme Dergisi, Sayı.36 , Ss. 161-195

Nobanee, H.,(2009). "Working Capital Management And Firm's Profitability: An Optimal Cash Conversion Cycle" (September 10, 2009). Available At Ssrn: Https://Ssrn.Com/Abstract=1471230 Or Http://Dx.Doi.Org/10.2139/Ssrn.1471230

Öz, Y., Ve Güngör, B. (2007). "Çalışma Sermayesi Yönetiminin Firma Kârlılığı Üzerine Etkisi: İmalat Sektörüne Yönelik Panel Veri Analizi". Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Ss. 319-332

Öztürk, M. Başaran Demirgüneş, K. (2008). "İşletme Sermayesi Gereksinimini Etkileyen Değişkenler Üzerine İmkb'de Bir Uygulama", Finans Politik Ve Ekonomik Yorumlar, Cilt: 45, Sayı: 516, Ss. 47-56

Rehman A (2006). "Working Capital Management And Profitability: Case Of Pakistani Firms", Pakistan: Comsats Institute Of Information Technology Islamabad.

Selimoğlu, S. - Orhan, A. (2015). "Finansal Başarısızlığın Oran Analizi Ve Diskriminant Analizi Kullanılarak Ölçümlenmesi: Bist'de İşlem Gören Dokuma, Giyim Eşyası Ve Deri İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma", Muhasebe Ve Finansman Dergisi, Cilt. 17, Sayı. 66, Ss. 21–40.

Shahwan, T. M.(2015). "The Effects Of Corporate Governance On Financial Performance And Financial Distress: Evidence From Egypt", Corporate Governance, Cilt. 15, Sayı. 5, Ss. 641-662

Sharma, A. K. & Kumar S. (2011). "Effect Of Working Capital Management On Firm Profitability: Empiricial Evidence From India" Global Business Review

Shaukat, A.- Affandi, H. (2015). "Impact Of Financial Distress On Financial Performance To Pakistani Corporate Sector", International Journal Of Current Research, Cilt. 7, Sayı. 2, Ss. 12991-12996

Shın, H.-Han- Soenen L. (1998). "Efficiency Of Working Capital Management And Corparate Profitability", Financial Practice & Education, 8(2),Ss. 37-45

Şahin,O.(2011),"İmkb'ye Kayıtlı İmalat Şirketlerinde Çalışma Sermayesi Politikaları Ve Firma Performansı İlişkileri" Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İibf Dergisi, Ekim 2011, 6(2), Ss. 123-141

Terzi, S. (2011). "Finansal Rasyolar Yardımıyla Finansal Başarısızlık Tahmini: Gıda Sektöründe Ampirik Bir Ara8ştırma" Çukurova Üniversitesi İibf Dergisi, Cilt:15, Sayı:1, Ss.1-18.

Hastanelerde Hodds Analizi Ve Etkileri[89]

Cantürk Kayahan, Tuğrul Kandemir, Tuğrul Bayat, Fatih Biyikli

Full Text

Özet

Hastaneler, günümüz hizmet kuruluşları içinde en dinamik ve yaptığı uygulamaların birçoğu insan merkezli olan kuruluşlardır. Hastane faaliyetlerinin planlı olmasına yönelik gereksinim yüksek olmakla birlikte, faaliyetlerdeki aksaklıklar hem insan hem de kurum bazında imaj ve finansal kayıplara neden olabilmektedir. HODDS (Hastanelerde Olağan Dışı Durum Sistemi) uygulamasının amacı, günü yönetmek değil, geleceği planlamak ve gelecekte oluşması muhtemel hata ve aksaklıklara bağlı olumsuzlukları en aza indirebilmektir.

Bu çalışmada Afyonkarahisar ilinde faaliyet gösteren hastane yöneticilerinin HODDS uygulamalarına bakış açılarının değerlendirilmesi, farkındalıklarının belirlenmesi, örgütsel yapılarındaki değişimlerin gözlenmesi, finansal olarak muhtemel etkilerine bakış analizi ve genel hastane değerlendirmelerinin araştırılması planlanmıştır.

Hastanede çalışanlardan anket yöntemi ile elde edilen veriler SPSS programına kaydedilmiştir. Demografik değişkenlerde yer alan hastane türü, yönetici pozisyonu ve yaş değişkenleri arasındaki farklılıklar tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ile incelenmiştir. İlgili değişkenler dikkate alındığında HODDS uygulamalarına yönelik anlamlı farklılıklar olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Hastane, Hastane Olağan Dışı Durum Sistemi (HODDS), One-Way ANOVA.*

[89] Bu çalışma 14.BOLVUBYO.01. no'lu AKÜ, BAPK tarafından yürütülen projenin bir çıktısıdır.

THE ANALYSIS AND EFFECTS OF HEICS IN HOSPITALS

ABSTRACT

Hospitals are the most dynamic in today's service utilities. Most of their practises are people-centered organizations. The need for planned hospital operations is really high because the hitches in the operations can cause image and financial loss on both human and institutional basis. The purpose of the HEICS (Hospitals Emergency Incident Command System) practice is not to manage the day. Its main purpose is to plan the future and to reduce the most negativities due to probable errors and hithes in the future.

In this study it was planned to evaluate the views of hospital administrators operating in the province of Afyonkarahisar on HEICS applications, to determine their awareness, to observe changes in organizational structures, to analyze the outlook on financial effects and general hospital evaluations.

Data obtained by the survey method from hospital staff members in this research. Then they were recorded in the SPSS program. The differences between hospital type, manager position and age which are in demographic variables were analyzed by one way analysis of variance (ANOVA). When the relevant variables such as hospital type, manager position and age are considered in the tests, it is concluded that there are significant differences in HODDS applications.

Keywords: *Hospital, Hospital Emergency Incident Command Sytem (HEICS), Oneway ANOVA*

GİRİŞ

Hastaneler gerek tıbbi gerekse yönetsel olarak hem hastaların hem de diğer paydaşlarının ihtiyaçlarını karşılamak üzere kurulan hizmet kuruluşlarıdır. Genel bir hastane sistemi, birbiri ile etkileşimli çeşitli departmanların ve alt birimlerin bir araya getirilmesinden oluşmaktadır. Bu oluşum bazı çalışmalarda çok boyutluluğu açıklayan matriks bir yapı olarak açıklanmaktadır. Hastane örgütsel şemasındaki alt birimler temel olarak ayakta tedavi, Acil Servis, Yatan Hasta, Ameliyathane, Laboratuvar ve Görüntüleme Hizmetleri, İdari Hizmetler ve Ağırlama Hizmetleri vb. departmanlardan oluşmaktadır. Her bölümün önceden tanımlanmış bir sorumluluğu ve çalışma çizelgesi vardır.

Hastane sisteminin bütününe bakıldığında belli bir bütçe dahilinde çalışıldığı ve her bölümün tıbbi ve diğer fiziki durum gibi bazı sorunlarla karşı karşıya kaldığı görülmektedir. Bu nedenle, seçilen bölümün operasyonel etkinliğini ve verimliliğini

ölçmek için öncelikle sistem altyapılarının incelenmesi ve raporlanması gerekmektedir. Bunun yanında hastane sisteminin genel performansı, tüm bölümlerin operasyonel etkinliğine ve verimliliğine de doğrudan bağımlıdır. (Ray ve Maiti, 2018,s.14)

Bu kapsamda; HODDS ile ilgili literatürdeki farkındalık yaratarak eksikliği gidermek ve gelecekte yapılacak araştırmalarda kullanılmak maksadıyla, hastanelerde HODDS ile ilgili farkındalık anket ölçeği düzenlenmiştir.

Hastanelerde çeşitli düzeylerde çalışan yönetici personelin HODDS ile ilgili farkındalığının belirlendiği çalışmanın; giriş bölümünün ardından ikinci bölümde HODDS ile ilgili kavramsal bilgiler ve bugüne kadar yapılmış olan çalışmalara yer verilmiştir. Üçüncü bölümde metodoloji ile ilgili bilgiler verilmiş ve dördüncü bölümde ise elde edilen bulgular ve bulgulara bağlı olarak analiz ve değerlendirmeler yapılmış, gelecek araştırmalar için önerilere yer verilmiştir.

KAVRAMSAL AÇIDAN HODDS

Hastane Olağan Dışı Durum Sistemi (Hospital Emergency Incident Command Sytem- HEICS) kavramını değerlendirmeden önce olağan dışı durum (ODD) kavramını açıklamak gerekmektedir. ODD, önceden oluş zamanı, derecesi, şekli tahmin edilemeyen iş akış yönünün değişimine neden olan olaylar olarak açıklanabilir.

HODDS, şirketlerde de mevcut olup olağan üstü durumlarda çeşitli görevlere ayrılmış ilgili işletmede çalışan personele yüklenmiş çeşitli görevleri göstermekte de kullanılmaktadır. Hastanelerdeki olağan dışı durumun, reel sektördeki şirketlerden daha fazla oluştuğu gözlenmektedir. Buna karşın şirketlerdeki olağan dışı durum, hastanelere göre daha riskli bir durum oluşturmaktadır.

Şirketlerde deprem, yangın, sel vb. doğal afetler ve iş kazaları gibi durumlara daha çok rastlanmaktadır. Hastane acil durum hazırlık çabaları, çeşitli düzenleyici standartlarda tanımlanan beklentiler de dâhil olmak üzere çeşitli faktörlerden etkilenmektedir. Son yıllarda hastanelerin acil müdahale topluluğunun üyeleri olarak önemi, hastanelerin yerel ve ulusal yetkililer tarafından "***İlk Alıcılar***" olarak görülmesinden dolayı ön plana çıkmıştır (Guidebook Glossary,HICS,2006).

LİTERATÜR TARAMASI

Balçık ve vd. (2014) yaptıkları çalışmada Ankara seçtikleri bazı hastanelerin afet yönetimine ilişkin mevcut durumlarının değerlendirilmesini ve hastaneler arasında

karşılaştırmalar yaparak öneriler sunmayı amaçlayan tanımlayıcı tipte bir araştırma yapmışlardır. Araştırmada, hastanelerin olağandışı durumlara karsı hazırlıklı olmak için ne tür planlar geliştirdikleri ve bu planlar doğrultusunda hangi gereklilikleri yerine getirip, hangi önlemleri aldıkları incelenerek önerilerde bulunulmaktadır. Çalışma sonucunda; tüm hastanelerin olası bir afet durumu için oluşturdukları bir afet planının olduğu, bu planın kontrollerinin düzenli olarak yaptıkları, hastanedeki diğer tüm birimlerin bu plana ulaşımının kolay olduğu ve iş birliği yapılacak kuruluşların da belirlenmiş olduğunu saptamışlardır. Öte yandan; afet durumunda kullanılacak kriz odasının planlanması, tahliye planında hastaların nakledilecekleri hastanelerin belirlenmesi, afet durumunda ilave ambulans temini ve afet esnasında iletişimin kesintisiz bir şekilde devam etmesi için yapılmış bir planın olması gibi çeşitli kriterlerin bazılarında hastanelerin eksikliklerinin olduğunu ortaya çıkarmışlardır. Elde ettikleri diğer bir sonuç ise hastaneler mülkiyet türlerine göre incelendiğinde, özel hastanelerin diğer hastanelere göre olası afetlere daha hazırlıklı olduklarını saptamışlardır.

Bigley ve Roberts(2001) yapmış oldukları çalışmada bir itfaiye departmanının OKS kullanımına yönelik tümevarımsal çalışmaları, bu belirgin bürokratik sistemin karmaşık, geçici çalışma ortamları için son derece esnek ve güvenilir kuruluşlar üretmesini sağlayan üç ana faktörü belirlemiştir. Bunlar yapısallaştırma mekanizması, sınırlı doğaçlama ve bilişim yönetim yöntemleri olarak sıralanmıştır.

Buck vd. (2006) yaptıkları çalışmada, ABD'deki felaket bölgelerinde afet sonrası müdahale kurum/ajanslarının faaliyetlerini yapılandırmak için bir yönetim aracı olarak OKS ile ilgili genelleştirilebilir bir dizi sonuç çıkarmayı amaçlamışlardır. Sonuçlar, OKS' nin bir dizi acil müdahale faaliyetinde uygulanabilirliğini ortaya koymaktadır.

Djalali vd. (2012) İran'da bulunan yirmi üç hastane üzerinde 1 Mayıs 2008 ile 31 Ağustos 2009 tarihleri arasında gözleme dayalı yapmış oldukları çalışmada; masa üstü egzersizlerini kullanarak HICS iş eylem planlarına göre karar verme performansını ölçmüşlerdir. Çalışmada HICS'in iş eylem planlarını performans ölçümleri olarak kullanmışlardır. Hiçbir hastanenin performansı yüksek çıkmamıştır. Bireysel bölümlerin performans seviyesi, daha yüksek bir performans seviyesi sergileyen lojistik ve finans bölümleri hariç olmak üzere, orta derecede olmuştur. Kamu hastanelerinin üniversite hastanelerine göre genel olarak daha yüksek performansları olduğu da görülmüştür.

Cheng vd. (2016) yapmış oldukları çalışmada Çin'deki ilçe hastanelerinin yeterlilik ve verimliliklerini veri zarflama analizi ile belirlemeye çalışmışlardır. Çalışmada amaç, 2008 yılından 2014 yılına kadar Hubei Eyaleti, Xiaogan Eyaleti'nden toplam 48 örnek kırsalda bulunan hastanenin sağlık reformu sürecinden önce ve sonra etkililik ve verimlilik değişikliklerini analiz etmektir. Ortalama teknik verimlilik düşük iken örneklemde kullanılan hastanelerin teknik verimliliğin gelişimi için oldukça geniş bir alan olduğunu belirtmişlerdir.

Djalali vd. (2015) yapmış oldukları çalışmada İran'daki hastanelerde afet yönetimini optimize etmek için üstlenilen Hastane OKS (HICS) süreci ve modifikasyonlarını açıklamışlardır. 2013 yılına ait yapılan çalışmada yöntem olarak alanında uzmanlardan oluşan 11 kişilik bir grup 2006 yılında HICS versiyonunda değişiklikler geliştirmek için Delphi'nin değiştirilmiş uzman görüş bildirimine katılmıştır. Görüşme sonucu uzmanlar tarafından aşağıdaki değişiklikler önerilmiş ve uygulanmıştır:

1) Komuta grubuna bir Kalite Kontrol Görevlisi eklendi;

2) Güvenlik yeni bir bölüm olarak tanımlandı;

3) Altyapı ve İş Sürekliliği Şubeleri sırasıyla Operasyon Bölümünden Lojistik ve İdare Bölümlerine taşınmıştır ve

4) Planlama Bölümü Finans / İdare Bölümü'nde birleştirildi.

Çalışma sonucunda İran'daki hastaneler için daha uygun bir HICS geliştirilmiş, uygulama simülasyonları ve gerçek olaylardan alınan veriler ışığında yeni modelin, felaketleri yönetmede hastane performansını artırabileceği ortaya konulmuştur.

ANALİZ VE METODOLOJİ

Demografik Göstergeler

Araştırmanın ana kütlesi, Afyonkarahisar ilinde faaliyet yürüten özel, devlet ve üniversite hastanelerinde çalışanlardır. Kolayda örnekleme yöntemi ile veriler toplanmaya çalışılmıştır.

Araştırma toplamda Afyonkarahisar ilinde çalışan yönetici pozisyonundaki 52 hastane personelini kapsamaktadır. Ankete katılanların % 69'u erkek ve % 31'i kadındır. Hastane personelinin yaş dağılımına bakıldığında çalışanların % 40'ı 36-40 yaş arasında,

% 21'i 46 yaş üstü ve % 19'u 31-35 yaş arasındadır. Katılımcıların görev dağılımı tablo 1'de kurumsal dağılımları ise tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 1. Kurumdaki Görevine Göre Ankete Katılanların Dağılımı

Görev	Katılım	Yüzde
Başhekim	9	17%
Başhekim Yardımcısı	6	12%
Üstdüzey Yönetici	3	6%
Hastane Müdürü	12	23%
Müdür Yardımcısı	14	27%
Diğer İdari Personel	8	15%
Total	52	100%

Tablo 2. Çalıştığı Kurum Türüne Göre Ankete Katılanların Dağılımı

Kurum Türü	Katılım	Yüzde
Özel	9	17%
Kamu	31	60%
Üniversite	12	23%
Total	52	100%

Çalışmanın güvenirlik analizi sonucu tablo 3'de izlenebileceği gibi % 68'dir. Bu sonuç yeterli olmakla birlikte, katılımcı sayısının artmasına bağlı olarak değişebilecektir. Araştırmanın Afyonkarahisar ilini kapsaması, il içerisinde gerek özel gerekse üniversite hastanelerinin kısıtlı olması ve yöneticilerin belli oranda katılmayı tercih etmesi, sayının sınırlı kalmasında etkili unsurlar olarak dikkat çekmiştir.

Tablo 3. Güvenirlik Analizi

Cronbach's Alpha	Soru Sayısı
,681	13

Analiz Sonuçları

Afyonda bulunan özel, kamu ve üniversite hastanelerinde HODDS ile ilgili farkındalık durumunun analizinde anket yöntemi kullanılmıştır. Anket ile elde edilen veriler SPSS 23 programına girilmiştir. Sonrasında temel istatistiksel analizlerden olan tanımlayıcı ve güvenirlik analizleri yapılmıştır. Demografik değişkenlere (hastane türü, çalışmakta olduğu ve pozisyon) bağlı olarak verilen cevaplarda farklılıkların olup olmadığının tespit edilmesi amacı ile Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way ANOVA) kullanılmıştır.

Tablo 4. Hastane türüne göre önermelere verilen cevapların açıklayıcı ANOVA sonuçları

Önermeler	Kurum	Örneklem	Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata
HODD olarak nitelendirilecek bir vaka ya da olay olduğunda tarafıma daha önceden tebliğ edilmiş görevlendirme vardır.	Özel	9	4,5556	,72648	,24216
	Kamu	31	3,6774	1,27507	,22901
	Üniversite	12	3,1667	1,26730	,36584
	Total	52	3,7115	1,25771	,17441
HODDS finansal planlamasında temin ya da tedarik planlaması önemlidir.	Özel	9	4,7778	,44096	,14699
	Kamu	31	4,1613	,58291	,10469
	Üniversite	12	3,8333	,57735	,16667
	Total	52	4,1923	,62743	,08701
HODDS'lerine karşı sigorta önemli bir finansal araçtır.	Özel	9	4,5556	,52705	,17568
	Kamu	31	3,8387	,52261	,09386
	Üniversite	12	4,1667	,71774	,20719
	Total	52	4,0385	,62502	,08667

Hastane çeşidine göre katılımcıların sorulara verdiği cevaplara bakıldığında HODDS ile ilgili daha çok farkındalığa sahip olan kurumların özel hastaneler olduğu görülmektedir. Bunların nedenleri üzerine genel bir değerlendirme yapılırsa; özel hastanelerin gerek yasa gerekse denetleyici kuruluşlar tarafından zorlanması, özel hastanelerin kamu hastanelerine göre bilgilendirme ve yönetmeliklere uyum konusunda çalışmalarına hız verme zorunluluğu taşımaları belirtilebilir. Yapılan T-testi soruncunda hastane çeşidi ile verilen cevaplar arasında üç soruda anlamlı farklılık bulunmuştur. Tablo 4'de bu anlamlı farklılıkların gösterildiği ANOVA sonuçları yer almaktadır. *"HODDS olarak nitelendirilecek bir vaka ya da olay olduğunda tarafıma daha önceden tebliğ*

edilmiş görevlendirme vardır", "HODDS finansal planlamasında temin ya da tedarik planlaması önemlidir.", "HODDS'lerine karşı sigorta önemli bir finansal araçtır." Şeklindeki sorulara verilen cevaplar karşılaştırıldığında özel hastane yöneticileri kamu ve üniversite hastaneleri yöneticilerine göre daha yüksek farkındalık gösteren cevaplar vermişlerdir. *"Özellikle HODDS olarak nitelendirilecek bir vaka ya da olay olduğunda tarafıma daha önceden tebliğ edilmiş görevlendirme vardır."* şeklindeki ifadeye özel hastane yöneticileri 4,55 gibi çok yüksek bir ortalama ile katılmışlardır. Bununla birlikte kamu hastaneleri yöneticileri aynı soruya 3,67; üniversite hastanesi ise 3,16 ortalamayla katılım göstermişlerdir. Bu cevaplar özel hastanelerdeki yöneticilerin HODDS vakalarına daha hazırlıklı olduklarını ve önceden bir planlama çerçevesinde hareket ettiklerini göstermektedir. Kavramsal çerçeve belirlenirken şekil 1'de verilen HODDS ile ilgili hiyerarşik yapı içerisinde lojistiğin çok önemli olduğundan ve sistem için kritik bir önem arz ettiğinden bahsedilmişti. Bu anlamda *"HODDS finansal planlamasında temin ya da tedarik planlaması önemlidir."* ifadesine özel hastanelerde çalışan yöneticiler 4,77 gibi oldukça yüksek bir oranda katılım göstermişlerdir. Kamu ve üniversite hastanelerindeki yöneticiler ise sırasıyla 4,16 ve 3,83 ortalamalarıyla katılım göstermişlerdir. Bu cevaplar ışığında özel hastanelerin olağan dışı durumlarda lojistik süreçlerine kamu ve üniversite hastanelerine oranla daha fazla ehemmiyet verdiği gözlenmiş ve finansal planlama yapılırken temin ve tedarik gibi olağan dışı durumlarda kritik öneme sahip süreçlere yer verilmiştir. Diğer bir anlamlı farklılık gözlenen soru ise *"HODDS'lerine karşı sigorta önemli bir finansal araçtır."* Bu soruya yine özel hastane yöneticileri ile kamu ve üniversite hastaneleri yöneticilerinin verdiği cevaplar arasında farklılıklar bulunmaktadır. Özel hastane yöneticileri bu soruya 4,55 ortalamayla katılım gösterirken kamu hastaneleri yöneticileri 3,83 ve üniversite hastaneleri ise 4,16 ortalamayla katılmışlardır. Burada özel hastaneler HODDS'lerinde ortaya çıkacak riskleri minimize etmek için böyle yüksek bir ortalamayla katılım gösterdikleri tahmin edilmektedir. Diğer yandan kamu ve üniversite hastanelerinin bu durumlarda ortaya çıkacak zararların devlet bütçesinden karşılanacağını düşünmelerinin özel hastanelere oranla daha düşük ortalamayla cevap verdikleri tahmin edilmektedir.

Tablo 5. Kurumdaki Göreve Göre önermelere verilen cevapların Açıklayıcı ANOVA Sonucu

Önermeler	Kurumdaki Görev	Örneklem	Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata
HODD olarak nitelendirilecek bir vaka ya da olay olduğunda tarafıma daha önceden tebliğ edilmiş görevlendirme vardır.	Başhekim	9	3,8889	,92796	,30932
	Başhekim Yardımcısı	6	2,3333	1,75119	,71492
	Üstdüzey Yönetici	3	5,0000	0,00000	0,00000
	Hastane Müdürü	12	3,5833	1,24011	,35799
	Müdür Yardımcısı	14	3,8571	1,16732	,31198
	Diğer İdari Personel	8	4,0000	,92582	,32733
	Total	52	3,7115	1,25771	,17441
Hastanemizde ODD eğitimleri verilir, yetki ve sorumluluklar bilinir.	Başhekim	9	3,8889	,92796	,30932
	Başhekim Yardımcısı	6	2,5000	1,64317	,67082
	Üstdüzey Yönetici	3	4,6667	,57735	,33333
	Hastane Müdürü	12	4,0833	,79296	,22891
	Müdür Yardımcısı	14	4,0000	,87706	,23440
	Diğer İdari Personel	8	4,2500	,46291	,16366
	Total	52	3,9038	1,03393	,14338
HODDS'leri, doğal afetlerin yönetilmesinde önemlidir.	Başhekim	9	4,4444	,52705	,17568
	Başhekim Yardımcısı	6	4,5000	,54772	,22361
	Üstdüzey Yönetici	3	5,0000	0,00000	0,00000
	Hastane Müdürü	12	4,9167	,28868	,08333
	Müdür Yardımcısı	14	4,1429	,77033	,20588
	Diğer İdari Personel	8	4,3750	,51755	,18298
	Total	52	4,5000	,61037	,08464
HODDS hastanenin kurumsal vizyonunun önemli bir tamamlayıcı parçasıdır.	Başhekim	9	4,4444	,52705	,17568
	Başhekim Yardımcısı	6	4,1667	,98319	,40139
	Üstdüzey Yönetici	3	5,0000	0,00000	0,00000
	Hastane Müdürü	12	4,6667	,49237	,14213

	Müdür Yardımcısı	14	4,1429	,53452	,14286
	Diğer İdari Personel	8	3,8750	,35355	,12500
	Total	52	4,3269	,61743	,08562

Tablo 5'de katılımcıların hastanedeki görevleri ve sorulara verdikleri cevaplar arasındaki ilişki irdelenmektedir. Öncelikle yöneticilerin görevleri ile sorular arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı T-testi ile analiz edilmiş ve dört soruda anlamlı bir ilişki gözlemlenmiştir. Daha sonra ise bu ilişkinin detaylı incelenmesi Açıklayıcı ANOVA testiyle yapılmıştır. İlk olarak *"HODD olarak nitelendirilecek bir vaka ya da olay olduğunda tarafıma daha önceden tebliğ edilmiş görevlendirme vardır."* İfadesi yöneticilerin olağan dışı durumlarda ne ölçüde görev sahibi olduklarını ortaya koymaktadır. Bu soruya "üst düzey yöneticiler" 5,00 ortalamayla tam anlamıyla görev sahibi olduklarını belirtmişlerdir. "diğer idari personel" 4,00 ortalamayla en yüksek ikinci katılımı göstererek olağan dışı durumlarda kendilerine görev verildiğini belirtmişlerdir. Başhekim yardımcılarının ise 2,33 gibi oldukça düşük ortalamaya sahip olması dikkat çekicidir. Bu sonuç başhekim yardımcılarının konunun muhatabı olarak başhekimleri görmelerinden kaynaklanabilecektir. *"Hastanemizde ODD eğitimleri verilir, yetki ve sorumluluklar bilinir." "HODDSleri, doğal afetlerin yönetilmesinde önemlidir." "HODDS hastanenin kurumsal vizyonunun önemli bir tamamlayıcı parçasıdır."* Şeklindeki diğer ifadelere verilen cevaplara bakıldığında ise yine üst düzey yöneticilerin diğer yöneticilere göre anlamlı bir şekilde yüksek ortalamayla katılım gösterdikleri görülebilir. Burada dikkat edilmesi gereken bir nokta ise başhekim yardımcılarının neredeyse tüm sorulara en düşük ortalamayla cevap verdikleridir. Bu durum ODD sistemlerinin hem operasyonel hem de yönetim aşamasında başhekim yardımcılarının bilgi ya da sorumluluk eksikliğinden kaynaklandığı şeklinde yorumlanabilir. Çünkü operasyonel düzeydeki görevler idari personel ve üst düzey yöneticiler tarafından sağlanmakta iken yönetim aşamasında ise başhekim ve hastane müdürlerinin ön plana çıktıkları gözlemlenmiştir.

SONUÇLAR VE GELECEĞE YÖNELİK ÖNERİLER

Çalışma sonuçlarına bakıldığında olağan dışı durumlara özel hastanelerin kamu ve üniversite hastanelerine göre daha çok hazırlıklı olduğu görülmektedir. Bu sonuç Balçık ve diğ.(2014) yapmış olduğu çalışma sonucu ile benzerlik göstermektedir. Bu durum kamu ve devlet hastanelerinin ise olağan dışı durum için farkındalık sağlanması adına çeşitli eğitimler verilmesinin gerektiği kanısına varılmaktadır. Ayrıca özel hastanelerin finansal unsurlara diğer hastanelere göre daha fazla dikkat ettiği çalışmanın diğer sonuçlarındandır. Bu durum özel hastanenin olay oluşmadan önce riski minimize etmek adına bilinçli davrandığını göstermektedir. Kamu ve devlet hastanelerinde ise oluşacak zararın öncelikli muhatabı devlet olduğu için finansal unsurlara çok da dikkat etmediği gözlenmektedir.

Sonuç olarak HODDS, sonuç odaklı bir mekanizmanın ötesinde yöneticileri kapsayıcı ve onlara sorumluluk yükleyici bir yön bulunmaktadır. Bunun yanında hastanelerin kurumsal alt yapılarının geliştirilmesi ve en alt düzeyden en üste kadar birliktelik yoğunluğunu ve felsefik açıdan bakış açıları değişikliğinde anlamlı farklılık göstermiştir. Dolayısıyla risk yönetim felsefesi olaylardan olgulara gitmektedir. Olaylardaki olumsuz gelişmelere göre sistemsel bir başarıya ulaşma, ilgili olayın riskleri kadar getirileri ile de ilgili olmasından kaynaklanmaktadır.

KAYNAKÇA

Balçık P, Demir İ.B., ve Ürek D., (2014), Ankara'da Seçilen Bazı Hastanelerde Afet Yönetimine İlişkin Mevcut Durum Değerlendirmesi, Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi, cilt:17, sayı:1, Ankara.

Bigley A. Gregory., Roberts, Karlene H., 2001, The Incident Command System: High-Reliability Organizing for Complex and Volatile Task Environments, The Academy of Management Journal, Vol. 44, No. 6 (Dec., 2001), pp. 1281-1299

Cheng Z, Cai M, Tao H, et al., 2016, Efficiency and productivity measurement of rural township hospitals in China: a bootstrapping data envelopment analysis. BMJ Open 2016;6:e011911. doi:10.1136/bmjopen-2016- 011911

Djalali A, Hosseinijenab V, Peyravi M, Nekoei-Moghadam M, Hosseini B, Schoenthal L, Koenig KL. The Hospital Incident Command System: Modified Model for Hospitals in Iran. PLOS Currents Disasters. 2015 Mar 27. Edition 1. doi: 10.1371/currents.dis.45d66b5258f79c1678c6728dd920451a.

Djalali A, Castren M, Hosseinijenab V, et al. Hospital Incident Command System (HICS) performance in Iran: decision making during disasters. Scand J Trauma Resusc Emerg Med. 2012;20:14.

Hospital Incident Command System Guidebook, 2006. The California Emergency Medical Services Authority (EMSA). http://www.emsa.ca.gov/disaster_medical_services_division_hospital_incident_command_system_hics. Accessed May 30, 2017. (1.)

Ray P. Kumar., Maiti J., 2018, Healthcare Systems Management- Methodologies and Applications 21st Century Perspectives of Asia, Springer

Kısaltmalar

Hospital Emergency Incident Command System (HEICS)

Hastane Olağan Dışı Durum Sistemi (HODDS)

Incident Command System (ICS)

Olay Komuta Sistemi (OKS), Olağan Dışı Durum (ODD), Ulusal Eğitim Planı (UEP)

Teknoparkların Önemi ve Geleceği Üzerine Afyon Kocatepe Üniversitesinde Bir Araştırma[90]

Cantürk Kayahan, Belgin Emrullahoğlu, H.İbrahim Gökgöz

Full Text

Özet

Günümüz dünyası hızlı bir gelişim ve değişim içerisindedir. Bu değişimde başarı, üretim sektörünün dinamik yapısını kullanabilmesine, araştırma ve geliştirme kuruluşlarının işlevlerini yerine getirebilmelerine ve bilginin etkin kullanımına bağlıdır. Teknoparklar, bilim ve teknolojinin bütünleştiği, reel sektör ile araştırma kuruluşlarının işbirliklerinin geliştirildiği, teknoloji transferinin sağlandığı, Ar-Ge çalışmalarına yeterli teknik ve altyapı desteğinin sunulmaya çalışıldığı, girişimciliğin desteklendiği ve sürdürülebilir bir kalkınma modelinin oluşturulmasının planlandığı merkezlerdir. Bugün Teknoparklar ifadesi kullanıldığında ilk akla gelen kavramların başında inovasyon ve Ar-Ge gelmektedir. Türkiye'de AR-GE çalışmalarının büyük bir bölümü üniversiteler tarafından gerçekleştirilirken, çok azı ise sanayi tarafından yürütülmektedir. Bunun yanında Ar-Ge çalışmalarının GSMH'ya oranına bakıldığında 2015 yılı için Türkiye % 0,88 oran ile düşük bir değere sahiptir. Uluslararası rekabetin önem kazandığı günümüzde, teknolojik göstergelerin iyileştirilmesi bir zorunluluk arz etmektedir.

Bu çalışmada Ar-Ge, inovasyon kavramları ve Türkiye için önemi ve Teknoparkların gelecek projeksiyondaki rolleri üzerine çalışma planlanmış olup, Afyon Kocatepe Üniversitesi akademik personelinin Teknoparklara bakışı üzerine değerlendirmelerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Teknopark, Ar-Ge, İnovasyon.

A Research on the Importance and Future of Technopark: A Case in AKU

Abstract

Today's world is in a rapid development and change. Success in this changing environment depends on the ability to use the dynamic structure of the manufacturing sector, the ability to conduct research and development organizations to function well and the effective use of knowledge. Technoparks are the centers where science and technology are integrated, the cooperation between the real sector and research institutions is developed, technology transfer is provided, sufficient technical and infrastructure support is provided for R & D activities, entrepreneurship is supported and a sustainable development model is planned. Today, innovation and R & D are the first concepts that come to mind when Technoparks are mentioned. Large part of R & D activities in Turkey is carried out by universities, very few of them are carried out by the industry. Beside that considering the rate of R&D spending over GNP, Turkey has a low value with a 0.88% rate. Nowadays, as the international competition become more important, improvement of technological indicators needed to be achieved. In this study R&D and innovation concepts, their importance for Turkey and the roles of technoparks in the future

[90] Bu çalışmanın hazırlanmasında 2016 yılında Belgin Emrullahoğlu tarafından hazırlanan AKÜ, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tezsiz Yüksek Lisans, Araştırma Projesinden faydalanılmış ve bu proje geliştirilmiş ve güncellenmiştir.

projection will be emphasized and Afyon Kocatepe Universities academic staff' point of view toward Technoparks will be evaluated.
Keywords: Technopark, R&D, Innovation

Giriş

Günümüz dünyası hızlı bir gelişim ve değişim içerisindedir. Ülkelerarası rekabet, küresel gelişmelerinde etkisiyle hız kazanmaktadır. Bu noktada Ar-Ge, teknoloji ve inovasyon gibi kavramlar ön plana çıkmakta ve teknolojiyi daha iyi kullanabilen ülkeler rekabette bir adım öne geçmektedirler. Bölgesel ya da yerel odaklı gelişmeler ise günümüzde marka değeri yüksek olan bir takım firmalar tarafından sağlanmaktadır. Halbuki kalkınma ajansları, teknoparklar ve AB fonları gibi alternatifli projeler merkezleri, firmaların öğrenme ve iş geliştirme süreçlerine katkı yapabilecektir. Özellikle bu çalışmaya konu olması nedeniyle Teknoparkların temel amaçları, araştırma, iş birlikleri ve teknoloji transferini kolaylaştırmak, yeni firmaların oluşumu ve gelişimini sağlamak, ileri teknoloji ve Ar-Ge'ye dayalı teknolojik faaliyetleri teşvik etmek, istihdam yaratmak, bölgesel ekonominin yeniden düzenlenmesini sağlamak ve yatırımın geri dönüşünü sağlamak olarak belirlenmiştir (Cansız, 2017). Dolayısıyla üretmek istiyorsak ve bu üretimlerimizin teknoloji odaklı olmasını hedefliyorsak Teknoparkları daha etkin bir biçimde kullanabilmeliyiz. Bu çalışmada da Afyon Kocatepe Üniversitesinde görev yapan akademisyenlerin bakış açılarıyla Teknoparklar ve geleceği üzerine bir takım değerlendirmeler yapılması amaçlanmıştır.

Ar-Ge ve İnovasyon Kavramları

Ar-Ge (Araştırma ve Geliştirme) kavramı, genel olarak firmaların ya da ilişkili kuruluşlarının "bir ürün ya da süreç geliştirmek veya yeni bir ürün oluşturmak amacıyla" gerçekleştirdikleri faaliyetlerini açıklar (Hall, 2006). Ar-Ge kavramını duyduğumuzda yatırım kavramına da odaklanırız, çünkü Ar-Ge sürecinin bir çıktısı olan yatırımlar hem genel ülke performansına hem de firma performansına doğrudan katkı sağlar. Günümüz gelişmekte olan ekonomilerinin birçoğu yatırım süreçlerini ve alt yapılarını gelişmiş ülke ekonomilerinden alırlar ya da geliştirirler. Bu yaşanan döngü gelişmekte olan ülkelerin kronik bir çıkmazıdır.

Ar-Ge kavramı ile birlikte dikkate alınan diğer bir kavram inovasyondur. İnovasyon kavramı "yeni ürün, süreç, yöntem ya da hizmetlerin oluşturulduğu bir süreçtir" (Elg, 2014). Günümüzde Tekonoparklar hem Ar-Ge hem de inovasyon açısından üretim merkezleri olarak düşünülebilir. Bu alanı desteklemesi beklenen akademik bakış açısının doğru olarak tespiti, algılamaların belirlenmesi gelecek vizyonel unsurların oluşturulması açısından kritik öneme sahiptir. İnovasyon sürecinin en önemli parçası, bilgi ve deneyimlerin yeni bir bakış açısıyla kullanılabilmesidir. Böylece yeni bir ürün ya da sürecin geliştirilmesi daha hızlı ve etkin gerçekleştirilebilecektir. Akademik bilgi birikimleri ve araştırmacıların deyimleri sektörel işbirliklerinin geliştirilmesinde ve uygulamaların etkinliğinde önemlidir. Ancak buradaki başarı, alanında uzman akademisyen kadrosunun oluşturulmasına ve onların ihtiyaç duydukları teknolojik alt yapının sağlanabilmesine bağlıdır. Bunun yanında Teknoparklar geliştikçe tüm başarılı girişimci ve projelerin daha gelişmiş ekosistemlere yönelmesi gelişmekte olan ülkelerin temel kısıtları arasında yer alması beklenir (Cansız, 2017). Teknoparklar, bilimsel bilginin yaygınlaşmasında, teori ile uygulamanın bütünleştirilmesinde en önemli

merkezlerdir. Örneğin Teknoparkların Asya ülkelerinde kurulması 1970'li yıllara dayanırken; Türkiye'de kurulmaları 1980'li yıllarda, aktif hale gelmeleri ise 2000'li yıllardan sonra olmuştur. Örneğin 2001 yılında aktif olan Teknopark sayısı 2 iken; 2016 yılında bu sayı 51'e yükselmiş; patent sayıları da 2002'de 9'dan 2016'da 649' yükselmiştir (Cansız, 2017). Bu çalışmada da 2017 yılında kurulmuş olan Afyonkarahisar ili Teknoparkının, akademisyenler tarafından algılanması üzerine değerlendirmelerin yapılması hedeflenmiştir.

Uygulamalar

Bu çalışma Afyon Kocatepe Üniversitesinde çalışan akademisyenlerin "teknoloji, inovasyon ve teknoparklar" üzerine bakış açılarının belirlenmesi amacıyla yapılmıştır. Bu kapsamda tablo 1'de ankete katılan akademisyenlerin fakültelere göre dağılımları sunulmuştur.

Tablo 1: Akademisyenlerin fakültelere Göre Dağılımı

Fakülte	Dağılım	Yüzde (%)
MÜHENDİSLİK	30	25,2
VETERİNERLİK	26	21,8
İKT. VE İD. BİL.	17	14,3
TIP	12	10,1
TEKNOLOJİ	11	9,2
EĞİTİM	11	9,2
FEN EDEBİYAT	10	8,4
YAB. DİL. YÜK.	2	1,7

Tablo 2: Akademisyenlere Ait Temel Göstergeler

YAŞ	DAĞILIM	ORAN (%)
20-30	18	15,1
31-40	56	47,1
41-50	32	26,9
51 ve üzeri	13	10,9
CİNSİYET	**DAĞILIM**	**ORAN (%)**
ERKEK	93	78,2
KADIN	26	21,8
GELİR	**DAĞILIM**	**ORAN**
3500-4500	3	2,5
4501-5500	22	18,5
5501-6500	20	16,8
6500+	74	62,2

Tablo 2'de çalışmaya katılan akademisyenlerin demografik göstergeleri sunulmuştur. Buna göre ankete katılanların % 78.2'si erkeklerden oluşmaktadır. Katılanların gelir dağılımının yüksekliği çalışmaya katılanların büyük bir çoğunluğunun öğretim üyelerinden oluştuğunu göstermektedir. Yaş dağılımında bu durum izlenmektedir. Ankete katılan akademisyenlerin internet kullanım sıklığına bakıldığında araştırmacıların % 89'u her gün internet kullandıklarını belirtmişlerdir. Normal şartlarda bu oranın daha yüksek olması beklenmektedir. Akademisyenlerin internet kullanım nedenlerinde ilk sırada "alanları ile ilgili çalışmaları takip etmek" ikinci sırada ise "iletişim" gelmektedir.

Akademisyenlere, kendilerine ait özel bir web sayfasına sahip olup olmadıkları sorulduğunda; % 80.7 ile hayır cevabı alınmıştır. Bu sonuç özellikle teknoloji çağını yaşadığımız bu süreçte oldukça düşük olarak yorumlanabilir.

Tablo 3: Akademisyenlere Göre Teknoparkların En Önemli Üç Avantajı

Faktörler	**1.**	**2.**	**3.**
Ekonomik verimliliği artırması	14	9	4
Akademik bilgiyi ticarileştirmesi	53	10	10
Üniversitenin prestijini artırması	6	13	8
Üniversite mezunları için iş imkânı sağlaması	2	4	5
Üniversite öğrencilerine staj ve uygulama yapma imkânı sağlaması	2	6	5
Bölgenin ekonomik faaliyetlerini geliştirmesi	3	16	13
Kalifiye ve ücret açısından yeni ve alternatif iş sahaları oluşturması	5	1	3
Sermaye birikimine katkı sağlaması	1	1	-
Yeni ve teknoloji kökenli firmaların oluşumuna zemin hazırlaması	11	20	17
Teknoloji transferini artırması	9	11	16
İşletmelerin Üniversite imkânlarından faydalanabilmesine olanak tanıması	2	9	13
Teknolojik yeniliklerin pazarlamasında etkili olması	3	9	13
Devlet tarafından sağlanan vergi muafiyetlerine imkan vermesi	2	5	7
Diğer	6	5	5

Tablo 3'deki faktörleri dikkate aldığımızda anket katılan akademisyenlerin, yaklaşık % 45'i "Teknoparkların akademik bilgiyi ticarileştirdiğini" düşünmektedirler. Diğer öne çıkan faktörler; "yeni teknoloji odaklı firmaların oluşumuna zemin hazırlaması" ve "teknoloji transferini artırması" biçiminde belirtmişlerdir. İlave olarak akademisyenlerin % 46.2'si her hangi bir Ar-Ge çalışmasında bulunmasına rağmen, % 85 oranında Afyonkarahisar ilinde Ar-Ge çalışmalarının yeterli düzeyde yapılamadığını belirtmişlerdir. Akademisyenlerin Teknoparkların Afyonkarahisar iline katkılarına yönelik değerlendirmelerinde öne çıkan faktörler; yeni firmaların bölgeye kazandırılması, rekabeti artırması ve kent çevresini canlandırması olarak açıklamışlardır.

Sonuç ve Öneriler

Küresel gelişmelerin de etkisiyle günümüz dünyası hızlı bir gelişim ve değişim içerisindedir. Özellikle uluslararası rekabet her geçen gün önem kazanmakta ve ülkeler birbirleriyle rekabet üstünlüğü oluşturacak projeleri hayata geçirmek istemektedirler. Bu noktada Teknoparklar gelişmekte olan birçok ülke için önemli bir girişim, inovasyon ve Ar-ge yatırım noktaları olarak dikkat çekmektedir. Ancak Teknoparkların tam anlamıyla

kavranamadığı ya da teknolojik altyapılarının oluşturulamadığı illerde bu yapılar tamamen bir tabela kurum niteliği sergilemektedirler. Bu çalışmada akademisyenler, teknoparkların akademik bilginin ticarileşmesinde önemli yer aldıklarını düşünmektedirler. Bunun yanında teknoparklar sayesinde teknoloji transferinin ve de yeni teknoloji odaklı firmaların oluşumuna zemin hazırlandığını düşünmektedirler. Dolayısıyla Teknoparkların bulundukları bölgenin, yeni iş oluşturulmasına, süreç yönetimine, teknoloji kullanımına ve de yazılımına destek oluşturacağı belirtilebilir.

Kaynakça

- B.H. Hall (2006), "Contribution to the International Encyclopedia of the Social Sciences, second edition", https://eml.berkeley.edu/~bhhall/papers/BHH06_IESS_R&D.pdf(10.02.2018).
- Cansız M., (2017), "2023'e Doğru Türkiye Teknoparkları", T.C. Kalkınma Bakanlığı, Sosyal Sektörler ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü yayınları, Ankara.
- Elg L., (2014), "Innovation and New Technology", Vinnova Analysis, https://www.vinnova.se/contentassets/e5fe05cb13604be7b221f3ddbecb41c3/va_14_05.pdf(14.06.2018).
- Emrullahoğlu B., (2016), "Ar-Ge İnovasyon Kavramları ve Teknoparkların Önemi Üzerine Bir Araştırma", A.K.Ü., Sos.Bil.Ens. Dönem Projesi, Afyonkarahisar.

Turistlerin Bergama'daki Turistik Ürün Fiyat Algıları

Aytuğ Arslan[91], Hakan Boz[92], Burçin Boz[93]

Full Text

Özet

Turizm sektörü ve turistler son yıllarda önemli bir dönüşüm yaşadığı görülmektedir. Mimari ve tarih gibi kültürel miras sunan destinasyonlara olan talep git gide artmaktadır. Bununla birlikte gerek destinasyonlar gerekse de turizm işletmeleri arasındaki rekabette yeni destinasyonlar ve yeni turizm tesisleri ortaya çıktıkça artmaktadır. Bu kapsamda ise turistik ürünlerin fiyatlandırılması önem kazanmaktadır. Fiyat ise bir mal veya hizmetin tercih edilmesinde önemli bir role sahiptir. Bu nedenle çalışmanın temel amacı kültürel ve tarihi mirasa sahip destinasyonlardaki müze ve kale gibi turistik ürünlerin fiyatlandırılması ile ilgili algılarını ölçmektir.

Çalışma kapsamında anket formu ile Bergama'ya gelen yabancı turistlere kolayda örnekleme yöntemiyle 400 kişiden veri toplanmıştır. Araştırma sonuçlarına bakıldığında turistlerin kale giriş ve müze giriş ücretlerini fiyat olarak makul buldukları görülmektedir. Buna karşın hem kale hem de müze giriş ücretleri için katılımcıların önemli bir kısmının fikri olmadığı görülmektedir. Son olarak Bergama'ya gelen turistler yaşadıkları deneyimden memnun kaldıkları bununla birlikte Bergama ziyareti boyunca yaşadıkları deneyimlerin beklentilerinin üzerinde oldukları görülmektedir. İleriki çalışmalarda araştırmacıların Bergama gibi tarihi mirasa sahip destinasyona gelenlerin yeniden gelme niyetinden etkili unsurları ortaya çıkaracak çalışmaları yapmaları faydalı olacaktır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Destinasyon, Deneyimsel Pazarlama, Bergama

1. Literatür ve Araştırmanın Gerekçesi

Turizm sektörü tek başına dünya gayri safi hasılatının %10'unu tek başına oluşturmaktadır (Dünya Turizm Örgütü, 2017). Aynı zamanda turizm sektörünün sosyo-ekonomik hayatın gelişmesinde kritik bir role sahip olduğu söylenebilir. Geçen yıl Dünya genelinde bir milyar iki yüz otuz beş milyon insan turizm hareketine katılmıştır. Turizm hareketine katılan insanların sağladığı turizm geliri ise bir trilyon Amerikan dolarını aşmıştır (Dünya Turizm Örgütü, 2017). Daha da önemlisi dünya genelinde oluşan bu rakamlar dünya nüfusunun sadece %4'ünün turizm hareketine katılması ile oluştuğu tahmin edilmektedir. Bu rakamlara göre turizm sektörünün bir ürün olarak var olan talebin artma eğiliminde olacağı söylenebilir.

[91] Dr. Öğr. Ü., İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, İzmir.
[92] Dr. Öğr. Ü., Uşak Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret Bölümü, Uşak.
[93]Öğr. Gör. Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Söğüt Meslek Yüksekokulu, Bilecik.

Turizmde yukarıda ifade edilen rakamlar her geçen gün artarken sektörün kendi içinde dramatik bir dönüşüm yaşamakta olduğu söylenebilir. Uzun yıllardır turizm sektöründe genel ilgi turizmi (*general interest tourism -GIT-*) daha yaygın talep görürken Culligan (1992)'ın da belirttiği gibi son yıllarda turistler daha çok yeni, maceralı ve otantik turizm tecrübeleri yaşamak istemektedirler. Ve bu isteklerini karşılayabilecek deniz güneş kum harici alternatif destinasyonlara yönelmektedir (Brotherton ve Himmetoglu, 1997). Krippendorf (1987) da bu eğilim henüz başlamamışken insanların ileriki yıllarda kısıtlı zamanda daha fazla deneyim, macera, heyecan, haz ve tecrübe yaşayabileceği turizm ürünlerini tercih edeceğini belirtmiştir. Bununla birlikte turizmin ekonomik katkısı da oldukça fazla olduğu söylenebilir. Turizmin ekonomik katkısını ortaya koymaya yönelik çok sayıda çalışma mevcut olduğu söylenebilir (Mathiesson, 1982; Kim ve Chen, 2006). Buna karşın turizmin ekonomik katkılarının araştırıldığı çalışmaların genellikle makro açıdan ya da kitle turizmi açısından ele alındığı görülmektedir (Kim ve Chen, 2006; Koç ve Altınay, 2007). Özellikle tarihi ve kültürel mirasa sahip turizm destinasyonlarında bu çalışmaların göreceli olarak az olduğu görülmektedir (Jimura, 2011). Bu nedenle çalışmanın temel amacı, deniz kum güneş turizmi haricinde kültür, tarih ve doğa turizmi sunan destinasyonlara gelen turistlerin tarihi ve kültürel ürünlerin fiyat algılarını ölçmektir.

Fiyat turizm işletmelerinin ve destinasyonların gelir ve karlılığında kilit bir öneme sahiptir. Buna karşın turistik ürünlerin fiyatlandırılması ise oldukça karmaşık bir yapıla sahip olduğu söylenebilir (Boz vd., 2017). Turistik ürünlerin fiyatlandırılması temel zorluklarından birinin hizmet ürünü olması söylenebilir. Bununla birlikte turizm sektöründe yerel anlamda işletmeler arası global anlamda ise destinasyonlar arası yaşanan rekabet koşulları da turistik ürünlerin fiyatlandırılmasını hayati kılmaktadır (Wright, 1996). Literatüre bakıldığında fiyatın destinasyon tercihinde ve turistik ürün satın alma karar sürecinde önemli etkisi bulunduğunu belirtmektedir (Titz, 2008; Seaton ve Bennett, 2004; Koc, 2007; Boz, 2015).

2. Yöntem

2.1. Veri Toplama Yöntemi ve Araçları

Çalışma kapsamında nicel araştırma deseni kullanılmıştır. Araştırma verileri anket aracılığıyla kolayda örnekleme yöntemi ile elde edilmiştir. Araştırma verileri Bergama ilçesinden Haziran-Ekim 2017 ayları arasında toplanmıştır. Araştırma kapsamında katılımcılara 400 anket doldurulmuştur. Araştırma kapsamında veri toplama aracı olarak oluşturulan anket formu iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde Bergama'ya gelen turistlerin turistik deneyimlerini ölçmeye yönelik 5'li Likert Tipi on iki soru bulunmaktadır. Anket formunun ikinci bölümünde ise katılımcıların cinsiyet, yaş, geldiği ülke, seyahate kimle çıktığını belirlemeye yönelik sekiz soru bulunmaktadır. Araştırma kapsamında kullanılan sorular Veasna vd., 2013; Lesnik, 2015 ve Kyriakki vd., 2015'den alınmıştır.

2.2. Bulgular

Tablo 1: Demografik Dağılım Tablosu

		n	%
Cinsiyet	Kadın	169	42,3
	Erkek	231	57,8
	Toplam	**400**	**100**
Bergama hakkında nereden bilgi aldınız?	Seyahat paketinin içinde	211	52,8
	Internet / Medya	29	7,3
	Önceden Biliyordum	33	8,3
	Kitap / rehberler	51	12,8
	Tanıdıklar	51	12,8
	Diğer	25	6,3
	Toplam	**400**	**100**
Seyahate Çıkılan Kişiler	Yalnız	18	4,5
	Partner	55	13,8
	Aile	99	24,8
	Arkadaşlar	179	44,8
	Diğerleri	49	12,3
	Toplam	**400**	**100**
Seyahate Acente ile mi çıktınız?	Evet	377	94,2
	Hayır	23	5,8
	Toplam	**400**	**100**
Kaç gece Konakladınız?	Günübirlik	189	47,2
	1	50	12,5
	2	83	20,8
	3	43	10,8
	4	14	3,5
	5	9	2,3
	6	2	0,5
	7	3	0,8
	8	5	1,3
	14	2	0,5
	Toplam	**211**	**52,8**

Tablo 1'de katılımcıların demografik verilerine ve Bergama seyahatine ilişkin sorulara verdikleri cevaplara dair dağılım tablosu bulunmaktadır. Buna göre katılımcıların %42,3'ünün (169 kişi) kadın, %57,8'i ise (231 kişi) erkektir. Katılımcıların yaklaşık %52'8'inin (211 kişi) acentelerin tur programı dâhilinde Bergama hakkında bilgi aldıkları görülmektedir. İkinci olarak ise kitap ve rehberler (%12,8) ve tanıdıkları (%12,8) aracılığıyla öğrendikleri görülmektedir.

Bergama'ya gelenlerin seyahate çıktıkları kişilere bakıldığında katılımcıların yaklaşık %44,8'i (179 kişi) arkadaşları ile %24'8'i (99 kişi) ailesi ile ve üçüncü olarak %13'8'i (55 kişi) ile partnerleriyle geldikleri görülmektedir. Katılımcıların %94,3'ü (377 kişi) acente ile gelirken %5,8'inin (23 kişi) kendi imkânları ile geldikleri görülmektedir. Son olarak Bergama'ya gelenlerin %47'2'si (189 kişi) günübirlik gelirken %44'3'ünün (176 kişi) 1-3 gece arasında konakladıkları görülmektedir.

Tablo 2'de katılımcıların Bergama seyahati nedeniyle memnun olup olmadıklarına soruya ait katılımcıların %81'1'i Bergama ziyareti nedeniyle memnun olduğunu belirtmektedir. Buna karşın sadece %2'si memnun olmadıklarını ifade etmişlerdir.

Tablo 2: "Bergama'yı ziyaret ettiğim için mutluyum" Dağılım Tablosu

	n	%
Katılmıyorum	8	2,0
Fikrim Yok	68	17,0
Katılıyorum	253	63,3
Kesinlikle Katılıyorum	71	17,8
Total	**400**	**100,0**

Tablo 3'te katılımcıların Bergama seyahatinin beklentilerini aşıp aşmadığı ile ilgili soruya ait katılımcıların %79,8'i Bergama ziyaretinin beklentilerini aştığını belirtirken %2,5'i beklentilerini karşılamadığını belirtmişlerdir.

Tablo 3: "Bergama ziyareti beklentilerimi aştı" Dağılım Tablosu

	n	%
Katılmıyorum	10	2,5
Fikrim Yok	70	17,5
Katılıyorum	210	52,5
Kesinlikle Katılıyorum	109	27,3
Kayıp Veri	1	0,3
Total	**400**	**100,0**

Tablo 4'e bakıldığında katılımcıların %79,5'i (318 kişi) Bergama seyahatinde aldığı yiyecek ve içecek hizmetlerinin fiyatının makul olduğunu, %2,5'inin (10 kişi) ise yiyecek-içecek fiyatlarının pahalı olduğunu belirtmişlerdir. Bununla birlikte katılımcıların %30,5'inin (122 kişi) fiyatlar ile ilgili fikri olmadığını belirtmişleridir. Bu durum ise günübirlik gelenlerin çok olması ve aslında çok fazla bir hizmet almadan kısa sureli Bergama'yı ziyaret edip gitmelerinden kaynaklanıyor olması mümkündür.

Tablo 4: "Yiyecek ve içeceklerin fiyatları makuldü" Dağılım Tablosu

	n	%
Kesinlikle Katılmıyorum	2	,5
Katılmıyorum	8	2,0
Fikrim Yok	122	30,5
Katılıyorum	196	49,0
Kesinlikle Katılıyorum	72	18,0
Total	400	100,0

Tablo 5'e göre katılımcıların %21,8'i (87 kişi) antik kente giriş ücretini yüksek bulduğunu buna karşın %34'1'inin ise (136 kişi) pahalı bulduğu görülmektedir. Buna karşın katılımcıların %44,4'ünün ise (177 kişi) fikri olmadığını belirtmişlerdir. Bu sonuçlara bakıldığında katılımcıların önemli bir kısmının antik kente giriş yapmamış yani gezmemiş ya da antik kente giriş ücreti tur şirketi tarafından karşılandığı için ürün maliyeti konusunda değerlendirme yapabilecek bilgisi olmadığı söylenebilir.

Tablo 5: "Antik Kente giriş ücreti yüksekti" Dağılım Tablosu

	n	%
Kesinlikle Katılmıyorum	15	3,8
Katılmıyorum	121	30,3
Fikrim Yok	177	44,3
Katılıyorum	77	19,3
Kesinlikle Katılıyorum	10	2,5
Total	400	100,0

Tablo 6'ya bakıldığında katılımcıların %18,3'ü (73 kişi) Arkeoloji Müzesi'ne girişin pahalı olduğunu belirtirken %45,8'i ise (183 kişi) pahalı olmadığını belirtmektedir. Katılımcıların %36'sı ise (144 kişi) fikrinin olmadığını belirtmişlerdir. Bu sonuçlara bakıldığında katılımcıların önemli bir kısmının Bergama Arkeoloji Müzesine gitmemiş olabileceği söylenebilir.

Tablo 6: "Arkeoloji Müzesine giriş ücreti yüksekti" Dağılım Tablosu

	n	%
Kesinlikle Katılmıyorum	11	2,8
Katılmıyorum	172	43,0
Fikrim Yok	144	36,0
Katılıyorum	66	16,5
Kesinlikle Katılıyorum	7	1,8
Total	**400**	**100,0**

3. Sonuç ve Öneriler

Fiyat, turistik ürünlerin tercih edilmesinde (destinasyon tercihi ya da yiyecek-içecek ürünü gibi) kilit bir role sahip olduğu görülmektedir (Boz vd., 2017). Yoğun rekabetin yaşandığı turizm sektöründe ise fiyat destinasyonlar ve turizm işletmeleri için oldukça önemli olduğu söylenebilir. Bu nedenle optimum bir fiyat politikası destinasyonların öne çıkmasında ya da tercih edilmesinde önemlidir. Ayrıca paket tur programları ile destinasyona gelen turistlerle konaklama, yeme-içme ve ören yeri giriş ücretleri gibi maliyetleri destinasyon deneyimleri süresince bireysel olarak karşılayanlar arasında fiyat algısının değerlendirilmesinde kısıtlar bulunmaktadır.

Çalışma sonuçlarına bakıldığında katılımcıların önemli bir kesiminin Bergama ziyaretleri nedeniyle memnun oldukları aynı zamanda yaşadıkları deneyimin beklentilerini aştığı görülmektedir. Ayrıca katılımcılara göre; Bergama Kalesi ve Bergama Müzesi gibi tarihi mirasın sunulduğu yerlere giriş ücretlerinin de oldukça makul olduğu görülmektedir. Bergama'da kaldıkları süre içinde aldıkları yeme içme hizmetlerini de fiyatlarının makul olduğu görülmektedir. Buna karşın gerek Bergama Müzesi gerekse de Bergama Kalesi'ne gelenlerin önemli bir kısmının fiyat hakkında fikri olmadıklarını belirtmektedir. Bu sonuçlara bakıldığında her iki yere gelen turistlerin bu hizmetlerden faydalanmadığı ya da bu hizmetlerin tur paketinin içinde olduğu söylenebilir. İleriki çalışmalarda araştırmacıların Bergama gibi tarihi mirasa sahip destinasyona gelenlerin daha önce katıldıkları kültür turlarını karşılaştırmalarının fiyat algıları üzerindeki rolü incelenebilir. Ayrıca kültürel mirasın eşsizliğinin, görsel etkileyiciliğinin yanı sıra sanat tarihi ve diğer disiplinler için öneminin fiyat algısı üzerindeki olumlu etkileri ortaya konabilir.

Kaynakça

Boz, H. (2015). Turistik *Ürün Satın Alma Karar Sürecinde İtkiselliğin Rolü: Psikonörobiyokimyasal Analiz*, Unpublished Doctoral Thesis. Balıkesir, Turkey: Balikesir University, Institute of Social Sciences.

Brotherton, B., and Himmetoglu, B. (1997). Beyond Destinations-Special Interest Tourism. Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research, 8(3), 11–30.

Culligan, K. (1992). Developing a model of holiday taking behaviour, leisure and tourism futures conference proceedings. *London: The Henley Centre for Forecasting*.

Gnoth, J. (1997). Tourism Motivation and Expectation Formation, Annals of Tourism Research, 24(2), 283-304.

Hosany, S., Ekinci, Y., Gilbert D. (2005). Describing and Measuring Emotional Responses towards Tourist Destinations, Proceedings of the ANZMAC 2005 Conference: Tourism Marketing, 34-42.

Hosany, S. & Gilbert D. (2010). Measuring Tourists' Emotional Experiences toward Hedonic Holiday Destinations, Journal of Travel Research, 49(4), 513-526.

Hosany, S., Prayag, G., Deesilatham, S., Causevic, S. & Odeh, K. (2014). Measuring Tourists' Emotional Experiences: Further Validation of the Destination Emotion Scale, Journal of Travel Research, 1–14.

Jimura, T. (2011). The impact of world heritage site designation on local communities–A case study of Ogimachi, Shirakawa-mura, Japan. *Tourism Management*, *32*(2), 288-296.

Kim, H. J., & Chen, M. H. (2006). Tourism expansion and economic development: The case of Taiwan. *Tourism management*, *27*(5), 925-933.

Koc, E., & Altinay, G. (2007). An analysis of seasonality in monthly per person tourist spending in Turkish inbound tourism from a market segmentation perspective. *Tourism management*, *28*(1), 227-237.

Koc, E., & Boz, H. (2014). Psychoneurobiochemistry of tourism marketing. *Tourism Management*, *44*, 140-148.

Krippendorf, J. (1987). The Holiday Makers. Understanding the Impact of Leisure and Travel. Oxford: Butterworth Heinemann.

Kyriakaki A., Lampros B., Stavrınoudis T., and Doumi M., (2015). "Destınatıon Image: An Analysıs of Cephalonia's Tourıst Perceptions – Attitudes", *Tourism Policy into Practice: Issues and Challenges in Engaging Policy Makers and End Users London*, 24-27 June 2015, London.

Lee, Y. -K., Lee, C. -K., Lee, S. -K. & Babin, B. J. (2008). Festivalscapes and Patrons' Emotions, Satisfaction, and Loyalty, Journal of Business Research, 61(1), 56-64.

Lesnik J., (2015). Analysis od Tourist Satisfaction: The Case of Destination Rogla – Pohorje. Unpublished Master Thesis, Ljubljana: University of Ljubljana Faculty of Economcs.

Mathieson, A., & Wall, G. (1982). *Tourism, economic, physical and social impacts*. Longman.

Prayag, G., Hosany, S. & Muskat, B. & Del Chiappa, G. (2015). Understanding the relationships between tourists' emotional experiences, perceived overall image, satisfaction, and intention to recommend, Journal of Travel Research, 56(1), 41-54.

Seaton, A. V., & Bennett, M. M. (2004). *The marketing of tourism products: Concepts.* Thomson: Issues and Cases.

Titz, K. (2008). *Experiential consumption: Affect-emotions-hedonism*. In H. Oh, & A. Pizam (Eds.), Handbook of hospitality marketing management. Oxford: Butterworth Heinemann.

UNWTO, D.T.Ö.(2017). Tourism highlights. https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029 (12.06.2018)

Veasna, S., Wu, W.Y. and Huang, C.H. (2013). The impact of destination source credibility on destination satisfaction: The mediating effects of destination attachment and destination image. *Tourism Management*, 36: 511-526.

Wright, T. L., (1996). Exploring the in-depth interview as a qualitative research technique with American and Japanese firms. *Marketing Intelligence & Planning*, *14*(6), 59-64.

Zajonc, R. B. (1968). Attitudinal Effects of Mere Exposure. Journal of Personality and Social Psychology: Monograph Supplement 9(2), l-28.

Zajonc, R. B. & H. Markus (1984). Affect and Cognition: The Hard Interface. In Emotions, Cognition, and Behaviour (Ed. C. E. Izard, J. Kagan & R. B. Zajonc), 73-103. New York: Cambridge University Press.

Suyun Fiyatlandırmasında Erdemli Mal Yaklaşımı: Türk Toplumunun Algısı

Abdülkerim Çalışkan[94] *** Murat Aydın**[95]

Full Text

Özet

Su doğal bir kaynak olmasına rağmen, sonsuz değildir. Ayrıca kirlenmeye müsait ve kullanılabilir özellikleri hızla kaybolmaya müsait kıt bir maldır. Dünyadaki tatlı su miktarı nüfus artışı, kaynakların kirlenmesi ve yanlış kullanımı ile daha da kıt hale gelmiştir. Bütün bu sorunlar dünya ülkelerinde su yönetimi konusunda önemli tartışmaları beraberinde getirmiştir. Suyun sınıflandırılmasında iki ekol bulunmaktadır. İlk ekol, suyu özel mal olarak kabul eder. Su kıt bir kaynak olduğu için, fiyatlandırma mekanizmasının mutlaka kullanılması gerektiğini iddia etmektedirler. İkinci ekol ise tüm insanların suya erişim hakkına sahip olduğunu savunur. İnsanların, hayatlarını devam ettirmeleri açısından asgari miktara ulaşması gerekmektedir. Çalışmanın amacı, Türk Toplumu'nun bu sorunla ilgili algılarını ortaya koymaktır. Araştırmada derinlemesine görüşme tekniği uygulanmıştır. Kolayda örnekleme yöntemiyle Ankara, İzmir, Manisa, Uşak, Afyon'da yaşayan 150 katılımcıya ulaşılmıştır. Tüm katılımcılar suya erişimin bir insan hakkı olduğu belirtmişlerdir. Araştırmada suyun özel mallar gibi piyasa koşullarında fiyatlandırılmasının etik olmadığı sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: erdemli mallar, suyun fiyatlandırılması, insan hakkı

Jel Kodları: **H41, H83, H89**

Merit Goods Approach in Water Pricing: Perception of Turkish Community

Abstract

Although water is a natural source, it is not endless. Furthermore, it is available to be polluted, and its usable properties are quickly lost. The amount of fresh water in the world have become a scarce resource with population growth, pollution of resources and mishandling. All these problems have brought important discussions on water management in the world countries. There are two ecols of water classification. The first ecol accepts water as special goods. Since the water is a scarce resource, it means that the pricing mechanism must be used with absolute ease. Second ecol defends that all people have right of access to water. Water is a merit goods that must be reached to the minimum quantity for enable people to spend their lives. The aim of the study is to show perceptions of Turkish Community about this problem. In-depth interviewing technique has applied in the study. With convenience sampling method, it has been reached to 150 participants who live in Ankara, İzmir, Manisa, Uşak, Afyon. All of the participants have been indicated that access to the water is a human right. In the study, it has been concluded that water pricing is not ethical in the market conditions like special goods.

Key Words: merit goods, water pricing, human right

Jel Codes: **H41, H83, H89**

[94]Doç. Dr. / Afyon Kocatepe Universitesi / İ.İ.B.F / Maliye
[95] Öğr. Gör. Dr. / Uşak Üniversitesi / UBYO / Muhasebe Bilgi Sistemleri / murat.aydin@usak.edu.tr

1. GİRİŞ

Su, insan hayatının devamı için "olmazsa olmaz" derecede kıymetli bir kaynaktır. Yaşamsal işlevlerin gerçekleşmesinde en çok gereksinim duyulan doğal bir kaynak olup, yeryüzündeki canlılar için vazgeçilmez bir unsurdur. Dünyanın 3/4'ü sularla kaplı olmasına karşın, tatlı su miktarı % 0,74'tür (Akın vd, 2007: 107). Tatlı su; nüfusun artması ile birlikte talebin artması, su kaynaklarının kirletilmesi ve kötü yönetilmesinden dolayı daha da kıt bir kaynak haline gelmektedir. Ayrıca bu olumsuzluklara suyun küremizde eşit dağılmaması da eklenince, su yönetimi, çağımızın en önemli sorunlarından biri olarak görülmektedir. Su, sonsuz bir kaynak olmayıp, kirlenmeye müsait, kullanılabilir özelliklerini çabuk kaybeden doğal bir kaynaktır.

Dünya'da birçok ülke su sıkıntısı çekmektedir. Halen 1.2 milyar insan sağlıklı suya erişemezken, 2.4 milyardan fazla insan da hijyen koşullarına uygun suya erişememektir (Kaya, 2014: 55-75). Ülkemiz su sıkıntısı çeken ülkeler arasında yer almasa da artan nüfus, tehdit edici bir unsur olarak kapımızı çalmaktadır. Kentleşme ve sanayileşmeye bağlı olarak artan su talebi dikkate alındığında, yenilenebilir su kaynaklarında bir azalma ile karşılaşıldığı gözlenmektedir. Bu durum su kaynaklarının korunması gerektiğini ortaya koymaktadır. Unutulmamalıdır ki su aynı zamanda, gerekli ve yeterli miktarda, sağlık ve hijyen standartları altında temin edilmesi gereken, tüketilmesinin fiyat ya da kıtlık nedeniyle belli bir düzeyin altına inmesi durumunda kitlesel bulaşıcı hastalıkların ve sağlık sorunlarının baş göstereceği negatif dışsallıkların önlenmesi gereken bir maldır.

Bu çalışmada kentsel içme suyunun nasıl bir mal ve hizmet olduğu konu edilmektedir. Yani şebekeler ile meskenlere tedarik edilen içme suyunun kamusal bir mal olup olmadığı bu çalışmada irdelenmiştir. Ayrıca içme suyu fiyatlandırılırken hangi kriterlerin baz alınması gerektiği bu çalışmada tartışılmıştır. Zira su bazı ülkeler ve kuruluşlar tarafından ekonomik bir olarak kabul edilmekte ve kar amacı ön planda tutulmaktadır. Bazı ülkeler ise içme suyunun bir hak olarak kabul ettikleri için ücretsiz olarak sunmaktadırlar.

2. İçme Suyunun Tasnif Sorunu

İçme suyunun nasıl bir mal olduğu noktasında tam bir uzlaşma sağlanamamakla birlikte, dünya devleri, suyun ekonomik bir meta olarak görülmesini istemektedirler (Diler, 2008:23). 1992 yılında düzenlenen Dublin Konferansında, suya ilk kez, "ekonomik mal" tanımlaması yapılmıştır (Zaag, 2002:98-104). Suyun, ekonomik meta olarak görülmesi kıt bir kaynak olmasından kaynaklanmaktadır. Suyun tasnifi açısından bir kırılma noktası olan Dublin Beyanı, su talep yönetiminde 4 prensip öne sürmektedir (Solanes, 1999:17). Bu prensipler, artan dünya nüfusuna karşın, hızla kirlenen temiz su kaynaklarının, nasıl yönetilmesi gerektiği ile ilgili alternatifler sunmaktadır.

Su ve su gibi doğal kaynaklar, 20. yüzyılın sonuna kadar, ortak mal veya kamu malı olarak görülmekte idi (Atvur, 2013). Ticarete konu olmayan bu gibi mallar, Roma Hukukunda "res publica" olarak adlandırılmış, genel kamu çıkarını koruyacak kurallarla düzenlenmesi gerektiği vurgulanmıştır. Esasen terminolojik bir ayrılık vardır (Vander, 2000:47-63). Bu ayrılıklar suyun tasnifi konusunda, iki ekolü doğurmuştur. İlk ekole göre; su kıt bir kaynak olduğu için, fiyatlandırma yoluyla suyun talebi yönetilmelidir. İkinci ekol, suyun kıt bir kaynak olduğunu kabullenmekle birlikte, talebi yönlendirmek

için suyu ekonomik bir mal olarak görmeye gerek olmadığını savunmaktadır. Dolayısıyla fiyatlandırma aracının kullanılmasını uygun görmemektedir.

2.1. Temel Hak Bağlamında İçme Suyu (Kamu Yönetimi Yaklaşımı)

Türk Dil Kurumu hak kavramını bir kaç şekilde tanımlamıştır. Birinde, "Adaletin, hukukun gerektirdiği veya birine ayırdığı şey, kazanç" şeklinde, diğerinde, "Emek karşılığı ücret" şeklinde tanımlamıştır. Anayasamızın ikinci kısmında, temel hak ve ödevlerden bahisle, kişi hakları, sosyal ekonomik ve siyasi haklar tanımlanmıştır. Madde 12'de temel hak ve hürriyetler başlığında, "Herkes, kişiliğine bağlı, dokunulmaz, devredilmez, vazgeçilmez temel hak ve hürriyetlere sahiptir."

Genel kabul görmüş toplumsal sözleşme niteliği taşıyan "İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi [96] "nde suyun temel haklardan olduğuna dair, belirgin bir ifade bulunmamaktadır (Kartal, 2006:478-485). Ancak, 3. maddesinde "Yaşamak, özgürlük ve kişi güvenliği herkesin hakkıdır" ifadesiyle, suya erişimin, dolayısıyla yaşamak hakkına girdiği söylenebilmektedir. Her ne kadar suyun ekonomik bir değeri olduğu kabul edilse de, suya erişmenin de insanın hakkı olduğu da, uluslararası platformlarda dillendirilmeye başlanmıştır (Irujo, 2007:267-283). Başta Dünya Sağlık Örgütü (WHO) olmak üzere, pek çok uluslararası kuruluş, insanın susuzluktan ve susuzluğa bağlı hastalıklardan ölmeyecek minimum seviyede suya ulaşmasının gerektiğini kabul etmektedirler (Gleick, 1993:79-112).

Esasen, suyu hak olarak görenler, insanın, yaşamını sağlıklı bir şekilde sürdürebilmesi için temiz suya mutlaka ulaşması gerektiğini savunmaktadırlar. Yukarıda da belirtildiği gibi, minimum düzeyde bu miktar 25 litredir (Çiçek, 2009:184). Kentsel şebeke suyu, salt özel mal olarak yönetilirse, suya ulaşım maliyeti ciddi boyutlarda artış gösterecek, İngiltere'de olduğu gibi "su yoksulları" ortaya çıkacaktır (Görer, 2001:26). İngiltere'de, içme suyunu özel sektörün vermesi ile su faturalarında ortalama %31'lik bir artış meydana gelmiştir.

Ülkemizde içme suyu ve kanalizasyon hizmetleri belediyeler tarafından, yani kamu sektörünce sunulmaktadır. Her ne kadar kalkınma planlarında, ileriki yıllarda bu hizmetlerin özel sektöre devri planlansa da, ülkemiz bu hizmetlerin, tek amacı kar olan özel şirketler tarafından sunulmasına hazır değildir. 1993 yılında Antalya Büyükşehir Belediyesinin, içme suyu ve kanalizasyon hizmeti sunumunu yabancı bir şirkete devretmesi, bu şirketin en fazla 6 yıl devam edip tekrar belediyeye bırakması önemli bir delildir (Çalcalı, 2014).

2.2. Ekonomik Açıdan İçme Suyu (Piyasacı Yaklaşım)

Gereksinim (Güzelsarı ve Tuluay, 2011) gibi görülse de, kıt bir kaynak olduğu için su, her geçen gün daha da kıymetlenmektedir. Kıt kaynakların idareli kullanılması esastır. Bu noktada aşırı talebi kısmak için, fiyat mekanizmasına ihtiyaç duyulmaktadır. Zira uluslararası otoritelerin son otuz-kırk yılda, suyun tasnifinde değişen görüşleri bunun göstergesidir. 1972 yılında Stockholm Deklarasyonunda suyun doğal bir kaynak olduğu, korunması gerektiği ve kamusal mal olduğu belirtilmiştir (Aykan, 2006:366). Yirmi yıl sonra, Dublin Beyanında suyun ekonomik değeri olduğu ve ekonomik mal olarak ele alınması gerektiği vurgulanmıştır. Aynı yıl Rio Deklarasyonu ve Gündem 21'de suyun sosyo-ekonomik yönünün de göz ardı edilmemesi gerektiği belirtilmiştir. Dünya Bankası

[96] http://www.tbmm.gov.tr/komisyon/insanhaklari/pdf01/203-208.pdf-Erişim Tarihi(18.02.2015)

adeta noktayı koymuş, suyun özelleştirilmesi ve içme suyu hizmetinin kamunun elinden alınmasının gerekliliğini savunmuştur (Aykan, 2006).

Değişen dünyada, suyun ekonomik bir mal gibi görülmeye başlanmasındaki temel sebeplerden birisi; Dublin deklarasyonunda, suyun bazı özelliklerinin belirtilmemesidir (Biswas, 1997:141-168). Deklarasyonun, hakkaniyet ve bölgesel gelir dağılımı gibi suyla ilgili temel kavramları dikkate almaması, ekonomik bakış açısını güçlendirmiştir. Diğer bir sebep de, kıt bir kaynak olan suyun israfını önlemektir. Tatlı su kaynaklarının israf edilmesi, gelecek nesiller açısından hiç de istenilen bir durum değildir. Bu gibi sebepler, suya ekonomik bir mal hüviyetini kazandırmaktadır. Kaldı ki su, kamusal mal statüsünde kalsa bile, kamu-özel ortak politikalarıyla ekonomik bir mal gibi yönetilmesi mümkün görülmektedir (Atvur, 2013).

Küresel su tartışmalarının temelinde, suyu salt ortak mal veya salt özel mal olarak görme isteği yatmaktadır. İki ekol, suyun statüsü konusunda uzlaşma sağlayamamışlardır. Zira su ilk akıma göre, temel hak olduğu için, tüketiminde rekabeti netice verecek politikalardan kaçınılmalıdır. Her insan, yaşamını sürdürecek kadar suya erişebilmelidir. İkinci akım ise, hızla tükenen temiz su kaynaklarının, fiyatlandırma yöntemiyle dengeli ve israfsız kullanımına zemin hazırlayacak politikaların hayata geçirilmesini istemektedir. Son yıllarda, uluslararası konferanslar, zirveler ve su forumlarında, ikinci akımın kuvvetlendiği görülmektedir.

90'lı yıllara kadar Dünya Bankası, çok büyük yatırımlar gerektirdiği için, içme suyu temin ve sanitasyon[97] hizmetlerinde tek aktör kamu sektörü olmasının gerektiğini iddia ederken, özellikle 2000 yılından sonra, çok uluslu şirketler yoluyla, özel sektörün de, içme suyu temininde pay sahibi olmasını istemektedir (Castro, 2008:63-83).

3. İçme Suyunun Doğal Tekel Yönü

Üretim, iletim ve ticaretindeki teknoloji, o hizmetin doğal tekel kabul edilmesindeki en temel etkendir (Ataay, 2003:34). Su - kanalizasyon, elektrik, doğalgaz, köprü, telekomünikasyon, demiryolu, liman ve havalimanı gibi hizmetler, doğası gereği tekel niteliktedir. Bu hizmetlerin sunumu belirli bir iletim ve boru hattı ile sağlanabilmektedir. Ayrıca doğal tekel mahiyetindeki bu hizmetlerin 3 özelliği bulunmaktadır (Ataay, 2003:34). Birincisi; birden fazla şirketin aynı anda hizmet verebilmesi için, farklı hatlar kurması gerekir, bu ise ekonomik verimlilik açısından israfa neden olur. Diğer özelliği; teknolojinin niteliği ancak tek firma ile verimliliği maksimum düzeye taşıyacaktır. Son olarak; bu tip kamu tekeli pozisyonundaki hizmetlerin toplumun tüm kademelerine ulaşması gerekmektedir. Zira tersi durumda, mesela toplumda su ve elektrik hizmetine ulaşamayanların varlığı, o toplum adına gelişmişlik ve refah adına kötü bir durum olacaktır.

İçme suyu ve sanitasyon (kanalizasyon ve katı atık) hizmetleri şebeke gerektiren doğal tekel hizmetlerdir (Çakal, 1996). Şebeke ise; önemli miktarda ilk yatırım gerektiren, sabit maliyetleri çok olan, elektrik, doğalgaz ve su gibi hizmetlerin bulunduğu piyasalardır (Tepe ve Ardıyok, 2004:115).

[97] Çevre koşullarını sağlığa elverişli duruma getirme, sağlıklı yaşam için gerekli önlemleri alma, çevre hijyeni.

3. 1. İçme Suyunun Kamusal ve Sosyal Ağırlığı

Daha önce de belirtildiği gibi, suyu salt özel, salt kamusal mal gibi görmek, sorunu çözmekten çok uzak iki yaklaşımdır. Burada önemli olan, hangi yönünün daha ağır bastığıdır. Zira neo liberallere göre; tam kamusal mal olması için, tüketiminden kimsenin dışlanmaması ve fiyatlandırılmaması gerekmektedir ki bu yönü ile içme suyu özel maldır (Bakker, 2007:435). Suyun bu iki karakteristiğine bakıp hükmedenler suyu bir hak olarak ta görmemektedirler. Elbette kamunun mülkiyetinde olması onu, kamusal mal yapmayacağı da bilinmelidir. Ancak bir mal ne kadar çok kamusalsa, o hizmeti kamunun sunması daha iyidir.

İçme suyu şebeke hizmetlerinin kamusal mal hüviyetinde olduğunu savunanların gerekçelerinin en önemlisi, bu hizmetin doğal tekel oluşudur. Doğal tekel; artan maliyetlerin çok önemli olduğu ve sektörde sadece tek firmanın olduğu sanayilerdir. Nitekim doğal tekeller, devletin ekonomiye müdahalesi veya doğrudan girmesi noktasında önemli sebeplerden birisidir. Doğal tekel piyasasında tüketicinin dışlanması devlet adına kötü bir durumdur. O halde dışlama sınırlı olacaktır.

Bir insanın, yetecek kadar suya ulaşması ve bu noktaya kadar dışlanmaması, içme suyunu erdemli mal sınıfına dâhil edecektir. Çünkü erdemli mallar da devletin ekonomiye müdahalesini meşru kılan durumlardan birisi olmakla birlikte, tüketimi kamu otoritesi tarafından özendirilen mallardır. Temel insani gereksinim yönüyle, insanların suya erişmelerinin kamusal tarafının ağır basmasıyla kamu otoritesinin sunumuna konu olabilecekken, zaruri su kullanım miktarından sonraki hizmet sunumu özel mal olarak değerlendirilebilecektir (Gökdemir, 2008). Bu bağlamda, içme suyu ve kanalizasyon hizmeti, bazı yönleriyle özel mal iken, daha önemli tarafları ile kamusal maldır.

Sosyal mallar, üç gruba ayrılmaktadır (Akalın, 2003:42-43).

- Salt sosyal mallar
- Karma mallar
- Erdemli mallar

Erdemli mallar kişisel mal niteliğine sahip, tüketimleri engellenebilir hatta tayınlanabilen mallardır. Eğer erdemli malların üretimi piyasaya bırakılsa, yeteri kadar tüketilmeyecek ve negatif dışsallığa neden olacaklardır. Bunun için merit mallar kamu bütçesince finanse edilirler. Su, mahrumiyetinden dolayı, insanların hastalanması ve topluma zarar vermeleri yönüyle, asgari seviyede her insanın kullanması gereken erdemli bir maldır.

4. İçme Suyunda Fiyatlandırma(Ma) Çelişkisi

Kamu kesimince gerçekleştirilen altyapı hizmetleri, uzun vadeli, büyük bütçeli ve başlandığında vazgeçme maliyetleri çok yüksek yatırımlardır. İçme suyu ve atık su hizmetini sunmak, hijyeni sağlamak ve devam ettirmek, dünyada bir çok metropol şehrin en önemli sorunlarındandır.[98] Doğal tekel olan bu hizmetlerin hem altyapısını hazırlamak hem de işlerlik kazandırmak, kamu otoritesi açısından çok fazla sıkıntı olmayacaktır. Çünkü altyapı hizmetlerinin fiyatlandırması yapılırken, sosyal fayda, sosyal maliyet, parasal fayda ve parasal olmayan fayda gibi etkenler dikkate alınır. Sübvansiyon bu çeşit kamu kesiminin sunduğu hizmetler için vazgeçilmez bir unsurdur.

[98] Transparancy Statement (2006), "Water and Wastewater Prices in Metropolitan and Regional, South Australia" s:7

İçme suyunun fiyatlandırılması, iki açıdan sorun teşkil etmektedir. Birincisi; kamu sektörü, kıt bir kaynak olan suyun yönetiminde fiyatlandırma problemi ile karşılaşacaktır. Temiz su kaynaklarının sürekli kirlendiği, nüfusun hızla arttığı bir dünyada su israfını önlemenin ne kadar lüzumlu olduğu aşikârdır. Bu hedefin tahakkuku için fiyatlandırma mekanizmasını düşünmemek çok hayalî bir yaklaşım olacaktır. İkinci olarak; özel sektör açısından, kar maksimizasyonu birinci ölçüt olduğu için, tüketicinin suyu pahalıya satın alması noktasında fiyatlandırma sorunu ortaya çıkacaktır. Bazı ülkelerde olduğu gibi dünya, özel sektörün bu hizmeti sunması ile "su yoksulu" kavramı ile tanışacak, insanlar pahalı olan suya ulaşamadıkları için hayat kaliteleri düşecek, hatta azımsanmayacak sayıda insan, hayatını kaybedecektir.

4.1. İçme Suyunun Fiyatlandırma Gerekliliği

Bu çalışmada genel kanı, içme suyunun ekonomik bir meta olmaktan çok, kamusal yönünün daha ağır olduğudur. Ancak bu kanı, fiyatlandırmanın yapılmaması anlamına gelmemelidir. Mahalli idarelerdeki fiyatlar, piyasadaki fiyatlara benzemesine rağmen, aslında kamu fiyatıdır. Çünkü bu fiyatlar arz ve talebe göre oluşmazlar. İçme suyu hizmetinin özel faydası, sosyal faydasından büyüktür. Hizmetten faydalananların mutlaka bir bedel ödemesi gerekmektedir. Sosyal faydasının da göz önüne alınmasıyla belirlenen bu bedele fiyat denmektedir (Binatlı, Varcan ve Çakır, 1994:22).

İçme suyu hizmeti, temin, taşıma ve dağıtım gibi alt yapı hizmeti kapsamında değerlendirilmektedir. Bu hizmetin etkin yürütülebilmesi için, anlamlı bir bakım onarım yatırımına ihtiyaç duyulmaktadır. Bu yatırım olmaz ise, suyun hijyenik sunulması tehlikeye girecek, içme suyunun kalitesi düşecektir. Kalitesi düşen suyun, hane halklarınca talebi azalacak, tüketici içme suyunu daha pahalı bir şekilde piyasadan temin edecektir (Çelen ve Bali, 2005).

Diğer taraftan içme suyu diğer erdemli mallar gibi, tüketimi sürekli özendirilecek bir mal değildir. Belli bir noktaya kadar, yani gereksinim miktarının tüketimi özendirilip, bu miktardan sonrası için de israfı önleyici bir fiyat politikası şarttır. İzlenecek fiyat politikası, tüketilecek miktarın yönetimine aracılık etmelidir. Denge muhafaza edilmelidir.

5. İçme Suyu Sunum Yöntemleri

Ülkemizde içme suyu sektörü, kamunun tekeli altında bulunmakta, halkın %99'u merkezi ya da yerel idarelerce sunulan hizmetlerden faydalanmaktadır. Alt yapı sektörleri içinde en fazla tekel özelliği gösteren su sektöründe, en uygun kurumsal yapının ne olduğu ve fiyatlandırmanın nasıl yapılacağı noktasında fikir birliği bulunmamaktadır (DPT, 2001: 58). Dünyada su üzerinde genel kabul görmüş konulardan ilki, sağlıklı ve yeterli suya ulaşmanın insan hakkı olarak tanımlanmasıdır. İkicisi ise, sürdürülebilir bir kalkınma için, suyun bir bedel karşılığı sunulması gerekliliğidir (DPT, 2001: 59-60).

Yaşam standartları, ekonomik gelişme düzeyi ve nüfus arttıkça, suya olan talep her geçen gün artmaktadır. Talebin artmasına karşın su miktarı sabit kalmaktadır (Tüsiad, 2008: 183). Bu durum sadece yerel ve mahallî bir sorun olmaktan öte, bölgesel ve küresel anlamda ciddi bir sorun olarak çıkagelmektedir (Azevedo ve Baltar, 2005). Artan talebi karşılamak, kaliteli ve yeterli miktarda suyu sunabilmek için üç farklı yaklaşım ve mekanizma benimsenmektedir. Birincisi, uzun vadeli sabit sunum ilkesidir. İkincisi arz odaklı yönetimdir. Üçüncüsü ise talep odaklı mekanizmadır.

Uzun vadeli sabit sunum yaklaşımında çevresel ve ekonomik faaliyetler fazla olup, kamu kaynakları israf edilmektedir (Güler, 1999: 17). Halk su kaynaklarının çok ucuz olduğu kanısına kapılmaktadır. Bu yönteme göre, gereksiz su kullanımını kısmak mümkün değildir. Bedel alma ilkesinin suyun aşırı ve gereksiz kullanımını kısacağı görüşü vardır. Fatura edilen su kullanım ücretinin maliyetin altında olduğu, ancak yine de yatırımlar için bir finansman aracı olacağı varsayılmaktadır. Dolayısı ile israf az da olsa önlenmiş olacaktır. Suyun fiyatlandırılması suyun ekonomik değerini belirlemenin yanında özellikle talebin yönetilmesi tüketimin dengelenmesi ve doğal kaynakların daha etkin kullanımı açısından büyük önem arz etmektedir.

6. Yöntem ve Bulgular

Bu çalışmada derinlemesine görüşme tekniği kullanılmıştır. Kolayda örnekleme ile Ankara, İzmir, Manisa, Uşak, Afyon illerinde yaşayan 150 katılımcıya ulaşılmıştır. Katılımcılara önceden hazırlanan 5 soru yöneltilmiştir. Verdikleri cevaplar tarafımızdan çalışmaya dâhil edilmiştir.

Tablo 1. Derinlemesine Görüşme Soruları

1. Suya erişim sizce insan haklarından mıdır?
2. Belediyeler tarafından meskenlere tedarik edilen içme suyu sizce kamusal bir mal mıdır?
3. Meskeninizde kullandığınız suyu pahalı mı bulmaktasınız?
4.Eğer belediye başkanı olsaydınız içme suyu hizmetinin fiyatlandırmasını nasıl yapardınız?
5. Belediyelerin sundukları içme suyu hizmeti sizce bir bedel karşılığı mı olmalı?

Katılımcıların tamamı suyu bir insan hakkı olarak görmektedirler. Özellikle Afrika'da temiz suya erişemediği için hayatlarını kaybeden insanların varlığı konusu katılımcıların belirttikleri en önemli durum olarak gözlenmiştir. Suyun insanın temel haklarından sayılmasının sebebi erişilemediğinden ötürü insan hayatının sona ermesidir. Katılımcılar 2. Soruya net bir cevap verememişlerdir. Zira "içme suyu özel maldır" veya "içme suyu kamusal bir maldır" gibi genellemelerden kaçınmışlardır.

Katılımcıların önemli bir kısmı, belediyelerin sundukları içme suyunu pahalı bulmadıklarını söylemişlerdir. Bazı katılımcılar ise olması gerekenden pahalı bulmaktadırlar. 4. Soruda ise net bir cevap elde edilememiştir. Çünkü fiyatlandırma konusu için teknik bilgiler de gereklidir. Son soruda ise verilen cevaplar temelde 3 gruba ayrılmıştır. Katılımcıların bir kısmı içme suyunun bedelsiz sunulması gerektiğini ifade etmişlerdir. Başka bir kısmı ise bir bedelinin olması gerektiğini savunmuşlardır. Son kısım katılımcılar, bir insanın ulaşması gereken su miktarının bedelsiz sunulması ve fazlasının ise fiyatlandırılması gerektiğini ifade etmişlerdir.

7. Sonuç

Son yıllarda tatlı ve temiz suya erişim dünya ülkelerinin en önemli sorunları arasında yer almaktadır. Özellikle birçok Afrika ülkesi ciddi anlamda su sıkıntısı yaşamaktadır. Kıt bir

kaynak olması da düşünüldüğünde suyun israfının önlenmesi önemli bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Temiz su kaynaklarının korunabilmesi konusunda uluslararası bazı adımların atıldığı gözlemlenmektedir. Ancak henüz içme suyunun nasıl bir mal olduğu konusunda fikir birliği sağlanamamıştır. Bu çalışmada içme suyunun tasnif sorunu konu edilmektedir. İçme suyunu ekonomik bir mal olarak gören bir anlayış hâkimdir. Bu anlayışın gerekçesi, kıt bir mal olan suyun fiyatlandırılması gerektiğidir. Fiyatlandırılmadığı takdirde insanların içme suyunu gereksiz kullanmalarının önü açılacaktır. Birleşmiş Milletler, Dünya Bankası ve IMF gibi kuruluşların da konuya bu açıdan baktıkları görülmektedir. Başka bir akım ise içme suyunun insanın temel haklarından olduğunu ve bedelsiz sunulması gerektiğini savunmaktadırlar.

Bu çalışmanın amacı, insanların içme suyunu nasıl bir mal olarak gördüklerinin tespit edilmesidir. Çalışmada derinlemesine görüşme tekniği kullanılmıştır. Ankara, İzmir, Manisa, Uşak, Afyon illerinde yaşayan 150 katılımcı belirlenmiştir. Katılımcılara önceden belirlenmiş mülakat soruları sorulmuştur. Örneğin, suya erişimin insanın temel haklarından olup olmadığı sorulmuştur. Ayrıca kendilerine sunulan içme suyu hizmetinin bedelini nasıl buldukları sorusu da yöneltilmiştir. Sonuç olarak katılımcıların içme suyunu insani bir hak olarak gördükleri tespit edilmiştir. Suyun bütünü ile bedelsiz sunulmasının sakıncalı olabileceğini ifade etmişlerdir. Çalışmada en iyi yöntemin, asgari su miktarının her insana bedelsiz sunulması ve diğer kısmının ise israfın önüne geçmek adına fiyatlandırılması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

KAYNAKÇA

Akalın G. (2003). "Belediyelerin Ekmek Piyasasına Müdahalesi" Piyasa Dergisi, Kış, c.5, s.42-43

Ataay F. (2003). "Doğal Tekellerde Özelleştirme Sorunu", Kamu Yönetimi Dünyası Dergisi, Yıl:4, Sayı:16, Ekim-Aralık 2003, s:34

Atvur S. (2013). "Küresel Su Politikalarında Temel Tartışmalar." C.Ü. İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt 14, Sayı 1,

Aykan M. (2006). "IMF ve Dünya Bankası Su Politikaları, Çok Uluslu Şirketlerin Türkiye'deki Uygulamaları", *TMMOB Su Politikaları Kongresi* (2006), s. 366

Azevedo, L. Ve Baltar. A. (2005). "Water Pricing Reforms: Issues and Challenges of Implementation, World Bank", Country Office, Corporate Financial Center, Lote A, Brasilia-DF Vol. 21, No. 1, 19–29, March 2005

Bakker, Karen (2007). "The "Commons" Versus the "Commodity": Alter-globalization, Anti-privatization and the Human Right to Water in the Global South." *Antipode*39.3: 433

Biswas, Asit K. (1997). "Water Development And The Environment." International Journal Of Water Resources Development 13.2: 141-168.

Binatlı C., Varcan N. ve Çakır, T. (1994) "Mahalli İdareler Ekonomisi"Anadolu Üniversitesi, Açık Öğretim Fakültesi, Kamu Yönetimi 212, Yayın No:807, Eskişehir,s:22

Çalcalı Ö. (2014). "Su Sektörünün Kamusallık Niteliğinin Dönüşümü: Türkiye'deki Şebeke Suyu Endüstrisi İçin Bir Değerlendirme", Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi / Journal of Academic Researches and Studies Yıl 6 - Sayı 10 Mayıs 2014 / Volume 6 -

Çelen M. ve Bali B. (2005) "Alt yapı yatırımlarınaÖzel Sektör Katılımının Fiyatlama Politikası Üzerine Etkisi", Marmara Üniversitesi, İİBF Dergisi,c.20, sayı:217, İstanbul

Castro, José Esteban (2008). "Neoliberal water and sanitation policies as a failed development strategy lessons from developing countries." *Progress in Development Studies* 8.1 (2008): 63-83.

Çakal R. (1996), "Doğal Tekellerde Özelleştirme ve Regülasyon", DPT Uzmanlık Tezi, DPT Yayın No:2455, Ankara

Çiçek E. (2009). "Kar Mı İnsan Hakkı Mı "Bir İnsan Hakkı Olarak Su Hakkının Dava Edilebilirliği", TBB Dergisi, Sayı 80, s:184

Diler, Ö. (2008). "Suyun Fiyatlandırma Politikası Çerçevesinde Sanal Su Yaklaşımı Üzerine Bir Değerlendirme". Yayınlanmış Y. Lisans Tezi, S.D.Ü Diss. Sosyal Bilimler Enstitüsü

Gleick, Peter H. (1993). "Water and Conflict: Fresh Water Resources And İnternational Security." *International Security* (1993): 79-112.

Gökdemir B. (2008). "Küresel Su Krizine Çözüm Arayışları: Şebeke Suyu Hizmetlerine Özel Sektör Katılımı, Dünya Örnekleri Işığında Türkiye İçin Öneriler",TUSİAD, Yayın No: T/2008-09/470, İstanbul

Görer, N. (2001). "İçme Suyu ve Kanalizasyon Sektöründe İzlenen Politikalar Üzerine Bir Değerlendirme" Çağdaş Yerel Yönetimler, Cilt 10, Sayı 2, Nisan 2001, s:26

Güzelsarı, S. ve Tuluay F. N. (2011) "Küresel Su Yönetimi ve Suyun Ticarileştirilmesi." *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*

Irujo, Antonio Embid 2007). "The right to water." *Water Resources Development* 23.2: 267-283.

Kartal, Filiz (2006). "Suyun metalaşması, suya erişim hakkı ve sosyal adalet." *Su Politikaları Kongresi* 2: 478-485.

Solanes, M., ve Gonzalez-Villarreal, F. (1999). The Dublin Principles For Water As Reflected İn A Comparative Assessment Of İnstitutional And Legal Arrangements For İntegrated Water Resources Management (p. 17). Global Water Partnership Technical Advisory Committee.

Tepe B. ve Ardıyok Ş. (2004). "Devlete Yeni Rol: Regülasyon", Amme İdaresi Dergisi, Cilt 37, Sayı 1, Mart s:115

Transparancy Statement (2006), "Water and Wastewater Prices in Metropolitan and Regional, South Australia" s:7

Van der Zaag, Pieter, and Hubert HG Savenije (2000). "Towards improved management of shared river basins: lessons from the Maseru Conference." *Water Policy* 2.1: 47-63.

Zaag P.V.D.,(2002). Water As An Economic Good And Demand Managementparadigms With Pitfalls Hubert Savenije And, Ihe Delft, The Nether, International Water Resources Association Water International, Volume 27, Number 1, Pages 98–104, March 2002

Sosyal Tabakalaşmayı Önlemesi Açısından Zekât Müessesesi

Murat Aydın[99]
Full Text

Özet

İnsanlar, ihtiyaçlarını karşılayabilmek için toplum halinde yaşamaktadırlar. Adalet, birlikte yaşayan insanların toplumdan beklediği önemli bir olgudur. Ancak insanlık tarihine bakıldığında huzursuzluğa sebep olan birçok olay yaşanmış ve halen yaşanmaktadır. İnsanların yalnızca kendi çıkarlarını düşünmesi ve sosyal tabakalaşmanın oluşması bu durumun sebeplerindendir. Bu çalışma İslam'ın 5 şartından birisi olan zekât müessesesinin sosyal etkilerini konu edinmektedir. Çalışmada belge tarama metodu kullanılmıştır. Bu kapsamda sınıf teorileri mercek altına alınmış, sosyal tabakalaşma konusu irdelenmiştir. Ayrıca insanlık tarihinin önemli devrimleri de incelenmiş ve İslam'da zekât mükellefiyetinin köleliğe etkisi tartışılmıştır. Sonuç olarak dünyada yaşanan devrimlerin sebeplerinden birisinin toplumda oluşan tabakalaşma olduğu, alt tabakanın üst tabakaya kin ve nefretle baktığı görülmüştür. Zekâtın uygulandığı toplumlarda ise buna benzer bir tabakalaşma olsa da devrimleri netice vermediği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: sosyal tabakalaşma, sınıf teorisi, zekâtın sosyal yönü
Jel Kodları: B30, B51, D33

Zakat Institution In Terms Of Social Stratification Prevention

Abstract

People live in society to meet their needs. Justice is an important fact that people living together expect from society. However, when we look at history of humanity, many incidents that caused uneasiness have been experienced and are still happening. It is for this reason that people only think of their own interests and social stratification occurs. This study deals with the social influences of zakat which is one of the five terms of Islam. The document scanning method has been used in the study. In this context, class theories and social stratifications have been examined. In addition, important revolutions of mankind have been examined, Influence of zakat on the slavery has been discussed. As a result, it has been seen that one of the causes of revolutions in the world is the stratification. Lower layer looks with hatred towards the upper layer. In the society where the zakat is applied, it is determined that a stratification similar to this does not yield the revolutions.

Key Words: social stratification, class theory, social aspect of zakat
Jel Codes: B30, B51, D33

[99] Öğr.Gör. Dr. / Uşak Üniversitesi / UBYO / Muhasebe Bilgi Sistemleri Bölümü / murat.aydin@usak.edu.tr

1. Giriş

Bu çalışmada zekât sosyal yönü ile de irdelenmiştir. Zekâtın, toplumsal sorunların çözülmesinde etkin bir araç olarak kullanılabileceği düşünülmektedir. Zira dünyanın hemen her toplumunda tabakalaşma ve sınıflaşmalara rastlanmaktadır. Siyasal, sosyal ve ekonomik ayrıcalıklar insanları her zaman rahatsız etmiştir. Bu sınıflaşmalar özellikle gelirin bölüşümünde etkinliğini göstermiştir. Nihayette insanlık, tarih boyunca "alt sınıf - üst sınıf", "zengin-fakir", "burjuva-işçi" "asil- köylü" "toprak sahipleri- köle" çekişmelerine şahit olmuştur.

Toplumsal uzlaşmazlıkların pek çok sebepleri vardır. O sebeplerden birisi de gelir dağılımındaki adaletsizliktir. Gelir dağılımı ekonomik bir kavram olmanın yanında; nüfus oranı, eğitim, kültür, sosyal yapı ve insanların adalet kavramına olan yaklaşımlarından da etkilenmektedir (Karaman ve Özçalık, 2007:25-42). Sosyal dışlanmanın sebeplerinden biri olarak gösterilen gelir dağılımındaki adaletsizlik, devletlerin çözmesi gereken önemli problemlerdendir. (Çakır, 2002:83). Bu açıdan gelir dağılımı konusunun, Sosyolojinin de ilgi sahasına girdiği söylenebilir.

İslam dinine göre sosyal adalet, eşitlik ve adalet ilkelerine dayanır. Sosyal adaletin en önemli parçalarından birisi de gelirin adil dağılımıdır (Dhar, 2013:7). Gelirin yeniden dağılımı devletin ekonomiye müdahalesini önemli sebeplerinden birisidir. (Savaşan, 2013). Bu durum devletin ekonomiye müdahalesini meşru hale getirmiştir. İkincil gelir dağılımı ile devlet, vergi ve kamu harcamalarını kullanarak adaleti temine çalışmaktadır. Zekâtın ise etkin kullanıldığında, toplumsal uzlaşı ve gelirin adil dağıtılmasında önemli bir araç olabileceği düşünülmektedir. Çünkü zekât; yoksulluğu azaltacağı gibi, zenginler ve fakirler arasındaki hissi ve ekonomik uçurumu bertaraf edebilecek dini bir yükümlülüktür (Certel, 1998:156). Zira bir Taberani hadisinde, "Zekât İslam'ın köprüsüdür" denmektedir. Zengin ve yoksul tabir edilen iki tabakadan, fakirden zengine hürmet, zenginden fakire ise merhamet gitmelidir (Nursi, 1996: 222).

Kapitalist iktisat literatüründe insan, genellikle homo economicus olarak tahlil edilmiştir (Eren, 2013: 367). Yani insan öncellikle kendi faydasını maksimize etmeye çalışır, bencildir. Ancak aynı insanın karakterinde işletilmeyi bekleyen, merhamet, cömertlik ve yardımseverlik gibi özellikler de vardır. Zekât birçok özelliği ile, hem kişisel anlamda, hem de toplumsal anlamda önemli iyileşmelere aracı olabilecek kritik bir müessesedir. Zekât din kökenli, ekonomik ve sosyal yönü olan bir yükümlülük, vicdanı ve kulluk bilincini tahrik eden, veren kişiyi manevi anlamda rahatlatan bir uygulamadır.

Eşitsizlik olgusu ister ekonomik temelli ister sosyal temelli olsun insanlığın en önemli problemlerinden olmuştur. Bu nedenle toplumların sosyo-politik yapılarını anlayabilmek adına sosyologlar ve siyaset bilimciler, eşitsizlikten beslenen "iktidar yapıları" ve "güç ilişkilerini" incelemişlerdir (Aslan, 2004: 126-143). Bilim adamları uzun yılların birikiminden sonra, toplumların iktidar yapıları ve güç ilişkilerini açıklamaya yönelik iki ana teori ortaya koymuşlardır. Bunlardan birisi, "sınıf teorisi" diğeri "elit teorisi"dir. Sınıf teorisi tam olarak ekonomik eşitsizliklerden doğmuştur denilebilir. Yine eşitsizliğin bir başka ürünü olan "sosyal tabakalaşmalar" konusu çalışmanın bu kısmında ana hatları ile ele alınmıştır.

1. Sınıf Teorileri

Sınıf teorisinde sınıf farklılaşması, ekonomik eşitsizliklere bağlanmakta ve "sahiplik" ve "kontrol" kavramları işlenmektedir. Sınıf teorisinin Marksist ve Weberci Sınıf Teorisi olmak üzereiki alt açılımı bulunmaktadır (Aslan, 2004: 126-143). Bu iki ana teori içerisinde de birçok versiyon bulunmaktadır. Tüm bu teorilerin amacı, temel toplumsal dinamik olarak varsayılan toplumsal sınıfları ve sınıf olgusunu açıklamaktır. Araştırmalarını eşitsizlik üzerine bina eden sosyal sınıf teorisyenleri de ekonomik eşitsizlik baz alındığında üç gruba ayrılırlar (Evans, 1993).

1.1. Marksist Sınıf Teorisi

Marksist teoriye göre sınıf kavramı iki şekilde ele alınmaktadır(Hindess, 1987: 21). İlk bakış açısına göre sınıf; ortak konumlara sahip bireylerin oluşturdukları statü olarak ifade edilmiştir. Diğer bakış açısı ise sınıfı, kültürel ve siyasi anlamda özelliklere sahip toplumsal aktör olarak tanımlamaktadır. Karl Marks ekonomiyi çok geniş bir platformda değerlendirmiş, diğer üst kurumların da mimarı olarak görmüştür. Ancak Poulantzas (1973), bu ilişkileri salt ekonomi açısından değerlendirmez. Ona göre ekonominin yanında, politik ve hukuki yapılar da etkin bir role sahip olabilirler. Marks'a göre üretim odaklı bir toplum dikkate alındığında, bütün toplumlar en az iki sosyal sınıfa ayrılırlar (Aslan, 2004: 126-143). "Yöneticiler" birinci sınıfı oluştururlar ki, onlar üretim araçlarına sahip olup kontrol altında tutarlar. Üretim araçlarını elinde bulunduramayan sınıfa da "sömürülen sınıf" denmektedir.

1.2. Weberci Sınıf Teorisi

Weber sosyal tabakalaşmanın 3 öğesine de atıfta bulunur (Etzioni, 1997: 14). Bunlar; sınıf, statü ve partidir. Ayrıca Weber sınıfı, ortak pazar konumuna sahip kişilerin bir araya getirdiği sosyal gruplar olarak tanımlar (Giddens, 1973: 4). Bu teoriye göre bireyin sınıf konumu, pazar konumuna göre belirlenir. Marks sınıfı üretim ilişkileri ile izah ederken, Weber ise ticari ilişkiler ile açıklamıştır. Ancak iki düşünürün birleştiği nokta ise; kapitalist yaklaşımın, işçiler ve sermaye sahipleri diye iki sınıfa sebep olduğudur. Weber'e göre üç temel sosyal sınıf vardır (Aslan, 2004: 126-143).

* Mülk Sahipleri
* Bilgi ve Beceri Sahipleri
* İşgücü (Emek)Sahipleri

Weber sosyal çatışmanın önemli olduğu durumların varlığını kabul eder. Ancak tarihin her önemli olayında sosyal çatışmayı önemsemeyi doğru bulmaz. Zira bunu Marks'ın "Tarih, sınıf çatışmalarının tarihidir" görüşüne katılmadığını belirtmektedir (Aslan, 2004: 126-143).

2. Sosyal Tabakalaşma

Geçmişte ve günümüzde; gelir, toprak mülkiyeti, eğitim ve kişisel ayrıcalık gibi olguların nüfus içerisinde eşit dağılmadığı gözlemlenmektedir. Nüfusun daha az olan kısmı bu varlıkların çoğunu almıştır. Ortada ciddi bir eşitsizlik bulunmaktadır. Sosyal

tabakalaşmalar ise bu eşitsizlik halinin bir ifadesidir (Erdendoğdu, 2014). Başka bir ifade ile toplumsal tabakalaşma eşitsiz dağılımın sistematik yapısını tarif eden sosyal bir olgudur (Kalaycıoğlu, Çelik, Çelen, ve Türkyılmaz, 2010:184). Sosyal sınıflar, sosyal tabakalar, sosyal statüler gibi kavramlarla ifade edilen bu toplumsal farklılaşmalar insanlık tarihinde her zaman olmuştur. Özellikle sanayi devrimi öncesi ve sonrası olmak üzere bu sınıflar Sosyoloji bilimi tarafından analiz edilmiştir. Literatürde incelendiğinde 4 tür sosyal tabakaya rastlanılmaktadır (Ünal, 2011:3). Bunlar; kölelik, kast, zümre ve toplumsal sınıftır.

2.1. Kölelik

Modern sosyoloji kuramı gelişene kadar, Aristo'nun "insanlar ya köle ya da özgür olarak doğar" anlayışı kabul edilmiştir (Kalaycıoğlu, Çelik, Çelen,ve Türkyılmaz, 2010:184). Yine Aristo, köleyi ruhlu bir alet, canlı bir meta olarak tarif etmiştir. Kölelik; bir insanın başka birisinin malı ve mülkü olması ve yine bir insanın bir diğerine belirlenmiş bazı sebeplerle hizmet etmesidir (Ekinci, & Menşei, 1995:20-25). Efendinin köle üzerindeki otoritesi, bir insanın başka bir insan üzerindeki otoritesinden her zaman farklıdır. Zira efendinin, kölesi üzerindeki yetkisi çok geniştir. Hatta bazı kaynaklarda efendi kölesini isterse azad edebilir isterse öldürebilirdi (Bozkurt, 1981: 65-103).

Kölelik çok eski zamanlara kadar uzanmaktadır. Eski Yunan'da, İbranilerde, Eski Roma'da ve Arap toplumunda kölelik çok yaygın bir uygulama olduğu bilinmektedir. Göçebe hayatı yaşadıkları için Uygurlar dışında, Türk toplumunda köle uygulaması yoktur (Ekinci, & Menşei, 1995:20-25. Hatta günümüzde de kölelik uygulamasının devam ettiğini söylemek mümkündür. Son araştırmalar, insanların istekleri dışında zorla alıkonulup zorla işlerde çalıştırıldıklarını belgelemiştir (Giddens, 1987).

2.2. Kast

Kast sistemi toplumların tabakalaşmasına çok önemli bir örnek teşkil etmektedir. Bu sistemin en önemli özelliği, Hindistan'da görülmüş olmasıdır (Açıkgöz, 2000:293). Her ne kadar benzer sitemler başka coğrafyalarda da görülse de kast sistemi Hindistan merkezli bir sistemdir. İnsanlar hangi sosyal sınıfta doğmuşlarsa, o sınıfın içinde ölürler. Kast sisteminde sınıflar arası geçiş yoktur. Kişiler hangi sınıfta doğmuşlarsa o sınıfta ölürler (Öksüz,1980:81-92). Kastların eğitim durumu, gelirleri, meslekleri ve yaşam tarzları birbirinden tamamen faklıdır. Tarihteki sosyal sınıfların en katısından daha da katıdır. Bazı sosyologlar kast sistemi ile sosyal sınıfı aynı statüde değerlendirmeyi yanlış bulurlar (Bilgiseven, 1976:155). Bu sistem diğer üç sistem gibi hiyerarşik yapıya sahiptir. Kast terimi, Portekiz ve İspanyolca'da "casta" ırk, soy anlamına gelmektedir. Latince'de ise "castus" kelimesi ile saf soy anlamını taşımaktadır.[100] Kast sisteminde 5 sınıf bulunmaktadır. Bunlar; Brahmanlar, Kshatriyalar, Vaisyalar, Sudralar ve Dalitlerdir (Erdendoğdu, F. 2014).

2.3. Feodal Zümre

"Stand" kelimesi ile literatüre dâhil olan zümre, Alman sosyologların geliştirdiği bir kavramdır. Türkçe'de tam bir karşılığı bulunmamakla beraber, zümre kelimesi en

[100]https://tr.wikipedia.org/wiki/Kast_sistemi

yakın anlamdaşıdır. Bazı kaynaklar bu kelimeyi "mülk sahipleri" olarak çevirmişlerdir (Erdendoğdu, 2014). Sosyal tabakalaşmanın bir çeşidi olan zümre sisteminin en belirgin örneği, Orta Çağda tarım ekonomisinin hâkim olduğu Batı Avrupa'sındaki feodal düzendir (Ülgen, 2010:4). Zira literatür incelendiğinde zümre sistemi ile feodalitenin özdeşleştiği görülmektedir. Bunun için çalışmanın bu kısmında feodal düzenden bahsedilmiştir. Feodalite askeri ve siyasi bir örgütlenme olarak ortaya çıkmış bir sistemdir. Avrupa'nın askeri savunması soylu asilzadeler tarafından, askeri birliği de kiliseler eliyle yapılmıştır. Üretim ilişkilerinde de köylüler asilzadelere bağımlı hale gelmiştir.[101]

Feodalizm; Avrupa coğrafyasında köleliğin yerini almış, sonunda kapitalizm tarafından ortadan kaldırılmış toplumsal ekonomik sistemdir (Öksüz, 1980:126). Feodal düzenin en önemli parçasının kilise olduğu düşünüldüğünde, Ortaçağ Avrupa'sının dinsel değerlere göre şekillendiği görülmektedir (Çetin, 2002:82). Sosyoloji yazınında, Feodal zümrenin 4 temel sınıfı olduğu ifade edilmiştir. Bunlar ise; soylular, rahipler, hür şehirli ile köylüler ve serflerdir (Özçelik, 1951).

2.4. Toplumsal Sınıf

Toplumsal tabakalaşmada bir başka ayırım da "sınıf" veya " toplumsal sınıf" şeklinde ifade edilen kavramlardır. Toplumsal sınıf bundan önce anlatılan sınıflara göre daha esnek bir yapıya sahiptir. Literatürde sınıf, açık ve kapalı oluşlarına göre üç gruba ayrılmıştır. Bunlar; kapalı, yarı açık ve açık sınıflardır. Toplumsal sınıflar açık olanlarına örnektir. Kast sistemi ise kapalı sınıflara spesifik bir örnektir. Kapalı sınıflarda mobilite söz konusu değildir. Ancak açık sınıflarda ise tam tersi olarak, sınıflar arası değişmeler yaşanabilmektedir. Toplumsal sınıfı oluşturan üst, orta ve alt olmak üzere üç temel sınıf bulunmaktadır (Ünal, 2011). Üst sınıfı mülk sahipleri teşkil etmektedir. Bunlar genel nüfusun çok azını temsil eden zenginlerdir. Esasen heterojen bir yapıya sahiptir. Yani bu sınıfta eğitim seviyeleri belirleyici bir etkendir. Bu sınıf; öğretmen, doktor, yönetici vb. gibi profesyonellerin tarafından oluşturulmuştur. Alt sınıf ise tamamen ücret karşılığı çalışan işçiler tarafından oluşmaktadır. Toplumsal sınıfı diğer sistemlerden ayıran en temel özellik, yasal ve dini bir buyrukla kurulmamış olmaması ve doğuştan kazanılmış olmamasıdır (Erdendoğdu, 2014:7). Bu sınıf sistemi diğer sistemlerden daha akışkandır. Sınıflar arasında aleni bir sınır bulunmamaktadır. Ekonomik kaynakların paylaşılması bu sistem bireylerini yakından etkiler. Örneğin gelir farklılıkları ve çalışma koşulları sınıflar arasındaki mesafeyi etkilemektedir (Erdendoğdu, 2014:7).

3. Yöntem ve Amaç

Çalışma sosyal tabakalaşmaları konu edinmektedir. Çalışmanın amacı, zekât müessesesinin toplumda yaşanan sınıflaşmalara nasıl etki edebileceğinin tespitidir. Bu çalışmada belge tarama metodu kullanılmıştır. Öncelikle sosyoloji literatürü taranmış ardından zekât uygulamasının sosyal tabakalaşmaya ne tür katkılar sunacağı irdelenmiştir.

[101]http://www.felsefe.gen.tr/sosyoloji/zumre_sistemi_nedir_ne_demektir.asp

4. Bulgular

Literatür incelendiğinde iki durum gözlemlenmiştir. Birincisi; sosyal tabakalaşmaların, toplumda ciddi huzursuzluklara neden olduğudur. Bu huzursuzlukların en ciddi yansımaları da devrim olarak kendini göstermiştir. Devrimler incelendiğinde genel olarak başlatanların yoksul köylü, ezilmiş işçi veya köleler tarafından başlatıldığı fark edilmiştir. Esasen sosyal tabakalaşma isyan, ayaklanma veya devrim ile yıkılmıştır. Yoksul tabaka devrim yapmaya kendini mecbur bilmiştir. Bu devrim girişimlerinden bazıları başarıya ulaşırken bazıları da bastırılmıştır. Fakat girişimlerin tamamı kanlı sonuçlanmıştır.

İkinci durum ise; İslam toplumlarında sınıflaşmadan veya gelirin adil paylaşılmamasından kaynaklanan isyan ve devrimlerin olmayışıdır. Zira "İran İslam Devrimi" ve son dönemlerde de "Arap Baharı" olaylarından başka İslam tarihinde rastlanmamasıdır. İran İslam Devrimi ise anayasal monarşiden, Şii mezhebini esas alan şeriat yönetimine bir geçiştir. Yakın tarihte herkesin şahit olduğu Arap Baharı ise, siyasi içerikli ve yönetimsel sorunlardan kaynaklanmaktadır. İslam dini sosyal tabakalaşmaya uygun bakmaması, köleliği kaldırmak için hükümler getirmesi ve sosyal yardımlaşma müessesesini özellikle zekât kurumunu işlettirmesi kişiler arasındaki mesafeyi açmamıştır. Ancak zengin ve fakir tarih seyrinde her dönem olmuş ve halen bulunmaktadır.

4.1. Zengin ve Fakir Kavramlarının Sosyolojik Analizi

Zengin ve fakirler bazı istisnalar dışında her toplumda bulunan iki önemli aktördür. Esasen zenginlik ve fakirlik, toplumun maddi ve mali kaynaklarının dengesiz dağılımından dolayı ortaya çıkmaktadır. Gerek sosyal teorisyenlerin tahlillerinde gerekse sosyal tabakaların analizlerinde bu iki kavram farklı isimlerle konu edilmiştir.

Tablo 1. Sosyal Teorisyen ve Sosyal Tabakaların Zengin-Fakir Analizleri

Toplumsal Tabakalar	*Zengin-Fakir Karşılıkları*
1. Karl Marks	Yöneten - Sömürülen
2. Marks Weber	İşçi Sınıfı - Sermaye Sahipleri
3. Kölelik Sistemi	Efendi - Köle
4. Kast Sistemi	Brahman - Sudra / Dalitler
5. Feodalizm	Soylular - Serfler (Esirler)
6. Sosyal Zümre	Üst Sınıf - Alt Sınıf
7. İslamiyet (Osmanlı)	Yöneten - Yönetilen (Reaya)

Tablo 1'de zengin ve fakirin toplumsal tabakalardaki karşılıkları yer almaktadır. Sosyal tabakalaşma konusu irdelendiğinde ise 4 tabaka dikkati çekmektedir. Mesela kölelik müessesesinde iki temel aktör bulunmaktadır. Aristo bu aktörleri " İnsan ya köle doğar ya da özgür" cümlesi ile ifade etmiştir. Kölelik sisteminde köle işçi sınıfını, efendi ise sermaye sahiplerini temsil etmektedir. Kast sisteminde ise, Brahmanlar en soylu ve toprak sahibi sınıf iken Sudralar işçi sınıfını ifade etmektedir. Kast sisteminde Dalitlerin yeri bile yoktur. Şehrin dışında yaşamalarına müsaade edilmiştir. Feodal sistemde dikkat çeken iki sınıf ise soylular ve serflerdir. Soylular sermayenin başında bulunmakta, serflerin mülkiyet hakkı bulunmamakta ve işçi sınıfını temsil etmektedirler. Sosyal zümrede üst ve alt sınıf bulunmaktadır. Alt sınıf çalışan halktır. İslamiyet'i temsil eden devletlerden birisi olan -her ne kadar diğer sistemlerden daha adil olsa da- Osmanlı Devletinde bile yöneten ve reaya sınıfları bulunmaktadır.

Sınıf teorisyenleri ve sosyal tabakalaşma çeşitleri incelendiğinde zengin ve fakir kavramlarına karşılık gelen iki sınıf kolaylıkla görülmektedir. Tarih boyunca toplumda bu iki sınıf, farklı isimlerle de olsa hep olmuştur. Günümüzde de emek sahipleri olan işçiler ve sermaye sahipleri olan zenginler tüm dünyada varlıklarını sürdürmektedirler. Toplumda, sadece tek bir sınıfın olmasını beklemek ve istemek gerçeğe uygun düşmemektedir. Ancak iki sınıf arasındaki köprülerin kurulması mümkündür. Ve bunun temin edilmesi gerekmektedir. Aksi halde işgücü sahipleri ile sermaye sahipleri arasında huzursuzlukların son bulması mümkün görünmemektedir. İnsanlık tarihinde meydana gelen devrimler bu huzursuzlukların bir anlamda dışa vurumudur.

4.2. İslam Devletlerinde Toplumsal Yapı

İslam dininde toplumsal tabakalaşma, diğer din ve toplumlarda olduğu kadar sert ve net çizgilerle çizilmemiştir. Zira en temel sınıflandırma, Müslim ve gayrı Müslim ayrımlarıdır. Ali İmran suresi 139. ayette inanların üstün olduğu vurgulanmıştır. Esasen ayette ifade edilen üstünlük sınıfsal anlamda bir üstünlükten çok, Allah (cc) katında bir üstünlüğü ifade etmektedir. Bu manayı kuvvetlendiren bir hadisi şerif veda hutbesinde söylenmiştir. Üstünlüğün ancak takvada olduğu ifade edilmiştir. Ancak İslamiyet'te çokça eleştirilen bir konu olan köleliktir. Çünkü kölelik İslamiyet ile var olan bir kavram olarak düşünülmektedir. Hâlbuki köleliğin çok eski çağlara dayandığı ve birçok toplum tarafından benimsendiği çok açık bir gerçektir. Çalışmanın önceki kısımlarında da ifade edilmiştir ki; köleliği İslamiyet ihdas etmemiş, sonrasında teşvik etmemiş ve tamamen bitmesinin önünü açacak uygulamalara yer vermiştir.
İslam'ın büyük devletlerinden Osmanlı'da ise Müslim ve gayrı Müslim ayrımına riayet edildiği ancak kölelik uygulamasının fiilen uygulanmadığı görülmektedir. Gayrı Müslimlerin ise "cizye" vergisi ödemekten başka bir ayrıma tutulmadığı bilinmektedir. Bundan başka Osmanlı'da halk, yönetenler ve reaya denilen iki ana sosyal gruba ayrılmışlardır (Shaw, 1999). Ancak bu sınıflaşma, Batıdakilerden çok farklı olmanın yanında, gayri Müslimleri de kapsamaktadır. Yani Müslüman olmayan halk ta yönetici veya reaya olabilmektedir.

Tablo 8. Osmanlı'da Toplum Yapısı

Yönetenler	***Reaya (Yönetilenler)***
İcrai Askeriler	Kentliler (Tüccar- Esnaf)
Ulema	Köylüler
	Göçebeler

Kaynak: (Akşin, 1977)

Yönetenler ayrıca üçlü bir ayrıma daha tabi tutulmaktadırlar. Bunlar; ilmiye, kalemiye ve seyfiye sınıflarıdır. İlmiye kısmında medresede tahsil görmüş müderris, hoca ve muallim gibi din eğitiminde görev alan kişiler bulunmaktadır. Kalemiye sınıfında, maliye ve yazı işlerinden sorumlu bürokratlar bulunmaktadır. Seyfiyede ise, askeri personel bulunmaktadır. Yönetilenlerin en önemli özelliği vergi vermekle yükümlü geniş halk kitlesi olma özelliğidir. Kısacası Osmanlı Devletindeki sosyal yapı, diğer sınıf sistemlerinden çok farklıdır. Çünkü diğer sınıflaşmalarda statülerde akışkanlık ya hiç yok veya çok zordur. Bu sistemde ise, sınıf özellikleri doğuştan kazanılmış değildir. Sonradan kazanılıp akışkan bir yapıya sahiptir.

İslam Dininde Kölelik Hukuku

Her toplum ve zamanda olduğu gibi, dinler tarihinde de köleliğe rastlanmaktadır. Diğer dinlerdeki kölelik yelpazesi çok geniş ve şartları da çok ağırdır. Mesela Yahudilikte, borçlanan kimsenin bile alacaklısının kölesi olma durumu söz konusudur (Ekinci ve Menşei, 1995:20-25). Asırlarca dünya toplumlarında yerleşmiş bir uygulama olan köleliği İslam dini gelir gelmez kaldırıp yasaklamamıştır. Köle olma şartlarını zorlaştırmış, kölelerin ağır koşullarda çalışmalarını engellemiş ve efendilerinin kölelerine karşı daha ılımlı davranmasını sağlamıştır (Aktan, 2001:64). Ayrıca birçok Hadiste köle azad etmenin faziletlerinden bahsedilmiş ve belirli bir bedel karşılığında azad edilebilmesinin önünü açmıştır. Bu açılardan bakıldığında İslam dini köleliği tedrici olarak kaldırmayı hedeflemiştir.

Kuran'da mevcut köle sayısını arttıracak bir ayete rastlanmamaktadır. İslam'ın nüzulünden sonra köleleştirme durumu sadece savaş esirleri ile sınırlı tutulmuştur. Kaldı ki esirlerin köleleştirilmesi birçok alternatiften sadece birisidir (Aktan, 2001:64). Kısaca İslam'ın köleliğe bakışı bir kaç maddede özetlenebilir (Armağan, 1978:338). *Birincisi;* kölelik uygulaması İslam tarafından getirilmemiştir. Daha önce bu müessese mevcut idi. İslamiyet tüm milletlerin kabul ettiği bu durumu hemen kaldırması uygun olmazdı. Zira düşmanlar bunu Müslümanların aleyhine kullanıyorlardı. Böyle bir ortamda köleliğin kaldırılması maslahatsız olacaktı.

İkincisi, İslam dini köleliği açık ve net bir şekilde kabul etmemiştir. Zira İslam'ın bu müesseseye bağlı kalmasını gerektiren bir ayete rastlanmamaktadır. Aksine kölelerin azledilmesini teşvik eden birçok ayet ve hadis bulunmaktadır. *Üçüncüsü*; İslamiyet köleliği tamamen kaldırmağa ve zararlarını bertaraf etmeğe götüren gerekli önlemleri almış, yolları inşa etmiştir. Mükatebe akdi gibi bazı uygulamalarla kölelerin azad edilmesinin önünü açmıştır (Armağan, 1978:338).

Zekât ve Köle Azadı İlişkisi

Zekât ile köle azadı arasında doğrudan bir ilişki bulunmaktadır. Zira Tevbe suresi 60. ayette de belirtildiği üzere, zekâtın sarf yerlerinden birisi de "er- rikab" tabir edilen kölelerdir. Zekât kölelere verilebileceği gibi, kölelerin azad edilmesi için de verilebilmektedir. Rikab kelimesi, azad edilmesi konusunda efendisi ile anlaşma yapmış köleyi ifade etmektedir. Bu anlaşmanın fıkhi anlamı mükatebe akdidir. Esasen zekât, mükatebe yapan köleye de verilebileceği gibi, yapmayana da verilebilir (Duman, 2011:1-54). İslam'ın ilk dönemlerinde beyt-ül malda köle azadı için ayrıca bir kalemin bulunması bu konuya daha da açıklık getirmektedir. Köle azadı başlı başına önemli bir mesele iken, zekât ile bunun tahkim edilmesi çok daha önemlidir (Baran, 2006).

5. Zekâtın Sosyal Hayata Sunduğu Katkılar

Yoksulluk; insanlık tarihi boyunca var olan, siyasi, ekonomik ve sosyal etkilere sahip bir kavramdır (Hassan, 2010: 261-281). Zekât zengin ve fakir arasında kin ve nefret duygusunu en asgari seviyelere indirmiştir. Zekât müessesesi işlerlik kazandığı ölçüde toplumun tüm sınıflarının refahı artacaktır (Lorgani, Nemati, Jahannavard, 2014:10-17). Esasen zekâtın bir takım fonksiyonları toplumsal uzlaşının sağlanması açısından çok önemlidir. Bu fonksiyonlar aşağıda irdelenmiştir.

5.1. Köprü Olma Fonksiyonu

Zekât, ilahi bir buyruk olmanın da ötesinde, zengindeki merhamet duygusunu tahrik ederek, servetinin belli bir kısmını fakirlere aktarmasını temin eder. Zenginin bu hareketi fakir kimseler tarafından memnuniyetle karşılanır ve zengine karşı hürmet duygusu besler. Ebu'd-Derda'nın (RA) rivayetine göre hadiste, bu özelliğinden dolayı zekât için "köprü" tabiri seçilmiş (Taberani, 1983:380), hiç kimsenin onurunu zedelemeden toplumsal uzlaşıyı temin etmesine atıfta bulunulmuştur. Köprü; "*Herhangi bir engelle ayrılmış iki yakayı birbirine bağlayan .... Ahşap, kâgir, beton veya demir yapı"* şeklinde tanımlanmıştır.[102] Bu tanımda; bir engelle ayrılmış iki yakadan bahsedilmiştir. Köprü ise iki yakayı birbirine bağlayan sağlam bir yapıdır. Bu açıdan bakılırsa zekât, her hangi bir engelle ayrılmış zengin ve fakiri birbirine bağlayan beton ve demir gibi sağlam bir yapıdır.

Zekât fertten ferde bir köprü olabileceği gibi toplumsal anlamda da bir köprü vazifesini görmektedir (Özdemir, 2007:20). El-Münziri (ö.656/1258) bu hadisi, "*Kıyamet günü cehennem üzerine bir köprü kurulacak, dünyada iken zekâtını verenler, o köprüden geçerek kurtulacaklar, zekâtını vermeyenler ise o köprüden geçemeyerek cehenneme yuvarlanacaklar*" şeklinde yorumlamıştır. Halife Hz. Ebu Bekir zamanında mürtetlerin bir kısmı, namaz kılacaklarını ancak zekât vermek istemediklerini belirtmişlerdir. Bunun üzerine Hz. Ebu Bekir de onlara, namaz ile zekât arasını birbirinden ayıranlarla savaşacağını söylemiştir. Bu kararlı duruş karşısında mürtetler zekât vermeyi kabul ederek İslam ile tekrar köprü kurma imkânı bulmuşlardır. Böylece onlar için de zekât, tam bir İslam köprüsü olmuştur (Çakan, 1994:5).

Yardımlaşmanın öneminin vurgulandığı bir çalışmada (Nursi, 1996:50), "*Müslümanların birbirine yardımları, ancak zekât köprüsü üzerinden geçmekle yapılır. Zira yardım vasıtası zekâttır. İnsanların heyet-i içtimaiyesinde intizam ve asayişi temin eden köprü, zekâttır. Âlem-i beşerde hayat-ı içtimaiyenin hayatı, muavenetten doğar. İnsanların terakkiyatına engel olan isyanlardan, ihtilallerden, ihtilaflardan meydana gelen felaketlerin tiryakı, ilacı, muavenettir."* ifadeleri ile toplum hayatında meydana gelen ayrışmaların temel sebebi zekât verilmemesine bağlanmıştır. Buna göre; Müslümanların kendi içerisindeki yardımlaşmalarının en iyi şekli zekâttır. Yardımlaşmanın olmadığı bir toplumda ayrışmaların olması doğal bir neticedir. Bu sorunların ilacı ve çözümü "muavenet" yani yardımlaşmaktır. Yardımlaşmanın da en iyisi zekât köprüsünden geçilmekle yapılır. Asayiş ve düzenin sağlanması da buna bağlıdır.

5.2. Asayişi Sağlama Fonksiyonu

Adam Smith, ahlak teorisinde din olgusunu, rasyonel düşüncenin bir bileşeni olarak kabul etmiştir (Gökbunar, Selim ve Yanıkkaya, 2007: 69-94). Din, sosyal değerleri kuvvetlendiren ve yasa dışılığı engelleyen bir sistemdir. Dindarlığın ya da dini etkenlerin, suç işleme eğilimini azalttığı ve ahlaki bilinci arttırdığı, yapılan çalışmalarla ortaya konmuştur. ABD, Almanya, İngiltere ve Kanada gibi ülkelerin dindar eyaletlerinde, dindar olmayanlara göre daha az suç işlendiği tespit edilmiştir (Torgler, 2005: 525-531).

---

102 http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.57827deca2f157.30793337

Bu anlamda zekât; din kökenli, vicdanı tahrik eden ve veren kişiyi manevi anlamda rahatlatan bir uygulamadır.

Asayişi sağlama konusunu, hırsızlık, cinayet, kumar, gibi toplumsal huzuru tehdit eden suçlarla beraber düşünmek gerekir. Zira bu suçların sebepleri incelendiğinde temelinde yoksulluk ve sefilliğin yattığı görülmektedir. Ankara'da yapılan bir çalışmada (Nirun, 1968:121-188) hırsızlık yapanların önemli bir kısmının yoksulluk içerisinde oldukları tespit edilmiştir. İslam öncesi özellikle Arap toplumlarında hırsızlık, cinayet, kumar vb. gibi suçların çokça işlendiği ancak İslamiyet'le birlikte ciddi oranda azalma görüldüğü belirtilmektedir (Kunduracı, 2012:191-226). Toplumda belirli bir gelir seviyesine ulaşmış insanların suça meyilleri oldukça düşüktür. Bu anlamda yoksullara zekât verilmesi onları "orta direk" denilen tabakaya yakınlaştıracağından bahsi geçen suç oranlarında önemli bir azalmanın olacağı düşünülmektedir.

5.3. Cömertliğin Önünü Açma Fonksiyonu

Ayrıca zekât, mal biriktirme sevgisini ve mülkiyet güdüsünü netice veren cimriliğin önünü kesip, cömertliği o toplumda sabit kılabilir (Certel, 1998: 160). İktisat literatüründe insan, genellikle homo economicus olarak tahlil edilmiştir (Eren, 2013: 367). Yani insan öncellikle kendi faydasını maksimize etmeye çalışır, bencildir. Ancak insanın yapısında işletilmeyi bekleyen, merhamet, cömertlik, yardımseverlik gibi duygu ve hisler de vardır. Zekât gibi ilahi bir emir ile insandaki bu özellikle ortaya çıkabilecektir.

5.4. Sosyal Güvenlik Fonksiyonu

İslam dininde "sosyal güvenlik kurumu" isminde bir müessese yoktur. Ancak Müslümanların diğer tüm insanların yardımına koşmasını sağlayacak ve toplumda doğal bir şekilde sosyal güvenliği sağlayacak bir takım müesseseler bulunmaktadır. Bu müesseselerin bir kısmı zorunlu, bir kısmı ise toplumun inisiyatifine bırakılmıştır. Zekât ve fitre olmak üzere zorunlu olan iki tane sosyal güvenlik müessesesi vardır (Güner ve Korkut, 2013:289-304). İslam'da sadaka, karz-ı hasen ve vakıf gönüllülük esasına dayanan müesseselerdir. Sosyal güvenlik; insanın hayatını onurlu bir şekilde sürdürebilmesi için en gerekli temel bir haktır (Canbay ve Demir, 2013:303-315). Böyle önemli bir hak, dört duvarı olan bir kurumdan ibaret değildir. Zira zekât; devletin bütçesini bir nizam altına alan, üretim, para ve servetin dağılımını bir sistem içerisinde gerçekleşmesini sağlayan iktisadi bir müessesedir (Güner ve Korkut, 2013:289-304). Günümüzde faaliyet gösteren sosyal güvenlik kurumlarının işleyişleri de bu tanımdan farklı değildir. Bu sebeple zekât sisteminin oturduğu bazı ülkelerde, toplumda önemli bir sosyal güvenlik kurumu olarak görülmektedir.

SONUÇ

İnsanlık tarihi boyunca insanların bütünü ile eşit olduğu bir zamana rastlanamamaktadır. Günümüzde zengin ve fakir diye ifade edilen toplumun iki temel aktörü, önceki asırlarda farklı isimlerde gündeme gelmişlerdir. Örneğin 100 yıl öncesine kadar birçok toplumda köle ve efendi gerçeği bulunmakta idi. Büyük devrimlerin merkezinde yer alan işçi sınıfı ile sermaye sahiplerinin çekişmeleri de birçok ülkeyi uzun yıllar meşgul etmiştir. Tüm bunların temelinde o toplumun sahip olduğu kaynakların,

insanlar arasında adaletli dağıtılmadığı gerçeği yatmaktadır. Bu olgu bu güne kadar süregelmiş ve halen çözüme kavuşmamıştır.

Zekât İslam'ın en önemli şartlarından birisidir. Zekâtın dini boyutlarının yanında sosyal hayata bakan boyutları da bulunmaktadır. Özellikle toplumda iki uç gibi görünen zengin ve fakir arasında kuracağı köprü toplum hayatına sunacağı katkıların başında gelmektedir. Bu çalışma zekâtın, toplumsal tabakalaşmalar neticesinde insanlar arasındaki huzursuzluğu ne ölçüde azaltılabileceğini konu edinmektedir. Sosyoloji literatürü sınıf teorileri ve sosyal tabakalaşmalar konuları çerçevesinde incelenmiştir. Karl Marks ve Marks Weber olmak üzere iki sosyal teorisyenin varlığı dikkat çekmektedir. Ayrıca kölelik, feodal zümre, kast ve toplumsal sınıf olmak üzere toplumda dört tabakanın var olduğu görülmüştür.

İslam devletlerinde toplumsal yapı ele alınmıştır. İslam toplumlarında, diğer tabakalaşmalarda olduğu gibi kesin ve net çizgiler bulunmamaktadır. Her doğan insanın mecbur olduğu bir sınıf kesinlikle bulunmadığı da tespit edilmiştir. Zira kölelik müessesesi İslam dininden daha önce olduğu, İslam'da zekât uygulaması ile kölelerin azad edilmesinin önünün açıldığı da görülmüştür. Çalışmanın son kısmında zekatın sosyal fonksiyonlarında da bahsedilmiştir.

Kaynakça

Makale

Akşin, S. (1977). "*Osmanlı-Türk Toplumundaki Sınıf Yapısı Üzerine Bir Deneme*." Toplum ve Bilim 2, s. 31-46.

Aktan, H. (2001). "*Hz. Peygamber döneminde kölelik olgusu ve insan özgürlüğüne Kur'anî yaklaşım".* Atatürk Ü. İlâhiyât Tetkikleri Dergisi, (16), s. 59-79.

Armağan, S. (1978). "*İslâm Hukukunda Eşitlik*" İstanbul Ü. Hukuk Fakültesi Mecmuası Cilt 44, Sayı 1. 325-341)

Arslan, D. A. (2004). Temel sorunları ve açılımları ile sınıf teorisi, sınıf bilinci ve orta sınıflar. *Kocaeli Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (8), 126-143.

Bozkurt, G. (1981). Eski Hukuk Sistemlerinde Kölelik. *Ankara Ü. Hukuk Fakültesi Dergisi*, *38*(1), 65-103.

Canbay, T., ve Demir, M. (2013). "*Türkiye'de Sosyal Güvenlik Açıkları ve Sosyal Güvenlik Ahlakı*". Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 20(2), 303-315.

Certel, H. (1998) "*İslamî İbadetlerin Psiko-Sosyal İşlevleri*." Ekev Akademik Dergisi 3: 147-156.

Çakan, İ.L. (1994) "*İslam Köprüsü*", Altınoluk Dergisi, Sayı:96 s. 5

Çakır, Ö. (2002). "*Sosyal Dışlanma*". Dokuz Eylül Ü., Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt:4 Sayı:83-104

Çetin, H. (2002). Liberalizmin tarihsel kökenleri. *Cumhuriyet Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, *3*(1), 79-96.

Dhar, P. (2013). "*Zakat As A Measure Of Social Justice İn Islamic Finance: An Accountants Overview*." Pranam Dhar / Journal of Emerging Economies and Islamic Research / Vol.1 No.1(2013), s. 1-11

Duman, M. Z. (2011). "*İslam'ın Köle ve Cariye Sorununa Yaklaşımı*". Erciyes Ü. İlahiyat Fakültesi Dergisi, 29(1), 1-54.

Ekinci, E. B., & Menşei, K. (1995). Tarihimizde Kölelik. *Köleleri Evlat Sayan Medeniyet, Tarih ve Medeniyet, S, 11*, 20-25.

Erdendoğdu, F. (2014). "*Sosyal Tabakalaşma ve Eşitsizlik*". Pamukkale Ü., Sosyoloji Bölümü, Web: https://pamukkale. academia. edu/FezaErdendogdu, son erişim,(15.08.2017)

Eren, İsmail, (2013) *"İslam'ın Ekonomik Yapısında İnsan Modeli: Homo Economicus İle Karşılaştırmalı Bir Değerlendirme*." Süleyman Demirel Ü. İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi 18.1.s. 367-384

Etzioni-H. (1997). "*Classes And Elites İn Democracy And Democratization: A Collection Of Readings*" (Vol. 1083). Taylor & Francis.

Evans, G. (1993). "*Testing the validity of Golthorpe's Class Schema*". European Sociological Review, 8(3): 211-232.

Gökbunar, Ali, Selim S. ve Yanıkkaya H. (2007). "*Türkiye'de Vergi Ahlakını Belirleyen Faktörler Üzerine Bir Araştırma."* Ekonomik Yaklaşım Dergisi, 18.63 , s. 69-94.

Hassan, M. K. (2010). "*An İntegrated Poverty Alleviation Model Combining Zakat, Awqaf And Micro-Finance"*. In Seventh International Conference. The Tawhidi Epistemology (pp. 261-281).

Hindess, B. (1987). "*Politics And Class Analysis*". Blackwell Pub

Kalaycıoğlu, S., Çelik, K., Çelen, Ü., & Türkyılmaz, S. (2010). Temsili Bir Örneklemde Sosyo-Ekonomik Statü (Ses) Ölçüm Aracı Geliştirilmesi: Ankara Kent Merkezi Örneği. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, *13*(1).

Karaman, B., & ÖZÇALIK, M. (2007). Türkiye'de Gelir Dağılımı Eşitsizliğinin Bir Sonucu: Çocuk İşgücü. *Yönetim Ve Ekonomi: Celal Bayar Ü. İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, *14*(1), 25-42.

Kunduracı, N. F. (2012). "*İslam Medeniyetinin Oluşumunda Sosyal Sermaye*". Ondokuz Mayıs Ü. İlahiyat Fakültesi Dergisi, 33(33), 191-226.

Lorgani, M. S., Nemati, M., Jahannavard, F., ve Jirhandeh, A. H. (2014). "*Islamic Ethics in Accounting*". Academic Journal of Research in Economics and Management, 2(2), 10-17.

Nirun, N. (1968). "*Suç Hadisesinin Sosyal Sebepleri Üzerine Bir Araştırma*". Ankara Ü. Dil Ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Felsefe Bölümü Dergisi Cilt: 6 Sayı: 0 Sayfa: 121-188

Poulantzas. N. (1973), *Classes in Contemporary Capitalism*, London: NLB

Shaw S. (1982). "Osmanlı İmparatorluğu Ve Modern Türkiye", C. 1, İstanbul, S. 166; Torgler, B. (2005) "*Tax Morale And Direct Democracy*." European Journal Of Political Economy 21.2 525-531.

Ülgen, P. (2010). Ortaçağ Avrupasında Feodal Sisteme Genel Bir Bakış. *Mukaddime*, *1*(1).

Kitap

Bilgiseven, A. K. (1976). *Genel Sosyoloji*. İstanbul Ü..

Nursi, S. (1996) "*Risale-i Nur Külliyatı:* İşarat-ül İ'caz", s:49

Savaşan F. (2013). " *Piyasa Başarısızlığından Devletin Başarısızlığına: Kamu Ekonomisi"*. Kitap Matbaacılık, İstanbul

Ünal, A. Z. (2011). *Toplumda Tabakalaşma ve Hareketlilik-Olgular, Kavramlar, Kuramlar*. Birleşik Yayınevi.

Tebliğ

Açıkgöz, Ö. (2000). Sosyolojinin Problemli Bir Konusu Olarak," Sosyal Sınıf" Kavramı Üzerine Önemli Sosyologların Düşünceleri ve Yorumlar. *Sosyoloji Konferansları*, (26), 281-308.

Güner, T., Korkut, G.(2013). "T*eorik Temelleri Bakımından Türkiye'de Sosyal Güvenlik Uygulamalarına Ahlaki Ve Sosyo-Ekonomik Yaklaşım*", Iı.Türkiye Lisansüstü Çalışmalar Kongresi 6-8 Mayıs, Bursa Sosyoekonomik Yaklaşım. Bildiriler Kitabı-I, 289.

Öksüz, E. (1980). Feodal Düzen ve Sosyal Değişmeler. *Sosyoloji Konferansları*, (18), 81-92.

TEZ

Baran, Ş. (2006). "*Felsefenin gözüyle Kur'an'da kölelik ve cariyelik*" (Doctoral dissertation, Selçuk Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü). Selçuk Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Felsefe Ve Din Bilimleri Anabilim Dalı İslâm Felsefesi Bilim Dalı Yayınlanmış Doktora Tezi

Özdemir, M. (2007). *"Elmalılı M. Hamdi Yazır'ın Eserlerinde Din-Toplum İlişkisi"* (Doctoral Dissertation, Selçuk Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü). Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi

Muhasebe Eğitiminin Muhasebe Mesleğinin Gelişimine Katkı Sağlayan Faktörler İçindeki Yeri

Aysel Güney[103]

Full Text

Özet

Ülkemizde, Muhasebe mesleğinin doğuşu Osmanlı devlet muhasebesiyle olmuştur. Tanzimat sonrası, batılılaşma çabaları başlamasıyla, XIX. yüzyılın ikinci yarısında çift yanlı kayıt yöntemi Türkiye'ye gelmiş ve batıdaki sanayileşmeye paralel kurulan sanayi işletmeleri vasıtası ile işletmeciliğe dayalı muhasebe mesleği doğmaya başlamıştır. Mesleği yasal düzenlemeye kavuşturma çabaları 1950 lerde başlamış, 1980'li yıllarda yoğunlaşmış ve nihayet 1989 yılı ortalarında 3568 sayılı yasa kabul edilerek yürürlüğe girmiştir.

Ülkemizde işletme eğitimi içinde, ilk muhasebe öğretim okulu 1836/1839 yılında açılan Bâb-ı Defterdârî Mektebi'dir, bir diğer okul Mekteb-i Fünûn-u Maliye 1878 yılında açılmıştır. 19. yüzyılın sonlarına doğru "İşletme eğitimi" açısından Hamidiye Ticaret Mektebi açılmıştır. Yükseköğretimde iktisadi ve idari bilimler fakülteleri, İşletme fakülteleri adı altında işletmeci, iktisatçı ünvanı ile öğrenci eğitmeye ve muhasebe mesleğini de yapabilecek elemanlar yetiştirilmeye başlamıştır.

Günümüzde özellikle meslek yasasının değişmesiyle yükseköğretimde muhasebe alanında yetişmek isteyenlere yönelik muhasebe derslerinin artması ve uygulamalı bilimler yüksekokul/fakültelerinde ilgili bölümlerin açılmasıyla meslek mensubu olabilecek kişilerin de eğitiminde değişiklikler olmuştur**.**

Anahtar kelimeler: muhasebe, eğitim, işletme, meslek gelişimi

Jel Kodu: M41

[103]Bilecik Şeyh Edabali Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu,Muhasebe Denetim Bölümü aysel.guney@ bilecik.edu.tr

THE IMPORTANCE OF ACCOUNTING EDUCATION IN THE FACTORS PROVIDING CONTRIBUTION TO DEVELOPMENT OF ACCOUNTING PROFESSION

Full Text

Aysel Güney[104]

ABSTACT

The birth of the accounting profession in our country has been brought by Ottoman state accounting. Following the initiative of westernization after the Tanzimat, in the second half of the nineteenth century, the double entry bookkeeping method came to Turkey and started to work as an accounting profession by means of industrial enterprises established parallel to industrialization in the west. Efforts to regulate the accounting profession began in the 1950s; concentrated in the 1980s and finally entered into force in the middle of 1989 by adopting the Law No. 3568.

It is the Bâb-ı Defterdârî Mektebi which was opened in 1836/1839, the first school of accounting education within the operational education in our country. Mekteb-i Fünûn-u Maliye, another school where accounting education was given in higher education, was opened in 1878. Towards the end of the 19th century, an important educational institution called "Hamidiye Ticaret Mektebi" was opened in terms of "business education".

Today, especially with the change of the law of occupation, there has been a change in the education of those who might be members of the profession with the increase of accounting courses for those who want to grow in the field of accounting in higher education and the opening of relevant departments in applied sciences colleges / faculties.

Key Words: Accounting, education, business, occupation

Jel Cod: M41

[104] Bilecik Şeyh Edabali Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Muhasebe Denetim Bölümü aysel.guney@ bilecik.edu.tr

MUHASEBE EĞİTİMİNİN MUHASEBE MESLEĞİNİN GELİŞİMİNE KATKI SAĞLAYAN FAKTÖRLER İÇİNDEKİ YERİ

Aysel Güney

ÖZET

Ülkemizde işletme eğitimi içinde, ilk muhasebe öğretim okulu 1836/1839 yılında açılan Bâb-ı Defterdârî Mektebi'dir, bir diğer okul 1878 yılında açılan Mekteb-i Fünûn-u Maliyedir. 19. yüzyılın sonlarına doğru ise Hamidiye Ticaret Mektebi açılmıştır**.** Bu okul, Türk muhasebe mesleğinin kaynağı olarak yüz yıl boyunca öğrenci yetiştirmiştir.

Cumhuriyet le birlikte, muhasebe tarihinin başlangıç noktası olarak "Kamu İktisadi Teşebbüsü" olan "Sanayi ve Maadin Bankası'nın" kuruluş tarihi 1926 yılı alınabilir. Muhasebecilik mesleği, 90'lı yılların başından itibaren, yasayla tanımlanmış bir meslek haline gelmiştir. Muhasebe ve Denetim Mesleğinin, yasal dayanağa kavuşma çabaları 1932 senesinden başlamaktadır. Muhasebecilik mesleği, 1989 tarihinde kabul edilen 3568 sayılı "Serbest Muhasebecilik, Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Kanunu" ile yasal yapısına kavuşmuştur.

Uluslararası Muhasebe Eğitimi Standartları Kurumunun, 2005 yılında yürürlüğe koyduğu, Uluslararası Muhasebe Eğitimi Standartları'ndan dördüncüsünde, belirtildiği gibi, muhasebecilik mesleğini icra etmek isteyenlerin; muhasebe, finans, işletme ve hukuk gibi bir çok bilim hakkında eğitim almalarının yanında, dürüstlük, objektiflik, mesleki özen, gizlilik ve bağlılık, profesyonel davranış, bağımsızlık, şüphecilik ve sosyal sorumluluk gibi mesleki ve ahlaki değerler hususunda da eğitilmeleri gerekmektedir.

Muhasebe mesleğini yapabilmek için, öncesinde muhasebe eğitimi ve bu eğitimi destekleyecek alanlardaki eğitimleri almak daha sonra ise mesleğin gelişmesini sağlayacak bilgileri ve güncel bilgileri almak gerekmektedir.

Türkiye de muhasebe eğitimi, ortaöğretim düzeyinde liselerde, yükseköğretim düzeyinde ise ön lisans, lisans, yüksek lisans ve doktora düzeylerinde gerçekleştirilmektedir. Bu eğitim ve öğretim sürecinde amaç, muhasebe alanında nitelikli insan gücünün yetiştirilmesidir.(Şengel, 2010). Muhasebe eğitimi sürekli bir eğitimdir. Bu yüzden yükseköğretimde alınan muhasebe ile ilgili bilgilerin, dünyada meydana gelen değişiklikleri ve ülkemizde yasal düzenlemelerle getirilen değişiklikleri de kapsayacak şekilde sürekli olarak gözden geçirilmesi gerekliliği vardır.

Muhasebe eğitimiyle bu mesleği yapmayı düşünen bireylere, kazandırılması gereken başlıca yetenek ve beceriler; analitik ve eleştirel düşünme, doğru mesleki tutum geliştirme, hesaplama teknikleri, yazılı iletişim ve motivasyondur. Özellikle yükseköğretimde bireylere verilen Muhasebe eğitiminin, teorik bilgilerin yanında problem çözme, zamanı etkin kullanma teknolojiyi kullanabilme ile iletişim ve takım halinde çalışma gibi yetenekleri de kapsaması gereklidir.

Muhasebe meslek mensuplarının, günümüzde finansal ve finansal olmayan bilgileri okuma ve değerlendirebilme yeteneği ile ürettikleri bilgileri yorumlayan bireyler haline gelmeleri son derece önemlidir. Meslek mensupları aynı zamanda, yönetici için

gerekecek bilgileri belirleyip zamanında ortaya konmasını sağlayacak özelliklerle donatılmalı ve bilgi ve iletişim teknolojilerini iyi kullanabilen eğitimleri de almalıdır. Bu eğitimde de süreklilik gereklidir. Bu yüzden muhasebe mesleğini yapacak elemanların yetiştirildiği eğitim kurumlarında verilen muhasebe eğitiminin mesleğin gereklini sağlayacak müfredat programları ile donatılması önemli gereklerden biridir. Muhasebe mesleğini yapmak isteyen ilgili kişilerin mesleği icra etmek için aldıkları eğitim de tek başına yeterli olmamaktadır. Muhasebe, finans, işletme ve hukuk gibi birçok bilim hakkında eğitim almalarının yanında, dürüstlük, objektiflik, mesleki özen, gizlilik ve bağlılık, profesyonel davranış, bağımsızlık, şüphecilik ve sosyal sorumluluk gibi mesleki ve ahlaki değerler hususunda da eğitilmeleri gerekmektedir. Tüm bu alanları bütünleşik oarak alan bireyler ve muhasebecilik mesleğini yapmayı düşünen adayların bu mesleği seçmelerinin altında yatan nedenleri aşağıdaki gibi sıralayabiliriz:

- Alınan eğitimin mesleğe uyum içinde olması,
- Mesleğin bireylere bağımsız çalışma imkânı sunması,
- Mesleğin şimdi ve gelecekte de önemini koruyacağının düşünülmesi,
- Mesleğe duyulan özel ilgi,
- Mesleğin diğer meslekler içinde saygın bir sosyal statü sunması,
- Çalışma saatlerinin esnek olması,
- Meslekte yeminli mali müşavirlik veya denetçilik gibi yükselme imkânının olması,
- Mesleğin masa başı işlerden olması ve teknolojiyi kullanma imkânı sağlaması

Muhasebe mesleğini yapmayı düşünen adaylarım bu mesleğin gereklerini yapabilmek için aldıkları eğitim ve eğitimin kalitesi son derce önemlidir. Bu mesleği yapacak kişilerin meslek bilgilerini analiz edebilme, yorumlama yeteneklerini geliştirmeleri, teknolojiyi kullanabilmeleri ve analitik düşünce becerisine sahip olması son derece önemlidir. Bunu içinde ıyı bir eğitim almaları meslek hayatında değişiklikleri ve gelişmeleri takip edebilecek düzeyde bu bilgilerini geliştirmeleri önem taşımaktadır.

Anahtar kelimeler: Muhasebe, eğitim, işletme, meslek gelişimi

Jel Kodu: M41

1.GİRİŞ

Bu çalışmada amaç, muhasebe mesleğinin tarihsel gelişimini ortaya koymak ve bu gelişim içinde muhasebe eğitiminin oynadığı rolü belirterek mesleğe katkıda muhasebe eğitiminin yerini belirtmektir. Ayrıca muhasebe mesleğinin gelişimi ve bu gelişime katkı sağlayan muhasebe eğitiminde de meydana gelen değişmeler ve muhasebe eğitiminin meslek gelişimine etkisinin ele alınması amaçlanmaktadır.

Bu çalışma bir nitel çalışma olup, konu ile ilgili kaynak ve litaratür taraması yapılarak elde edilen veriler derlenmiştir.

Bu çalışmada elde edilen bulguları aşağıdaki gibi anlatabiliriz:

Muhasebe mesleği, muhasebecinin yaptığı iş olarak tanımlanabilir. Bu mesleğin ortaya çıkışı, işletmelerin yaptıkları mali nitelikli işlemlerin kayıt gereksinimidir. Ülkemizde muhasebe mesleğinin gelişimi incelendiğinde, ilk muhasebe eğitiminin, Osmanlı döneminde yapıldığı görülmektedir. Osmanlı'da bazı toplu muhasebe eğitimi çabalarının olduğu bilinmektedir. Asıl gelişme XIX. yüz yıl ortalarında, Tanzimat ile birlikte başlamıştır. Bu gelişme ile birlikte, muhasebe eğitimi içinde yazılan ilk kitap XIX. yüzyıl başlarında İzmir'de çift yanlı kayıt yöntemi ile ilgili Ermenice yazılmış olan kitaptır (M. Özbirecikli, 2011).

XVIII. Yüzyıl başlarında (1709) da Osmanlı'da ilk muhasebe eğitiminin, Osmanlı devlet muhasebecilerinin Bab-ı Deferdari Mektebi adı ile devlet muhasebesine yeni alınan çırakların eğitimi için programlandığı bilinmektedir (Osman Ergin, 1977, Y. Akyüz, 1994)

Tanzimat sonrasında muhasebe mesleğini etkileyen en önemli gelişme kuşkusuz, 1807 tarihli Napolyon'un Code de Commerce'inin üç kitabının tercümesi ile oluşturulan ve 1850 yılında kabul edilen Kanunname-i ticaret'tir (E. Demirel, İ. Küçük, 2012).

İlk açılan okullardan biri,1883 Yılında Hamidiye Ticaret Mektebi'dir ve bu okulun kurulması ile muhasebe eğitiminin ciddi bir şekilde başladığı görülmektedir. Bu okul, Türk muhasebe mesleğinin kaynağı olarak yüz yıl boyunca öğrenci yetiştirmiştir.

Cumhuriyet'in ilanı ile birlikte yeni bir muhasebe düşüncesinin ve mesleğinin oluşturulmasının başlandığına dikkati çekilmektedir. Cumhuriyet'in ilanından sonra önemli bir gelişme gösteren ve muhasebeciye duyulan gereksemeyi artıran üç yasa; Kazanç Vergisi Kanunu, Muamele Vergisi Kanunu ve Dahili İstihlak Vergisidir. Bu yasalar yerlerini 1949 vergi reformundaki yasalara ve daha sonraki yıllarda yeni yasalara yerlerini bırakmışlardır. Muhasebeye dayalı vergi alınmasını öngören yasal düzenlemelerin uygulanma süreci içinde, muhasebe eğitiminde önemli gelişmeler olmuştur. 1930'lu yıllarda, muhasebe mesleği gelişme gösterirken, mesleğin örgütlenme çabaları da doğal olarak gündeme gelmiştir (M. Yazıcı, 1986).

Vergiciliğe bağlı muhasebe uygulamaları, iktisadi devlet teşekkülleri ve eğitim ağrılıklı muhasebe mesleği gelişmeleri, Türkiye'de yeni bir muhasebe düşüncesinin oluşumuna yol açmıştır. Muhasebe meleğinin gelişimindeki yasal düzenleme, 1989 tarihinde, 3568 sayılı Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Müşavirlik Kanunu, Resmi Gazete 'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu olmak üzere ulusal düzenlemeler ve Avrupa Birliği uyum süreci ve uluslararası standartların artan önemi, mesleğe olan ilgi ve önemi de her geçen gün daha da artırmaktadır. Bu

durum bu mesleği yapacak kişilerin yetişmesinde önemli bir faktör olan muhasebe eğitiminin yapısında da önemli değişikliklere neden olmuştur.

Sonuç olarak; Muhasebe eğitimi ve muhasebe mesleği birbirinden ayrılmaz birer parçadır. Muhasebe mesleğinin gelişmesi ve güncel değişimleri takip etmesi için alınan muhasebe eğitiminde teorik ve teknolojik gelişmelere ve güncel bilgilere ihtiyaç vardır. Dünyadaki ve ülkemizdeki gelişmelerin takip edilerek önce muhasebe eğitimine daha sonrada bu mesleği yapan kişilere yansıtılması gerekmektedir.

2.MUHASEBE MESLEĞI VE TÜRKIYEDE GELIŞIMI

Muhasebe faaliyetleri, belirli bir ortamda yürütülür ve muhasebe ortamında objektif gerçeklik vardır ve bu gerçeklik aynı zamanda muhasebe ikliminide etkiler. Muhasebe iklimi ise, muhasebenin çevredeki sosyo-ekonomik faaliyetler içindeki tüm yönlerle olan ilişkileri ve bu toplumsal ilişkilerin statüsünde yer alan, çeşitli koşullar, tutum, durum ve ortaya çıkan faaliyetlerden elde edilen ortamdır.

Muhasebe mesleği, ülkelerin ekonomik yapısı içinde faaliyet gösteren özel ve kamu işletmelerinin, muhasebe ve denetim ile ilgili tüm iş ve işlemlerinin yasalara, kurallara, ilkelere, standartlara ve yöntemlere dayalı olarak yerine getiren ve tarafsız, nesnel, sır tutan ve güvenilir bir tutumla gerçekleştirilmesini sağlayan bir iş alanı olarak tanımlanabilir (İbiş, 2002).

Mesleğinin seçilmesinde birçok kişisel, çevresel, karakteristik ve mesleğe özgü faktörler mevcuttur, bunun nedeni de mesleğin uzmanlık gerektirmesi ve bünyesinde pek çok zorluğu barındırmasıdır (Can vd. 2010). Muhasebe mesleğinin seçilmesini etkilediği düşünülen faktörleri, önem sırasına gore şöyle sıralayabiliriz:

- Alınan eğitimin mesleğe uygun olması,
- Mesleğin bağımsız çalışma imkânı sunması,
- Mesleğin gelecekte de önemini koruyacağının düşünülmesi,
- Mesleğe duyulan özel ilgi,
- Mesleğin saygın bir sosyal statü sunması,
- Çalışma saatlerinin esnek olması,
- Meslekte yükselme imkânının olması,
- Mesleğin masa başı işlerden olması gibi faktörlerdir.

Yapılan çalışmalar göstermiştir ki meslek seçiminde en önemsiz görülen faktörler “okul arkadaşlarından etkilenme” ve “baba mesleği olması” faktörleridir. Bununla birlikte; Sosyo ekonomik yaşamın bir öğesi olarak muhasebe, içinde bulunduğu toplumun değerlerinden sıkı bir şekilde etkilenir. Başka bir deyişle muhasebe, o toplumun sosyolojik gerçekleri çerçevesinde şekillenir. Bu gerçekler muhasebenin kapsamını, görevini ve ona atfedilen önemi belirleyen en önemli etkenlerdir.

Bir ülkede muhasebe iklimi değişik etkenlerin etkisi altındadır. (Karabınar,2005). Bu faktörler; Siyasi faktörler, Yasal faktörler, Ekonomik faktörler, Eğitim ve Kültürel Faktörler ve Bilim ve teknoloji çevresi olarak sayılabilir. Bu faktörler muhasebe

mesleğinin gelişiminde önemli etkilere sahiptir. Bu faktörler içinde özellikle eğitim faktörünü ele aldığımızda gelişmelersen şöyle bahsedebilir.

90'lı yıllardan önce ülkemizde muhasebeciler, mesleğe usta çırak ilişkisi düzeyinde verilen eğitimle başlamıştır. Meslek 90'lı yılların başından itibaren, yasayla tanımlanmış bir meslek haline gelmiştir. Cumhuriyet le birlikte, muhasebe tarihinin başlangıç noktası olarak "Kamu İktisadi Teşebbüsü" olan "Sanayi ve Maadin Bankası'nın" kuruluş tarihi 1926 yılı alınabilir. Cumhuriyetimizin ilk yıllarında 1926 – 1938 yılları arasındaki dönemde, 865 sayılı Ticaret Kanununun anonim şirketlere ait kısmı Alman Ticaret Kanunundan alındığından, bu dönem muhasebeyle ilgili yayınlanan eserler Alman kaynaklarına dayandırılmıştır. 1937'de "Türk Ticaret Kanunu" ve 1950'de "Gelir ve Kurumlar Vergisi Kanunları" ile "Vergi Usul Kanunun" yürürlüğe girmesi, ülkemizdeki muhasebe uygulamalarını derinden etkilemiştir. 1945 yılında, Maliye Bakanlığı vergi konuları için muhasebe kayıtlarının incelenmesi amacı ile kendi uzman ekibini oluşturulmuştur.

Muhasebe ve Denetim Mesleğinin, yasal dayanağa kavuşma çabaları 1932 senesinden başlamaktadır. 1950 yılında yapılan büyük vergi reformu ile birlikte Maliye Bakanlığı ilk Vergi Usul Kanunu ile Gelir ve Kurumlar Vergisi tasarılarını hazırlamıştır. Bu kanunlar, vergi denetimi amacıyla uzmanlardan yararlanma ihtiyacını ve uzman muhasebeciye olan talebi doğurmuştur. 1942 yılında "Eksper Muhasipler ve İşletme Organizatörleri Derneğinin kurulması, ülkemizde muhasebe mesleğinin tarihi gelişmesi içinde önemli bir kilometre taşı olmuştur. 1967 yılında bu derneğin adı "Türkiye Muhasebe Uzmanları Derneği" 'ne dönüştürülmüştür. . 1971 yılında "Tek Düzen Muhasebe Uygulama Komisyonu" tarafından hazırlanan Tek Düzen Muhasebe Sisteminin Genel Muhasebe bölümü 1972 yılında uygulamaya konmuştur. 1989'da Sermaye Piyasası Kurulu amacı, "kanun kapsamına giren kurumların düzenlemek ve yayımlamak zorunda oldukları mali tabloların çıkarılmasında yardımcı olmak, ortakların mali durumlarının güvenilir bir şekilde izlenmesine imkan hazırlamak" olan Standart Hesap Planı'nı çıkarmıştır 1989 tarihinde kabul edilen 3568 sayılı "Serbest Muhasebecilik, Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Kanunu" muhasebe mesleğinin yasal yapısını oluşturmuştur.

Muhasebe mesleğini yapmak isteyen ilgili kişilerin mesleği icra etmek için aldıkları eğitim de tek başına yeterli olmamaktadır. Uluslararası Muhasebe Eğitimi Standartları Kurumunun (International Accounting Education Standards Board) 2005 yılında yürürlüğe koyduğu, Uluslararası Muhasebe Eğitimi Standartları'ndan (International Education Standards for Professional Accountants [IESS]) dördüncüsünde de belirtildiği gibi, muhasebecilik mesleğini icra etmek isteyenlerin; muhasebe, finans, işletme ve hukuk gibi bir çok bilim hakkında eğitim almalarının yanında, dürüstlük, objektiflik, mesleki özen, gizlilik ve bağlılık, profesyonel davranış, bağımsızlık, şüphecilik ve sosyal sorumluluk gibi mesleki ve ahlaki değerler hususunda da eğitilmeleri gerekmektedir (International Federation of Accountants [IFAC], 2010).

Buda göstermektedir ki muhasebe mesleğini yapabilmek için öncesinde muhasebe eğitimi ve bu eğitimi destekleyecek alanlardaki eğitimleri almak daha sonra ise mesleğin gelişmesini sağlayacak bilgileri ve güncel bilgileri almak gerekmektedir. Teknolojik gelişmeler de çeşitli yollarla muhasebe mesleğini etkilemiştir. Bu etkilenmelerden başlıcaları; muhasebe veri işleme ve kayıt işlemleri büyük ölçüde elektronik ortama aktarılarak, daha kısa zamanda sonuçların alınması mümkün olmuştur. Teknolojide

yaşanan gelişmeler muhasebecilerin müşteri odaklı kıyaslama, çok boyutlu bilginin yönetimi, faaliyet tabanlı maliyetleme, tam zamanlama sistemi, hedef maliyetleme, en iyiyi örnek alma (bencmarking), dengeli ölçüm kartı (balanced scorecard), dış kaynak kullanımı (outsourcing), müşteri karlılığı ve toplam kalite gibi yeni birtakım kavramlarla tanışmasını sağlamış, işletme faaliyet sonuçlarının anlaşılır, güvenilir, zamanında ve karşılaştırılabilir olarak hazırlanması için kolaylıklar sağlamıştır(C.İbiş,2002)

3.MUHASEBE EĞİTİMİ VE TÜRKİYEDEKİ GELİŞİMİ

Muhasebe eğitimindeki gelişmeleri incelediğimiz de, yapılan araştırma ve gerçekleştirilen çalışmalar olmak üzere iki kısımda ele alabiliriz.

Muhasebe eğitimi üzerine yapılmış araştırmaların şu alt başlıklar altında toplandıkları söylenebilir:

- Ders içerikleri
- Öğretim teknikleri
- Eğitim teknolojisi
- Öğretim elemanlarının gelişimi
- Öğrenciler.

Muhasebe eğitimi üzerine gerçekleştirilen çalışmaların çoğu şu konular üzerinde yoğunlaşmaktadır:

-Ders içerikleri ve ders programları

-Öğretim teknikleri

-Muhasebe öğrencilerinin özellikleri

-Muhasebe öğretim elemanlarının özellikleri.

Muhasebe bir bilimdir ve uygulama alanı çok geniştir. Her bilimin olduğu gibi muhasebenin de kendine özgü tanımları, terimleri, ilkeleri, yasaları, kuralları, yöntemleri, kuramları ve sistemleri vardır(Yazıcı, 2003).

Günümüzde muhasebe, "işletme için finansal sonuçlar doğuran olay ve işlemlere ait verileri parasal tutarlar ve gereğinde diğer sayısal veriler halinde toplayan, bu verileri, işletme ile ilgisi olan belli başlı kişilerin gereksinim ve amaçlarını göz önünde bulundurarak kayıt, sınıflandırma ve analiz yoluyla işleyen, elde ettiği sonuçları çoğunluğu dönemsel olarak düzenlenen özetleyici raporlar halinde ilgilere sunan sistematik bir bilgi sağlama düzeni olarak tanımlanabilir"(Büyük mirza, 2009).

Eğitim kavramı kişinin toplumda yeteneğini, tutumlarını ve olumlu değerdeki diğer davranış biçimlerini geliştirdiği süreçler toplamını ifade etmektedir (Erol ve Erkan, 2008) . Muhasebe eğitiminin gelişimine stratejik bakış açısı ile yaklaşıldığında, yüksekokul veya üniversite düzeyinde ve sonrasında sürekli eğitimin önemi üzerinde durmak gereklidir.

Muhasebe eğitiminin amacı, öğrenciye muhasebe mesleğinin gerektirdiği bilgi, beceri ve tutumların kazandırılmasıdır (Zaif ve Aydın,2002). Etkin bir muhasebe eğitiminin sağlanması için bilgiyi aktarmanın yanı sıra bilgileri kullanabilme yeteneği de

geliştirilmelidir. Ayrıca muhasebe alanında yaşanan gelişmelerin izlenmeli ve yenilikler uygulanmalıdır (Erol ve Erkan, 2008). Yeterli ve kaliteli eğitim özellikle lisans düzeyinde sağlanmalı ve yüksek lisans düzeyinde de geliştirilmelidir.

Ülkemizde muhasebe eğitimi, ortaöğretim düzeyinde liselerde, yükseköğretim düzeyinde ise ön lisans, lisans, yüksek lisans ve doktora düzeylerinde gerçekleştirilmektedir. Bu eğitim ve öğretim sürecinde muhasebe alanında nitelikli insan gücünün yetiştirilmesi hedeflenmektedir (Şengel, 2010).

Muhasebe mesleği mensubu olmak için eğitimin kalitesinin ve içeriğinin artırılması gereklidir. Özellikle, Türkiye'deki üniversitelerde verilen muhasebe derslerinin adlarında, içeriklerinde ve programlardaki ders sayılarında değişiklikler yapılması gerekmektedir. Bu kapsamda öğrencilere stratejik düşünme yeteneği kazandıracak dersler sunulmalı ve muhasebe standartları, denetim standartları, etik, teknoloji derslerinin ders programlarına alınması gerekmektedir. Bu dersler yükseköğretim içinde bazı programlarda yer alsa da çoğu seçmeli ders niteliğinde olduğundan yeterince öğrencinin bu bilgileri tam aldığını söylemek zordur.

Türkiye'de muhasebe eğitim sistemi, Meslek Yasasının Haziran 1989'da yürürlüğe girmesiyle birlikte, biraz olsun dünya standartları düzeyine yaklaşmış böylelikle mesleğe bir çeki düzen verilirken aynı zamanda bu derslerin içerikleri de yeniden mesleğin gerektirdiği bilgi ihtiyacını karşılayacak şekilde düzenlenmiştir.

Muhasebe eğitimi sürekli bir eğitimdir. Bu yüzden yükseköğretimde alınan bilgilerin, dünyada meydana gelen değişiklikleri ve ülkemizde yasal düzenlemelerle getirilen değişiklikleri de kapsayacak şekilde gözden geçirilmesi ve bu mesleği yapan kişilerinde bilgilerinin yenilenmesi ihtiyacı vardır. Bu ihtiyaçta Türmob ve meslek odalarının sürekli eğitim adı altında açtıkları seminer, kurs vb. Eğitimlerle geliştirmektedir.

4.MUHASEBE EĞİTİMİNİN MESLEK GELİŞİMİNE KATKISI

Muhasebe bilim dalı güncel gelişmelerin sıklıkla görüldüğü ve bu gelişmelerin öğrencilere kısa zamanda aktarılmasının gerekli olduğu bir bilim dalıdır (Bilginer, 1999, Karacaer & Taş, 2004). Muhasebe eğitiminin gelişimine doğrudan veya dolaylı olarak katkıda bulunan etkenler; bilimsel, yasal, toplumsal ve ekonomik değişimler, eğitim ve öğretim araç ve yöntemlerinin değişimi ve bilgi çağının gerektirdiği değişimler olarak sıralanabilmektedir (Sayın & Yeğinboy, 2001).

Günümüzde muhasebe eğitimi, teorik bilgilerin yanında problem çözme, zamanı etkin kullanma ile iletişim ve takım halinde çalışma gibi yetenekleri de kapsamak durumundadırlar. Muhasebe eğitiminde öğrenciler bilgiyi kullanan, yorumlayan ve ilgililere ileten birer eleman olarak yetiştirilmelidir (Choi, 1993).

Muhasebe meslek mensuplarının, günümüzde finansal ve finansal olmayan bilgileri değerlendiren, yorumlayan ve yönetici için gerekecek bilgileri belirleyip zamanında ortaya konmasını sağlayacak özelliklerle donatılmış ve bilgi ve iletişim teknolojilerini iyi kullanabilecek şekilde eğitilmesi gerekmektedir ve bu eğitimde de süreklilik gereklidir. Bu yüzden muhasebe mesleğini yapacak elemanların yetiştirildiği eğitim kurumlarında verilen muhasebe eğitiminin mesleğin gereklini sağlayacak müfredat Programları ile donatılması önemli gereklerden biridir.

6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu'yla birlikte finansal raporlamanın UMS/UFRS'yle uyumlu TMS/TFRS'ye göre yapılacak olması göz önüne alındığında; finansal raporlamanın formatına getirilen bu değişikliğe, muhasebe meslek mensuplarının adaptasyonu ve muhasebe eğitiminde muhasebe standartlarına gereken önemin verilmesi gerekmektedir buda uluslararası muhasebe standartlarının ders olarak muhasebe eğitiminde yer almasını zorunlu hale getirmiştir.

Muhasebe eğitimiyle kazandırılması gereken başlıca yetenek ve beceriler; analitik ve eleştirel düşünme, doğru mesleki tutum geliştirme, hesaplama teknikleri, yazılı iletişim ve motivasyon muhasebe mesleğinin yapılmasında ve gelişmesinde önem taşımaktadır. Ayrıca örnek olay (vaka incelemeleri), bilgi analizi tekniği ve teknolojinin kullanıma dayalı ödevler muhasebe eğitiminde kullanılması gereken eğitim teknikleridir. Bu teknikler muhasebe mesleğinin gelişimine katkı sağlarken eğitimde de öğrencinin bakış açısının gelişimine katkı sağlamaktadır.

Muhasebe eğitiminde yer alan konu başlıkları incelendiğinde bu konularda yapılan araştırmalar göstermektedir ki, finansal muhasebe, UMS/UFRS, yönetim muhasebesi, etik ve sosyal sorumluluk konularına akademisyenlerin daha fazla önem verdiği görülmektedir. Hata ve hile denetimi, iş hukuku, işletme bilgi sistemleri, işletme stratejilerinin belirlenmesi, dünya çapında işletmecilik, makroekonomi, mikroekonomi, e-ticaret, girişimcilik, insan kaynakları yönetimi, sigorta hizmetleri, pazarlama, ulaştırma ve lojistik, satış gücünün yönetimi konularına muhasebe meslek mensuplarının daha fazla önem verdiği görülmektedir.

Meslek mensuplarının ihtiyaç duydukları ve önem verdikleri bu konular bu eğitimi alarak bu mesleği yapacak adayların yetiştirmesinde dikkate alınmalı adaylara teorik bilgilerin yanı sıra uygulama alanları da yaratılarak mesleğe hem ilgi çekilebilirken aynı zamanda adayların kendilerini de geliştirmeleri sağlanmalıdır.

5.SONUÇ.

Muhasebe eğitimi ve muhasebe mesleği birbirinden ayrılmaz birer parçadır. Muhasebe mesleğinin gelişmesi ve güncel değişimleri takip etmesi için alınan muhasebe eğitiminde teorik ve teknolojik gelişmelere güncel bilgilere ihtiyaç vardır.

İşletmelerin ihtiyaç duyduğu muhasebe elemanının yetişmesi, bu mesleği bağımsız yapan meslek elemanlarının uluslararası değişikliklerden haberdar oklaması ve bu değişime adaptasyon sağlayabilmesi için muhasebe eğitiminden yararlanmaları ve bu eğitimde süreklilik sağlamaları son derece önemlidir.

Mesleğin gelişiminde çıkarılan yasal düzenlemeler önemli bir role sahiptir. Mesleğin güncelliği yakalaması ve güncel yasa ve değişiklikleri yakından takip etmesi muhasebe eğitiminde önemli bir rol oynayarak mesleğin güncellenmesini ve devamlılığını sağlamaktadır.

KAYNAKLAR

Bilginer, N. (1999). Lisans Düzeyindeki Muhasebe Eğitiminde Bir Motivasyon Aracı Olarak Sunum Kalitesinin Etkileri. Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi, 1(3), 111-120.

CAN, A.V., N.KARACA (2010), "Balkan Kökenli Muhasebecilerin Muhasebe Mesleğini Seçme Nedenleri Üzerine Bir Araġtırma: Sakarya Ġli Örneği", 2. Uluslararası Balkanlarda Sosyal Bilimler Kongresi, Prizen-Kosova.

Choi, F. D. S. (1993). Accounting Education For The 21th Century: Meeting The Challenges, Issues İn Accounting Education, August, 423-430

Ergin Osman : Türkiye Maarif Tarihi, Cilt 3-4,Sayfa 1131 Vss., 1977, İstanbul.

Engin Demirel, İsmail Küçük: Turkish Commercial Codes And Their Effect On Accounting, 1850-2011, Paper, 13. World Congress Of Accounting Historians, 17-19 July, 2012, Newcastle, England.

Erol, Mikail Ve Gülgün Erkan "Lisans Düzeyinde Muhasebe Eğitimi Alan Öğrencilerin Başarılarını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesine Yönelik Biga İİBF'de Bir Arştırma", Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi İİBF Dergisi, Sayı:14,2008, S.284-301

İBİŞ Cemal, "Bilgi Çağında Muhasebecilik Mesleğinin Geleceği Ve Yeni Muhasebeci Kimliği", XVII. Türkiye Muhasebe Kongresi, 10-12 Ekim 2002, TÜRMOB Yayınları, 199, S.135 ; USLU, Ss.169-173.

Karabınar, S. (2005). Kültür – Muhasebe Etkileşimi Açısından Muhasebe İklimi – Muhasebeye Kültürel Bakışlar. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Özbirecikli Mehmet;The First Course Boks On Dounle Entry Accounting İn The Otaman Era, Paper, II. International Conference, Before And After Luca Pacioli, 16-19 June, 2011,İtaly.

Sayın, Ş., & Yeğinboy, Y. (2001, Mayıs). Yükseköğretimde Muhasebe Eğitiminin Etkinliği. XX. Türkiye Muhasebe Eğitimi Sempozyumu, Tekirova/Antalya.

Şengel, Salim "Sürekli Muhasebe Meslek Eğitiminin Önemi Ve Bir Değerlendirme", Muhasebe Ve Finansman Dergisi, Sayı:47, 2010, S.81-94

6102 Sayılı Türk Ticaret Kanunu

Yazıc Mehmet I: Bağımsız Muhasebe Ve Denetleme Mesleği Üzerine Araştırma, 1986, İstanbul

Yazıcı, M. (2003). Kurumsal Muhasebe Denetimi. İstanbul: Süryay Sürekli Yayınları.

Zaif, Figen Ve Aydın Karabınar "Muhasebe Eğitiminde Değişim İhtiyacı", Gazi Üniversitesi İİBF Dergisi, Sayı:3, 2002, S. 111-134.

'Çin Malı' Çağı

İrfan Kalaycı[105] **Hatice Özkurtçokgüngör**[106]

Full Text

Özet

Çin küreselleşen dünyada artık uyanmış bir iktisadi devdir. Çin'in yüksek ve istikrarlı GSMH büyüme oranları ve refah pastasından artarak aldığı pay bunun bir kanıtıdır. Çin'in bu başarısının kaynaklarından biri, Çin yapımı ürünlerin küresel mal piyasalarında dolaşımda olması ve büyük ihraç gelirine dönüşmesidir. Çin, biraz da damping yaparak dünya GSMH liginde ABD ve AB'yi geçerek 1.sıraya yerleşmiştir. Aynı Çin bu küreselleşme çağında düşük teknolojili ürünler yerine yüksek teknolojili ürünlerin ihracatına ağırlık vererek küresel rekabet üstünlüğünü arzulamaktadır. Bu gelişmeyi bir tehdit olarak gören ABD, ek ithalat vergiler uyguladığı Çin'e karşı "ticaret savaşları"nı başlatmıştır. Eski sosyalist ve yeni kapitalist Çin'in bu savaşlarda ne gibi sonuçlar alacağını sürekli değişen küresel devreler belirleyecektir.

Anahtar Kelimeler: Çin Malı, Küreselleşme Çağı, Çin Ekonomisi

JEL Kodu: F02, N15, O53, P11

Abstract

China is now awakened economic giant in the globalizing world. China's high and stable GNP growth rates and growing share of welfare cake are proof of this. One of the sources of China's success is the fact that Chinese-made products are circulate in global commodity markets and turn into huge export income. China has settled in the first place with some dumping in the world GNP league, passing the US and the EU. In the era of globalization, the same China desires global competitive advantage by focusing on exporting high-tech products instead of low-tech products. Seeing this progress as a threat, the US has launched "trade wars" against China, where additional import taxes apply. The ever-changing global conjunctures will determine what the outcomes of the old socialist and new capitalist China will be in these wars.

Keywords: Made in China, The Age of Globalization, Chinese Economy

JEL Codes: F02, N15, O53, P11

[105]Prof. Dr.,İnönü Üniversitesi İİBF İktisat Bl., Malatya (irfan.kalayci@inonu.edu.tr)

[106] Öğr.Grv., İstanbul Üniversitesi SBMYO Dış Ticaret Bölümü, İstanbul. hozkurt@istanbul.edu.tr

1.Giriş

Dünyada hangi ülkenin evlerinde, işyerlerinde ve hatta ordusunda Çin malı *(made in China)* yoktur? Bu sorunun ve yanıtının bir ekonomi-politik arka-planına ve geleceğine bakılmalıdır.

21. yüzyıl dünya ekonomisinin Çin ile daha da büyüdüğü, onun ortak bir Çin yapımı olduğu ve dolayısıyla Çinli ürünlerin istilasına uğradığı için de adeta *emperyalizm*i bir başka çeşitlemesiyle yaşadığı ileri sürülebilir. Genetik kodları Üçüncü Dünya'ya dayandığı için zorunlu bir şekilde anti-emperyalist olması gereken Çin'in damping yapmak yoluyla-etkili emperyalizme bulaşması ya da bulaştırılması Çin tarzı bir ironi olsa gerek. Gerçekten de sistematik yapılan damping, bir tür ticari emperyalizmdir.

Çin, dünya ticaretine damgasını vuran damping olaylarıyla Batı dünyasına meydan okumaktadır. Çin'in, bu nedenle ve sık sık, *"uyuyan dev"*den *"uyanan dev"* haline geldiği ileri sürülmektedir. Burada akla şu sorular gelmektedir: *Bir;* Çin, ne zaman uyumuştu ki? Zaten devlerin uyuması da pek iyi karşılanmaz. *İki;* Çin, durduk yerde ve kendi kendine uyanmadı ki? Onu küreselleşme bahanesiyle, başta ABD ve Japonya olmak üzere dünyanın gelişmiş kapitalist devletleri uyandırdılar.

2.Küreselleş(tir)en Çin

Çin hem Batı'nın mali sermayesiyle küreselleşmekte ve hem de Çin yapımı mallarıyla dünyayı küreselleştirmektedir. Dünya mal piyasası genellikle Çin kaynaklı ucuz ve görece kalitesiz ürünlerle dolup taşmıştır. Dünyayı küreselleştirmekten *"sorumlu"* ve *"sorunlu"* olan ABD'nin yerli ve çokuluslu üreticileri panik atak geçirmektedir. Dünya Ticaret Örgütü ve tahkim mahkemeleri zaman zaman Çin'i uyarmaktadırlar. ABD'nin reel ve finans sektörleri, *3.Dünya* diye yıllarca alay ettikleri Çinlilerden, yakın bir zamanda küresel mal piyasalarından topladıkları paralarla yine küresel mali piyasalarını da istila etmeye kalkışmalarından korkmaktadır.

Güncel *"Çin malı"* dönemi damping ile başladı. Dampingin, dünya ekonomisi tarihine, küresel denge ve istikrarı bozduğu ya da en azından kırılmalar yarattığı için lanetli bir Çin stratejisi olarak geçeceği kesindir. Bu stratejiyi küreselleşen dünyada kim uygularsa uygulasın kısa dönemde ve ulusal olarak kazanabilir; fakat uzun dönemde ve uluslararası düzeyde ise kaybeder, çünkü kaybedenler kaybettirene karşı ittifak halinde hareket etmeye ve çeşitli yaptırımlar uygulamaya başlarlar, kısacası dünyayı ona dar ederler. Hele bu kaybedenler ABD ve AB ise... Aslında damping, yıkıcı rekabet demektir ve kapitalist sitemin bir ürünü olup küresel çelişkilerinden biridir.

Çin'in Batı dünyasıyla bütünleşmesine zemin hazırlayan ABD, Çin'e karşı büyük oranlarda dış ticaretin yanısıra faiz ve işçi dövizi gibi görünmez kalemler nedeniyle de cari açık vermektedir. Bunda öncelikle Çin'in resmi parasının değerini Amerikan dolarına

karşı düşürerek (devalüasyon yaparak) ihraç mallarını ABD'de ucuza satarak yüksek döviz geliri elde etmesine neden olmaktadır.[107]

Çin'in, gelinen aşamada ABD'nin dış ticaret dengesini bozduğu görülmektedir: Cansen'in (2018) belirttiği gibi; 1995'te ABD'ye sadece 15 milyar $'lık ihracat yapabilen Çin, 2017'de 500 milyar $ ihracat yaparak 390 milyar $ "fazla" veren bir büyük bir iktisadi güç haline geldi. Çin'in bu başarısının kaynağı, ABD'ye ileri teknolojili ürünleri değil, dolara çevrilince ucuzlayan işçilik sayesinde düşük fiyattan kaliteli –şimdilik- düşük teknolojili ürünleri satmasıdır.

Dış demeler dengesinde mevzi kaybeden ve yakın bir zamanda Çin yapımı orta ve ileri teknolojili ihraç mallarıyla da tanışmaktan çekinen ABD, ithalata ek vergiler koyarak özellikle Çin'e karşı kendini korumaya çalışırken[108], başta küresel mali piyasalar olmak üzere tüm dünyanın beklediği ABD-Çin arasındaki ticaret savaşı fiilen başlamış oldu. Bu savaşın, ABD'nin NAFTA, Asya-Pasifik ve Türkiye dâhil Avrupa merkezli diğer ticaret ortaklarına da sıçramasından korkulmaktadır (bkz. Harita 1).

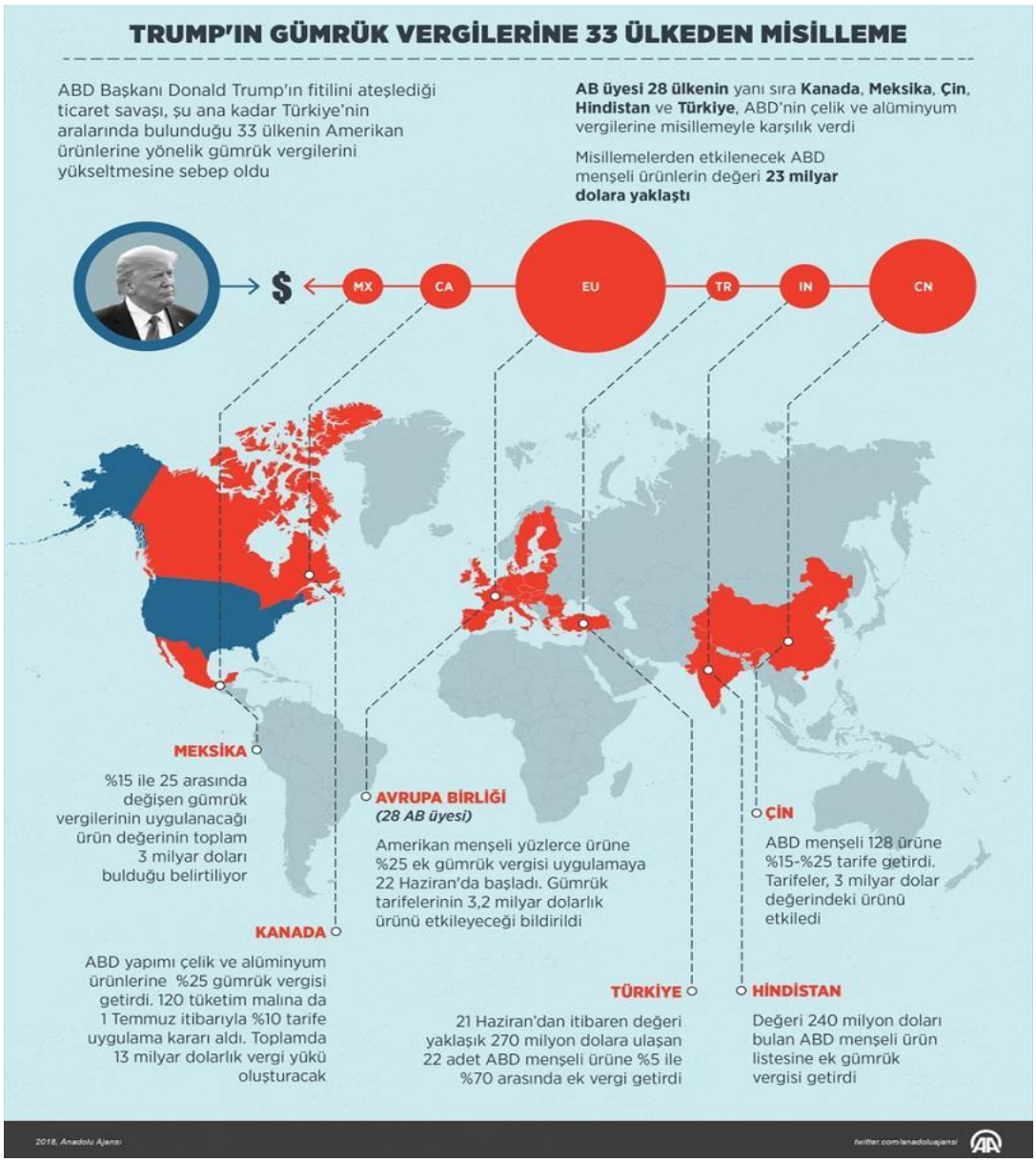
Başkanı bir işadamı (D. Trump) olan ve bu özelliğinden dolayı olsa gerek ki *"Ticaret savaşları iyidir"* diyen ABD yönetimi, yerel şirketlerin yurt dışından çelik ve alüminyum satın almak yerine bunu iç pazardan tedarik etmesini istemektedir. Ancak yurt dışından gelmemesi halinde ise ülke içinde bu hammaddenin ve buradan imal edilecek ürünlerin fiyatlarının önemli ölçüde kesinlikle artacağı öngörülmektedir. Trump'ın, bu hamlesi ülkede istihdamın artmasına hizmet ederken, fakat bir yandan maliyetlerin artması sonucu özellikle otomobil ve uçak sanayi uzun dönemde rekabet gücünü kaybederek zarar görecek (Gündüz, 2018); diğer yandan da özellikle Çin'in Amerikan yapımı akıllı telefon ve otomobil gibi ürünlere getireceği misilleme niyetiyle getirdiği / getireceği ek ithalat vergiler Apple ve Ford gibi ABD'nin amiral gemisi çok uluslu şirketlerinin cirolarının düşmesine yol açacaktır.

Çin uzmanı Ding, bu açığa rağmen Çin ekonomisinin yine de ABD 'ye daha çok bağımlı olduğunu, buna karşılık eğilim olarak ABD 'nin Çin 'e bağımlılığının arttığını, Çin 'in ABD 'ye bağımlılık düzeyinin ise zamanla azalmakta olduğunu vurgulamaktadır. Ona göre, bu gerçek ve karmaşık bağımlılık ilişkileri içinde bir ticaret savaşının kazananı olmayacağından, doğru soru daha çok, *"Kim daha çok kaybedecek?"* şeklinde olmalıdır. Çin'in zor duruma düşmesinin ABD açısından ilk aşamada bir *"Pirus*

[107] Eğilmez'in (2015) belirttiği gibi; ABD, yıllardır Çin'in Yuan'ı olduğundan daha düşük değerli tutarak ihracatı teşvik ediyor ve Çin Merkez Bankası'nın (ÇMB) Yuan'ı revalüe etmesi ve ürettiği malları biraz da kendi iç pazarında satmasını sağlamak için baskı yapıyordu. Oysa ÇMB, Ağustos 2015'te dalgalı kur rejimine geçme sözüne karşılık IMF ve ABD'den aldığı destekle tam tersini yaparak yani ihracatını daha fazla artırmak için Yuan'ı devalüe etti.

[108] Dünya medyasına yansıdığı gibi; ABD, Çin'den yaptığı 30 milyar $'ı aşan ve başta sanayinin temel girdisi metaller olmak üzere yaklaşık 800'den fazla ürünü kapsayan ithalata % 25 ek gümrük vergisi getirerek pazarını daralmaya çalıştığı Çin'in misillemesiyle karşılaştı. Bütün bu gelişmeler, doğal olarak, küresel ticaretin düşük vergilerle serbestleşmesinin teknik tarafında yer alan Dünya Ticaret Örgütü WTO'nun da tepkisini çekmektedir.

Zaferi" [109] olabileceği, ama her savaş gibi bu savaşın da iki tarafa da büyük zarar vereceğini düşünülmektedir (BBC, 6/7/2018). Neo-liberal çağda bu tür ticaret savaşlarında asıl faturayı genel anlamda küresel tüketicilerin, özelde de Çinli ve Amerikalı tüketicilerin ödeyeceğinden kuşku yoktur.



Harita 1: *ABD – Çin ve ABD-Dünya arasındaki ticaret savaşları*

Kaynak: Gündüz, 2018.

[109] Dünya savaş tarihine göre, İÖ 280-279 yıllarında Grek kolonisi Tarentum Kralı Pirus'un Roma'ya saldırmasıyla başlayan ve yıkıcı büyüklükte kayıplar pahasına kazanılan *"Pirus Zaferi"*, kazanılan zaferin verilen kayıplardan sonra gerçekte ne kadar anlamsız hale gelmesini ifade eder.

.

Küreselleşmenin, ülkeler arası ticareti arttırdığı gibi ticaret savaşlarına da yol açtığı anlaşılmaktadır. Ticaret savaşlarının bir kaynağının da teknoloji rekabetidir: ABD, her türlü teknolojide ve yapay zeka konusunda rekabet üstünlüğünü korurken, Çin ise *"Çin Malı 2025"* projesiyle milli sanayinin tüm bileşenlerinde modern teknolojiye geçerek ABD ile arasındaki uçurumu kapatmaya çalışmakta, aksi halde o uçurumdan düşmekten korkmaktadır. 2025, Çin için stratejik bir yıl; zira o tarihte Çin'in pek çok iktisadi göstergede ABD'nin yerine geçebileceği ve artık bir *"Çin Çağı"*a girileceği iddia edilmektedir.

3.Çin İşi Bir Ekonomi: İri ve Çelişkili

Çin'in kapitalist ekonomisini Komünist Parti yönetmektedir. Bu çelişkili ülke, 9.5 milyon km²'lik yüzölçümü ile dünyada 5.sırada; 1.4 milyar nüfusuyla 1.; doğum oranıyla 161. sıradadır.

Kapalı ve kumanda ekonomisinde açık ve liberal ekonomiye döndükten sonra yüksek pozitif büyüme gösteren *Çin;* CIA'nin (2018 Factbook) 2017 (tahmini) verilerine göre şu iktisadi gelişmeleri kaydetmiştir:

* Çin, % 2'lik enflasyonla 2017 yılında 23 milyon trilyon dolarlık bir gayri safi yurtiçi hasıla –satın alma gücü paritesi (GSYH-SAGP) ile ABD ve AB'yi geride bırakmış; onları beklendiği gibi geçmiştir.

* Ancak aynı Çin (SAGP ile) kişi başına gelirde ise 16 bin $ ile dünyada çok gerilerde, 106. sıradadır. (Bu, büyük Çin ekonomisinin refahta ne kadar *'küçük'* olduğuna işaret etmektedir.)

* Çin, tarım sektörünü (GSYH'deki payı % 8'e kadar) küçültüp sanayi ve hizmet sektörlerini büyütmüş;

* 1 milyarı aşan etkin işgücü ordusu ve % 3 civarındaki yoksulluk-altı nüfusuyla,

* Ulusal tasarrufta (% 45'e eşdeğer) dünya 4.sü;

* % 4 olan işsizlik oranıyla dünya 48.si;

* Gelir bölüşümü adaletinde dünya 31.si;

* 3 trilyon $'ı aşan altın ve döviz rezervinde dünya 1.si olmuştur.

* Çin ihracatta dünya 1.si, ithalatta 2.sırada olarak "cari fazla" veren ender ekonomilerinden biri iken;

* Dünyada en yüksek dış borca (1.6 trilyon $) sahip 14.ekonomidir.

* Ayrıca, özerk sermayenin küreselleşmesiyle Çin'in yurtiçine giren doğrudan yabancı sermaye yatırımı 1.5, yurtdışına çıkan yatırımı ise 1.3 trilyon $ olup, dünyadaki sıralaması 6. ve 12.liktir.

* Dünyada en büyük devletlerinden birisi olmasına karşın Çin'in askeri ve güvenlik harcamaları GSYH'deki payı % 2'nin altında gerçekleşmesi (dünyada 50. sırada olması) beklenmiştir.

Para birimi Yuan (Renminbi) olan (nominal kur *"1 $ = 6.7 Yuan")* Çin salt teknoloji üretimini ve ihracatını değil, aynı zamanda internet, akıllı telefon, ev ve iş yeri robotlarına dayalı teknolojik nüfusunu da arttırmaktadır. Çok uluslu Batılı şirketlerin pek çoğu yüksek teknolojilerle Çin topraklarında düşük maliyetler ve yüksek kârlarla üretim yapmaktadır. Aşırı sanayi üretimi Hong Kong, Pekin ve Şanghay gibi metropol şehirlerde yarattığı yoğun hava kirliliği nedeniyle insan sağlığını tehdit eden boyutlara ulaşmıştır. Bu, bir bakıma, refahına düşkün Batılıların çevre kirliliğini Çin gibi büyüme saplantısı içine girmiş ülkelere niçin / nasıl ihraç ettiğini de göstermesi açısından önem taşımaktadır.

Çin'in bilim insanı ve mühendis sayısında da ciddi bir artış göze çarpmaktadır. Çin'de Ar-Ge harcamalarının GSYH'deki payı dünya ortalamasının üstünde % 2'ye yaklaşmıştır. Çinlilerin sanayi casusluğunu profesyonel düzeyde yaptıkları da ileri sürülebilir. Bu alanda izledikleri başat iki yöntem, Batı'ya doktora için öğrenci göndermek ve Batılı şirketlerde uzmanlarını çalıştırmak şeklindedir.

4.Sosyalist Çin Nasıl 'Hızlı Kapitalist' Oluverdi?

Sosyalist Sovyetler'e ne olduysa Çin'e de o oldu. Her şey, fırtına gibi esen ABD'nin tüm dünyaya 'ihraç' ettiği küresel politik proje olan *Yeni Dünya Düzeni* (YDD) ve onun alt bileşeni neo-liberal *Yeni Ekonomik Düzen* (YED) ile ivme kazandı. ABD adeta bu neo-liberal *"cin"* fikirleriyle Çin'i çarptı. Bir başka deyişle, Çin, kimine göre YDD ve YED arasında sıkıştı, başka bir yere kaçamadı; kimine göre de küresel kapitalizmin büyüsüne kapıldı ve onun en büyük ve en büyük sadık 'müşterisi' ve 'satıcısı' oldu. Sonuçta Çin'in, dünyaya pazar olarak açılmak ve dünyayı pazar olarak görmek dışında başka bir şansı olmadı. Pazarda etkileşim anlamındaki bu *'pazarlaşma'* olayı, kültürel açıdan zaten zengin olan Çin'i eksik olan iktisadi zenginleşmesini de sağladı. Kapitalizme çark ettiğinden beri Çin, toplam ve kişi başına birkaç kat arttırmasına rağmen, Batı ile karşılaştırıldığında halen toplumsal refah düzeyinde köklü sorunlar yaşamaya devam etmektedir.

21.yüzyıl, aynı zamanda *"post-komünizm"* çağıdır. Churchill'in deyimi olan *"Demirperde"* yırtıldı, yani Doğu Bloku ve Sovyetler Birliği çöktü, kapitalist Batı yeni bir kumaştan *"Altınperde"* dikmeye başladı. Kumaş çok büyüktü, iş çoktu, tek başına dikiş yapmak olanaksızdı. Her geçen zamanla yeni terzilere gereksinim duyuldu. Terzilerden biri de Çin olmalıydı!

Çin'i küreselleştirmeden dünya tam anlamıyla küreselleşmiş olamazdı. Bu gerçeği bilen ABD, Çin'e büyük kazançlı *yatırımlar yaptı!* Amerikan *çok uluslu şirketleri (ÇUŞ*) Çin'i yavru vatan görmeye başladılar. Amerikan ÇUŞ'ları –General Motors, IBM, McDonald's, vb.- öteki Avrupalı olanlarla birlikte meşhur Çin Seddi'ni yara yara, İpek Yolu'nu adım adım kat ederek Çin'i *teslim aldı!*. Hatırlatmak gerekir ki, Amerikan istilası Moğol istilasından her yönüyle ve oldukça farklı: Silahsız, soğukkanlı ve derinden... Kapitalist küreselleşmecilik projesinin Çin ayağı eksikti, böylece o da tamamlanmış oldu. Çin'de kapitalizmin kural ve kurumları büyük ölçüde hayata geçirilmiştir.

5.Sonuç

Çin, başta IMF, Dünya Bankası ve Dünya Ticaret Örgütü olmak üzere neredeyse tüm Batılı uluslararası örgütlerin üyesidir. Enerji dağıtımı odaklı jeopolitik kaygılar Çin'i bölgesel birçok bütünleşme hareketin içine itmiştir. Güney Doğu Asya Birliği (ASEAN), Asya-Pasifik Ekonomik İşbirliği (APEC) ve Şanghay İşbirliği Örgütü (SCO), vb. Buradaki kurucu üyelikler Çin'in ekonomi-politik farkındalığını daha da arttırmıştır. Çin'in bölgesel ve küresel planda *marjinal* kalmaması, dünyayla aynı ekonomi dilini konuşması ve her yönüyle kayıt altına alınması için bu örgütlerin ciddi bir işlevi sözkonusudur.

Acaba Çin, ABD'ye karşı ve onun en güçlü rakibi mi, yoksa onun güdümünde en derin müttefiki mi? Bu tartışılabilir fakat Çin'in 21.yüzyılın ortalarına doğru süper güç yorgunu ABD'nin koltuğuna oturacağı güçlü kanıtlarla savlanmaktadır. Ayrıca, *'Çin Malı'* çağına karşın, BM'nin veto hakkına sahip Çin dâhil beş daimi temsilcisinin Dünyadan asla büyük olmadığı da (Türkiye merkezli) sorgulanmaktadır.

Kaynakça

BBC News-Türkçe (2018), "ABD-Çin ticaret savaşını kim kazanır?", 6 Temmuz, https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-44167550 (8/7/2018)

CIA – Central Intelligence Agency (2017) *The World Factbook : China*, https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ch.html (3/3/2018)

Eğilmez, M. (2015). "Çin Ekonomisi", *Kendime Yazılar (Blog)*, 16 Ağustos, http://www.mahfiegilmez.com/2015/08/cin-ekonomisi.html **(8/72018)**

Gündüz, R. (2018). "6 maddede ABD - Çin ticaret savaşı", *Reuters-AFP*, 6 Temmuz, http://tr.euronews.com/2018/07/06/abd-ve-cin-ticaret-savasini-anlama-rehberi-merak-edilenler (8/7/2018)

Açık İnovasyonda Sürecinde Üstesinden Gelinmesi Gereken Zorluklar: Türkiye'deki Açık İnovasyon Örnekleri Üzerine Bir Araştırma

Sezer Ayaz[110] **Belkıs Özkara**[111]

Full Text

Özet

Açık inovasyon son yıllarda işletmelerin daha geniş bir alandan (kullanıcılar, başka işletmelerdeki uzmanlar vb) yeni fikirler bulmak, yeni ürün ve hizmetler geliştirmek için başvurdukları yollardan birisidir ve son yıllarda uluslararası literatürde sıklıkla araştırma konusu olmaktadır. Açık inovasyonun, işletmeler için sunduğu birçok avantaj olduğu ileri sürülmektedir. Dünya genelinde, özellikle büyük hacimli işletmelerde açık inovasyon uygulamalarının birçok başarılı yeniliğin yapılmasında büyük etkisi olmakla birlikte, ülkemizde geniş bir bilinirlik ve uygulama alanına sahip değildir. Bu çalışmada, açık inovasyon takımı olarak açık inovasyon uygulamalarına katılan işletme, topluluk ve bireylerin literatürde vurgulanan engellerden hangileri ile sıklıkla karşılaştıklarının keşfedilmesi amaçlanmıştır. Güven, açık inovasyon profesyonellerinin yetersizliği ve kısıtlı maddi ödüllerin en sık karşılaşılan engeller olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Açık İnovasyon Engelleri, Dış Bilgi, İşbirliğine Dayalı Bilgi Yaratma

Abstract

Open innovation is one of the ways that businesses have been seeking new ideas, developing new products and services from a wider area (users, experts in other businesses, etc.) in recent years, and has been a subject of frequent research in international literature in recent years. It is argued that open innovation has many advantages for businesses. While open innovation practices in the world, especially in large volume businesses, have a great impact on many successful innovations, open innovation does not have a wide range of awareness and application area in our country. In this study, it was aimed to discover the frequently encountered obstacles highlighted in the literature that businesses, communities, and individuals involved in open innovation practices as open innovation teams face. It has been seen that trust, inadequate number of open innovation professionals and reduced financial awards are the most frequently encountered obstacles.

Keywords: Open Innovation Challenges, External Knowledge, Collaborative Knowledge Creation

[110] Uşak Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Öğrencisi, ayazsezer@hotmail.com
[111] Afyon Kocatepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü Öğretim Üyesi bozkara@aku.edu.tr

1.Giriş

İnovasyon, ülkelerinin ekonomik başarıları için anahtar bir etmen ve sürdürülebilir gelişim için bir ön gereksinim halini almış durumdadır. Karmaşık olan ve yüksek rekabet içeren global pazarda, şirketler her zamankinden daha hızlı bir şekilde yenilik üretmeli ve ticari varlığını sürdürebilen ürünler geliştirmelidir. Bu yeni durumlarla başa çıkabilmek için, işletmeler yenilik stratejileri ve süreçlerine ilişkin yeni yaklaşımlar benimsemektedirler. Globalleşme ve yeni teknolojiler rekabetin artmasına, kabiliyetli çalışanları elde tutmanın zorlaşmasına ve kısalan ürün yaşam döngülerinin doğmasına neden olmuştur (Chesbrough, 2003). Bu da işletmelerin pazarda tutunabilmeleri için daha çabuk ve daha etkili inovatif ürün üretmelerini zorunlu kılmıştır (Chatenier, E. D., Verstegen, J. A. A. M., Biemans, H. J. A., Mulder, M., Omta, O. 2009). İşletmelerin, sadece kendi Ar-Ge çalışanları ile istenilen çabukluk ve etkinlikte inovasyon üretemediğini fark etmesi uzun sürmemiştir. Bunun sonucunda katılımcı inovasyon süreci olan ve birlikte ortaya çıkarmaya dayanan açık inovasyonu uygulamaya başlamışlardır. Bir işletmenin açık inovasyon sürecinde partnerlerinden girdi alabilmesi kadar onlara girdi sunabilmesi de karşılıklı etkileşimin gereğidir. Açık inovasyon katılımcılarının sürece sunduğu bu girdiler know-how, teknoloji, lisanslar, pazar kanalları gibi çeşitli şekillerde olabilmektedir (Chesbrough, H. Schwartz, K. 2007).

Açık inovasyon süreci her ne kadar inovasyon üretme aşamasında olan işletmelerin riski paylaşmasına ve etkili bir inovasyonu daha kısa bir sürede ortaya çıkarmasına ön ayak olsa da, bu ortak bilgi üretme sürecinde sağlıklı bir inovasyon ortaya çıkmasının önünde engel oluşturabilecek faktörler söz konusudur. Literatür taraması sonucu ülkemizde başarılı açık inovasyon girişimleri bulunmasına karşın özellikle açık inovasyonu kolaylaştırmaya yardımcı olacak yeterli ve güncel yerel araştırmanın bulunmaması bu çalışmanın yapılmasındaki başlıca sebebi oluşturmaktadır.

2. Açık İnovasyon

İnovasyonun gelişim için en temel unsur halini aldığı günümüz dünyasında, her bir örgütün ilgilenmesi gereken ve hatta ilgilenmek istemese bile kendisini içinde bulacağı değişim süreçleri ile karşılaşmaktadır. Bu süreçler inovasyon ihtiyacı ile başlayıp inovasyonların uygulanması ile son bulur. Yani başında da sonunda da inovasyon vardır. İnovasyonun kendisi de değişime direnemez, yenilenir ve kavramsal olarak gelişip dönüşür. İnovasyonun aldığı son hal ise ‘’Açık İnovasyon’’ adı verilen sınırların daha geniş olduğu ve daha katılımcı olan bir süreçtir.

Açık inovasyon kavramını ilk kez Chesbrough 2003 yılında oraya atarak, işgücünün hareketliliği doğrultusunda bilgi ve deneyimin de hareketliliğindeki gelişmeye ve bu bilginin ticarileştirilmesi için risk sermayesinin ulaşılabilirliğine dikkat çekmiştir.

Açık inovasyon, Henry Chesbrough (2003) tarafından şöyle tanımlanıyor:

‘’Sırasıyla, dahili yeniliği hızlandırmak için amaca uygun bilgi giriş ve çıkışının kullanımı, yeniliğin dışarıdan kullanımı için pazarların oluşturulması. Açık inovasyon, işletmelerin dahili fikirler kadar harici fikirleri de, ve teknolojilerini geliştirmeye önem verdiklerinden dolayı pazar için dahili ve harici yollar kullanabileceğini ve kullanması gerektiğini

varsayan bir paradigmadır. ‘’

Açık inovasyon; kıymetli bilgilerin işletme içinde giriş çıkışını sağlayarak iç motivasyonu etkilemek ve pazarları dışsal inovasyonu kullanan hale getirmektir (Chesbrough, 2006: 2).

Belirsizlik ve değişkenliğin sınırlı olduğu bir pazarda mevcut iç Ar-Ge yeterli olabilir, ancak söz konusu pazarın dengesi istikrarlı değilse, yeni bir ürün üretiliyor veya yeni bir pazara giriliyorsa, karşılaşılabilecek tehdit ve fırsatları görebilmek için işletmeye giren bilgi miktarının önemi artar (Chesbrough, 2004: 24). Özellikle çok uluslu girişimler Ar-Ge çalışmalarını -kendi global değer sınırları dahilinde- giderek sınır ötesi hale getirirler, yeni ürün ve süreçler için harici yeniliğe güvenirler. Ayrıca işletmeler lisans vermede ve kendi yeniliklerinin çıktılarını üçüncü şahıslara satmada daha aktif bir hale gelirler (OECD Policy Brief, 2008;1).

Gelişen global rekabet ve yükselen araştırma ve geliştirme (Ar-Ge) masrafları ile karşı karşıya kalan şirketler, yeni, daha açık yenilik türleri olmadan sadece kendi Ar-Ge çabaları ile yaşamlarını sürdürememektedir. İşletmelerin yenilik çalışmaları çoğunlukla uluslararasıdır, dolayısıyla oyunda çok önde olmaları ve pazarda rakiplerinden önce yeni ürün ve hizmetler üretebilmeleri için müşteri, tedarikçi ya da üniversiteler gibi işletme dışı partnerler, yani kendi kurdukları veya dahil oldukları açık inovasyon toplulukları ve takımları ile ortak çalışarak ‘’açık inovasyon’’u benimsemektedirler.

2.1. Atmosferi Açık İnovasyona Uyumlu Hale Getirmek

Atmosfer denince genel olarak akla bütün bir yapı gelmektedir. Örgüt, birçok yapının (üretim, pazarlama, finans, insan kaynakları, satın alma, vs.) bir araya gelmesi ile ortaya çıktığından, atmosferin uygun hale getirilmesi, örgüt içindeki birçok yapıya müdahale gerektirmektedir. İlgili yapılara, biribirine entegre ve açık inovasyon sürecine uygun bir form kazandırılması beklenmektedir. Entegrasyona dahil yapılar örgüt içi etmenler olduğu gibi, açık inovasyonun bir gereği olarak örgüt dışı etmenler (paydaş, harici bilgi kaynağı, satın alınan lisans, vs.) de olmak durumundadır.

2.2. Açık İnovasyona İten Gerekçe

İşletmeler için açık inovasyonun en önemli faydası daha geniş bir fikir ve teknoloji tabanı sağlamasıdır. İşletmeler açık inovasyona şirketlerinin geleceği için bir girdi oluşturabilecek olan müşteriler, tüketiciler, araştırmacılar ve diğer kişiler gibi harici partnerler ile yapılan içli dışlı bir ortaklık olarak bakmaktadır. İşletmeler arasındaki birleşme baskısının ana tetikleyicileri yeni iş fırsatları yakalamak, riskleri paylaşmak, tamamlayıcı kaynakları birleştirmek ve sinerji üretmektir. İşletmeler açık inovasyonu daha düşük bir risk ile yeni büyüme fırsatları keşfetmek için stratejik bir araç olarak görmektedirler. Açık teknoloji edinimi işletmelere zorunlu yüksek masraflar yaratmadan daha çok esneklik ve isteklilik sunmaktadır.

‘’Açık inovasyon’’ terimi bedava bilgi veya teknoloji anlamına gelmez. ‘’Açık kaynak’’ lisanssız teknolojileri ifade ederken, ‘’açık inovasyon’’ ortak metod uygulamaları anlamına gelir ve hala entelektüel varlıklar için şirketler arasında lisans ücretinin (kayda değer) karşılığını ifade edebilir (OECD Policy Brief, 2008;1).

2.3. Açık İnovasyonun Online Sistemlerle Bağı

Açık inovasyon sürecinin günümüzde uluslararası arenaya taşınmasında ve geniş kitlelere ulaşmasındaki en büyük araçlar açık inovasyon web portallarıdır. Bu çerçevede, bulundukları iş kolu ile ilgili ürün, hizmet ve süreçlerine dair her türlü ihtiyaç ve problemlerine çözüm arayan firmalar ile inovasyonda ilerleme kat etmiş, firmaların problemlerine çözüm arayan ve yeni iş/fikir modelleri sunan yenilikçiler (akademisyenler, üniversite öğrencileri, uzmanlar, danışmanlar, patent sahipleri vs.), web ortamında buluşmaktadırlar (Çubukçu, 2011).

Online sistemlerin, açık inovasyonun en önemli ve olmazsa olmaz fiziksel tamamlayıcı öğelerinden biri olduğuna vurgu yapılmaktadır. Sürecin açık bir şekilde sürdürülebilmesi için ortak bir altyapının olması ve bu altyapının potansiyel partnerlerin gereksinimlerine çok iyi cevap verecek şekilde oluşturulmuş olması gerekliliğine değinilmektedir. Bir ürün yada hizmetin başarılı olma düzeyinin, online sistemin hazırlanış başarısı ile paralellik göstermesi mümkün olabilir.

2.4. Açık İnovasonu Etkileyen Önemli Etmenler

Literatür taramasına ek olarak Pera isimli yenilik araştıma firmasının 2009'da internet üzerinden yaptığı bir anket ve açık inovasyon uzmanları ile açık inovasyon uygulayıcıları olan odak gruplarla sağladığı görüşmelerden oluşan bu temel araştırma incelenmiştir. Üç uygulama da açık inovasyon aktivitelerinde tecrübeli farklı sektör ve örgütlerden oluşan katılımcıları kapsamıştır. Bu yolla, doğası gereği esasen gözle görülebilir konular üzerine yoğunlaşan literatür taramasının aksine, açık inovasyonu üstlendiklerinde insanları kişisel düzeyde etkileyen konuların tanımlanması sağlanmıştır.

Yukarıda değinilen araştırma boyunca ortaya çıkan sorunların çoğu, aşağıdaki beş önemli etmenden biri olarak sınıflandırılabilir:

***Fikri Mülkiyet-** Katılımcıların IP'nin ne olduğunu ve ne kadar değerli olduğunu anlamadıkları zaman, bir projenin büyük bir açmaz noktasında olduğu açıktır. Fakat, açık inovasyona bulaşmamanın altında yatan asıl nedenler güven gibi diğer önemli faktörlerin etrafında dönerken, IP'nin açık inovasyona bulaşmamak için bir neden olarak sıkça kullanıldığı görülmüştür. Eğer tüm partnerlerin yükümlülük ve sahip oldukları süreyi yansıtan, herkesi tatmin eden açık ve adil bir kazanım yapısına sahip bir IP durumu konusunda daha projenin başlangıcında hemfikir olunursa, o zaman bir projenin başarılı olma şansı büyük ölçüde artar (JISC, 2009:6).

***Kültür-** Açık inovasyon için büyük önem taşıyan bir etmendir ve aynı zamanda potansiyel olarak aşılması en zor olanıdır. Üniversitelerde, kazanım yapısı şimdiye dek öncelikli olarak yayıncılık ve hibe edinimindeki başarılar üzerine kurulmuştur. Kamu kuruluşlarında odak nokta eğitim ve araştırma iken, özel sektörde odak nokta kardır. Bu hedefler biri biriyle örtüşmemekte, bu yüzden örgütsel amaçlarını değiştirmeden kamu sektörünün etkili bir biçimde açık inovasyon ile uğraşması zordur. Eğer açık inovasyon oluşumuna katılan taraflar, katılan çeşitli örgütlerin farklı amaçlarının farkındalar ise, bu durum onların açık inovasyon çalışmasının sürecini oluşturmalarına yardımcı olur (JISC, 2009:7).

***Problemi Belirlemek-** Ortaya çıkan yaygın bir sorundur çünkü çözümler özelliklerine göre daha özel olarak tanımlanırken, problemler genelde arzu edilen genel çıkarlar etrafında tespit edilmektedir. Bu da problemler için uygun çözümleri bulmada başarısızlıkla sonuçlanabilir. Katılımcı taraflar arasındaki zayıf iletişim, bu faktörü daha da güçleştirir (JISC, 2009:7).

***Doğru Kişileri Bulmak-** Aşamaların çok büyük bir kısmında problem oluşturan temel sorunlardan biridir. Bir üniversite ile çalışan harici bir organizasyon, ilgili teoriler yanı sıra teknoloji transfer ofisi ile de uğraşmaya da ihtiyaç duyabilir. Bu işlem genellikle hep belirsiz ve karışık olarak algılanmıştır. İlgili bilim enstitüsü ile kişisel bir etkileşim olmadan, ilgileneceklerini veya projeye yardımcı olmak için gerekli becerilere sahip olup olmadıklarını anlamak zordur. Dış kuruluşlar ile etkileşim kurmaya çalışan bir üniversite için karar vericilere ulaşmak veya onların araştırma ihtiyaçları ve sorunlarını bulmak zor olabilir (JISC, 2009:7).

***Güven-** Başarılı bir etkileşim için hayati bir bileşen olarak algılanmaktadır ama aynı zamanda kritik faktörleri tanımlamak için yapısı en değişik ve zor olandır. Güven olmazsa, kuruluşların diğer harici ortaklar ile çalışması pek olası değildir. Pera'nın temel araştırmasında (2009) güven, sıkça bireylerin açık inovasyon ile uğraşıp uğraşmayacaklarını etkileyen en önemli faktör olarak nitelendirilmiştir.

Çeşitli güncel araştırmalar göstermiştir ki; açık inovasyon modeli uygulayan birey, topluluk veya işletmelerin sayısı arttıkça açık inovasyon evreni de genişlemiş, dolayısıyla da yukarıda belirtilen etmenler dışında, başarılı bir açık inovasyon uygulamasının önünde engel niteliği taşıdığı saptanan, belki de yukarıdaki ana etmenlerin alt başlığı kabul edilebilecek birçok durum literatürde araştırılmaya başlanmıştır.

3. Açık İnovasyonda Aşılması Gereken Engeller

Açık inovasyon uygulamalarına girişen işletmeler öncelikle katılımcı ve paydaşları ile uyum içinde olması gerektiğini bilmelidirler. Oluşabilecek en temel problem katılımcı ve paydaşlar ile yaşanan uyum problemidir. Bu uyum problemi farklı amaçlar gütmekten kaynaklanabileceği gibi sürecin herkes tarafından aynı algılanmış olmamasından da kaynaklanabilir. Bu yüzden, daha uygulama aşamasına geçmeden yapısal durum kontrol edilmeli ve uygun değilse uygun hale getirilmelidir.

Örneğin Procter&Gamble, birçok ürünün üzerinde gördüğümüz kısa hali ile P&G ‘’bağlan ve geliştir’’ isimli çok dinamik bir program oluşturmuş ve Olay Regenerist, Spin Brush ve Swiffer gibi farklı firmaların yer aldığı bir toplulukla birlikte hareket ederek, ilgili işletmelerden bazı ürünlerin kullanım hakkı ve lisanslarını satın alarak başarılı bir açık inovasyon örneği oluşturmuştur. Böylelikle paydaşlar arasında her birinin diğerine fayda oluşturduğu açık bir inovatif süreç döngüsü ortaya çıkmıştır (Chesbrough, 2006: 3). Hewlett-Packard, açık inovasyonu süreçlerine ve örgüt kültürüne entegre etmeyi başarmış bir başka işletmedir. Firmanın ar-ge laboratuarlarında üniversiteler, müşteri bildirimleri, ticari ortaklar ve devlet kurumlarının bir arada bulunduğu, fikir ve bilgilerin paylaşıldığı bir yapı söz konusudur. Açık inovasyon prensipleri kapsamında firma, üç temel noktaya odaklanmıştır. Bunlar inovasyon araştırma programları, “Open Cirrus Cloud” isimli yazılım test platformu ve devlet-üniversite işbirlikleridir (Banerjee, P. & Friedrich, R. & Morell, L., 2010: 89).

Porter (1998, s. 197), toplulukları "birbiriyle bağlantılı işletmelerin, uzman tedarikçilerin, servis sağlayıcıların, ilgili endüstrilerdeki işletmelerin ve ilgili kurumların coğrafi yoğunluğu olarak (özellikle de rekabet eden ancak aynı zamanda işbirliği yapılan alanlarda)" tanımladı. Genellikle küçük ve orta ölçekli işletmeler (KOBİ'ler) olan firmaların bir araya toplanması, tamamlayıcı meslek alanlarının daha iyi koordinasyonuyla rekabetçi avantajların ortaya çıktığı "ortak etkinlik" için bir potansiyel sunmaktadır (Pouder & St. John, 1996); bir dizi araştırmacı, bu tür modellerin inovasyona katkıda bulunma potansiyelini vurgulamıştır (Best, 2001). Topluluk büyümesi ve rekabet gücü için dikkat çekici bir potansiyel, Amerika Birleşik Devletleri'nde Silikon Vadisi (Saxenian, 1994) ve Boston Route 128 (Nohria & Eccles, 1992); Avrupa'da Cambridge (Bessant ve diğerleri, 2012), Üçüncü İtalya (Pyke, Becattini, & Sengenberger, 1990) ve Baden-Württemberg (Breschi & Malerba, 2005); ve dünyada gelişmekte olan piyasalar (Krugman, 1991) gibi bazı bölgelerdeki çalışmalarla vurgulanmıştır.

Güncel araştırmalara göre başarılı bir açık inovasyon uygulaması için ‘’güven’’ faktörü elzem bir önem taşımaktadır. Bu faktörü aktive etmenin temel koşulu da açık inovasyon uygulamasının önündeki engelleri aşabilmektir.

Güven, yenilik için her zaman önemli olmuştur. Bilgi yönetimi literatürü, daha önce bilgi paylaşımının öncüsü olarak güveni işaret etmiştir (örn., Dirks & Ferrin, 2002; Mayer, Davis, & Schoor man, 1995) ve güvenin bilginin paylaşımını teşvik ettiğini ve bunun da yeniliği teşvik ettiğini ortaya koymuştur. Aksine, insanlar güvenmediğinde hata yapma veya başkaları tarafından reddedilme korkusu, önemli bilgilerin ifşa edilmesinden korkma ya da basitçe sezgilerini ve yeni fikirlerini paylaşmak için psikolojik olarak rahat hissetmemek gibi birçok farklı nedenden dolayı özellikle bir grup içinde bilgi paylaşmaktan çekinebilirler (Kim & Mauborgne, 1998). Curs¸eu ve Schruijer (2010), düşük güvenilirliğin insanları bilgi açıklarken saldırıya uğramış hissetmelerine neden olabileceğini ve sonrasında bilgi paylaşımının devam etmesinin daha az olasılaşacağını tespit etti. Yenilikte örgütler arası işbirliği, çaba sarfetmeden hazıra konmayı önlemek ve gizli bilgiyi ifade etmeye yardımcı olmak için yüksek düzeyde güven gerektiren etkileşimli bir bilgi paylaşım sürecidir (Hervas-Oliver, Albors-Garrigos ve Baixauli, 2012). Böylece, güven kararı, bilgiyi serbest bırakıp bırakmayacağına karar verir ve sonuç olarak işbirliğinin ve inovasyon yoluyla değer yaratmanın başarısını belirler.

Güven, herhangi bir topluluğun, özellikle bilginin soyut doğasının yasal önlemlere güvenmeyi büyük bir tehlike haline getirdiği bilgi yoğun durumda olanların başarısı için bir ön şarttır. Topluluklaşmalarda güvenin gelişimi çok boyutlu kabul edilebilir; Örneğin, Newell ve Swan (2000) "güven bağlılığı" ve "yeterlik güveni" arasında ayrım yapmıştır. Bunlardan birincisi, ilk oluşum ve buluşma etrafındaki faaliyetlerin bir sonucu olarak ortaya çıkar. Bu aşamada, sorunlar çözülmezse, ilk arıza ortaya çıkabilir. Diğer taraftan, katılımcılar güven bağlılığını yetenekli geribildirime ve "uğraşmaya değer" ve yararlı fikirlerin etkileşimine dönüştürdüklerinde yeterlik güveni doğmaktadır. Bu tür bir güven, takım oluşumunda gözlemlenenlere benzer grup dinamik süreçlerinin bir sonucu olarak ortaya çıkar. Bu iki tür güvene ulaşılırsa, şebeke güçlü kişisel ilişkilere dayanan ve gelişmiş toplulukların temelini oluşturan "eş güven" geliştirebilir (Newell & Swan, 2000).

4. Yöntem

Bu çalışmada, ülkemizdeki işletmelerde açık inovasyonu engelleyen faktörlerin belirlenmesi amacıyla bir araştırma öngörülmüştür. Araştırma nitel bir tasarımla yapılmıştır Türkiye'de açık inovasyon yapan işletmelerin çok kısıtlıdır. Bu nedenle Açık İnovasyon Derneği'nin yöneticileri ve görüşmeyi kabul eden, ancak adının açıklanmasını istemeyen savunma sanayiindeki bir firmanın inovasyondan sorumlu yöneticisi ile yarı yapılandırılmış bir görüşme yapılmıştır. Açık İnovasyon Derneği yöneticilerinin inovasyon yapan firmalarla etkileşim içinde olması ve açık inovasyon takımları oluşturma adına işleyen modeller üretmesi; ilgili savunma sanayi kuruluşunun ise aktif bir açık inovasyon uygulayıcısı ve açık inovasyon takım üyesi olması nedeniyle engelleyici faktörlerin hangilerine sıklıkla rastlandığı konusunda bilgi sahibi oldukları varsayılmaktadır. Araştırmada geliştirilen soru formu literatürde tartışılan, önemine ve rastlanma sıklığına göre seçilmiş 26 engeli kapsayan sorulardan oluşmaktadır.

5. Bulgular ve Yorum

Biri birinden farklı açık inovasyon modelleri uygulayan ve farklı çalışma alanlarında varlık gösteren iki ayrı işletmeyle yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile yapılan görüşmeler sonucu elde edilen veriler değerlendirilerek iki ayrı case study ortaya çıkarılmıştır.

Açık inovasyon derneğinden elde edilen veriler ışığında kendi düzenledikleri açık inovasyon modelleri ile oluşturup uyguladıkları deneyimlere göre;

- Açık inovasyon sürecine katılan tüm paydaşlar için fikri mülkiyet, çekirdek yetenek ve sahip oldukları bilgiyi korumak büyük önem taşımaktadır. Bu yüzden sahip oldukları bilgiyi paylaşma konusunda isteksizdirler. Bunların korunması için sadece devletten politika üretmesini beklemek yerine farklı önlemler alınmalıdır.

- Ülkemizde bu alanda standartlaşmış sözleşmeler bulunmadığından karşılıklılık normu, ortak amaç ve bedavacılık (free riding) konusunda da kaygı söz konusudur.

- Açık inovasyon takımlarının oluşumu ve yönetimi için bu konuda donanımlı profesyonellere ihtiyaç vardır.

- Tüm paydaşlar için taşıdıkları fikri ulaştırıp birlikte geliştirebilecekleri doğru muhatapları bulmak güçtür.

- Yeterli sayıda ve amacına uygun açık inovasyon web portalı bulunmamaktadır.

- Özellikle büyük ve kurumsal işletmelerde çalışanların fikirlerinin önemsenmediği saptanmıştır. Kullanıcılar ise sağlıklı bir açık inovasyon sistemine sahip olmadığımızdan fikirlerinin önemsenmediği algısına sahiplerdir.

- Açık inovasyon süreci içerisinde, özellikle açık inovasyon takımları modelinde bir paydaşın süreçte baskın olmaya çalışması büyük bir sorundur.

- İşletme çalışanlarınca örgüt yapıları, kültürleri ve fiziksel iç çevrelerinin açık inovasyona uygun olmadığı kanısı hakimdir.

- İşletmelerde yeterli fikir geliştiriciler (idea scouts) ve ağları bulunmamaktadır.

- Özellikle Ar-Ge çalışanları mevcut statülerini kaybetme korkusu ile ağırlıklı olarak dış kaynaktan beslenen inovasyona direnç göstermekte ve NIH- not invented here (Burada icat edilmedi) sendromu yaşamaktadırlar.

Savunma sanayi kuruluşundan elde edilen veriler ışığında uyguladıkları açık inovasyon modellerine ilişkin deneyimlere göre;

- Açık inovasyon sürecine katılan tüm paydaşlar için fikri mülkiyet, çekirdek yetenek ve sahip oldukları bilgiyi korumak büyük önem taşımaktadır. Çalışma alanları savunma sanayisi olması bu durumu daha da önemli kılmaktadır. Sahip oldukları bilgiyi paylaşma konusunda kısıtlı isteklidirler. Bunların korunması için sadece devletten politika üretmesini beklemek yerine farklı önlemler alınmalıdır.

- Açık inovasyon alanında standartlaşmış sözleşmelere sahip olunmadığından karşılıklılık normu, ortak amaç ve bedavacılık konularının karşılıklı bir şekilde oluşması gereken güvenle bertaraf edilebileceği düşünülmektedir.

- Açık inovasyon sürecinde profesyonellere ihtiyaç vardır.

- Savunma sanayi kuruluşu açık inovasyon portalı aracılığı ile doğru muhatapları bulmak sorun olmamaktadır.

- Savunma sanayi kuruluşunun amacına uygun açık inovasyon web portalı vardır.

- Çalışanlar sadece ödül ile kısıtlı kalmayıp işletmeyi temsil gibi motivasyonlarla desteklendiği için fikirlerinin önemsendiğini düşünmektedirler. Savunma sanayisinde kullanıcılar fikir vermek yerine problem tanımlamaktadırlar.

- Savunma sanayi kuruluşunun açık inovasyon süreci içerisinde kullandığı modele bağlı olarak süreci savunma sanayi kuruluşu yönlendirmektedir ve bir problemden söz edilmemektedir. Ancak, özellikle kendi katıldığı uluslararası açık inovasyon takımları modelinde bir paydaşın süreçte baskın olmaya çalışması büyük bir sorun olarak görülmektedir.

- İşletme çalışanlarınca savunma sanayi kuruluşunun genelinin olmasa da inovasyon birimindeki örgüt yapıları, kültürleri ve fiziksel iç çevrelerinin açık inovasyona uygun olduğu kanısı hakimdir.

- Kısmen NIH sendromu yaşamaktadırlar.

6. Sonuç

Türkiye'de inovasyon uygulamaları, politika anlamında desteklense de yapılan uygulamaların yeterli olmadığı bu çalışmada faydalanılan kaynaklar ve edinilen verilerle sabittir. Açık inovasyon uygulamaya çalışan işletme ve bireylere yol gösterebilecek yeterli akademik çalışma ülkemizde bulunmamaktadır. Buna ek olarak bu alanda donanımlı profesyonel birey ve örgüt sayısı yetersizdir. Bu da açık inovasyon uygulamaya çalışan birey ya da işletmeleri, karşılaşabilecekleri zorlukları çözebilme noktasında pusulasız bırakmaktadır.

Açık inovasyon alanında daha fazla uygulamalı akademik çalışmaya ve bu alanda yetişmiş kaliteli profesyonellere ihtiyaç vardır.

Kaynakça

Banerjee, P. ve Friedrich, R. ve Morell, L. (2010), Open Innovation at HP Labs, Industry Perspective, IEEE Computer Society.

Bessant, J. (2003). High involvement innovation. Chichester, England: Wiley.

Bessant, J., Alexander, A., Tsekouras, G., Rush, H., & Lamming, R. (2012). Developing innovation capability through learning networks. Journal of Economic Geography, 12, 1087–1112.

Bessant, J., Caffy, S., & Gallagher, M. (2001). An evolutionary model of continuous improvement behavior. Technovation, 21(2), 67–77.

Bessant, J., & Möslein K. M. (2012). Open collective innovation: The power of the many over the few. London, England: Advanced Institute of Management Research (AIM).

Best, M. (2001). The new competitive advantage: The renewal of American industry. Oxford, England: Oxford University Press.

Birkinshaw, J., Bessant, J., & Delbridge, R. (2007). Finding, forming and performing: Creating new networks for discontinuous innovation. California Management Review, 49(3), 67–84.

Breschi, S., & Malerba, F. (2005). Clusters, networks and innovation. Oxford, England: Oxford University Press.

Chatenier, E. D., Verstegen, J. A. A. M., Biemans, H. J. A., Mulder, M., Omta, O. (2009). The Challenges of Collaborative Knowledge Creation in Open Innovation Teams. Human Research Development Review, 8 (3), 350-381

Chesbrough, H. (2003). Open innovation: The new imperative for creating and profiting from technology. Boston, MA: Harvard Business School Press.

Chesbrough, Henry W. (2003), The Era of Open Innovation**,** Mitsloan Management Rewiew, 15 Nisan

Chesbrough, Henry W. (2004), Managing Open Innovation, Research Technology Management, Vol.47, No:1

Chesbrough, H. (2006). Open business models: How to thrive in the new innovation landscape. Boston, MA: Harvard Business School Press.

Chesbrough, H. Schwartz, K. (2007). Innovation Business Models with Co-Development Partnerships. Research Technology Management, 50(1), 55-59

Chua, R. Y., Morris, M. W., & Mor, S. (2012). Collaborating across cultures: Cultural metacognition and affect-based trust in creative collaboration. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 118(2), 116–131.

Chung, S., & Kim, G. M. (2003). Performance effects of partnership between manufacturers and suppliers for new product development: The supplier's standpoint, Research Policy, 32(4), 587–603.

Curs¸eu, P. L., & Schruijer, S. G. L. (2010). Does conflict shatters trust or does trust obliterate conflict? Revisiting the relationship between team diversity, conflict and trust. Group Dynamics: Theory, Research and Practice, 14(1), 66–79.

Çubukçu, A., Bir Açık İnovasyon Aracının Sistematik Tasarımı, TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, Aralık 2011

Dirks, K. T., & Ferrin, D. L. (2002). Trust in leadership: Meta-analytic findings and implications for research and practice. Journal of Applied Psychology, 87, 611−628.

Fukuyama, F. (1995). Trust. New York, NY: Free Press.

Giddens, A. (1990). The consequences of modernity. Stanford, CA: Stanford University Press.

Greve, H. R. (2009). Bigger and safer: The diffusion of competitive advantage. Strategic Management Journal, 30(1), 1–23.

Hervas-Oliver, J., Albors-Garrigos, J., & Baixauli, J. J. (2012). Beyond R&D activities: The determinants of firms' absorptive capacity explaining the access to scientific institutes in low–medium-tech contexts. Economics of Innovation and New Technology, 21(1), 55–81.

Higgins, J. P. T., & Green, S. (2006). Cochrane handbook for systematic reviews of interventions 4.2.6. Chichester, England: Wiley.

Humphrey, J., & Schmitz, H. (1998). Trust and inter-firm relations in developing and transition economies. Journal of Development Studies, 34(4), 32–61.

Hutter, K., & Füller, J. (2013). Open innovation within company boundaries: What motivates and hinders employees to engage in internal innovation communities. Journal of Product Innovation Management, 32(2).

JISC, Facilitating Open Innovation: Landscape and Feasiblity Study, JISC Business and Community Engagement Programme, Ekim 2009

Kacmar, K. M., Bachrach, D. G., Harris, K. J., & Noble, D. (2012). Exploring the role of supervisor trust in the associations between multiple sources of relationship conflict and organizational citizenship behavior. Leadership Quarterly, 23(1), 43–54.

Karniouchina, E., Victorino, L., & Verma, R. (2005). Product and service innovation: Ideas for future cross-disciplinary research. Journal of Product Innovation Management, 23, 274–280.

Kim, C., Song, J. ve Nerkar, A. (2011). Learning and Innovation: Exploitation and Exploration Trade-offs. Journal of Business Research, 65 (8): 1189-1194.

Kim, W. C., & Mauborgne, R. (1998). Procedural justice, strategic decision making, and the knowledge economy. Strategic Management Journal, 19, 323–338.

Kroeger, F. (2011). Trusting organizations: The institutionalization of trust in interorganizational relationships. Organization, 19, 743–763.

Krugman, P. (1991). Increasing returns and economic geography. Journal of Political Economy, 99, 483–499.

Kumar, V. (2014). Understanding cultural differences in innovation: A conceptual framework and future research directions. Journal of International Marketing, 22(3), 1–29.

Kuper, K. (1997). "Cooperating to compete": Soft and hard business networks. Trade and Industry Monitor, 1.

Laaksonen, T., Jarimo, T., & Kulmala, H. I. (2009). Cooperative strategies in customer–supplier relationships: The role of inter-firm trust. International Journal of Production Economics, 120(1), 79–87.

Laursen, K, Salter, A, Open for Innovation: The Role of Openness in Explaining Innovation Performance Among U.K. Manufacturing Firms, Strategic Management Journal, Volume 27, Issue 2, Pages 131-150, Şubat 2006

Lamming, R. (1993). Beyond partnership: Strategies for innovation and lean supply. Hemel Hempstead, England: Prentice Hall.

Liao, T. (2010). Cluster and performance in foreign firms: The role of resources, knowledge, and trust. Industrial Marketing Management, 39(1), 161–169.

Ludwig, B. (2006). Trust formation in collaborative new product development. Journal of Product Innovation Management, 23(1), 56–72.

Maguire, S., & Phillips, N. (2008). Citibankers' at Citigroup: A study of the loss of institutional trust after a merger. Journal of Management Studies, 45, 372–401.

Maskell, P. (2001). Towards a knowledge-based theory of the geographical cluster. Industrial and Corporate Change, 10, 921–943.

Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. Academy of Management Review, 20, 709–734.

McEvily, B., Perrone, V., & Zaheer, A. (2003). Trust as an organizing principle. Organization Science, 14(1), 91–103.

McEvily, B., & Tortoriello, M. (2011). Measuring trust in organisational research: Review and recommendations. Journal of Trust Research, 1(1), 23–63.

Mesquita, L. F. (2007). Starting over when the bickering never ends: Rebuilding aggregate trust among clustered firms through trust facilitators. Academy of Management Review, 32(1), 72–91.

Meyer-Stamer, J. (2003). Obstacles to cooperation in clusters, and how to overcome them. Developing Alternatives, 9(1), 19–24.

Morris, M., Bessant, J., & Barnes, J. (2006). Using learning networks to enable industrial development: case studies from South Africa. International Journal of Operations & Production Management, 26, 532–557.

Moss Kanter, R. (2006). Innovation: The classic traps. Harvard Business Review, 84(11), 72–83.

Newell, S., & Swan, J. (2000). Trust and inter-organizational networking. Human Relations, 53, 1287–1328.

Nohria, N., & Eccles, R. G. (1992). Face-to-face: Making network organizations work. In N. Nohria & R. G. Eccles (Eds.), Networks and organizations: Structure, form, and action (pp. 288-308). Boston, MA: Harvard Business School Press.

Nooteboom, B. (2013). Trust and innovation. In R. Bachman & A. Zaheer (Eds.), Handbook of advances in trust research (pp. 106–124).Cheltenham, England: Edward Elgar.

OECD Policy Brief,Kasım 2008, Research and Development Going Global, Erişim Tarihi: 15.10.2014, www.oecd.org/publications/policybriefs

OECD, Oslo Kılavuzu, Paris, 2005

Pinkwart, A. (2012). The new role of universities as innovation engines and entrepreneurial hubs. Johns Hopkins University Policy Report. Washington, DC: AICGS.

Porter, M. E. (1998). Clusters and the new economics of competition. Harvard Business Review, 76(6), 77–90.

Pouder, R., & St. John, C. H. (1996). Hot spots and blind spots: Geographical clusters of firms and innovation. Academy of Management Review, 21, 1192–1225.

Pyke, F., Becattini, G., & Sengenberger, W. (1990). Industrial districts and inter-firm co-operation in Italy. Geneva, Switzerland: International Institute for Labour Studies.

Ramaswamy, V. (2009). Leading the transformation to co-creation of value. Strategy and Leadership, 37(2), 32–37.

Rush, H., Hobday, M., & Bessant, J. (1996). Technology institutes: Strategies for best practice. London, England: International Thomson Business Press.

Saxenian, A. (1994). Regional advantage: Culture and competition in Silicon Valley and Route 128. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Schroeder, D. M., & Robinson, A. G. (2004). Ideas are free: How the idea revolution is liberating people and transforming organizations. New York, NY: Berrett Koehler.

Wallin, Martin W., Krogh, Georg V. (2010), Organizing for Open Innovation: Focus on The Integration of Knowledge, Organizational Dynamics, Vol.39, No:2

Westergren, U. H., & Holmström, J. (2012). Exploring preconditions for open innovation: Value networks in industrial firms. Information and Organization, 22(4), 209–226.

İmar Planlarından Kaynaklanan Çevresel Kirlenmelerin İncelenmesi

Hülya Sağlam[112]

Full Text

1. Giriş

Türk Dil Kurumu planlama kavramını "Hükümet tarafından ulaşılacak amaçları belirleyen, tarım, ulaşım, sanayi vb. kesimlerdeki artış ölçüsünü tespit eden ve uygulanması gerekli çareleri önceden gösteren ekonomik ve sosyal programın, belli süreler içinde hazılanması işi" olarak tanımlamaktadır (http://www.tdk.gov.tr). Tanımdan da anlaşılacağı gibi planlama işlemi çeşitli alanlarda olabilmektedir. Çalışmanın konusu açısından üzerinde durulacak kavram ise fiziki planlama diğer bir ifade ile imar planlamasıdır. İmar planlamasının amacı, 3194 sayılı İmar Kanununda yerleşme yerleri ve bu yerlerdeki yapılaşmaların plan fen, sağlık ve çevre şartlarına uygun teşekkülünün sağlanması olarak düzenlenmiştir.

Sağlıklı ve düzenli bir kentleşmenin sağlanması ve ekolojik değerlerin korunmasında kent planlaması önemli bir faktör olabileceği gibi yönetsel, hukuksal ve ekolojik faktörler göz ardı edildiğinde planlama kentsel çevresel sorunları besleyen, kentsel rantı özendiren bir araç haline de gelebilmektedir (Meydan, 2012: 179). Yasal açıklardan ve yetki karmaşasından yararlanarak alınan kararların, kamu yararı ve ekolojik denge göz ardı edilerek hazırlanan planların etkisiyle kentler kontrolsüzce gelişmektedir. Dolayısıyla fiziksel etüdden yoksun yer seçim kararları, meraların, ormanların, denizlerin, kıyıların, göllerin ve diğer korunması gereken çevresel açıdan önem taşıyan alanların bireysel yarar uğruna imara açılması kentsel çevrenin betonlaşarak yaşanılamaz hale getirilmesine neden olmaktadır (Meydan, 2012: 178).

Çevresel tahribatın sebepleri arasında hatalı kent planlaması önemli bir yer tutmaktadır. Bu bağlamda çalışma, imar planlarının çevre kirliliğine etkisine dikkat çekmek amacıyla hazırlanmıştır. Çalışma hazırlanırken, imar planından kaynaklanan çevresel kirlenmelerin türlerine yer verilecek ardından da çevreye duyarlı kent planlaması anlayışının taşıması gereken özelliklere vurgu yapılacaktır.

2. Metodoloji

Yöntem açısından bir literatür değerlendirmesi olan bu çalışma, çevrenin kirlenmesinde, usulüne uygun olmayarak yapılmış imar planlarının rolünü ele almak amacıyla hazırlanmıştır. Bu bağlamda, imar planlarının sebep olduğu çevre kirliliklerini ve çevreye duyarlı imar planlarında bulunması gereken özellikleri konu alan kaynaklar analiz edilerek çalışma metnine aktarılmıştır.

[112] Araştırma Görevlisi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, Kamu Yönemtimi Bölümü, saglamulya_61@hotmail.com

3. Bulgular

İmar planları, kentinlerin büyümesini denetim altına almak amacıyla idarenin kent sistemine müdahale etmesini sağlayan araçlardan birisidir. Bu nedenle imar planmasının amacı, kentin büyümesini denetim altına alarak kentsel yaşam kalitesini yükseltmektir. Günümüzde kentler hızlı bir gelişme içerisindedirler. Plancılar ve kent yöneticileri ise hızlı bir şekilde artan kent nüfusunu denetim altına almak için çaba sarfetmektedirler. Fakat bunu yaparken başarılı olduklarını söylemek pek de mümkün değildir (Kalabalık, 2003 24).

Bugün her türlü çevre sorunlarının temelinde plansızlık bulunduğunu söylemek mümkündür (Özden, 1997: 16). Planların hazırlanması, uygulanması ve denetlenmesindeki yetki dağılımında karmaşa bulunması, plan hiyerarşisine uyulmaması, planlama ve denetim araçlarının yetersizliği (Akay ve Akgün, 2014: 13), yapılaşma ve yer seçimi kararlarında ülke ve kamu yararını gözetmeyen, bireysel yararı ön plana çıkaran plan kararlarının etkili olması (Özden, 1997: 16), fiziksel olarak hazırlanan kent planlarının, kentlerin sosyal, ekonomik, durumlarına uygunluk göstermemesi, planların rant beklentisi ile sık sık değişikliğe uğratılması (Çetiner, 2016: 278) ülkemizdeki en önemli planlama sorunlarından olmakla birlikte, bu sorunların çevreyi de dolaylı yönden etkilediğini söylemek mümkündür.

Öte yandan imar planları hazırlanırken şehircilik ilkelerine uygun davranılmaması telafisi güç sonuçların ortaya çıkmasına da neden olmaktadır. Planlar hazırlanırken, doğal kaynakları koruyan ve onların gelişmesini sağlayan, tarih kültür ve sanat değerlerine saygılı, insan ve çevre sağlığını gözeten, toplumun esenlik ve refahını göz ardı etmeyen bir anlayış çerçevesinde planlama esasları ile şehircilik ilkelerinin belirlenmesi (Keleş, 2014: 25) gerekmekte ve planlama yaparken bu ilkeler göz önünde bulundurulmalıdır.

Bu bağlamda, şehircilik ilkelerinden olan iklim koşullarının planlama sürecine entegre edilmemesi ciddi çevre açısından sorunları da beraberinde getirmektedir. Zira imar planlarının hazırlanması sürecinde iklim bilgilerine ulaşmak son derece önem arz etmektedir. Tüm canlıların rahat ve konforu ile birlikte iklimsel özelliklerden maksimum yararlanan, daha az enerji kullanan ve çevreyi minimum kirleten kentlerin oluşturulabilmesi için kent planlamasında iklimsel verilerden yararlanmak gerekmektedir (Balık ve Yüksel, 2014: 2). Kentlerin planlaması yapılırken bakı şartlarının dikkate alınması yakıt tüketiminden tasarruf sağlayacağı ve dolayısıyla fosil yakıtların tüketimi azaltacağı için hava kirliliğinin önlenmesine de katkı sağlayacaktır. Bu nedenle, binaların ve yolların projelendirilmesi yapılırken güneş ışığından uzun süreli olarak yararlanmasına dikkat edilmelidir (Özdemir'den aktaran Üstündağ ve Şengün, 2011: 22).

Bununla bağlantılı olarak, kent toprağının kullanışını denetlemek ve yönlendirmek amacıyla kenti bir plan çerçevesinde, toprağın bugünkü ve gelecekteki kullanış biçimlerine göre bölgeciklere ayırmak, bu düzenlemeyi gerçekleştirecek kurallar koyarak her bölgedeki yapıların türlerini ve ölçünlerini sınırlamak (Keleş, 1998: 30) olarak tanımlanan ve kentsel mekansal yapının denetlenmesinin bir aracı olan bölgeleme kararlarının yanlış uygulanması da önemli problemler yaratmaktadır. Zira, yapılar için yeterli ışığı, havayı, yoğunluğu düzenleyen ve bölgelemenin bir türü olan yükseklik bölgelemesi (Akdeniz, 2001: 85), usulüne uygun olarak uygulanmadığı taktirde hem çevresel kirlenmelere neden olmakta hem de kentsel mekanda ciddi adaletsizliklere neden

olan kentsel rantın oluşumuna katkı sağlamaktadır. Bu durum, çevresel problemler üzerinde dolaylı bir etki yaratmaktadır.

İmar planları hazırlanırken dikkat edilmesi gereken bir diğer husus da plancıların, ana caddeleri hakim rüzgar yönünü dikkate alarak düzenlemesi ve bina kat sayılarını rüzgar akımını etkilemeyecek şekilde planlamalarıdır (Şahin, 1989: 28). Bununla birlikte, ova ve havzaları birbirinden ayıran gedikler, boyunlar ve vadiler kent üzerinde biriken kirli havanın deşarjı açısından önem arz eden alanlardır. Bu nedenle yeni planlanacak alanlarda bu tip rüzgar sirkülasyonunun bulunduğu alanların yüksek binalarla kapatılmamasına özen gösterilmeli ve rüzgarın kanalize olacağı geniş boşluklar bırakılmalıdır (Üstündağ ve Şengün, 2011: 22).

Öte yandan, kent planları, kentsel işlevlerin dağılımı, birbirleri ile ilişkileri, arazi kullanış biçimi, trafik düzeni gibi unsurları içermektedir. Fakat bu planlar hazırlanırken, alt yapı sistemleri, çöp dökme ve imha etme alanları ihmal edilmekte dolayısıyla çevresel problem yaratacak hususlar göz ardı edilmektedir. Aynı sorun çevre düzeni planlarının hazırlanmasında da görülmektedir. Örnek vermek gerekirse mezarlık alanlarının yerleri ve düzenlenmeleri, sanayi, küçük sanayi ve depolama alanlarının çevre sorun yaratmayacak biçimde düzenlenmesi gerekmektedir (Çetiner, 2016: 281).

Kentleşme sürecinde, hızlı artan nüfusun barınma ihtiyacını karşılayacak gecekondu olgusunun ortaya çıkması ve süregelmesi tarım topraklarının yerleşime açılmasını yani plansız ve bilinçsiz arazi kullanım sorununu da beraberinde getirmiştir (Sönmez, 2016: 112).

Çevresel kaygıları göz ardı eden yapılaşmalar, ekonomik davranmak adına sanayi kuruluşlarınca kıyıların tercih edilmesi, yine doğaya daha yakın olmak için koyları, ormanları, sit alanlarını imar arsası haline getiren turizm yatırımları,yeterli arıtmadan yoksun ve hatta hiç arıtma kullanmaksızın atık su boşaltım sistemleri kıyılarımızın ne denli bilinçsizce kullanıldığının örnekleridir (Ekinci, 2016: 220).

Son olarak, imar planları vurgunculuktan elde edilen kazançlar için de bir araç olabilmektedir. Bu nedenle planların çok dikkatli kullanılması gerekmektedir. Bu açıdan bakınca kentsel topraklarda oluşan rantlar, bir yandan yanlış planlama kararlarının bir sonucu bir yandan da nedeni olmaktadır. Kentsel toprak ratlarının ortaya çıkmasında büyük ölçüde plan değişikliği kararları etkili olmaktadır. Uygulamada plan değişiklikleri özel mülkiyetteki taşınmazların değerini aşırı ölçüde arttırması sonucunu doğurmaktadır. İmar planları yapılırken kentin gelişim alanlarının çok iyi kestirilmesi gerekmektedir. Aksi taktirde sık sık yapılacak plan değişiklikleri hem kentsel toprak vurgunculuğunu özendirip uygun ortamı hazırlar, hemde planın kendsini vurgunculuğun bir aracı haline getirebilir (Keleş, Geray vd, 1999: 63).

4. Sonuç

Ülkemizde çevresel problemlerin temel sebeplerini, aşırı nüfus artışı, dengesiz kentleşme, sanayileşme, teknolojinin bilinçsizce kullanımı, korunması gereken alanların tahrip edilmesi şeklinde gruplandırmak mümkündür (Özden 1997: 16).

Bununla birlikte, çevre sorunları ve kent planlaması iç içe geçmiş kavramlardır. Bu sebeple plansızlık ve yanlış plan uygulamalarını da çevresel sorunlarının başlıca sebepleri arasına dahil etmek mümkündür.

Zira, ülkemiz açısından düşünüldüğünde mevcut imar mevzuatımız çevresel konulara yeterince önem vermemektedir. Özellikle kentsel fonksiyonlara yer seçiminde siyasi ve ekonomik kaygılar ile hareket edilmesi, kamu yararının göz ardı edilerek bireysel yararın ön plana çıkarılması, yine bu gerekçeler ile imar planlarında sürekli değişiklikler yapılması, yerleşme alanlarında denetimsiz bir şekilde yoğunluk artışına gidilmesi çevresel sorunların planlama kararlarından kaynaklanan nedenleri arasında sayılabilir. Öte yandan benzer kaygılar ile kıyılar, ormanlar, su havzaları gibi korunması gereken alanların imara açılması, yada şehircilik ilkeleri arasında sayabileceğimiz, meteorolojik şartların, coğrafik özelliklerin ve zemin yapısının göz önünde bulundurulmadan plan kararlarının alınması önemli çevresel sorunları da beraberinde getirmektedir.

Sonuç olarak, kent planları diğer bir ifade ile imar planları hazırlanırken çevresel değerleri ön plana çıkararak nitelikli arazi kullanım kararları veren, böylece daha yaşanabilir, sürdürülebilir kentlerin oluşumuna katkı sağlayan kararların alınmasına özen gösterilmelidir.

Anahtar Kelimeler: Kent Planlaması, Çevre Kirliliği, Rant

Kaynakça

Akay, A. ve Akgün, F. (2014), "Türkiye'de Planlamada Dönüşüm Süreci: Çevre ve Koruma mı? Kentleşme ve Yapılaşma mı?, *Amme İdaresi Dergisi*, 47(4), 93-115.

Akdeniz, H. (1998), İmar Planlarının Uygulanmasında Arazi ve Arsa Düzenlemesi, Teknik Yayınevi, Ankara.

Aytıs, S. Altuncu, D. vd. (2010), "Kentlerde Ekolojik İlkeler Çerçevesinde Sürdürülebilir Planlama", GreenAge Symposium, İstanbul, 1-7.

Balık, H. ve Duman Yüksel, Ü. (2014), "Planlama Sürecinde İklim Verilerinin Entegrasyonu", *Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi*, 7(2), 1-6.

Çetiner, A. (2016), "Kent Bilimci Gözüyle Çevre", İnsan Çevre Toplum, 3. Baskı içinde 277-283, İmge Kitapevi, Ankara.

Ekinci, O. (2016), "Kıyılar ve Toplum Yararı", İnsan Çevre Toplum, 3. Baskı içinde 213-230, İmge Kitapevi, Ankara.

Erdem, R. ve Meşhur, Ç. (2005), "İmar Planları Marifetiyle Plansız Kentsel Gelişim", Özhan Ertekin (Ed.), Planlamada Yeni Politikalar ve Stratejiler Bildiriler Kitabı, İstanbul, 342-349.

İmar Kanunu (1985), T.C Resmi Gazete, 18749, 3/5/1985.

Göçmez, B. ve Çekirge, N. (2005), "Kent Planlama İlişkileri: Yalova Termal Yerleşmesi Örneği", Özhan Ertekin (Ed.), Planlamada Yeni Politikalar ve Stratejiler Bildiriler Kitabı, İstanbul, 349-362.

Kalabalık, H. (2003), İmar Hukuku Dersleri, Seçkin Yayıncılık, Ankara.

Keleş, R. (1998), Kentbilim Terimleri Sözlüğü, 2. Baskı, İmge Yayınevi, Ankara.

Keleş, R. (2014), İmar Hukukuna Giriş, 2. Baskı, İmge Kitabevi, Ankara.

Keleş, R. Geray, C. vd. (1999), Kentsel Toprak Rantının Kamuya Kazandırılması, Öteki Yayınevi, Ankara.

Meydan, S. G. (2012), "Kent Planlama Sürecinde Çevre Bilinci ve Kentsel Rant İlişkisi", *Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi*, 6(1), 175-179.

Özşahin, E. (2015), "Kent Planlaması ve Jeomorfoloji", Mehmet Karakuyu vd. (Ed.), Kent Çalışmaları II, Birinci Baskı İçinde (215-231), Pegem Yayınları, Ankara.

Özden, P. (1997), "İmar Planlarında Çevre Olgusunun Yeri ve Önemi", *İstanbul Ü. Siyasal BİIgiler Fakültesi Dergisi*, 16-19.

Sönmez, N. (2016), "Çevre, Toprak ve İnsan", İnsan Çevre Toplum, 3. Baskı içinde 101-129, İmge Kitapevi, Ankara

Üstündağ, Ö. Ve Şengün, T. (2011), "Türk İmar Mevzuatındaki Plan Türleri ve Fiziki Planlama- Coğrafya İlişkisi Üzerine Genel Bir Değerlendirme", *Fırat Ü. Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(2), 1-25.

TDK, (t.y), http://www.tdk.gov.tr adresinden alınmıştır.

Genç Metal İşçilerinin Sendikaya Olan Bağlılıkları Üzerine Bir Araştırma

Melike Yağmur Dursun[113],Duygu Kızıldağ[114]

Full Text

Giriş

Sendikalar, çalışanların ortak çıkarlarını ve haklarını korumak, iyileştirmek ve geliştirmek için kurulan devlet, iktidar ve siyasi parti örgütlenmelerinden bağımsız birliklerdir. Sendikaların gücü üyelerin sendikayı hangi durumlarda, nasıl ve ne derece desteklemeye gönüllü olduklarını belirten sendikal bağlılık kavramı ile ilişkilidir (Koçak & Başar, 2015: 139). Sendikaların üye kaybetmemesi, teşkilatlanmanın kolaylaşması açısından da sendikal bağlılık büyük önem taşımaktadır. İşçilerin sendikaya bağlılığı ise, sendikanın gösterdiği çabanın yanında birçok faktörden etkilenmekte ve farklı boyutlarla ilişkilendirilebilmektedir.

Örneğin sendika üyelerinin sendikal bağlılığına demografik, bireysel ve çevresel faktörler etki edebilmektedir. Özellikle demografik faktörler bireylerin sendikaya olan bakış açılarını belirlemekte ve sendikal bağlılığın değişmesinde etkin rol oynamaktadır. Ayrıca sendika üyelerinin karar verme ve algılama süreçlerini şekillendirmekte, üyelerin kendi değer yargılarının oluşmasına etki etmektedir (Demir & Oral, 2007: 537-553). Önemli bir demografik faktör olarak yaş; farklı yaşlardaki insanların birbirlerinden farklı düşündüğü ve bir insanın yaşam bütünü içerisinde farklı yaş dönemlerinde düşüncesinde değişikliklerin olacağından hareketle sendikal bağlılık ile ilişkilendirilebilmektedir (Bayar, 2016: 193). Farklı yaşlardaki sendika üyelerinin sendikal bağlılığın farklı yönde değişebileceği düşünülmektedir.

Bu çalışmada da genç sendika üyelerinin sendikal bağlılık düzeylerinin farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın hedef kitlesi, metal işkolunda örgütlü bulunan bir sendikanın Bursa'da yer alan işyerlerindeki üyeleridir. Anket yönteminin kullanıldığı araştırmada geçerli sayılan 163 sendika üyesine ait anket formu analiz edilmiş, genel olarak sendika üyelerinin sendikal bağlılıkları ve sendikal sorumluluk düzeyleri ile sendikal bağlılık ve üyelerin yaş grupları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığı belirlenmeye çalışılmıştır.

2. Literatür Taraması

Sendika kavramı Türk Dil Kurumu tarafından çalışanların veya çalıştıranların iş, kazanç, sosyal ve kültürel konularda çıkarlarını gözetmek ve daha da geliştirmek amacıyla kurulan birlikler olarak tanımlanmıştır. Tanımda da belirtildiği üzere sendikalar, işçilerin hayat standartlarını geliştirmek, çalışma koşullarını iyileştirmek, çalışma yaşamında eşitliği ve adaleti sağlamak konularında görev yapmaktadır (Selamoğlu, 2003: 63).

[113]Uzman, Türk Metal Sendikası, Ankara Şubesi,dursunyagmur@hotmail.com
[114]Doç.Dr., İzmir Demokrasi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü,duygu.kizildag@idu.edu.tr (Sorumlu Yazar)
*Bu çalışma birinci yazarın tezsiz yüksek lisans uzmanlık projesinden faydalanılarak hazırlanmıştır

Türkiye'de sendikalaşma, sanayileşme ile birlikte batılı ülkelerden daha sonraki yıllarda olmuştur. Batı ülkelerinde 18. yüzyılın sonlarında sanayileşme gerçekleşirken, Türkiye henüz tarıma dayalı bir ekonomik hayat sürmekteydi. Osmanlı döneminde fabrikaların olduğu bilinse de Türkiye'de sanayileşme 1920'li yıllarda gerçekleşebilmiştir (Taş, 2012: 68). Osmanlının son dönemlerinde sınırlı sayıdaki işçi kesimi örgütlenme faaliyetlerinde bulunmuşlardır ve bu örgütlenmeler 1946 yılı sonrasında kurulan sendikaların alt yapısını oluşturmuştur. Bu nedenle Türkiye'de sendikacılık batılı ülkelerde olduğu gibi mücadele süreciyle yasallaşmış olan bir hareket değil, siyasi otoritenin demokratikleşme yolunda uygun gördüğü zamanda hayata geçirilen bir oluşum olarak şekillenmiştir (Mahiroğulları, 2016).

"Sendikalar ve Toplu İş Sözleşmesi Kanunu"nda da belirtildiği üzere sendikaların temel işlevi aynı işkolunda çalışan kişilerin ortak dayanışmalarının sağlanması ve çok sesli yapının bu çatı altında korunmasıdır. Bu nedenle sendikalar çalışma ilişkilerinin düzenlenmesinde büyük rol oynamaktadır. Çalışanların yaşam şartlarının belirli bir çizgide devam ettirilmesi ve güçlendirilmesi, adalet ve eşitliğin sağlanması sendikal faaliyetlerin en büyük amaçlarındandır. Sendikalar çalışanlar adına işverenlerle toplu iş pazarlıkları yaparak, ekonomik ve sosyal menfaatlerinin korunması ve geliştirilmesi uğruna çaba sarf etmektedir. Sendikal faaliyetlerin belirli bir çizgide yürütülebilmesi ise sendikal bağlılığı yüksek, aktif ve katılımcı üyeler ile ilişkilidir. Sendikalarına güçlü bir bağlılık duygusu duyan üyeler hem kişisel menfaatlerinin hem de sendikanın menfaatlerinin korunmasına hizmet etmektedir.

Sendikal bağlılık kavramı, üyelerin sendikayı hangi durumlarda, nasıl ve ne derece desteklemeye gönüllü olduklarını belirtir (Koçak & Başar, 2015: 139). Sendikal bağlılık, üyelerin sendikalarını ne düzeyde benimsediklerini ve desteklemeye hazır bulunduklarını gösteren bir olgu olarak da ele alınmaktadır (Bilgin, 2003:13-14). Gordon vd. (1980) sendikal bağlılığı; sendikal inanç, sendikal sorumluluk, sendika için çalışmaya isteklilik ve sendikal sadakat olarak dört farklı boyutta incelemiştir. Sendikal sadakat ve sendikal inanç, tutumsal bağlılık, sendikal sorumluluk ve sendika için çalışmaya isteklilik ise davranışsal bir yapı olarak değerlendirilmektedir (akt. Demirbilek & Çakır, 2004: 23).

Sendikal bağlılığın gerçekleşmesi salt sendikanın gösterdiği çaba ile ilişkili değildir. Sendikal bağlılık birçok faktörden etkilenmekte ve zaman içerisinde farklı boyutlara taşınabilmektedir. Sendikal bağlılığı demografik, bireysel, örgütsel ve çevresel faktörler etkileyebilmektedir. Demografik faktörler, bireylerin karar verme ve algılama süreçlerinde etkisi olan unsurlar barındırır. Bireylerin kendi değer yargılarını oluşturmaları, cinsiyet, medeni durum, eğitim seviyesi, yaş gibi faktörlerle ilişkilidir (Demir & Oral, 2007). Cinsiyet açısından değerlendirildiğinde; kadınlara yüklenen ailevi görevler ve sorumlulukların kadınların örgütlenmesi konusunda engeller teşkil ettiği görülmektedir (Ulutaş & Pala, 2012: 293). Ayrıca kadınlar çalışma koşullarının yetersizliği veya güvencesi olmayan işlerde çalıştırılmaları nedeniyle daha fazla iş değiştirmekte ve bu nedenle sendikal faaliyetlerden uzak kalmaktadır (Seçer, 2009: 39).

Bireylerin medeni durumları, evli, bekar ya da boşanmış olmaları, birbirine benzer durumlar altında, bireylerin tutum ve davranışlarının farklılıklar göstermesine sebep olabilmektedir. Ancak genel olarak sendikal bağlılık ile medeni durum arasında net bir ilişki görülmemektedir. Örneğin Magenau vd. (1988)'nin yapmış oldukları çalışmada, sendikal bağlılık ile medeni durum arasında herhangi bir ilişkinin varlığı ortaya konulamamıştır. Bir diğer demografik faktör ise yaştır. Varsayımsal olarak sendikal

bağımlılığın yaş ile kıdem arasındaki ilişkisi göz önünde bulundurulduğunda yaş ilerledikçe bireylerin daha çok sendikal faaliyette bulunacakları, sendikal faaliyetler konusunda daha deneyimli olacakları ve sendikaya olan bağımlılık düzeylerinin artacağı düşüncesi hakimdir. Ancak yine Maganeau vd. (1988)'nin yaptığı araştırmanın neticesinde sendikal bağlılık ile yaş arasında anlamlı bir ilişkinin varlığı bulunamamıştır. Eğitim seviyesindeki farklılıklar ise bireylerin hayat görüşlerinde, tutum ve davranışlarında, zevklerinde değişim yaratabilmektedir.

Bireylerin sendikaya yönelik tutumlarının şekillenmesinde aile, yakın çevre, toplumsal gruplar ve kişisel deneyimler gibi bireysel faktörler de etkilidir. Aynı zamanda okullar, radyo, televizyon, internet, dergi gibi kaynaklar kullanılarak sendikalar hakkında aktarılan bilgiler, bireylerin sendikalara yönelik tutumlarını etkileyebilmektedir (Demirbilek & Çakır, 2004: 48-49). Çalışanların sendikal örgütlenmedeki tutumları, sendikadan beklentilerinin yanında örgütsel faktörlerle de şekillenmektedir. İşletmenin sendikal örgütlenmeyi desteklemesi, sendika ile işbirliği yaparak çalışan haklarının korunmasını, geliştirilmesini ve iyileştirilmesini sağladığı bir örgütsel yapıda, çalışanların etkin rol oynadığını düşünerek sendikal örgütlenmeyi destekledikleri görülmüştür (Bilgin, 2003: 22). Sendikal üyeliği etkileyen faktörler arasında çevre de bulunmaktadır. Ülkenin ekonomik yapısı ve yasal düzenlemeler önemli birtakım çevresel faktörler arasında gösterilebilir. Ülkede iş güvencesinin sağlanması ve istihdam düzeyinin artırılması sendikal bağlılık ile birlikte sendikaya üye olma isteğini de etkilemektedir (Köse, 2008: 76).

3. Metodoloji ve Bulgular

Genç sendika üyelerinin sendikal bağlılık düzeylerinin farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesini amaçlayan bu çalışmadaki araştırmanın hedef kitlesini, metal işkolunda örgütlü bulunan bir sendikanın Bursa'da yer alan işyerlerindeki üyeleri oluşturmaktadır. Katılımcılar metal sektöründe faaliyet gösteren 5 farklı işletme içerisinden gönüllülük esasına göre seçilmiştir. Araştırmada anket yöntemi kullanılmıştır. Anket formunda demografik özelliklere ilişkin sorular yaş, eğitim durumu, cinsiyet, medeni durum, aylık gelir, kıdem süresi ve sendika üyeliği süresinden oluşmaktadır. Ankette yer alan diğer sorular Fiorito'nun (1988) geliştirdiği Demirbilek ve Çakır (2004) tarafından dilimize uyarlanan 10 maddelik "Sendikal Doyum Ölçeği" ile Gordon vd. (1980) tarafından 48 madde olarak oluşturulan, Ladd vd. (1982) tarafından 28 maddeye indirgenen ve Bilgin (2003) tarafından dilimize uyarlanmış olan "Sendikal Bağlılık Ölçeği"nden alınmıştır. 28 maddelik ölçek; sendikal sadakat, sendikal sorumluluk, sendika için çalışmaya isteklilik ve sendikal inanç boyutlarından oluşmaktadır. Anketler sendika temsilcileri aracılığıyla 200 sendika üyesine çalıştıkları işyerlerinde Mayıs 2017 tarihinde uygulanmıştır. Dağıtılan 200 anket formundan 163 tanesi geçerli sayılmış ve değerlendirme yapılmıştır. Hazırlanan anket formundaki ölçeklerin geçerlilik ve güvenirlilik analizleri yapılmış, 0,79 – 0,83 arasında değişen Cronbach Alpha değerleri kabul edilen sınırlar arasında çıkmıştır.

Katılımcıların genel yaş ortalamaları 33'tür. 36-40 yaş arasında olan katılımcılar %39,9 ile en büyük orana sahiptir. Katılımcıların %1,8'ini 20 yaş ve altı, %8,0'ını 21-25 yaş arası, %22,7'sini 26-30 yaş arası, %27,6'sını 31-35 yaş altı sendika üyeleri oluşturmaktadır. Katılımcıların büyük bir çoğunluğunu %66,3 ile lise mezunları

oluşturmaktadır. Lisans mezunlarının ise %2,5 ile katılımcıların içinde en düşük orana sahip olduğu görülmüştür. Katılımcıların çoğunluğunu %80,4 oran ile erkeklerin oluşturduğu görülmektedir. Kadınların katılımcılar içindeki oranı ise %19,6'dır. Katılımcıların %73'ü evli, %27'si bekardır. Katılımcıların %71,2'sinin çocuğu vardır. Katılımcıların büyük çoğunluğu (%40,5) 2001-2500 TL arasında ücret almaktadır. Katılımcılar arasında "6-10" ve 11-15" yıllık kıdeme sahip olanların oranı %26,4'tür. Katılımcıların %44,8'inin 3 ila 5 yıldır sendika üyesi oldukları görülmüştür.

Katılımcılara sendikaya üye olma nedenleri önem sırasını belirtecekleri şekilde sorulmuştur. Önem sırasına göre seçenekler "tercih 1", "tercih 2" ve "tercih 3" olarak sınıflandırılmıştır. Sendikaya üye olmanın en önemli sebebi %69,32 ile "Ücret ve çalışma koşullarını geliştirmek" olarak belirtilmiştir. Katılımcıların sendikaya üye olmalarındaki ikinci sebep %49,69 ile "İşyerinde bir sorunum olduğunda beni desteklemesi" olarak görülmektedir.

Tablo 1. Katılımcıların sendikaya üye olma nedenleri

SENDİKAYA ÜYE OLMA NEDENLERİ	TERCİH 1		TERCİH 2		TERCİH 3	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
İşyerinde bir sorunum olduğunda beni desteklemesi için	27	16,56	81	49,69	31	19,01
Ücret ve çalışma koşullarını geliştirmek için	113	69,32	32	19,63	7	4,29
Sendikacılığa inandığım için	18	11,04	20	12,26	32	19,63
Sendikanın hukuk hizmetlerinden yararlanmak için	1	0,61	11	6,74	16	9,81
İşyerindeki çoğu işçinin sendika üyesi olması nedeniyle	3	1,84	5	3,06	20	12,26
Sendikanın sunduğu eğitim, sosyal faaliyetler, kooperatif, dinlenme tesisleri gibi hizmetlerden yararlanmak için	0	0	1	0,61	24	14,72
Finansal hizmetlerden yararlanmak için	1	0,61	7	4,29	26	15,95
Siyasi tercihlerime uyduğu için	0	0	6	3,68	7	4,29

Katılımcıların bağlı bulundukları sendikaya yönelik memnuniyetini ölçmek için katılımcılara yöneltilen ifadeler ve ortalama puanları Tablo 2'de yer almaktadır. Sendikaya yönelik memnuniyeti ölçmek için kullanılan ölçek ifadelerinin genel ortalaması 4,09 puandır. Buna göre katılımcıların genel olarak sendikal memnuniyetlerinin yüksek olduğu söylenebilir.

Tablo 2. Sendika üyelerinin memnuniyeti

SENDİKA ÜYELERİNİN MEMNUNİYETİ (4,09)	ORTALAMA PUAN
Üyelere daha iyi ücret sağlama	4,1
Üyelerin sorunlarıyla ilgilenme	4,2
Üyelere sosyal yardım sağlama	4
İş güvencesini geliştirme	3,98
Sendika işleriyle ilgili bilgi sahibi üyelere sahip çıkma	4,2
Sözleşmenin nasıl daha iyi olabileceği konusunda üyelere danışma	3,9
Sendikanın işleyişi hakkında üyelere söz hakkı tanıma	3,8
İşyerinden kaynaklanan şikâyetleri çözümleme	4,2
İşyeri sendika temsilcisinin şikâyetleri çözümlemedeki ustalığı	4,4
İşyerinden kaynaklanan şikâyetleri hakkıyla ve adil biçimde ele alma	4,2

Katılımcıların bağlı bulundukları sendikaya yönelik bağlılıklarını ölçmek için kullanılan ölçeğin alt boyutları ve ortalama puanları Tablo 3'de yer almaktadır. Sendikal bağlılığın alt boyutlarına bakıldığında katılımcıların sendikal sadakat boyutundaki sorularının genel ortalamalarının 3,5 puan, sendikal sorumluluk boyutu sorularının genel ortalamalarının 3,9 puan, sendika için çalışmaya isteklilik boyutu sorularının genel ortalamalarının 3,7 puan ve sendikal inanç boyutu sorularının genel ortalamalarının 3,9 puan olduğu görülmektedir.

Tablo 3. Sendika üyelerinin bağlılığı

SENDİKAL BAĞLILIK BOYUTLARI	ORTALAMA PUAN
Sendikal sadakat	3,5
Sendikal sorumluluk	3,9
Sendika için çalışmaya isteklilik	3,7
Sendikal inanç	3,9

Sendikal bağlılık ile sendika üyelerinin demografik özellikleri arasındaki ilişkiye bakıldığında; sendika üyelerinin cinsiyetleri ve medeni durumları ile sendikal bağlılık arasında anlamlı bir farklılık görülmemiştir. Demirbilek ve Çakır (2004)'ın araştırmasında da cinsiyet değişkeninin sendikal bağlılığı etkileyen değişkenler, sendikal bağlılığın boyutları ve sonuçları üzerinde etkisi olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Sendikal bağlılık ile katılımcıların eğitim durumu arasındaki ilişkide ise eğitim düzeyi yükseldikçe bağlılığın alt boyutlarından sendikal sorumluluğun da arttığı görülmüştür. Sendikal bağlılık ile eğitim durumu arasında ise genel olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Sendikal bağlılık ile sendika üyelerinin yaşları arasında da anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Benzer şekilde Demirbilek ve Çakır (2004)'ın çalışmalarında da sendikaya bağlılık yaşa göre farklılık göstermemektedir.

4. Sonuç

Genel olarak değerlendirildiğinde araştırmaya katılan sendika üyelerinin sendikadan memnuniyetlerinin ve sendikal bağlılıklarının yüksek olduğu söylenebilir. Sendikal bağlılık alt boyutları değerlendirildiğinde; sendika üyelerinin üyeliğin gerektirdiği sorumluluklarının bilincinde oldukları, sendikaya inandıkları, sendikanın kendilerinden beklediğinin üzerinde bir çalışmaya gönüllü oldukları ve diğer boyutlar arasında en düşük ortalamaya sahip olsa da ortalamanın üzerinde bir puanla sendikalarına sadakat duydukları söylenebilir. Sendikal bağlılık ile üyelerin demografik özellikleri arasında sadece eğitim düzeyi yükseldikçe bağlılığın alt boyutlarından sendikal sorumluluğun da arttığı görülmüştür. Diğer demografik özellikler olan cinsiyet, medeni durum ve yaş arasında ise anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Çalışmanın odak noktası olan genç sendika üyelerinin sendikal bağlılık düzeyleri, farklı yaşlardaki sendika üyelerinden farklılık göstermemiştir.

Bu araştırma sadece belirli bir ilde, belirli bir işkoluna ait sendikaya üye olan kısıtlı bir örneklem üzerinde gerçekleştirilmiştir. Bu nedenle örneklem üzerinden elde edilen sonuçlar genellemez. Farklı illerde ya da bölgelerde, farklı işkolundaki sendika üyeleri üzerinde ya da benzer işkolundaki farklı örneklemlerde yapılacak daha kapsamlı çalışmalarda farklı sonuçlar elde edilebilir. Bu çalışmada elde edilen bulgular metal işkolunda faaliyet gösteren sendikanın üyeler ile ilişkilerindeki mevcut durumunu

görmesi ve sendikanın geliştirmesi gereken öncelikli alanlarını belirlemesine yönelik katkı sağlayabilir.

Anahtar Kelimeler: Sendikal Bağlılık, Sendikacılık, İşkolu Sendikacılığı, Sendika

JEL Kodları: J50, J51, M54

Kaynakça

Bayar, l. S. (2016). "Demografik Faktörlerin Sendikal Bağlılık Düzeyi Üzerine Etkisi: İşçi Sendikaları Üzerine Bir Araştırma", *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(4): 189-209.

Bilgin S. L. (2003). "Sendikaya Bağlılık Ölçeğinin Türkçe Uyarlaması", *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(4): 12-31.

Demir C. & Oral S. (2007). "Relationship Among Demographic Variables and The Preferences Of Water Park Visitors: An Implication From Turkey", *Journal of Yaşar University*, 2(6): 537-553.

Demirbilek, T.& Çakır, Ö. (2004). *Sendikal Bağlılık*, İstanbul: Petrol-İş Yayını: 91.

Koçak, O. & Başar, A. (2015). "Kamu Sendikalarının Sağladıkları Faydaların Üyelerinin Aidiyet Duygularına Etkileri: Yalova Öğretmenler Örneği", *HAK-İŞ Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, 4 (10): 139-151.

Magenau, J.M., Martin J.E. & Petersen, M.M. (1988). "Dual and Unilateral Commitment Among Stewards and Rank and File Union Members", *Academy of Management Journal*, 31(2): 359-376.

Mahiroğulları, A. (2001). "Türkiye'de Sendikalaşma Evreleri ve Sendikalaşmayı Etkileyen Unsurlar", *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 2 (1): 161-190.

Seçer B. (2009). "Kadınların Sendikalara Yönelik Tutumları ile Cinsiyet Ayrımcılığı Algılarının Sendika Üyesi Olma İsteğine Etkisi", *Çalışma ve Toplum Dergisi*, (4): 27-60.

Selamoğlu, A. (2003). "İşçi Sendikacılığında Yeniden Yapılanma ve Örgütlenme Modeli", *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(2): 63-98.

Sendikalar ve Toplu İş Sözleşmesi Kanunu (2012), http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.6356.pdf (20.02.2018).

Taş, H. (2012). "Toplumsal Sınıfların Değişim Sürecinde, Sendikalar ve Sendikaların Geleceği", *HAK-İŞ Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, 1(1): 61-80.

Ulutaş, Ü. & Pala, H.Z. (2012). "Sendikalarda Kadın Sesi.Türkiye'de Sendikalar ve Toplumsal Cinsiyet Eşitliği", 4. Sosyal Haklar Sempozyumu, 18-19 Ekim 2012, Muğla.

Kadınların İşgücüne Katılımında Kadın Kooperatiflerinin Rolü

Duygu Kızıldağ[115], **Bedriye Tunçsiper** [116]

Full Text

1. Giriş

Kadınların işgücüne katılımı ve istihdamının sağlanması, sürdürülebilir kalkınmanın gerçekleşmesi açısından önemli bir unsurdur. Ancak işgücüne katılım dikkate alındığında kadınların ve erkeklerin eşit olarak istihdama katılmadığı görülmektedir. Ülkemizde de kadınların istihdam oranının erkeklerin istihdam oranının yarısından az olduğu bilinmektedir. Türkiye İstatistik Kurumunun 2017 yılı verilerine göre ülkemiz nüfusunun %50,2'sini erkekler, %49,8'ini ise kadınlar oluştururken, on beş ve daha yukarı yaştaki nüfus içerisinde istihdam oranı erkeklerde %72,5, kadınlarda ise %33,6'dır. İstihdam oranları arasındaki bu fark, kadınların işgücüne katılımı ve istihdamın önünde bulunan engeller ile açıklanmaktadır. Ülkelerin ekonomik büyüme ve sürdürülebilir kalkınma hedeflerini gerçekleştirebilmesi açısından engellerin kaldırılarak, kadınların işgücüne katılım oranlarının yükseltilmesi büyük önem taşımaktadır.

Kadınların işgücüne katılımının tarihsel süreci incelendiğinde, II. Dünya Savaşı öncesi dönemde kadın işgücünün rezerv olarak zorunlu durumlar dışında çalışmayı tercih etmediği görülmektedir. II. Dünya Savaşı sırasında ortaya çıkan işgücü açığı ise kadınların işgücüne dahil olmasını gerektirmiş ve sonrasında kadınların işgücüne katılım oranları giderek artış göstermiştir (Doğan ve Kaya, 2014: 94). Ülkemiz ise geçmişten günümüze kadınların işgücüne katılım oranları bakımından gerilerde yer almıştır. Bu durum toplumsal cinsiyet eşitsizliği, aile ve toplumsal yapı, düşük eğitim düzeyleri, yasal düzenlemeler, sosyo-ekonomik faktörler ve emek piyasasının talep yapısı gibi engeller ile açıklanmaktadır. Ülkemizdeki toplumsal cinsiyet eşitsizliği kadınlara ve erkeklere hangi işleri yapıp yapamayacakları konusunda roller biçmekte ve kadınlar genellikle ev işleri, çocuk ve yaşlı bakımı gibi görevlerden sorumlu olmaktadır (Kılıç ve Öztürk, 2014: 118). Ayrıca geleneksel anlayışa göre gelecek nesilleri yetiştirme görev ve sorumluluğunu yüklenen kadınlardan, bu görevi ev içinde, titizlikle yerine getirmesi beklenmektedir (Çakır, 2008: 27). Bu nedenle kadınlar çoğu kez ev eksenli işlerde ya da aile işinde yardımlaşma şeklinde ücretsiz olarak çalışmaktadır.

Onuncu kalkınma planında ülkemizin ekonomik büyüme ve sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşabilmesi için kadınların sosyal, kültürel ve ekonomik yaşamdaki rolünün güçlendirilmesi gerektiği belirtilmektedir. Kadınların işgücüne katılımının ve istihdamının artırılması amaçlar arasında yer almakta, kadın işgücü sayısının artırılması, kooperatifleşme ve kadın girişimciliğinin geliştirilmesi yönünde faaliyetler üzerinde durulmaktadır. Bu doğrultuda çalışmanın temel motivasyonu, geleneksel toplumlarda kadınların işgücüne katılımlarının artırılmasında kadın

[115] Doç. Dr., İzmir Demokrasi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, duygu.kizildag@idu.edu.tr (Sorumlu Yazar)
[116] Prof. Dr., İzmir Demokrasi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, bedriye.tuncsiper@idu.edu.tr

kooperatiflerinin bir araç olarak nasıl kullanılabileceğini ortaya koyabilmektir. Bu motivasyondan hareketle çalışmanın amacı kadınların çalışma hayatlarını kadın kooperatiflerine üye olarak sürdürme nedenlerinin belirlenmesidir. Kısıtlı bir örneklemde pilot özellikte yürütülen araştırmada kolayda olarak Urla, Bornova ve Manisa'da faaliyet gösteren kadın kooperatiflerine ulaşılmıştır. Araştırmaya katılmayı kabul eden 3 kadın kooperatifinin üyelerinden 29 kişi ile yüz yüze görüşme metodu kullanılarak görüşülmüş, kadınların kooperatife üye olma nedenleri belirlenmeye çalışılmıştır.

2. Kadın Girişimciliği ve Kadın Kooperatifleri

Son yıllarda giderek yaygınlaşan, ekonomik refahı ve istihdamı artırmak için uygulanan girişimcilik eksenli eğitim, teşvik ve destek programlarının dikkat çeken yönü, daha çok kadınlara odaklanmasıdır. Bu odaklanmanın temelinde ülkemizdeki kadınların iş gücüne katılım oranlarının düşüklüğü bulunmaktadır. Bu düşüklüğün kadın istihdamının artırılması ile birlikte giderilmesi, ekonomik büyümenin artması ve yoksulluğun azalması üzerinde önemli bir etki yaratmaktadır. Bu nedenle mikro kredi, mikro girişimcilik ya da kadın girişimciliği programlarını devreye sokan yeni kalkınma modeli benimsenmiş, bu programları meşrulaştırabilmek için de 'toplumsal cinsiyet eşitliği' ve 'kadını güçlendirme' kavramlarını araçsallaştırılmaya başlanmıştır. Dolayısıyla kadın girişimciliği ile ilgili tüm programlar kadınların ekonomik, sosyal ve politik açıdan güçlendirilmelerinde önemli bir başlangıç noktası olarak değerlendirilmektedir (Balkız, 2015: 536-537).

Girişimcilik kavramı kadınlar açısından ele alındığında farklılaşmakta, kadın girişimciliği çok farklı iş alanlarını ve farklı büyüklükteki faaliyetleri kapsadığından homojen bir grup veya kategori olarak değerlendirilememektedir (Ertürk, 1993; akt. Yirik ve Ilgaz Yıldırım, 2014: 98). Kadın girişimcilerle ilgili yapılan farklı açıklamaların ortak noktası ise; kadın girişimcinin üretimin başından sonuna kadar olan tüm aşamalarda aktif katılımcı ve özellikle karar verici olmasıdır (Ecevit, 1993; Yirik ve Ilgaz Yıldırım, 2014). Ancak girişimcilik sürecindeki aşamalarda kadınlar; eğitim eksiklikleri nedeniyle özellikle yasal konularda sıkıntılar yaşamakta (Yetim, 2008), fon kaynaklarına ve destek kuruluşlarına ulaşamadıkları için yeterli sermayeyi temin edememekte ve tecrübeleri olmaması nedeniyle çeşitli problemlerle karşılaşmaktadır (Hisrich ve Peters, 1995). Diğer taraftan geleneksel toplumun kadınlara yüklediği eş ve anne rolünün, girişimcilik rolü ile çatışması (Soysal, 2010), kadınların iş hayatında başarısız olacaklarına yönelik düşünceler ve toplumsal baskı (Toksöz, 2007) da kadınların girişimcilik sürecindeki başarısını etkilemektedir.

Bu noktada kooperatifler kadınların güçlendirilmesinde, toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin ortadan kaldırılmasında ve kadınların girişimcilik sürecindeki etkinliklerinin arttırılmasında etkili araçlardan biri olarak kabul edilmektedir. Birlikte iş görmek anlamına gelen kooperatif; kişilerin tek başlarına yapamayacakları veya birlikte yapmalarında yarar bulunan işleri en iyi biçimde ve maliyet fiyatına yapmak üzere dayanışma suretiyle ekonomik güçlerini bir araya getirmeleri ile oluşmaktadır (Çetin, 2009; Mülayim, 1995). Türkiye Kooperatifçilik Stratejisi ve Eylem Planında da (2012-2016), kooperatifin amacı, maksimum kar elde etmek değil ortakların desteklenmesi olarak belirtilmiştir. "Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi" ana sözleşmesinde ise kooperatifin amacı; ortaklarının ekonomik, sosyal ve kültürel ihtiyaçları ile ekonomik

faaliyetleri kapsamında yer alan mal ve hizmet üretimi ile bunların pazarlanmasına yönelik ihtiyaçlarını karşılamak, girişimlerini desteklemek, üretim becerilerini geliştirmek, böylece ortaklarının ekonomik menfaatlerini koruyarak sağlıklı ve gelişmiş bir çevrede yaşamalarını sağlamak, şeklinde açıklanmıştır.

Bu tanımlarda da belirtildiği gibi kooperatifler kadın girişimciliğinin desteklenmesi, kadının ekonomiye katılımının ve katkısının sağlanmasında önemli bir araç olarak karşımıza çıkmaktadır. Kooperatifler bireysel olarak iş fikirlerini hayata geçiremeyen veya örgütlenme ile ilgili sorun yaşayan kadın girişimciler için dayanışma ve "birlikten kuvvet sağlayan" bir ağ olarak da değerlendirilmektedir (Ertürk, 1994).

3. **Metodoloji ve Bulgular**

Kadınların çalışma hayatlarını kadın kooperatiflerine üye olarak sürdürme nedenlerinin belirlenmesini amaçlayan bu çalışma kısıtlı bir örneklemde gerçekleştirilmiştir. Daha kapsamlı bir projenin pilot çalışması olarak yürütülen araştırmanın ana kütlesi Türkiye'deki kadın kooperatifi üyeleridir. İlk aşamada kolayda olarak Urla, Bornova ve Manisa'da faaliyet gösteren kadın kooperatiflerine ulaşılmıştır. Araştırmada yarı yapılandırılmış yüz yüze görüşme yöntemi kullanılmıştır. Araştırmaya katılmayı kabul eden 3 kadın kooperatifinin üyelerinden 29 kişi ile görüşülmüştür. Görüşmede katılımcılara yaş, eğitim düzeyi, medeni durum, çocuk sayısı, iş deneyimi gibi demografik özellikler ile birlikte, çalışma nedenleri, kooperatif kurma/kooperatife üye olma nedenleri ile kooperatifin sağladığı avantajları belirlemeye yönelik sorular sorulmuştur. Araştırma bir proje çalışması şeklinde devam etmekte olup, zaman kısıtı nedeniyle görüşme yapılan 3 kadın kooperatifinin üyelerinden elde edilen bilgiler değerlendirmeye alınmıştır.

Tablo 1. Kadın kooperatif üyelerinin yaş ve eğitim düzeyi

Yaş	Sayı	Eğitim Düzeyi	Sayı
30-40	7	İlköğretim	7
41-50	10	Lise	10
51-60	9	Ön Lisans	3
61 ve üstü	3	Lisans	9

Araştırmaya katılan kadın kooperatif üyelerinin yaşlarının 41-60 yaş arasında yoğunlaştığı ve görüşülen üyelerin büyük çoğunluğunun (22 kişi) lise ve üzeri eğitim aldığı görülmüştür.

Tablo 2. Kadın kooperatif üyelerinin medeni durumu ve çocuk sayısı

Medeni Durum	Sayı	Çocuk Sayısı	Sayı
Bekar	7	0	6
		1	8
Evli	22	2	12

		3 ve üstü	3

Görüşme yapılan kadın kooperatif üyelerinin yarısından fazlası (22 kişi) evlidir ve yine üyelerin yarısından fazlası (23 kişi) çocuk sahibidir. Üyelerin daha önce iş deneyimine sahip olup olmadıklarına ilişkin soruya verdiği cevaplar değerlendirildiğinde; görüşülen 29 kadından 20 tanesinin daha önce bir iş deneyimine sahip olduğu belirlenmiştir.

Tablo 3. Kadın kooperatif üyelerinin çalışma nedenleri

Ekonomik Özgürlük/ Kendi Ayakları Üzerinde Durmak
Boş Zamanlarını Değerlendirmek
Aileye Ek Gelir Sağlamak
Üretmek ve Paylaşmak

Görüşme yapılan kadın kooperatif üyelerinin çalışma nedenlerinde genel olarak hem çalışmaya itici hem de çekici faktörler üzerinde durulmuştur. Kadın üyeler ekonomik özgürlük kazanmak, kendi ayakları üzerinde durmak, boş zamanlarını değerlendirerek katkı sağlamak, üretmek ve paylaşmak gibi çekici faktörler ile aileye ek gelir sağlamak gibi çalışmaya itici faktörlerin etkisi ile çalışmaya başladıklarını vurgulamıştır.

Tablo 4. Kadın kooperatif üyelerinin kooperatife üye olma nedenleri

Kadın dayanışması	Birlikte olmak
Birlikte üretmek	El ele vermek
Örgütlenmek	Güçlenmek
Sosyalleşmek	
Boş zamanlarını değerlendirmek	
Kooperatife katkı sağlamak	
Olumlu katkı sağlamak	
Elindekileri değerlendirmek	
Ev hanımı olmamak	

Kadın kooperatif üyelerinin kooperatifi kurma ya da kooperatife üye olma nedenleri ise kooperatifin kuruluş amacı ve kadın kooperatiflerinin amaçları ile örtüşmektedir. Tablo 4'de görüldüğü gibi görüşülen kadın üyeler kooperatifte yer alma nedenlerini; kadın dayanışması sağlamak, birlikte olmak, birlikte el ele vererek üretmek, örgütlenmek ve daha güçlenmek, sosyalleşmek, boş zamanlarını değerlendirmek, kooperatife katkı sağlamak, elindekileri değerlendirmek ve ev hanımı olmamak olarak belirtmişlerdir.

Tablo 5. Kooperatifin kadın üyelere sağladığı avantaj

Kadınların birbirine destek olması/yardımlaşma
Kadının yaratıcılığının ön plana çıkması
Kadının hayata kazandırılması
Ortak sorunların ve bilgilerin paylaşılması
Kadının kendi gücünü ortaya çıkarmasını sağlaması
Sadece kadınların yer alması (eşlerini çalışmalarına izin verme konusunda ikna etmede avantaj)

Görüşülen kadın kooperatif üyelerine göre kooperatifin üyelere sağladığı avantajların başında kadınların birbirine destek olması, yardımlaşma ile ortak sorunların ve bilgilerin paylaşılması gelmektedir. Kadınlar, kooperatifin kadının yaratıcılığının ve gücünün ortaya çıkması ve kadının hayata kazandırılmasında etkisi olduğunu düşünmektedir. Ayrıca kadınların bir kısmı, eşlerini çalışmalarına izin verme konusunda ikna etmede kadın kooperatifinde sadece kadınların yer almasının bir avantaj sağladığını ve böylece çalışmak için eşlerinden daha kolay izin aldıklarını belirtmiştir.

4. **Metodoloji ve Bulgular**

Yapılan görüşmeler sonucunda kooperatif üyesi kadınların çalışma hayatlarını kadın kooperatiflerine üye olarak sürdürme nedenlerinin literatürde belirtilen kooperatif kurma amaçları ile bire bir örtüştüğü görülmüştür. Kadınlar olarak dayanışma içinde birlikte üretme motivasyonu kadınların kooperatife üye olmasını sağlayan önemli bir faktördür. Araştırmada kadınların eşlerini çalışmalarına izin verme konusunda ikna etmede kolaylık sağladığı ve sadece kadınların bulunduğu bir kooperatifte çalıştıklarında eşleri ile işleri ya da işyerleri ile ilgili sorun yaşamadıklarını da belirtmesi bu araştırmada elde edilen en önemli bulgu olarak değerlendirilebilir. Bu doğrultuda kadın kooperatiflerinin geleneksel yapıya sahip bölgelerde kadın istihdamının ve girişimciliğinin artırılmasında etkili bir araç olarak değerlendirilebileceği söylenebilir. Bu pilot araştırma sonucunda elde edilen bulguların, hem devam eden projeye hem de alanda yapılacak daha kapsamlı çalışmalara katkı sağlaması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kadın İşgücü, İstihdam, Kooperatif, Kadın Kooperatifi

JEL Kodları: E24, J16, J54

Kaynakça

Balkız, Ö. (2015). "Mikro Kredi ve Toplumsal Cinsiyet: Eleştirel Bir Değerlendirme", *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 14(3): 535-557.

Çakır, Ö. (2008). "Türkiye'de Kadının Çalışma Yaşamından Dışlanması", *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (31): 25-47.

Çetin, H. (2009) "Kalkınma Sürecinde Kooperatifçiliğin Sosyal, Ekonomik ve Demokratik Etkileri Üzerine Genel Bir Değerlendirme." http://www.acarindex.com/dosyalar/ makale/acarindex-1423901753.pdf , (10.03.2018).

Doğan, B.B. & Kaya, M. (2014). "TRC2 Bölgesinde Kadın İstihdamı Sorunları ve Çözüm Önerileri", Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi (IJSES), 4(2): 91-106.

Ecevit, Y. (1993). *Kadın Girişimciliğin Yaygınlaşmasına Yönelik Bir Model Önerisi, Kadın Girişimciliğe Özendirme ve Destekleme Paneli Bildiriler ve Tartışmalar*, Ankara: Devlet Bakanlığı Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Eğitim Serisi, Yayın No: 74.

Ertürk, Y (1994). "Kadın Girişimcilerinden Girişimcilikte Örgütlü Dayanışma Yaklaşımı: Hindistan'dan Bir Örnek", *Kadın Araştırmaları Dergisi*, 2: 61-66.

Hisrich, D.P. & Peters, P.M. (1995). *Entrepreneurship (Starting, Developing and Managing A New Enterprise,* Chicago: Irwin.

Kılıç, D. & Öztürk, S. (2014). "Türkiye'de Kadınların İşgücüne Katılımı Önündeki Engeller ve Çözüm Yolları: Bir Ampirik Uygulama", Amme İdaresi Dergisi, 47(1):107-130.

Mülayim, Z. (1995). "Kooperatif Kuruluşlarda Üst Örgütlenmenin Önemi ve Türkiye'de Sorunları", *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, 40: 33-42.

Soysal, A. (2010). "Türkiye'de Kadın Girişimciler: Engeller ve Fırsatlar Bağlamında Bir Değerlendirme", *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 65 (1): 83-114.

T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü (2012). *Türkiye Kooperatifçilik ve Stratejisi ve Eylem Planı (2012-2016)*, https://www.gtb.gov.tr/data/51c7eb1d487c8e0a98f15f9b/t%C3%BCrkiye%20kooperatif%C3%A7ilik%20stratejisi%20ve%20eylem%20plan%C4%B1%20(2012-2016).pdf, (20.03.2018).

T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü. *Kadın Girişimi Üretim Ve İşletme Kooperatifi Anasözleşmesi*, http://koop.gtb.gov.tr/data/549179fcf293703cbcde0b58/4KADIN%20G%C4%B0R%C4%B0%C5%9E%C4%B0M%C4%B0%20%C3%9CRET%C4%B0M%20VE%20%C4%B0%C5%9ELETME%20KOOPERAT%C4%B0F%C4%B0%20ANAS%C3%96ZLE%C5%9EMES%C4%B0.pdf, (20.03.2018).

T.C. Kalkınma Bakanlığı (2014). *Onuncu Kalkınma Planı (2014-2018)*, http://kkp.tarim.gov.tr/sp/Onuncu%20Kalk%C4%B1nma%20Plan%C4%B1(2014-2018).pdf, (20.03.2018).

Toksöz, G. (2007). "İşgücü Piyasasının Toplumsal Cinsiyet Perspektifinden Analizi ve Bölgeler Arası Dengesizlikler", *Çalışma ve Toplum*, 4: 57-79.

Türkiye İstatistik Kurumu (2017). *İşgücü İstatistikleri 2017*, http://www.tuik.gov.tr/HbGetirHTML.do?id=27699, (20.03.2018).

Yetim, N. (2008), "Sosyal Sermaye Olarak Kadın Girişimciler: Mersin Örneği", *Ege University Faculty of Economics and Administrative Sciences*, 2(2): 79-92.

Yirik, Ş. & Yıldırım, B.I. "Turizm Sektöründeki Kadın Girişimcilerin Bireysel Değerleri İle Risk Ve Belirsizlik Algıları Arasındaki İlişkilerin Alan Araştırması İle İncelenmesi: Antalya Örneği", *Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi*, 7(2): 97-111.

Genel Yönetim Giderleri ile Firma Kârlılığı Arasındaki İlişkinin Dinamik Panel Veri Ekonometrisi ile Ölçülmesi

Kenan İlarslan[117], Fatih Biyikli[118]

Full Text

Özet

Firmalar geleneksel olarak farklı fonksiyonlardan oluşan ve bu fonksiyonların uyum içerisinde çalıştığı temel amaçlarından birisinin kâr olduğu yapılardır. Bu fonksiyonlardan bazıları yönetim, pazarlama, üretim, Ar-Ge, finans ve muhasebe olarak sıralanabilir. Muhasebe terminolojisinde işletme fonksiyonları üç temel kayıt altında yapılmaktadır. Bu sınıflandırma; Ar-Ge harcamaları, pazarlama satış ve dağıtım giderleri ve genel yönetim giderleridir. Bu gider kalemleri incelendiğinde genel yönetim giderleri, satış ve ar-ge giderleri dışındaki tüm diğer yönetim harcamalarını içine alan geniş bir kapsama sahiptir. Bu yüzden bu çalışmada genel yönetim giderleri ve işletme büyüklüğü ile işletme kârlılığı arasındaki ilişki BIST 30 endeksine kota firmaların 2010-2016 yılları arasındaki genel yönetim giderleri verileri çerçevesinde analiz edilmiştir. Dinamik panel veri ekonometrisi kapsamında yapılan analiz sonucunda, işletme kârlılığı ile genel yönetim giderleri arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Buna göre genel yönetim giderlerindeki 1 birimlik artış brüt kâr üzerinde 0,2127'lik bir artış sağlamıştır. Ayrıca işletme büyüklüğü değişkenindeki bir birimlik artış brüt kar'ı 0,5769 birim artırmaktadır.

Anahtar Kelimeler*: Firma Kârlılığı, Genel Yönetim Giderleri, Dinamik Panel Veri Ekonometrisi*

Jel Kodları: M10, M21, M40,M41

Measuring the Relationship Between General & Administrative Expenditures and Firm Profitability Through Dynamic Panel Data Econometrics

Abstract

Businesses traditionally have different functions which works together in a great harmony in order to reach its ultimate aim known as profit. Some of these functions are management, marketing, production, research & development, finance and accounting etc. In Accounting term business functions are classified under three main accounts within the context of the uniform charter accounts. These classifications are research and development expenditures, marketing sales and distribution expenditures and general administrative expenditures. When these expenditures are analyzed, it can be seen that general and administrative expenditure account covers all other managerial expenditures except sales and research and development expenditure. Therefore in this study it is aimed

[117] Assist. Prof. Dr., ilarslan@aku.edu.tr Afyon Kocatepe University, Bolvadin School of Applied Sciences, Department of Accounting, **Contact Person**
[118] Research Asst., fbiyikli@aku.edu.tr Afyon Kocatepe University, Bolvadin School of Applied Sciences, Department of Accounting, **Primary Presenter**

to find out the relationship between general administrative expenditures and firm size with firm profitability by using the annual data of businesses in BIST (Istanbul Stock Exchange) 30 index within the period of 2010-2016. Based on the analysis conducted within the scope of dynamic panel data econometrics, it is found that there is a positive and significant relationship exist between general administrative expenditures and firm profitability. According to that a unit of change in general administrative expenditures result 0,2127 unit increase in gross profit. Morover a unit of change in firm size results 0.5769 unit increase in gross profit.

Keywords: *Firm Profitability, General & Administrative Expenditures, Dynamic Panel Data Econometrics*

Jel Codes: M10, M21, M40,M41

1. Giriş

Genel Yönetim Giderleri işletmenin maliyet kalemlerinin büyük bir kısmını oluşturmaktadır. Ortalama olarak genel yönetim giderlerinin toplam varlıklara oranı %27 iken bu oran Ar-ge harcamalarında yalnızca %3 olarak gerçekleşmektedir (Banker vd., 2011). Genel yönetim giderleri öneminden dolayı uygulayıcılar tarafından çok yakın bir şekilde takip edilmektedir. Bu yüzden genel yönetim giderleri davranışlarını anlamak ve kârlılık üzerinde etkisini belirlemek hem araştırmacılar hem de uygulayıcılar tarafından son derece önemlidir (Chen vd., 2011;252).

2. Genel Yönetim Giderleri

Genel yönetim giderleri firmaların gelir tablosunda her dönem gösterilir ve organizasyon maliyetlerinin araştırılması muhasebe perspektifinden oldukça kritik bir öneme sahiptir.

Muhasebe birşeyin maliyetini daima gerçekleşen harcamalar üzerinden yapar. Muhasebede toplam harcamalar üretim maliyetleri, satış giderleri, idari giderler ve faiz giderleri olarak sınıflandırılırlar. Üretim maliyetleri haricindeki diğer giderler ise period giderleri olarak adlandırılır (Kang ve Hu, 2009;245).

Üretim maliyetleri ürün ve hizmet üretme süreçlerinde ortaya çıkan harcamalardır. Bu harcamalar doğrudan metaryal, doğrudan işgücü ve üretim aşamasındaki diğer dolaylı maliyetleri içerir. Tüm bu giderler üretilen ürünlerle ilgilidir ve ürünün maliyetini oluşturur. Bu sürecin sonunda ise satış ya da hizmet işlemi gerçekleştiğinde satılan ürünlerin maliyeti olarak kayda geçer.

Faiz giderleri ise alınan borcun karşılığında paranın kullanımına yönelik ödenen miktardır.

Satış giderleri ürünü satma sürecinde ortaya çıkan maliyetlerdir. Bunlar; ulaşım, yükleme, indirme, paketleme, seyahat, sigorta, komisyon ve reklam giderleriyle birlikte satış departmanına ait maaş ve ücretleri de kapsar.

Genel yönetim giderleri ise genel operasyonların (rutin işler) sürdürülmesi için yada işletmenin genel yönetimi için yapılan harcamalardır. Örneğin; ofis çalışanlarının maaş ve ücretleri, yan faydalar, kira, telefon, seyahat, amortisman, muhasebe ücretleri gibi harcamaları içerir. Genel yönetim giderlerine ait harcama kalemlerini ayırmak oldukça zordur. Bu yüzden üretim, faiz ve Ar-ge giderleri içerisinde olmayan tüm giderler genel

yönetim giderleri kalemi altına yazılır. Genel yönetim giderlerinin ayrıntılı bir şekilde gösterimi tablo 1'de görülebilir.

Tablo 1: Genel Yönetim Giderleri kalemleri

Kalemler	**Özellikler**
Maaş ve Ücretler	Maaşlar (Diğer), Maaşlar (Ofis çalışanları), Ücretler (Düzenli), Ücretler(ek mesai), teşvik primi, komisyonlar, bonuslar, kıdem tazminatı
Maaş Temelli Giderler	Sosyal güvenlik aidatları, iş kazası sigortası, işsizlik kesintileri, genel sağlık sigortası
Ek olanaklar	İzin ödemesi, tatil ödemesi, hastalık ödemesi, park, yemekler, işveren tarafından sağlanan sağlık sigortası, hayat sigortası, işveren tarafından sunulan destekler, emeklilik ödemeleri ve fonları, işveren tarafından sağlanan diğer yan faydalar
Davet, Ağırlama	Yemekler, hediyeler, etkinlikler ve diğer
Personel Temini	Seyahat, konaklama, yemekler, eğlence, reklam, iş bulma bürosu ücretleri, diğer
Eğitim- Öğretim	Eğitim ücretleri, seyahat, yemek ve diğer
Seyahat	Konaklama, ulaşım, yemek ve diğer
Sigorta Giderleri	Bina ve içerikleri, araçlar, iş kesintisi sigortası, kaza sigortası, mal sorumluluğu sigortası, mesleki sorumluluk sigortası
Kira, Leasing, Bakım ve Onarım	Arsa, binalar, ekipmanlar, araçlar ve diğer
Reklam	Tv reklamları, radyo reklamları, gazete ve dergi reklamları, internet reklamları, website, promosyonel etkinlikler, diğer
Profesyonel (Mesleki) Ücretler	Yasal, Denetim, Muhasebe, Vergi hazırlama, danışmanlık ve diğer
Fenni ve Sıhhi Tesisler	Elektrik, gaz, su, çöp toplama, diğer
Araç-Gereç Giderleri	Bakım malzemeleri, temizlik malzemeleri, ofis malzemeleri, bilgisayar malzemeleri, İşletme malzemeleri
Vergi ve Ücretler	Emlak vergisi, ücretler, lisans ve izin ücretleri, telif ücretleri, franchise ücretleri

Diğer	Taşıt işletme ücretleri, teslim giderleri, güvenlik, temizlik hizmetleri, üniforma, banka ücretleri ve kesintileri, posta, üyelik, abonelik, katalog ve basım yayın, telefon, internet bağlantısı ve hizmetleri, kredi ve tahsilat

Kaynak: (Kang ve Hu, 2009:246)

Genel yönetim giderleri hem muhasebe hem de finans alanındaki birçok konu ile ilişkilendirilerek literatürde kendisine yer bulmuştur. Bu bağlamda genel yönetim giderleri ve firma performansı üzerine yapılan çalışmalar tarandığında kronolojik olarak aşağıdaki çalışmalara rastlanmıştır;

Capozza ve Seguin (1996) genel yönetim giderlerini yapılandırılmış (structured) ve biçimlendirilmiş (styled) olarak iki gruba ayırmış ve bu iki ayrılmış gider kalemlerinin firmanın değerlemesi üzerindeki etkilerini tartışmışlardır.

Anderson vd. (2000), 7629 firmanın 20 yılı aşkın verilerini kullandıkları çalışmalarında genel yönetim giderlerinin satış gelirleri içerisinde %26,4'lük bir rakama karşılık geldiğini ortaya koymuşlar ve gelirlerdeki %1'lik artış genel yönetim giderlerinde %0,55'lik bir artışa yol açtığını bir diğer ifade ile genel yönetim giderleriyle gelir arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğunu vurgulamışlardır.

Kang ve Hu (2009) çalışmalarında New York borsasında işlem gören 22 destek hizmet firmasının 2006 yılına ait gelir tablolarını ve yıllık raporlarını incelediklerinde firmaların toplam giderlerinin %58,81'ini satış ve genel yönetim giderlerinin oluşturduğunu ortaya koymuşlardır.

Çiftçi vd., (2010) çalışmalarında genel yönetim giderlerinin firma performansına pozitif etkisinin olduğunu bulmuşlardır

Öztürk ve Dülgeroğlu (2016) BIST imalat sanayisinde yer alan işletmeler üzerine yaptıkları çalışma sonucunda genel yönetim giderlerinin firma satış performansı üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu sonucunda ulaşmışlardır.

3. METODOLOJİ

3.1. Amaç

Bu çalışmada işletme karlılığı ile faaliyet giderleri arasındaki ilişki BIST 30 kapsamındaki işletmeler düzeyinde belirlenmeye çalışılmıştır. Uygulama aşamasında dinamik panel veri yöntemlerinden GMM (Genelleştirilmiş Momentler Metodu) yöntemi çerçevesinde analizler yapılmıştır.

3.2. Veriler

Çalışmada bağımlı değişken olarak Brüt Kar, bağımsız değişken olarak da Genel Yönetim gideri ile İşletme Büyüklüğü kullanılmıştır. Ayrıca dinamik ekonometrik modellerde bağımlı değişkenin gecikmeli değerlerinin açıklayıcı değişken olarak modelde yer almasından dolayı Brüt Kar değişkeninin gecikmeli değerine bağımsız değişkenler arasında yer verilmiştir. Logaritmik formda düzenlenmiş olan veriler 2010-2016

dönemini kapsayan yıllık verilerdir. BIST 30 endeksinde yer alan işletmelerden finansal kurumlar ile faaliyetleri durdurulan işletmeler dışındaki 21 işletmenin verileri dikkate alınmıştır. Kullanılan veriler işletmelerin kurumsal internet sitelerinden derlenmiş olup analiz aşamasında Excel ve EViews 9 SV programları kullanılmıştır.

3.3. Analiz ve Bulgular

Genel yönetim giderleri ile işletme büyüklüğünün brüt kar üzerindeki etkisini incelemek üzere GMM yaklaşımı çerçevesinde geliştirilen Dinamik panel veri regresyon modeli aşağıda gösterilmiştir.

$$LBKAR_{it} = \alpha_i + \beta_1 LBKAR_{it-1} + \beta_2 LGENEL_{it} + \beta_3 LISBYK_{it} + \eta_i + \gamma_t + \varepsilon_{it}$$

Çalışmada değişkenlerin durağanlığının testi, Levin, Lin ve Chu (LLC) birim kök testi ile Phillips-Perron Fisher (PPF) birim kök testleri kullanılarak test edilmiştir. Değişkenlerin birim kök test sonuçları aşağıda Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2: Birim Kök Test Sonuçları

Değişkenler	Levin, Lin ve Chu (LLC)	Phillips-Perron Fisher (PPF)
LBKAR	-10.8707 (0.0000)*	78.7325 (0.0005)*
LGENEL	-13.2984 (0.0000)*	82.4284 (0.0002)*
LISBYK	-12.8203 (0.0000)*	139.490 (0.0000)*

Not: Yukarıdaki test sonuçları, kesmeli ve trendli modele ait olup, değişkenler %5 seviyesinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

Tablo 2'de görüldüğü gibi gerek LLC gerekse PPF birim kök testine göre tüm değişkenler seviyelerinde durağandır. Bu sonuç, GMM yöntemindeki değişkenlerin durağan olduğu varsayımını karşılamaktadır. Çalışmada bir sonraki aşamada modelleme yapılmış ve sonuçlar Tablo 3'de sunulmuştur.

Tablo 3: Dinamik Panel Regresyon Analizi ve Varsayım Test Sonuçları

Değişkenler	**Katsayılar**
$LBKAR_{it-1}$	0.1893 (0.0000)
$LGENEL_{it}$	0.2127 (0.0365)
$LISBYK_{it}$	0.5769 (0.0000)

Wald χ^2 (p değ.)	(0.0000)
Sargan χ^2 (p değ.)	(0.4723)
AR(1) Arellano-Bond Testi (p değ.)	-1.8237 (0.0682)
AR(2) Arellano-Bond Testi (p değ.)	0,9194 (0.3579)

Tablo 3'de sunulan panel regresyon analizi sonuçlarının yorumlanmasından önce GMM tahmincilerin tutarlılıklarının sınanması için Wald testi, Sargan testi ve Arellano ve Bond testleri uygulanmıştır. %5 önem seviyesinde yapılan test sonuçlarına göre Wald testi ile model bir bütün olarak anlamlı olup bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkeni açıklamada yeterli gücünün olduğu tespit edilmiştir. Araç değişkenlerinin içsellik sorunu taşıyıp taşımadığı bir diğer ifade ile uygun araç değişkenlerinin kullanılıp kullanılmadığının test edilmesi amacıyla yapılan Sargan testi sonucunda Araç değişkenleri dışsaldır olup modelde içsellik problemi yoktur. Başka bir ifade ile bağımsız değişkenlerle hata teriminin korelasyonlu olmadığı sonucuna varılmıştır. Ayrıca Arellano ve Bond testi ile modelde otokorelasyonun olup olmadığı sınanmıştır. Yapılan analiz sonucunda modelde hem AR(1) hem de AR(2) süresinde otokorelasyon problemi bulunmamaktadır.

Yapılan dinamik panel veri analizi sonuçlarına göre bağımlı değişkenin bir gecikmeli değeri ile modelde açıklayıcı değişken olarak yer alan $LBKAR_{it-1}$ bir birimlik artış brüt kar üzerinde 0,1894 birimlik bir artışa neden olmaktadır. Bir başka ifade ile bu durum işletmenin geçmiş yıl elde etmiş olduğu karların dağıtılmayan kısmının cari dönemin kar rakamına eklenmesinin bir sonucu olabilir.

Genel yönetim giderlerindeki ($LGENEL_{it}$) bir birimlik artış cari dönem brüt karında 0,2127 birimlik bir artışa neden olmaktadır. Dolayısıyla işletmenin yöneticileri için yaptığı yatırım firmaya kar olarak geri dönmektedir.

Satışların logaritması alınarak temsil edilen işletme büyüklüğü değişkeninde ($LISBYK_{it}$) bir birimlik artış cari dönemin brüt karı üzerinde 0.5769'luk bir artış meydana getirmektedir. Buna göre işletmeler büyüdükçe diğer bir ifade ile satışları arttıkça brüt kar düzeylerinde de bir artış beklenmektedir.

4. Sonuç ve Öneriler

Genel yönetim giderleri çok geniş bir kapsam olmasına rağmen çalışmamızın sonuçlarından da görüldüğü üzere brüt kâr üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir. Bu kapsamda firmaların yönetimsel ve idari harcamalarının firmaya geri dönüş sağladığı ve organizasyonel anlamda yapılan harcamaların doğru kullanıldığında sadece maliyet olarak değil bir yatırım olarak görülmesi gerekmektedir.

Gerek ulusal gerekse uluslararası düzeyde genel yönetim giderleri ile işletme karlılığı arasındaki ilişkiyi araştıran çalışmaların oldukça az olduğu dikkate alındığında ilgili

çalışmanın bu boşluğu giderme anlamında küçük de olsa bir katkı sağladığı değerlendirilebilir.

Çalışmadan elde edilen sonuçlara gore gerek genel yönetim giderleri gerekse satışların logaritması ile tanımlanan işletme büyüklüğü değişkeni bağımlı değişken olan brut kar üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir. Bu çerçevede genel yönetim giderlerinde ve işletme büyüklüğündeki bir birimlik artış brüt karı sırasıyla 0,2127 birim ve 0, 5759 birim artırmaktadır. Buna göre işletmelerin genel yönetim giderleri bağlamında yaptıkları yatırım firmalara kar olarak dönmektedir. Dolayısıyla işletmelerde yöneticilere sağlanan hak ve ayrıcalıklar bir maliyet kalemi olmasının yanı sıra işletme performansını artıran bir araç olarak değerlendirilmelidir.

Kaynakça

Anderson Mark C., Banker Rajiv D., ve Janakiraman S., (2000). *Are Selling, General and Administrative Costs "Sticky"?*, School of Management, the University of Texas

Banker, R., R. Huang, ve R. Natarajan. (2011). Equity incentives and long-term value created by SG&A expenditure. Contemporary Accounting Research 28 (3): 794–830.

Chen, K., Z. Chen, ve K. Wei. (2011). Agency costs of free cash flow and the effect of shareholder rights on the implied cost of equity capital. Journal of Financial and Quantitative Analysis 46 (1):171–207.

Çiftçi, S., Doğanay, M., Gülşen, A. Z. (2010). Pazarlama Giderlerinin İşletme Kârlılıkları Üzerine Etkisi, Finans Politik & Ekonomik Yorumlar, 47(544): 95-102.

Dennis R. Capozza ve Paul J. Seguin. (1996). "Managerial Style and Firm Value." December 3,

Kang P., ve Hu Z., (2009)., Organization Cost, Sales, General and Administrative Expenses and Management Cost, International Conference on Information Management, Innovation Management and Industrial Engineering

Öztürk E., Dülgeroğlu İ, (2016). Pazarlama ve Genel Yönetim Giderlerinin Firma Performansı Üzerindeki Etkisi, Niğde Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Temmuz, 2016; 9(3)

Belediye İşletmelerinin Hizmet Üretiminin Geliştirilmesi Yönelik Uygulamalar: Burhaniye Belediyesi Örneği

M. Oğuzhan İlban[1], Muammer Bezirgan[2], K. Nihat Pekbay[3], Fatih Çolakoğlu[4]

Full Text

Özet

Bu çalışmanın amacı; Burhaniye Belediyesi İktisadi İşletmelerine sağlanan danışmanlık sonucunda hizmet üretiminin geliştirilmesinin ve müşteri memnuniyetinin sağlanmasının tespit edilmesidir. Araştırma ilk amacı olan finansal bulguların tespit edilmesinde Microsoft Office Excel programı kullanılmıştır. Yapılan analizler sonucunda işletmelerin toplam karı 73.378,63 TL olarak tespit edilmiştir. Araştırmanın bir diğer amacı olan müşteri memnuniyetinin tespit edilmesinde veri toplama aracı olarak anket tekniği uygulanmıştır. Yapılan anket toplam 244 katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Müşteri memnuniyetinin tespit edilmesinde SPSS 20,0 paket programından yararlanılmıştır. Yapılan analizler sonucunda, Burhaniye İktisadi işletmelerine gelen müşterilerin, memnuniyet düzeylerinin yüksek olduğu ve işletmelerde sağlanan servis kalitesi ile işletmelerin yer aldığı lokasyonların müşteri memnuniyeti üzerinde pozitif ve anlamlı etkilerinin olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Danışmanlık, Hizmet, Servis Kalitesi, Müşteri Memnuniyeti

ABSTRACT

1.GİRİŞ

Genel olarak Belediyelerin misyonu ‘Önce insan anlayışıyla hizmette adalet ve eşitliği ilke edinerek tarihi ve çevresel değerlerine sahip çıkan, sağlık ve refah içinde yaşanabilir bir kent oluşturmaktır.’ Hemen hemen her belediye bu misyonunu gerçekleştirirken personel istihdamı ve hizmet alımlarına başvurmaktadırlar. Hizmet alımlarından bir tanesi de son yıllarda ülkemizde de yaygınlaşan danışmanlık hizmetidir.

Üretim, enformasyon, ekonomi, yönetim ve hizmet alanındaki hızlı değişimlerin yarattığı belirsizlik işletmelerin ve yerel yönetimlerin bu ortamda yol göstericilere ihtiyaç duymalarına sebep olmaktadır. Teknolojideki hızlı değişim, küreselleşen piyasalar, özelleştirme uygulamalarındaki artış, çevre bilincindeki artışlar işletmelerin ve yerel yönetimlerin danışmanlık ve eğitim hizmetlerine ilgilerinin artmalarında yol açmaktadır. Bahsettiğimiz konular işletmelerin ihtiyaçlarını belirlemekle birlikte, bu ihtiyaçların giderilmesine yönelik hizmetlerin verilmesi aynı zamanda danışmanlık ve eğitim hizmetlerinin işlevleri konusunda genel bir çerçeveyi de ortaya koymaktadır (Erdost, 2002).

Bir işletme ya da kamu kuruluşu, içinde bulunduğu piyasada artan rekabetinde etkisiyle kurum dışından bir profesyonelden yardım almak ihtiyacını hissederse bir danışmana başvurur. Bu danışmanın kurumda kullanılmasının en temel anlamda amacı; örgütsel amaçları başarmak, yönetim ve iş sorunlarını çözmek, yeni fırsatları tanıtmak, öğrenmeyi ve öğrenme yeteneklerini artırmak ve değişimi uygulamak şeklinde özetlenebilir (Kayral,

2008). Kurumlara yönelik verilen danışmanlık hizmetlerinde her çalışma, projenin amacına, çözülmesi amaçlanan sorunun niteliğine, üzerinde çalışılan firmanın yapısına göre farklı özellikler taşımaktadır. Bu anlamda çok çeşitli hizmet alanlarından söz etmek mümkün olmakla birlikte danışmanların, yaptıkları işi, kendi uzmanlık alanlarını belirlemeleri, danışmanlık hizmeti almak isteyen kurumların ise hangi konularda danışmanlık alabilecekleri ile ilgili fikir sahibi olmaları alınacak hizmetlerin etkinliği açısından faydalıdır (Kubr, 1994:32).

Günümüzde yerel yönetimlerin, kar amacı gütmeden yerel halka hizmet ettiği birçok işletme mevcuttur. Burhaniye Belediyesi'nin de Burhaniye halkına hizmet için hayata geçirdiği birçok hizmet ve işletme bulunmaktadır. Yerel halka daha iyi hizmet sağlamak için profesyonel desteklerin gerekli olduğunu savunan Belediye, Balıkesir Üniversitesi Burhaniye Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu ile iş birliği sağlayarak 'Burhaniye Belediyesi İktisadi İşletmelere Yönelik Araştırma ve Hizmet Üretiminin Geliştirilmesi Projesi' isimli projeyi hayata geçirmektedirler.

Bu proje ile Burhaniye Belediyesi iktisadi işletmesi tarafından işletilen Kampüs Sahil Kafe, Ayaklı Mesire Alanı ve Taylıeli Kafe'de hizmet, üretim ve kalite standartlarının belirlenmesi, işletmelerde çalışacak insan kaynağının bulunması, seçimi ve işe yerleştirilmesi, işletmelerde marka imajın yaratılması için çalışmalar yapılması, işletmelerin atmosfer ve ambiyansını geliştirici planlamalar yapılması, çalışanların eğitime tabi tutulması, işletmelerde sunulacak yiyecek ve içecekler için menü çalışmalarının yapılması ve fiyatlandırmaların gerçekleştirilmesi ile Burhaniye Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu öğrencilerinin staj ve çalışma alanlarının geliştirilmesi ve çeşitlendirilmesi amacıyla, piyasadaki uygulamaları öğrencilerin öğrenme ortamlarına taşımak, öğreticilerin bilgi ve becerilerini güncel tutmak, sektör ile bütünleşmiş bir öğrenme ortamı oluşturmak için Balıkesir Üniversitesi Burhaniye Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu ve Burhaniye Belediyesi arasında işbirliği yaratmak projenin ana hedefleri arasındadır. Yapılan bu proje ile Kampüs Sahil Kafe, Ayaklı Mesire Alanı ve Taylıeli Kafenin hizmet kalitesinin yükseltilmesi amaçlanmaktadır.

Bu çalışmada; danışmanlığı Balıkesir Üniversitesi, Burhaniye Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu tarafından yürütülen Burhaniye Belediyesinin İktisadi İşletmelerinden olan Kampüs Sahil Kafe, Ayaklı Kır Bahçesi ve Taylıeli Kahvaltı Salonu işletmelerinin genel gelir – gider tablolarına, giderlerin yüzdesel dağılımlarına, işletmelerin ağırladıkları misafir sayılarına ve işletmelerin satış istatistiklerine yer verilmiştir. Aynı zamanda işletmelere gelen misafirler içinde müşteri memnuniyeti araştırması yapılmış ve araştırma sonuçları da çalışmanın içerisinde gösterilmektedir.

Danışmanlık süresi boyunca işletmelerde çalışan personel, Burhaniye Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Bölümünde öğrenim gören ve müfredat gereği zorunlu stajlarını yapmak isteyen öğrencilerden oluşturulmuştur. Stajyerlerin konaklama, yeme – içme gibi temel ihtiyaçları BUBYO Uygulama Otelinde sağlanmıştır.

2. YÖNTEM

Araştırmanın yöntemi finansal bulguların saptanması ve müşteri memnuniyeti bulgularının belirlenmesi amacıyla iki şekilde gerçekleştirilmiştir. Burhaniye Belediyesi İktisadi işletmelerine bağlı olan Kampüs Sahil Kafe, Ayaklı Kır Bahçesi ve Taylıeli Kahvaltı Salonu işletmelerin finansal bulgularını ortaya koyabilmek için işletmelere otomasyon sistemleri kurularak, Microsoft Office Excel programı ile verilerin girişi sağlanmış ve analizler gerçekleştirilmiştir. İşletmelerin genel müşteri memnuniyetlerini saptamak amacı ile ise anket formaları oluşturularak, SPSS 20.0 programı ile analize tabi tutulmuştur.

01 Haziran – 17 Eylül 2017 tarihlerinde gerçekleştirilen projede Kampüs Sahil Kafe'de 24, Ayaklı Kır Bahçesi'nde 11, Taylıeli Kahvaltı Salonu'nda 3 ve toplamda 38 personel istihdam edilmiştir. Bu personelin 17'si stajyer, 5'i Üniversite tavsiyesi ile İktisadi İşletmelere alınan personel, 15'i belediye personeli ve 1'i üniversitenin işletmelerden sorumlu tuttuğu personeldir. Stajyer ve Üniversite tavsiyesi ile alınan personelin yeme – içme ve konaklama gibi temel ihtiyaçları BUBYO Uygulama Oteli tarafından karşılanmıştır.

Projede müşteri memnuniyetini ölçmek için kullanılan anket üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, katılımcıların sosyo-ekonomik ve demografik bilgilerini kapsayan önermeler yer almaktadır. İkinci bölümde katılımcıların aldıkları hizmeti değerlendirebilmeleri açısından 'Servis Kalitesi, Yiyecek ve İçecek Kalitesi, Fiyat, Tesisin Atmosferi ve Ambiyansı, Tesisin Konumu, Müşteri Memnuniyeti ve Aidiyet' adı altında 5'li Likert ölçek kullanılarak toplam 34 önerme bulunmaktadır. Üçüncü ve son bölümde 4 sorudan oluşan ve katılımcıların yerel yönetimlere ve üniversiteye bakış açılarını saptamaya çalışan önermeler yer almaktadır.

Müşteri Memnuniyeti ve Aidiyeti etkilediği düşünülen 5 faktörel boyut için araştırma amacına uygun olarak 10 hipotez geliştirilmiştir. Bu hipotezler sırasıyla şu şekildedir:

H_1: Katılımcıların işletmenin servis kalitesini algılamalarının, memnuniyetleri üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi vardır.

H_2: Katılımcıların işletmenin fiyat kalitesini algılamalarının, memnuniyetleri üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi vardır.

H_3: Katılımcıların işletmenin yiyecek ve içecek kalitesini algılamalarının, memnuniyetleri üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi vardır.

H_4: Katılımcıların işletmenin atmosfer ve ambiyansını algılamalarının, memnuniyetleri üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi vardır.

H_5:Katılımcıların işletmenin lokasyonunu algılamalarının, memnuniyetleri üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi vardır.

H_6: Katılımcıların işletmenin servis kalitesini algılamaları, katılımcıların aidiyetlerine pozitif ve anlamlı bir etkisi vardır.

H_7: Katılımcıların işletmenin fiyat kalitesini algılamalarının, katılımcıların aidiyetleri üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi vardır.

H_8: Katılımcıların işletmenin yiyecek ve içecek kalitesini algılamalarının, aidiyetleri üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi vardır.

H_9: Katılımcıların işletmenin atmosfer ve ambiyansını algılamalarının, aidiyetleri üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi vardır.

H_{10}:Katılımcıların işletmenin lokasyonunu algılamalarının, aidiyetleri üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi vardır.

Araştırmada kullanılan Müşteri Memnuniyeti Ölçeği Yoon v.d. (2010) çalışmasından, Aidiyet ölçeği ise Bezirgan (2014) çalışmasından alınmıştır. Araştırmada toplam 267 katılımcıya ulaşılmış ve anketlerde kullanılan hatalı verilerden dolayı 23 anket çalışmadan çıkartılarak toplam 244 anket çalışmaya dâhil edilmiştir.

Araştırma kapsamında toplanan veriler bilgisayar ortamına yüklenerek veri tabanı oluşturulmuştur. Veri tabanının oluşturulmasında ve analizler için SPSS ve Microsoft Office paket programları kullanılmıştır. Katılımcıların demografik özelliklerini belirlemek amacıyla yüzde frekans analizi, modelde yer alan değişkenlerin birbirleriyle olan etki düzeylerini belirlemek için ise Çoklu Regresyon Analizi yapılmıştır.

3. BULGULAR

Projenin bulguları işletmelerden elde edilen maddi gelirlerin ve müşteri memnuniyetinin ayrı ayrı tespit edilmesi nedeniyle iki ayrı başlık altında incelenmiştir. Birinci bölümde finansal bulgular, ikinci bölümde ise araştırmanın müşteri memnuniyeti bulgularına yer verilmiştir.

3.1. Finansal Bulgular

Proje İktisadi İşletmelere bağlı üç işletme üzerinde gerçekleştirilmesinden dolayı finansal bulgular ayrı ayrı incelenmiş ve en son toplam genel gelir – gider açıklanmıştır.

3.1.1. Kampüs Sahil Kafe

Kampüs Sahil Kafe; yerel halk ile Burhaniye'ye gelen turistlerin iç içe olduğu, Ören mahallesinde konumlanmış, mavi bayraklı plaja sınırı olan ve Burhaniye Belediye'si tarafından işletilen bir çay bahçesidir.

09 Haziran 2017 – 17 Eylül 2017 tarihleri arasında danışmanlığı sağlanan işletmede 101 gün boyunca Belediye'ye tavsiye edilerek alınan 4 BUBYO öğrencisi personel, 16 stajyer, 3 belediye personeli ve BUBYO tarafından kısmi olarak görevlendirilen 1 işletme sorumlusu olmak üzere toplam 24 kişiye istihdam olanağı sağlanmıştır. İşletmenin ağırladığı misafir sayısı ve genel satış verilerine dair istatistikler tablo 1'de gösterilmektedir.

Tablo 1: Genel İstatistikler

Ağırlanan Misafir Sayısı	73242	
Satılan Masa Sayısı	31714	

Masa Başı Ortalama Kişi Sayısı		2,309453
Kişi Başı Ortalama Satış		3,72 TL
Masa Başı Ortalama Satış		9,18 TL

Tablo 1 incelendiğinde Kampüs Sahil Kafe'de toplam 73242 misafir ağırlanmış ve her bir misafire 3,72 TL değerinde satış gerçekleştirilmiştir.

İşletmenin ürün gruplarına göre satış istatistikleri ve maliyetler tablo 2'de gösterilmektedir.

Tablo2: Ürün Gruplarına Göre Satış ve Maliyetler

Grup	Satış	Maliyet	Kar	Yüzde Maliyet	Yüzde Kar
Sıcak İçecekler	110.053,00 TL	12.851,87 TL	97.201,13 TL	11,68	88,32
Soğuk İçecekler	80.161,00 TL	19.549,26 TL	60.611,74 TL	24,39	75,61
Yiyecekler	85.860,00 TL	40.273,57 TL	45.586,43 TL	46,91	53,09
Dondurma	8.219,00 TL	5.086,00 TL	3.133,00 TL	61,88	38,12

Tablo 2'deki maliyet kalemlerine bakıldığında en az maliyet kaleminin % 11,68 ile sıcak içeceklerde; en yüksek maliyet kaleminin ise % 61,88 ile dondurma kaleminde olduğu görülmektedir.

Kampüs Sahil Kafe işletmesi aynı zamanda 2016 yaz sezonunda Burhaniye Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu'nun işlettiği bir işletmedir. 2017 yaz sezonunda sağlanan danışmanlık hizmeti ile birlikte 2016 yaz sezonuna oranla bazı ürünlerde fiyat artışına gidilmiştir. Yapılan fiyat artışı ile birlikte işletmeye, öğrencilerin kendi ürettiği Ev Yapımı Limonatadan 7 316,00 TL'lik, Türk Kahvesinden 6 783,00 TL'lik, Ayvalık Tostundan 6 477,00 TL'lik ve toplamda 30 576,50 TL'lik bir katkı sağlanmıştır. (Bkz. Tablo 3)

Tablo 3: 2017 Yılında Yapılan Fiyat Artışı ile Sağlanan Ciro Artışı

Ürün	Satış Miktarı	Satış Fiyatı	Ciro	2016 Fiyatları	Ciro	Fark
Çay	78391	1,00 TL	78.391,00 TL	1,00 TL	78.391,00 TL	0,00 TL
Türk Kahvesi	6783	4,00 TL	27.132,00 TL	3,00 TL	20.349,00 TL	6.783,00 TL
Nescafe	710	4,00 TL	2.840,00 TL	4,00 TL	2.840,00 TL	0,00 TL
Sıcak Çikolata	49	5,00 TL	245,00 TL	5,00 TL	245,00 TL	0,00 TL
Espresso	18	5,00 TL	90,00 TL	4,00 TL	72,00 TL	18,00 TL
Mocha	19	5,00 TL	95,00 TL	5,00 TL	95,00 TL	0,00 TL
Kuşburnu	230	2,00 TL	460,00 TL	2,00 TL	460,00 TL	0,00 TL
Ihlamur	400	2,00 TL	800,00 TL	2,00 TL	800,00 TL	0,00 TL
Dondurma	1073		0,00 TL		0,00 TL	0,00 TL
Su	11950	1,00 TL	11.950,00 TL	1,00 TL	11.950,00 TL	0,00 TL
Soda	4750	2,00 TL	9.500,00 TL	1,00 TL	4.750,00 TL	4.750,00 TL
Meyveli Soda	2013	2,00 TL	4.026,00 TL	1,50 TL	3.019,50 TL	1.006,50 TL
Ev. Limonata	7316	4,00 TL	29.264,00 TL	3,00 TL	21.948,00 TL	7.316,00 TL

Ul. Limonata	243	3,00 TL	729,00 TL	2,50 TL	607,50 TL	121,50 TL
Meyve Suyu	539	3,50 TL	1.886,50 TL	3,00 TL	1.617,00 TL	269,50 TL
Fuse Tea	1025	3,50 TL	3.587,50 TL	3,00 TL	3.075,00 TL	512,50 TL
Kola	1485	3,50 TL	5.197,50 TL	3,00 TL	4.455,00 TL	742,50 TL
Sprıte	220	3,50 TL	770,00 TL	3,00 TL	660,00 TL	110,00 TL
Ayran Kutu	555	2,00 TL	1.110,00 TL	1,50 TL	832,50 TL	277,50 TL
Ayran Şişe	3269	3,00 TL	9.807,00 TL	2,50 TL	8.172,50 TL	1.634,50 TL
Gazoz	471	2,50 TL	1.177,50 TL	2,50 TL	1.177,50 TL	0,00 TL
Fanta	201	3,50 TL	703,50 TL	3,00 TL	603,00 TL	100,50 TL
Fruttı	181	2,50 TL	452,50 TL	2,50 TL	452,50 TL	0,00 TL
Ayvalık	6477	7,00 TL	45.339,00 TL	6,00 TL	38.862,00 TL	6.477,00 TL
Tost	3972	5,00 TL	19.860,00 TL	5,00 TL	19.860,00 TL	0,00 TL
Patates	1684	5,00 TL	8.420,00 TL	5,00 TL	8.420,00 TL	0,00 TL
Cheeseburger	345	8,00 TL	2.760,00 TL	7,50 TL	2.587,50 TL	172,50 TL
Hamburger	1028	7,00 TL	7.196,00 TL	7,00 TL	7.196,00 TL	0,00 TL
Menemen	285	6,00 TL	1.710,00 TL	5,00 TL	1.425,00 TL	285,00 TL
Omlet	115	5,00 TL	575,00 TL	5,00 TL	575,00 TL	0,00 TL
Toplam					30.576,50 TL	

Satış rakamlarına bakıldığında; toplamda satılan 78391 adet çay, 6783 adet Türk Kahvesi ve 7316 adet ev yapımı limonatanın kar marjı en yüksek ürün grupları olduğu görülmektedir. İşletmedeki ürünlerin fiyatları tüm halkın gelir seviyesi göz önünde bulundurularak belirlenmiştir. Ancak satış adedinin sabit olduğunu varsayarsak 78391 adet satılan çayın satış fiyatında yapılabilecek olan 0,50 TL'lik bir artışın işletmeye 39 195,50 TL'lik ek bir gelir sağlayacağı göz ardı edilemez bir gerçektir.

İşletmenin genel gelir – gider tabloları ve giderlerin yüzdesel dağılımları tablo 5'te gösterilmektedir.

Tablo 5: Kampüs Sahil Kafe Genel Gelir Gider ve Yüzdesel Dağılımlar

Gelir - Gider Tablosu (09.06.2017 - 17.09.2017)			Giderlerin Yüzdesel Dağılımı			
Giderler		Toplam Ürün Bedeli	Giderler		Tutar	Yüzde
1	Personel Gideri	42.758,43 TL	1	Yiyecek ve içecek Giderleri	99.753,68 TL	34,25
2	Enerji Giderleri	3.727,97 TL	2	Personel Gideri	42.758,43 TL	14,68
3	Demirbaş	26.376,01 TL	3	Danışmanlık Gideri	35.400,00 TL	12,16
4	Yiyecek ve içecek Giderleri	99.753,68 TL	4	Demirbaş	26.376,01 TL	9,06
5	Tüketim Giderleri	20.726,94 TL	5	Gelir Vergisi	20.726,94 TL	7,12
6	Gelir Vergisi	21.572,76 TL	6	Tüketim Giderleri	21.572,76 TL	7,41
7	Danışmanlık	35.400,00 TL	7	Enerji Giderleri	3.727,97 TL	1,28
*	Toplam	250.315,79 TL	Toplam		250.315,79 TL	85,95

Gelir		Toplam Gelir	Gelir	291.230,29 TL	100,00
1	Toplam Gelir	291.230,29 TL	Kar	40.914,50 TL	14,05

Toplam Gelir	291.230,29 TL
Toplam Gider	250.315,79 TL
Kar - Zarar	40.914,50 TL

Tablo 5 incelendiğinde işletmenin toplam geliri 291 230,29 TL olarak karşımıza çıkmaktadır. Burhaniye Belediyesinin toplam karı % 35,27 oranla 102 690,51 TL'dir. İşletme, aynı zamanda Kampüs Sahil Kafe'nin işletilebilmesi için % 12,16 oranında (35 400,00 TL) danışmanlık ödemesi gerçekleştirmiştir. İşletme, gelirlerin % 9,06'sını (26 376,01 TL) tekrar yatırıma dönüştürerek hizmet kalitesini artırmıştır. Bu faaliyetlerin ardından işletmenin net kar payı % 14,05 oranla 40 914,50 TL'dir.

İşletme personel gideri %14,68 oranla 42 758,43 TL'dir. Personel maliyet yüzdesinin düşük olmasının sebeplerinden en önemlisi personelin % 66,66'sının stajyerlerden oluşması ve bu stajyerlerin konaklama ve yeme – içme gibi temel gereksinimlerinin işletmeye ek bir yük getirmemesidir.

3.1.2. Ayaklı Kır Bahçesi

Ayaklı Kır Bahçesi, Burhaniye'nin Ören Mahallesi Orjan yolu üzeri Ayaklı mevkiinde, misafirlerin aileleri ile birlikte piknik yapabildiği, toplu organizasyonların yapıldığı ve kahvaltı hizmetinin verildiği yeşillikler içerisinde bir piknik alanıdır.

01 Haziran 2017 – 10 Eylül 2017 tarihleri arasında danışmanlığı sağlanan işletmede 102 gün boyunca Belediye'ye tavsiye edilerek alınan 1 BUBYO öğrencisi sorumlu personel, 1 stajyer ve 9 belediye personeli olmak üzere toplam 11 kişiye istihdam olanağı sağlanmıştır.

Aynı zamanda işletmeye alınan ürünlerden Ahmet Akın Kültür Merkezinde de satış yapılmıştır. Dolayısıyla Ahmet Akın Kültür Merkezinin cirosu da işletme gelirlerinin içerisinde yer almaktadır. İşletmenin ağırladığı misafir sayısı ve genel satış verilerine dair istatistikler tablo 6'de gösterilmektedir.

Tablo 6: Genel İstatistikler

Ağırlanan Misafir Sayısı	4669	
Satılan Masa Sayısı	1641	
Masa Başı Ortalama Kişi Sayısı		2,85
Kişi Başı Ortalama Satış		16,14 TL
Masa Başı Ortalama Satış		45,93 TL

Tablo 6 incelendiğinde; Ayaklı Kır Bahçesinde toplam 4669 misafir ağırlanmış ve ağırlanan her bir misafire ortalama 16,14 TL'lik satış gerçekleştirilmiştir.

Ayaklı Kır Bahçesinde ayrıca grup indirimleri ve belediye personeline % 50 indirim uygulaması yapılmıştır. Bu uygulamada Masa satışında 65, Mangal satışında 47 ve Servis

hizmetinde 114 kez indirim yapılmıştır. Ayrıca ücret alınmayan organizasyonlar olmuştur. Bu organizasyon rakamları işletme için olan verilerin içinde yer almamaktadır.

Ayaklı Kır Bahçesi için ürün bazlı ayrıntılı satışlar tablo 7'de gösterilmiştir. Tablo 7 incelendiğinde toplam 8185 adet çay satışı, 528 adet Türk Kahvesi satışı, 680 adet gözleme satışının gerçekleştirildiği gözükmektedir. İşletmede maliyet unsurları göz önüne alınarak bakıldığında maliyeti çok düşük olan masa, mangal ve servis hizmeti uygulamasından elde edilen gelir de 33 767,50 TL'dir.

Tablo 7: Ayaklı Kır Bahçesi Ürünlere Göre Satış ve Maliyetler

Ürün	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Toplam	Satış
Çay	1489	3464	2941	291	8185	8.185,00 TL
Türk Kahvesi	85	203	220	20	528	2.112,00 TL
Masa	30	793	783	35	1641	16.410,00 TL
Su	175	1084	1623	151	3033	3.033,00 TL
Ayran	14	180	189	7	390	585,00 TL
Soda		138	145	14	315	630,00 TL
M. Soda	9	48	32	12	102	204,00 TL
Kola	46	285	126	40	497	1.739,50 TL
Fanta	13	50	35	9	107	374,50 TL
Gazoz	3	2	6		11	33,00 TL
Limonata	19	122	77		218	872,00 TL
Tost	13	109	28	2	152	760,00 TL
Kapaktan Kesme	12	25	52		89	445,00 TL
Gözleme	96	262	292	30	680	3.400,00 TL
Kahvaltı	25	121	183		329	4.935,00 TL
Salata	39	82	59	3	183	915,00 TL
Ayvalık	10	14	32		56	392,00 TL
Servis		497	424		921	2.302,50 TL
Mangal	35	474	398	50	957	14.355,00 TL
B. Mangal		9	19		28	700,00 TL
Fuse Tea	22	24	35		81	283,50 TL
Sprite	10	14	24		48	168,00 TL
M. Suyu	4	26	8		32	112,00 TL

İşletmenin genel gelir – gider tabloları tablo 8'de gösterilmektedir.

Tablo 8: Ayaklı Kır Bahçesi Genel Gelir Gider ve Yüzdesel Dağılımlar

Gelir - Gider Tablosu (01.06.2017 - 10.09.2017)			Giderlerin Yüzdesel Dağılımı			
Giderler		Toplam Ürün Bedeli	Giderler		Tutar	Yüzde
1	Personel Gideri	18.072,48 TL	1	Personel Gideri	18.072,48 TL	21,29
2	Enerji Giderleri	4.226,69 TL	2	Tüketim Giderleri	14.074,04 TL	16,58
3	Demirbaş	3.951,79 TL	3	Yiyecek ve içecek Giderleri	10.037,38 TL	11,82
4	Yiyecek ve içecek Giderleri	10.037,38 TL	4	Gelir Vergisi	6.770,05 TL	7,97
5	Tüketim Giderleri	14.074,04 TL	5	Enerji Giderleri	4.226,69 TL	4,98
6	Gelir Vergisi	6.770,05 TL	6	Demirbaş	3.951,79 TL	4,65
*	Toplam	57.132,43 TL	Toplam		57.132,43 TL	67,29
Gelir		Toplam Gelir	Gelir		84.903,00 TL	100,00
1	Ayaklı Toplam Gelir	75.367,00 TL	Kar		27.770,57 TL	32,71
Ahmet A. Toplam Gelir		9.536,00 TL				
Toplam Gider		57.132,43 TL				
Kar - Zarar		27.770,57 TL				

3.1.3. Taylıeli Kahvaltı Salonu

Taylıeli Kahvaltı Salonu Burhaniye'nin Taylıeli Köyü'nde doğanın eşsiz körfez manzarasına eşlik ettiği turistlerin ve yerel halkın sabah kahvaltılarına hizmet veren bir işletmedir. 01 Haziran 2017 – 10 Eylül 2017 tarihleri arasında danışmanlığı sağlanan işletmede 102 gün boyunca 3 belediye personeline istihdam olanağı sağlanmıştır. Taylıeli Kahvaltı Salonuna ait gelir gider verileri tablo 9'da gösterilmektedir.

Tablo 9: Taylıeli Kahvaltı Salonu Gelir Gider ve Yüzdesel Dağılımlar

Gelir - Gider Tablosu (01.06.2017 - 10.09.2017)			Giderlerin Yüzdesel Dağılımı			
Giderler		Toplam Ürün Bedeli	Giderler		Tutar	Yüzde
1	Personel Gideri	9.257,46 TL	1	Personel Gideri	9.257,46 TL	32,58
2	Enerji Giderleri	2.039,81 TL	2	Yiyecek ve içecek Giderleri	7.979,06 TL	28,08
3	Demirbaş	950,00 TL	3	Gelir Vergisi	2.273,04 TL	8,00
4	Yiyecek ve içecek Giderleri	7.979,06 TL	4	Enerji Giderleri	2.039,81 TL	7,18
5	Tüketim Giderleri	1.220,07 TL	5	Tüketim Giderleri	1.220,07 TL	4,29
6	Gelir Vergisi	2.273,04 TL	6	Demirbaş	950,00 TL	3,34
*	Toplam	23.719,44 TL	Toplam		23.719,44 TL	83,48
Gelir		Toplam Gelir	Gelir		28.413,00 TL	100,00
1	Aylık Toplam Gelir	28.413,00 TL	Kar		4.693,56 TL	16,52
Toplam Gelir		28.413,00 TL				
Toplam Gider		23.719,44 TL				
Kar - Zarar		4.693,56 TL				

Tablo 9 incelendiğinde işletmenin toplam geliri 28 413,00 TL olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu gelirin içerisinde işletmenin net kar payı % 16,52 oranla 4 693,56 TL'dir. İşletme gelirlerin % 3,34'ü (950,00 TL) tekrar yatırıma dönüştürerek hizmet kalitesini artırmıştır. Burhaniye Belediyesinin toplam karı % 19,86 yani 5 643,56 TL'dir. İşletme gelirlerinin düşük olmasından dolayı personel gideri % 32,58 olarak yüksek bir yüzde ile karşımıza çıkmaktadır.

3.1.4. İşletmelerin Genel Gelir – Giderleri

Tüm işletmeler için sağlanan danışmanlık hizmetinden genel olarak elde edilen gelirler ve yapılan harcamalara dair veriler tablo 10'da gösterilmiştir.

Tablo 10: Tüm İşletmelerin Genel Gelir Giderleri ve Yüzdesel Dağılımlar

Gelir - Gider Tablosu (01.06.2017- 17.09.2017)			Giderlerin Yüzdesel Dağılımı			
Giderler		Toplam Ürün Bedeli	Giderler		Tutar	Yüzde
1	Personel Gideri	70.088,37 TL	1	Yiyecek ve içecek Giderleri	117.770,12 TL	29,11
2	Enerji Giderleri	9.994,47 TL	2	Personel Gideri	70.088,37 TL	17,33
3	Demirbaş	31.277,80 TL	3	Tüketim Giderleri	36.021,05 TL	8,90
4	Yiyecek ve içecek Giderleri	117.770,12 TL	4	Danışmanlık Gideri	35.400,00 TL	8,75
5	Tüketim Giderleri	36.021,05 TL	5	Demirbaş	31.277,80 TL	7,73
6	Gelir Vergisi	30.615,85 TL	6	Gelir Vergisi	30.615,85 TL	7,57
7	Danışmanlık	35.400,00 TL	7	Enerji Giderleri	9.994,47 TL	2,47
*	Toplam	331.167,66 TL	Toplam		331.167,66 TL	81,86
Gelir		Toplam Gelir	Gelir		404.546,29 TL	100,00
1	Toplam Gelir	404.546,29 TL	Kar		73.378,63 TL	18,14
Toplam Gelir		404.546,29 TL				
Toplam Gider		331.167,66 TL				
Kar - Zarar		73.378,63 TL				

Tablo 10 incelendiğinde işlemelerin toplam geliri 404 546,29 TL olarak karşımıza çıkmaktadır. Burhaniye Belediyesi bünyesinde barındırdığı tüm işletmelerden toplamda 140 056,43 TL gelir elde etmiştir ve yüzdesi % 34,62'dir. Bu gelirin içerisinde işletmenin net kar payı % 18,14 oranla 73 378,63 TL'dir.

Genel olarak işletmelerin profesyonel anlamda işletilebilmesi için danışmanlık ücreti olarak toplam 35 400,00 TL ödenmiştir ve yüzdesi % 8,75'dir. İşletmelerin hizmet kalitesini artırmak ve müşteri memnuniyeti odaklı çalışmanın artırılabilmesi için 31 277,80 TL tekrar yatırıma dönüştürülmüştür ve oranı 7.73'tür.

İşletmelerin gelirlerinin yüzdesel dağılımında Kampüs Sahil Kafe 291 230,29 TL ile % 71,98'lik bir paya sahiptir. Ayaklı Kır Bahçesi 84 903,00 TL % 20,98 ve Taylıeli Kahvaltı Salonu 28 413,00 TL % 7,02 ile toplam gelire katkıda bulunmuşlardır.

İşletme personel gideri % 17,3, Yiyecek ve içecek giderleri % 29,11 olarak karşımıza çıkmaktadır. Yiyecek ve içecek giderlerinin yüzdesinin yüksek çıkmasının sebepleri arasında ürünlerin satış fiyatlarında temel hedef olarak kar amacının yüksek tutulmaması sebebiyle sezon fiyatlarının altında oluşu gösterilebilir.

3.2. Araştırma Bulguları

Araştırma katılımcılarının demografik özellikleri yüzde frekans analizleri ile incelenmiştir. Araştırma katılımcılarının demografik özelliklerine ait bulgulara tablo 11'de yer verilmiştir.

Tablo 11: Katılımcıların Demografik Özellikleri

Değişken		N	%
Cinsiyet	Kadın	116	47,5
	Erkek	128	52,5
	Toplam	244	100,0
Eğitim Durumu	İlköğretim	22	9,0
	Lise	116	47,5
	Ön Lisans	44	18,0
	Lisans	52	21,3
	Lisansüstü	10	4,1
	Toplam	244	100,0
Gelir Durumu	Gelirim Yok	66	27,0
	1-1400 TL	26	10,7
	1401-2500 TL	82	33,6
	2501-3500 TL	42	17,2
	3501-4500 TL	10	4,1
	4501 ve üzeri	18	7,4
	Toplam	244	100,0
Yaş	18 ve Altında	8	3,3
	19-24	42	17,2
	25-34	50	20,5
	35-44	72	29,5
	45-54	30	12,3
	55 Ve Üstü	42	17,2
	Toplam	244	100,0
Meslek	Memur	36	14,8
	Emekli	40	16,4
	İşçi	42	17,2
	Serbest Meslek	42	17,2
	Ev Hanimi	36	14,8
	Öğrenci	30	12,3
	Çalışmıyor	4	1,6
	Diğer	14	5,7

	Toplam	244	100,0
Tesisi Kaçıncı Kez Ziyaret Ediyorsunuz?	İlk Gelişim	20	8,2
	2-3	24	9,8
	4-5	20	8,2
	6 Ve Üstü	180	73,8
	Toplam	244	100,0

Tablo 11 incelendiğinde katılımcıların % 47,5'ini kadınlar % 52,5'ini ise erkekler oluşturmaktadır. Lise eğitimi alan katılımcıların toplam katılımcılar içerisindeki payı % 47,5, Lisansüstü eğitim alanlarının payı ise % 4,1'dir. Katılımcılar gelir düzeylerine göre incelendiğinde en yüksek paya sahip olan gelir seviyesi 1401-2500 TL ve yüzdesi 33,6'dır. 18 yaş ve altında olan katılımcıların payı % 3,3, 25 – 34 yaş arası yüzde % 20,5 ve 35 – 44 yaş aralığında olan katılımcıların yüzdesi 29,5'tir. Katılımcılar meslek gruplarına göre değerlendirildiğinde İşçi ve serbest meslek grubunun en yüksek katılımcı payına sahip olduğu ve yüzdelerinin 17,2 olduğu görülmektedir. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu (% 73,8) işletmeleri 6 kez ya da daha fazla ziyaret etmişlerdir.

Araştırmada kullanılan ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirliklerini saptamak amacıyla açıklayıcı faktör analizi çıktıları ve cronbach alpha kat sayıları dikkate alınmıştır. Çalışmada kullanılan ölçeklere dair açıklayıcı faktör analizi ve cronback alpha kat sayı çıktıları tablo 12'de gösterilmektedir.

Tablo 12: Bağımsız Değişkenlere Yönelik Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Ölçek Boyutlarına Ait İfadeler	1	2	3	4	5
Atmosfer5	,883				
Atmosfer4	,872				
Atmosfer3	,830				
Atmosfer1	,737				
Atmosfer6	,656				
Atmosfer2	,640				
Fiyat2		,903			
Fiyat4		,876			
Fiyat3		,874			
Fiyat5		,794			
Fiyat1		,705			
Yiy.İce.2			,909		
Yiy.İce.1			,904		
Yiy.İce.4			,863		
Yiy.İce.3			,805		
Servis1				,836	
Servis3				,789	
Servis4				,746	
Servis2				,665	
Servis5				,659	

Lokasyon2					,835
Lokasyon1					,810
Öz değerler	11,185	2,392	1,944	1,611	1,171
Açıkladığı Varyans	% 20,746	% 20,091	% 17,050	% 14,849	% 10,458
Açıklanan Toplam Varyans	% 83,193				
KMO Ölçüm Yeterliliği	0,801				
Bartlett Küresellik Test Değeri	Approx. Chi-Square 3352,067 Sig. :0,0001				

Tablo 12 incelendiğinde; 23 önermenin hangilerinin birbirleriyle daha tutarlı olduğuna dair 5 faktörel boyut belirlenmiştir. Bu faktörel boyutlara ait faktör yükleri ve öz değer değerleri tabloda görülebilmektedir. Araştırma da KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) testi sonucu 0,80 olarak elde edilmiştir. KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) testi, örnekleme yeterliliğini ölçmeye yarayan bir test olup örnek büyüklüğü ile ilgilenir. Bu testin sonucu bir oran olup % 60,0'ın üstünde olması arzulanır (Yavuz, 2007: 96). Dolayısıyla çalışmada elde edilen sonuç, örneklem büyüklüğünün yeterli olduğunu göstermektedir. Araştırma da 0,05 anlamlılık düzeyinde bir sonuç elde edebilmek adına faktör yükü 0,4'ten küçük olan önermeler analizden çıkartılmıştır. Lokasyon 3 önermesi faktör yükünü taşımadığı için analizden çıkartılmıştır. Çalışmada Barlett testinin P değeri 0,001 olarak elde edilmiş ve analizde elde edilen sonuçların anlamlılığı gösterilmiştir. Katılımcıların 'Atmosfer' 'Servis' 'Fiyat' 'Yiy.İce' ve 'Lokasyon' algılarını belirlemek amacıyla oluşturulan değişkenlerin güvenilirlik katsayısı (Cronbach Alfa) 0,953 olarak bulunmuştur. Araştırmada yer alan değişkenlerin yüksek güvenilirliğe sahip olduğu görülmektedir. Değişkenlere yönelik açıklanan toplam varyans 83,193 olarak elde edilmiştir. Yapılan açıklayıcı faktör analizi sonucunda, katılımcıların öncelikli olarak işletmenin atmosferini algıladıkları, daha sonra sırasıyla fiyat, yiyecek ve içecekler, servis ve lokasyonu algıladıkları görülmektedir.

Araştırmada bağımlı değişkenler olarak belirlenen müşteri memnuniyeti ve aidiyet değişkenlerine yönelik açıklayıcı faktör analizi ve güvenilirlik kat sayıları tablo 13'te gösterilmektedir.

Tablo 13: Bağımlı Değişkenlere Yönelik Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Ölçek Boyutlarına Ait İfadeler	1	2
Aidiyet4	,952	
Aidiyet7	,928	
Aidiyet3	,927	
Aidiyet5	,921	
Aidiyet6	,914	
Aidiyet2	,893	
Aidiyet1	,841	
Aidiyet8	,810	
Memnuniyet2		,961

Memnuniyet1		,923
Memnuniyet3		,892
Öz değerler	7,801	1,890
Açıkladığı Varyans	% 60,365	% 27,738
Açıklanan Toplam Varyans	88,103	
KMO Ölçüm Yeterliliği	0,881	
Bartlett Küresellik Test Değeri	Approx. Chi-Square 2089,557 Sig. :0,0001	

Tablo 13 incelendiğinde; 11 önermenin hangilerinin birbirleriyle daha tutarlı olduğuna dair 2 faktörel boyut belirlenmiştir. Bu faktörel boyutlara ait faktör yükleri ve öz değer değerleri tabloda görülebilmektedir. Araştırma da KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) testi sonucu 0,88 olarak elde edilmiştir. KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) testi, örnekleme yeterliliğini ölçmeye yarayan bir test olup örnek büyüklüğü ile ilgilenir. Bu testin sonucu bir oran olup % 60,0'ın üstünde olması arzulanır (Yavuz, 2007: 96). Dolayısıyla çalışmada elde edilen sonuç, örneklem büyüklüğünün yeterli olduğunu göstermektedir. Çalışmada Barlett testinin P değeri 0,001 olarak elde edilmiş ve analizde elde edilen sonuçların anlamlılığı gösterilmiştir. Katılımcıların 'Müşteri Memnuniyeti' ve 'Aidiyet' algılarını belirlemek amacıyla oluşturulan değişkenlerin güvenilirlik katsayısı (Cronbach Alfa) 0,958 olarak bulunmuştur. Araştırmada yer alan değişkenlerin yüksek güvenilirliğe sahip olduğu görülmektedir. Değişkenlere yönelik açıklanan toplam varyans 88,103 olarak elde edilmiştir.

Araştırma amacına uygun olarak geliştirilen müşteri memnuniyeti hipotezlerinin testine ilişkin yapılan regresyon analizi sonuçları tablo 14'te gösterilmektedir.

Tablo 14: Bağımsız Değişkenlerin Müşteri Memnuniyetini Etkilediğine Dair Regresyon Analizi Sonuçları

Müşteri Memnuniyeti	Standardize Edilmiş ß	P	R	R^2	Düzeltilmiş R^2	Modelin Anlamlılık KatSayısı P	Durbin Watson
H1	0,662	0,000	,809	,654	,647	,000	1,863
H2	0,084	0,115					
H3	-0,109	0,030					
H4	0,085	0,092					
H5	0,174	0,001					

Tablo 14 incelendiğinde oluşturulan regresyon modelinin anlamlı bir model olduğu anlaşılmaktadır ($P < 0,01$). Modelin açıklama gücünü ifade eden düzeltilmiş R^2 0,654 olarak tespit edilmiştir. Yapılan regresyon analizi sonucunda servis kalitesi ve işletmenin lokasyonunun müşteri memnuniyeti üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir. Dolayısıyla H_1 ve H_5 hipotezleri kabul edilmiştir. İşletmede uygulanan fiyatların ve atmosferin anlamlı bir etkisi olmamasından, yiyecek ve içecek kalitesinin ise

0,05 anlamlılık düzeyine göre anlamlı ancak negatif bir etkisi olmasından dolayı H_2, H_3 ve H_4 hipotezleri reddedilmiştir.

Araştırmada kullanılan bir diğer bağımlı değişken olan aidiyet değişkenine ilişkin kurulan hipotezlerin testine ilişkin yapılan regresyon analizi sonuçları tablo 15'te gösterilmektedir.

Tablo 15: Bağımsız Değişkenlerin Aidiyeti Etkilediğine Dair Regresyon Analizi Sonuçları

Müşteri Memnuniyeti	Standardize Edilmiş ß	P	R	R^2	Düzeltilmiş R^2	Modelin Anlamlılık KatSayısı P	Durbin Watson
H6	0,662	0,000	,434	,189	,171	,000	1,766
H7	0,084	0,109					
H8	-0,109	0,908					
H9	0,085	0,000					
H10	0,174	0,514					

Tablo 15 incelendiğinde oluşturulan regresyon modelinin anlamlı bir model olduğu anlaşılmaktadır ($P < 0,01$). Modelin açıklama gücünü ifade eden düzeltilmiş R^2 0,189 olarak tespit edilmiştir. Yapılan regresyon analizi sonucunda servis kalitesi ve işletmenin atmosfer ve ambiyansının aidiyet üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir. Dolayısıyla H_6 ve H_9 hipotezleri kabul edilmiştir. İşletmede uygulanan fiyatların, yiyecek ve içecek kalitesinin ve lokasyonun anlamlı bir etkisi olmamasından dolayı H_7, H_8 ve H_{10} hipotezleri reddedilmiştir.

Araştırmada katılımcıların yerel yönetim ve üniversite iş birliğine bakış açılarını ölçmek amacıyla kullanılan önermelere ilişkin sonuçlar tablo 16'da gösterilmektedir.

Tablo 16: Katılımcıların Yerel Yönetim ve Üniversite İş Birliğine Bakış Açıları

Önerme	İfade	Yüzde
Balıkesir Üniversitesi İle Yerel Yönetimler Arasında Gerçekleştirilen Proje Sonucunda Hizmet Veren Kampüs Sahil Kafenin Başarılı Olduğunu Düşünüyor musunuz?	Başarılı bir Proje	95,9
	Fikrim Yok	2,5
	Başarısız	1,6
Balıkesir Üniversitesi İle Yerel Yönetimler Arasında Gerçekleştirilen Bu Proje Yerel Yönetimler ve Balıkesir Üniversitesi Hakkındaki Düşüncelerinizi Ne Yönde Etkiledi?	Olumlu	91
	Fikrim Yok	8,2
	Olumsuz	0,8
Kamu İşletmesi Niteliğinde Olan ve Tüm Halka Hizmet Veren Bu Tür Tesislerin Önümüzdeki Sezonlarda Da Faaliyet Göstermesini İster Misiniz?	Evet, Kesinlikle Devam Etmeli	96,7
	Fikrim Yok	2,5
	Devam Etmesine Gerek Yok	0,8

Kamu İşletmesi Niteliğinde Olan ve Tüm Halka Hizmet Veren Bu Tür Tesislerin Sayısının Artırılmasını ve Daha Fazla Noktada Hizmet Vermesini İster misiniz ?	Evet, Kesinlikle Sayısının Artması Gerekli	95,9
	Fikrim Yok	2,5
	Sayısı Yeterli. Daha Fazlasına İhtiyaç Yok	1,6

Tablo 16 incelendiğinde; katılımcıların Kampüs Sahil Kafe'yi başarılı bir proje olarak gördüğü (% 95,9), üniversite ve belediye arasında yapılan bu projenin bu kurumlar hakkındaki düşüncelerini olumlu yönde etkilediği (% 91,0), bu tür tesislerin gelecek sezonlarda da devam etmesi gerektiğini düşündükleri (% 96,7) ve bu türde işletmelerin sayılarının artması gerektiğini (% 95,9) düşündükleri anlaşılmaktadır.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırmanın amacı, yapılan iş birliği ile birlikte Burhaniye Belediyesi İktisadi işletmelerinin finansal ve yönetimsel olarak işletilerek örnek bir işletme modeli oluşturulması ve misafirlerin memnuniyet ve aidiyet algılarının ölçülmesinin sağlanmasıdır.

Araştırma amacına uygun olarak işletmelerde yapılan finansal ve yönetimsel uygulamalarda Burhaniye İktisadi işletmelerinin kasasına toplam 404 546,29 TL değerinde girdi sağlanmıştır. Bu gelirin içerisinden işletmelerin daha iyi şartlarda işletilebilmesi için toplam 35 400 TL danışmanlık ücreti olarak işletme gider kalemlerinde gösterilmiştir. İşletmelerin fiziki görünümü ve ürünlerin daha iyi şartlarda satışa sunulması adına işletme gelirleri içerisinden 31 277,80 TL tekrar yatırıma dönüştürülerek servis kalitesi ve müşteri memnuniyeti artırılmış ve bu tutar işletme gider kalemlerinde gösterilmiştir. İşletmelerde toplam personel gideri 70 088,37 TL işletme giderlerinin içerisindeki yüzdesi de % 17,33 olarak tespit edilmiştir. Bunun en önemli sebebi işletmede çalışan personelin % 66,66'sının BUBYO stajyerlerinden oluşmasıdır. Bununla birlikte stajyerlerin konaklama yeme- içme gibi temel ihtiyaçlarının BUBYO Uygulama Oteli'nde karşılanması işletmelerin üzerinden büyük bir yükü kaldırmaktadır. İşletmelerde toplam 117 770,12 TL yiyecek ve içecek alımlarında değerlendirilmiştir. İşletmelerin tüketim giderleri 36 201,05 TL, enerji giderleri 9 994,47 TL ve gelir vergisi 30 615,85 TL olarak tespit edilmiştir. Tüm bu gider kalemlerinden sonra işletmelerin net karı 73 378,63 TL olarak tespit edilmiştir.

Burhaniye Belediyesi'nin İktisadi İşletmelerinde yapılan proje amacına uygun olarak üretim kalite standartları belirlenerek çalışacak personel, BUBYO Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik bölümünde öğrenim gören ve zorunlu stajlarını yapmak isteyen öğrencilerden sağlanmıştır. Ayrıca Burhaniye Belediyesi'nin kendi bünyesinde çalıştırdığı personellerde danışmanlık hizmeti kapsamında eğitime tabi tutularak hizmet kalitesi artırılmaya çalışılmıştır. İşletmelerde sunulan yiyecek ve içeceklerin menü çalışmaları sonucu belirlenip fiyatlandırmaları sağlanmıştır. İşletmelerin atmosfer ve ambiyansı örgü kursu gibi diğer projelerle geliştirici çalışmalarda yapılarak marka imajı artırılmaya

çalışılmıştır. İşletmelerin hizmet kaliteleri artırılarak yöre turizminin geliştirilebilmesi ve müşteri memnuniyeti ve misafirlerin aidiyet algılamalarına yönelikte araştırma çalışması yapılmıştır.

İşletmelerin müşteri memnuniyeti ve aidiyet algılamalarını ölçmek amacıyla bu iki faktöre etki ettiği ve işletmelerin hizmet kalitelerini oluşturduğu düşünülen 5 faktörel boyut (Servis Kalitesi, Fiyatlandırma, Atmosfer ve Ambiyans, Yiyecek ve İçecek Kalitesi ve Lokosyon) belirlenerek 10 hipotez oluşturulmuştur. Bu faktörel boyutlardan işletmelerin servis kalitesinin müşteri memnuniyeti ve aidiyete pozitif ve anlamlı etkisi olduğu sonucuna varılmıştır. Dolayısıyla H_1 ve H_6 hipotezleri kabul edilmiştir. İşletmelerde çalışan personelin büyük bir çoğunluğunun üniversite öğrencilerinden sağlanması ve öğrencilerin aldıkları eğitim dolayısıyla müşterilere davranışları ile servis şekilleri bu etkiyi açıklar niteliktedir. Buradan hareketle işletmeler için kalifiye personel gerekliliğinin yadsınamaz bir gerçek olduğu söylenebilir.

Burhaniye Belediyesi İktisadi işletmeleri, Burhaniye'de yerli halk ve turistlerin genel olarak kolay ulaşabildiği yerlerde konumlandırılmıştır. Yapılan analizler sonucunda da işletmelerin lokasyonununda müşteri memnuniyeti üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna varılarak bu tespit desteklenmiştir. Dolayısıyla H_5 hipotezi kabul edilmiştir. İşletmelerin atmosfer ve ambiyansının misafirlerin aidiyetlerini pozitif ve anlamlı etkilediğine dair kurulan H_9 hipotezi de kabul edilmiştir. Bunun sebepleri arasında işletmelerin genel olarak deniz manzaralı ve doğa ile iç içe olması, kullanılan dekor, ses seviyesi, sıcaklık, temizlik, koku ve aydınlatma olmak üzere ortam atmosferine katkıda bulunan bu faktörler gösterilebilir.

Araştırmanın sonuçları arasında fiyatlandırmanın müşteri memnuniyeti ve aidiyete pozitif ve anlamlı bir etkisi olmadığı sonucuna varılmıştır. İşletmelerin kamu işletmesi olmasından dolayı fiyatlandırmanın düşük olacağı beklentisi bu sonucu açıklar niteliktedir. Araştırma sonuçlarından bir diğeri de işletmede sunulan yiyecek ve içecek kalitesinin müşteri memnuniyeti ve aidiyet üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi olmadığıdır. İşletmelerde sunulan yiyecek ve içecekler, destinasyonda var olan diğer işletmelerde bulunan ürünler ile aynı kalitede ve aynı menü sınıflandırması içerisinde tutulmuştur. Müşterilerin başka bir işletmede de aynı ürünleri bulabilecek olması, yiyecek ve içecek kalitesini algılamalarında engel teşkil edebilir.

Çalışama da aynı zamanda yapılan proje ile birlikte yerel halk ve turistlerin üniversite ve yerel yönetimlere bakış açıları ölçülmeye çalışılmıştır. Katılımcıların Kampüs Sahil Kafe'yi başarılı bir proje olarak gördüğü, üniversite ve belediye arasında yapılan bu projenin bu kurumlar hakkındaki düşüncelerini olumlu yönde etkilediği, bu tür tesislerin gelecek sezonlarda da devam etmesi gerektiğini düşündükleri ve bu türde işletmelerin sayılarının artması gerektiğini düşündükleri tespit edilmiştir.

Tüm bu sonuçlardan hareketle işletmelerin daha profesyonel bir hizmet anlayışı ile hareket edebilmesi adına danışmanlık süresi boyunca yapılan uygulamalar, gelecek

sezonlarda yerel yönetimlerin tesislerini kendi bünyesinde çalıştırabilmeleri için de öneriler şeklinde geliştirilmiştir.

İşletme; satın almadan, müşteri yönetimine kadar var olan bir süreçtir. İşletmelerin devamlılığının sağlanması için işletme içerisinde bölümlendirme yapılması hizmet kalitesinin artırılmasında önemli rol oynamaktadır. Belediyelerin danışmanlık hizmeti almadan tesislerini işletmek için kesinlikle profesyonel turizmcileri bünyesinde barındırarak istihdam sağlamalıdır.

İşletmelerde ürün maliyetlerinin ve satışların kontrolü adına bir otomasyon sistemi belirlenmeli ve maliyetleri dikkate alınarak kurulmalıdır. Ürün maliyetleri dikkate alınarak satış fiyatlarının revize edilmesi işletmelerin kar marjına katkıda bulunacaktır. İşletmeler yoğun sezon içerisinde çalışmasından dolayı ürünlerin daima depolar oluşturulup stoklanarak servis için hazır halde tutulmaları sağlanmalıdır.

İşletmeler bünyesinde oldukça fazla yeşil alan barındırmaktadır. Dolayısıyla peyzaj çalışmaları için sürekli bir personelin belediye tarafından tedarik edilmesi gerekmektedir. Personel eğitimlerinin artırılması ve kalifiyeli personel seçimine dikkat edilmesi gerekmektedir.

İşletmelerde uygulanan serpme kahvaltı ve kahvaltı tabağı uygulamaları kişi sayısı göz önünde bulundurularak yapılmalıdır. Tek kişilik kahvaltılarda serpme kahvaltı uygulamasının kaldırılması gerekmektedir.

Sonuç olarak; Burhaniye Belediyesi ve Balıkesir Üniversitesi Burhaniye Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu iş birliği ile geliştirilen bu projede, işletmelerin profesyonel hizmet anlayışı ile yönetilmesi ve müşteri memnuniyetinin artırılması adına çeşitli uygulamalar geliştirilmiş ve işletmeler finansal açıdan kazançlı hale getirilerek amaçlanan hedefe ulaşılmıştır.

5. KAYNAKÇA

Bezirgan, M., Koç, F. (2014). Yerel Mutfakların Destinasyona Yönelik Aidiyet Oluşumuna Etkisi: Cunda Adası Örneği, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7 (34).

Erdost, H. Ebru (2002). Danısmanlık Hizmeti ve Türkiye'de Yönetim Danışmanlığı Firmaları, *Turhan Kitabevi*, Ankara, 2002.

Kayral, H.İ. (2008). Küçük ve Orta Boy İşletmelere (Kobi) Yönelik Danışmanlık ve Eğitim Hizmetleri Pazarı Ve Seçilmiş Bir Bölgedeki KOBİ'lerin Yapılarının Danışmanlık Ve Eğitim Hizmetleri İhtiyaçlarına Etkileri Üzerine Bir İnceleme, *Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Yüksek lisans Tezi.

Kubr, Milan. (1994). Management Consulting: A Guide To The Profession, *International Labour Office*, Genava

Yavuz, M. C. (2007). Uluslararası Destinasyon Markası Oluşturulmasında Kimlik Geliştirme Süreci: Adana Örneği, (Yayınlanmamış Doktora Tezi) Adana: *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.*

Yoon, Y. S., Lee, J. S. ve Lee, C. K. (2010). Measuring Festival Quality and Value Affecting Visitors' Satisfaction and Loyalty Using a Structural Approach, International Journal of Hospitality Management, 29 (2): 335-342.

İşletmelerde Baby Boomers, X Ve Y Kuşaklarinin Takim Çalişmasina Yönelik Tutumlari

Necla Kuduz[119], **Fatih Duman** [120]

Full Text

1.Giriş

Küreselleşme, bilişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler vb... Nedenlerle işletmelerin mal ve hizmetlerinde yaşanan sayı ve çeşit artışının sonucu olarak işletmeler yoğun bir rekabet baskısı ile karşı karşıya kalmıştır. Artan rekabet baskısı sonucu işletmeler hem üretim faaliyetlerini hem de çalışanları ve müşterileri ile olan ilişkilerini gözden geçirmek zorundadır. Yine son yıllarda teknolojik ve ekonomik hayatta meydana gelen değişiklikler toplumların sosyo-kültürel yapılarında da değişikliklere sebep olmuş dolayısyla sosyo-kültürel yapıda meydana gelen değişim ve gelişmeler çalışma alanlarını da etkilemiştir. İşletmeler farklı kuşak ve kültürlerden çalışanların istihdam edildiği örgütsel yapılardır. Birlikte çalışan bu kuşaklar farklı beklenti, değer ve çalışma biçimine sahip olduklarından olaylar karşısındaki tutum ve algılamaları da farklılık göstermektedir. Dolayısıyla işletmelerin bir arada çalışan farklı kuşakların beklentilerini karşılayabilecek şekilde örgütlenmesi gerekmektedir. Ayrıca artan rekabet baskısı sonucu işletmeler varlıklarını sürdürebilmek için işletmenin tüm fonksiyonlarında değişim ve dönüşüm yaşamaktadır. Bu yoğun rekabet ortamında ayakta kalabilmek ve daha verimli olabilmek için takım çalışmasına da önem vermeye başlamıştır. Takım çalışması; daha yüksek verimlilik sağlamakta, motivasyonu artırmakta ve çalışanın işletmeye daha bağlı hale gelmesine yardımcı olmaktadır. Bunların sonucunda işletme etkinliği ve verimliliği de artış göstermektedir. Ancak yukarıda bahsedildiği gibi işletmede farklı kültürel ve değer yargılarına sahip, farklı çalışma disiplinine sahip kuşaklar bir arada istihdam edilmektedir ve dolayısıyla bu kuşakların takım çalışmasına olan tutum ve algılamaları da farklılık göstermektedir. Takım çalışmasının en verimli hale gelebilmesi için işletmelerin kuşaklararası farklılıkları dikkatle ele alması gerekmektedir. Çalışmanın araştırma bölümünde kuşaklararası farklılıkların takım çalışmasına olan etkisini ölçmek amacıyla; konuyla ilgili daha önce yapılan araştırmalardan yararlanılarak hazırlanmış olan anket soruları istanbul il merkezinde bulunan lojstik işletmesi çalışanlarına yöneltilmiş olup; çalışanların tutum ve algıları literatür ışığında ele alınarak araştırlmıştır. Araştırmada anakitle istanbul ili merkezinde seçilen lojistik işletmesinin tüm çalışanlarıdır, araştırmanın amacına uygun anakitlenin özelliklerini taşıyan örneklere ulaşabilmek için yargısal örnekleme yöntemi izlenmiş ve istanbul ili merkezinde bulunan lojistik işletmesi çalışanları üzerinde yapılmış ve uygulama sonucu değerlendirilmiştir.

[119] DR.ÖĞR.ÜYESİ, Uşak Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, necla.kuduz@usak.edu.tr (corresponding author)
[120] Fatih Duman, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, fatihduman@outlook.com

2. Kuşak Kavramı

Kuşak kavramı; disiplinler arası bir kavram olması sebebiyle bazı bilim dalları ile ilgili olarak yapılan çalışmalar Antik Yunan'a ve Eski Mısır'a kadar dayanmaktadır (Joshi, Dencker, Franz, 2011: 177-205). Temelde yaş kavramına dayanan kuşak kavramı; Türk Dili'nde nesil ya da jenerasyon kelimelerinin karşılığı olarak kullanılmakta (Köse vd., 2014: 150) ve "yaklaşık olarak aynı yıllarda doğmuş, aynı çağın şartlarını , dolayısıyla birbirine benzer sıkıntıları, kaderleri paylaşmış, benzer ödevlerle yükümlü olmuş kişiler topluluğu" şeklinde tanımlanmaktadır (www.tdk.gov.tr) En basit ifadeyle kuşak kavramının tanımına bakıldığında "Kuşak kohortları ya da grupları aynı yaş gruplarına ait ve buna bağlı olarak hayatlarını şekillendirecek yıllarda benzer yaşamsal deneyimleri yaşayan ve yaşayacak olan kişilerden oluşur" (Hung, Gu, Yim, 2007: 836-853). Kuşak kavramı geleneksel olarak biyolojik tanıma göre; "ebeveynlerin ve çocuklarının doğumları arasındaki ortalama zaman aralığı" nı ifade etmektedir; ancak bu tanım iki nedenden bugün tekrar üzerinde durulmasını gerektirmektedir. İlk olarak; "topluluklar yeni teknoloji, değişen kariyer ve çalışma şartları ve farklılaşan toplumsal değerler karşısında hızla değiştiği için iki on yıllık dönem nesilsel bir süre için fazlasıyla uzun olmaktadır". İkinci olarak; "bir kuşak bugüne kadar olanlardan daha uzun bir süreye yayılır; çünkü çocuk doğumu hiçbir zaman olmadığı kadar ertelenmektedir. Ebeveynler ve çocuklarının doğumları arasındaki zaman ortalama olarak iki yıldan üç on yıla esnemiştir". Dolayısıyla günümüzde kuşakların sadece biyolojik olarak değil sosyolojik olarak tanımlanmaları gerektiği vurgulanmaktadır (Keleş, 2011: 130).. Kuşak kavramı ile ilgili bir diğer önemli konu da "kuşak" ve "yaş" arasındaki ayrımdır. "Kuşak üyeleri arasında ortak olarak paylaşılan değer ve davranışların yaş ve olgunlaşmayla (ya da yaşam dönemleriyle) birlikte değişeceğini ve gözlemlenen farkların kuşakla değil yaş ile açıklanabileceğini iddia etmek araştırmacıların kuşak farklılıkları konusuna gerektiği kadar özen göstermemesine neden olan yanılgılardan biri olmuştur" (Özer vd., 2013: 125).

3. Kuşaklar (Generations)

Yaşam süresini, ortak kültür ve gelenekleri paylaşan bir grubu ifade eden kuşak kavramı; sosyal teoriye ilk kez 1950'lerde girmiştir. Aynı kuşaktaki insanalr yalnızca kültür ve gelenekleri değil, aynı zamanda toplu olarak duyguları, tutumları, eğilimleri de paylaşmaktadır. 1960'lardaki kuşak farkı yapısı ebeveynler ve çocukları arasındaki değerlerde, yaşam tarzlarında ve ruhsal durumlarındaki farklılıklar nedeniyle ortaya çıkarken; 21. Yüzyıldaki kuşak farkı ise teknoloji ve elektronik ticaretin getirdiği değişikliklerle baskın hale gelmiştir (Arsenault, 2004: 126).

3.1. Bebek Patlaması (Baby Boomers)

Baby Boomers kuşağı (1946-1964) iş gücünden emekliliğe geçiş yaparken, önemli derecede demografik değişim gerçekleşmktedir. Bu kuşak, baaşrıya, azme, kariyerlerine ve örgütlerine olan sadakatlerini de beraberinde götürmektedir (Alexander, Sysko, 2013: 127). Bebek patlaması denildiğinde akla ilk gelen kuşağın devasa boyutlarıdır. Yapılan kuşak sınıflandırmaları arasında en geniş olan olan Baby Booemrs kuşağı uzmanlarca, muhafazakâr ve disiplinli *"Gelenekselcilerin"* çocuklarından oluşmakta ve 1946-1964 yılları arasında doğdukları varsayılmaktadır (Anderson, Kennedy, 2006:6). Baby Boomers kuşağının büyüklüğü yadsınamayacak büyüklüktedir. Bu kuşak, 2. Dünya Savaşı'dan hemen sonraki nüfus patlaması yıllarında doğan 1 milyar bebekten ötürü Baby Boomers Kuşağı olarak adlandırılmaktadır (Erden, 2013: 99). *"Sandviç Kuşağı"* olarak da adlandırılan Baby Boomers kuşağı aynı evde önce çocuklarına daha sonra da yaşlanan ebeveynlerine bakmışlardır (Kuyucu, 2014: 57).

3.2. X Kuşağı (Generation X)

Baby Boomers Kuşağı'nın parlaklığında kaybolan gölge kuşak X kuşağı üyeleri daima bunun olumsuzlukları ile karşı karşıya kalmıştır. Demografik araştırmalarda Bbay Boomers kuşağı ile o kadar fazla ilgilenilmiştir ki daha sınra gelen kuşağın ilgisiz büyümesi göz ardı edilmiştir (Crampton, Hodge, 2009:2). X kuşağı bireyleri iş-yaşam dengesine önceki kuşağa göre daha çok önem vermekte ve belirsizlik karşısında daha kaygılı, daha materyalist bir yapıdadır. Daha iyi kariyer imkanı ararlar ve terfi olanaklarına bağlı olarak işleri ilginç geldiği sürece çalıştıkları kurumda devam ederler (Özer vd., 2013, s. 126).

3.3. Y Kuşağı (Generation Y)

1980'lerde doğan kişileri tanımlayan ve Y kuşağı olarak adlandırılan bu kuşak aynı zamanda; Milenyum Kuşağı (Millenials), "Neden?" Kuşağı (Generation Why) İnternet Kuşağı (Internet Generation), Patlama Kuşağı Yansıması (Echo Boomers), Hafif Patlama Kuşağı (Boomlet), Nexter'lar (Nexters), Nintendo Kuşağı (Nintendo Generation), Güneşışığı/Neşe Kuşağı (Sunshine Generation) ve Dijital Kuşak (Digital Generation) olarak da adlandırılmaktadır (Murphy, Raines, 2009: 15).

3.4. Z Kuşağı (Generation Z)

Literatürde kuşak sınıflandırmalarında en son kuşak olarak yer alan Z kuşağı (Generation Z); genellikle başlangıç zamanı olarak 1995 yılı Kabul edilmesine ragmen, bu kabulün herhangi bir somut olaya dayanmaması sebebiyle söz konusu kuşağın sınıflandırılmasında 2000 yılı daha yaygın bir biçimde kullanılmaktadır (McCrindle, Wolfinger, 2011:12). Z kuşağının gelecekte, ekonomik durumlarının iyi, çok diplomalı, işlerinde uzman ve buluşçu olacakları tahmin edilmektedir (Yelkikalan vd., 2010, s. 502).

4. Takım

Görevlerinde bağımsız olan, sonuçlarının sorumluluğunu paylaşan, kendileri ve diğerleri tarafından bir ya da daha çok sosyal sistemde görülen ve ilişkilerini organizasyonel sınırlar çerçevesinde yürüten bireyler toplamı olan takımlar (Cohen ve Bailey, 1997: 239); değişen iş yaşamının ihtiyaçlarını karşılayacak esnekliği işletmelere sunarak iş hayatını organize etmenin popüler bir yolu haline gelmiştir (Zobal, 1999: 23). 12 nolu makaleden alındı. Takım; önceden belirlenmiş amaçlara ulaşmak için bir araya gelmiş, birbirine bağımlı ve birlikte hareket eden, iki veya daha fazlakişinin oluşturduğu topluluktur. Takımın tanımında üç önemli öge dikkati çekmektedir. Birincisi; takımın oluşabilmesi için iki veya daha fazla kişinin gerekmesidir. İkinci olarak; takım üyeleri birbirine bağımlıdır ve birlikte hareket ederler. Üçüncüsü ise takımı oluşturan üyeler belirli bir amacı gerçekleştirmek üzere çalışmaktadır. Örneğin; yeni bir bilgisayar geliştirmek, ortak bir kitap yazmak vb (Eren, 2006: 463) . . . İnsanların büyüyebileceği ve sürekli gelişme için tüm kaynakları etkili ve verimli kullanacağı bir çevre yaratan takım çalışmasının (Oakland, 1993: 318) iki amacı bulunmaktadır. Birincisi; verimlilik ve rasyonalizasyon yönünden gelişimdir. İkincisi ise; katılımcıların çalışma durumlarının gelişimidir (Frieling vd., 1997: 373).

4.1.Takım Türleri

Takımlar; yapılanma biçimlerine, amaçlarına ve üyeleri arasındaki ilişkilerin niteliğine, süresine, üyeliğin zorunluluğuna ya da gönüllü oluşuna, otonom yapıda olmasına göre farklı şekillerde sınıflandırılmaktadır. Takımlar literatürdeki çalışmalarda *biçimsel takımlar* ve *biçimsel olmayan takımlar* olarak ikiye ayrılmaktadır (Arkan, 2008:7). Biçimsel takımlar kendi içerisinde *yatay takımlar* ve *dikey takımlar* olarak ikiye ayrılmaktadır (Eren, 2006: 463,464). Literatürde çok sayıda takım türleri bulunmaktadır;a ncak en absit şekilde dört grupta toplanabilir. Bunlar; *sorun çözücü takımlar (problem solving teams), otonom takımlar/kendine yeten takımlar (autonomous/self-managed teams), karşılıklı fonksiyonel takımlar (cross-functional teams), sanal takımlardır* (Robbins, 2001: 259).

4.2.Takım Etkinliğini Sağlayan Etmenler

Takımlara verilen önemin artmasıyla birlikte takımların etkinliği de tartıştılmaya başlamıştır (Eby ve Dobbins, 1997: 275). Takımların etkinliği ve performansı artırdığını ileri sürenler olduğu gibi aksini iddia edenler de mevcuttur. Takımlar hakkındaki olumsuz görüşlerin sebebinin iyi yapılandırılamamış takımlardan kaynaklandığı; iyi organize olmuş takımların işletmeye fayda sağladığı açıkça görülmektedir (Gilson, Shalley, Blum, 2001: 250). Etkili takımların ortak özelliklerini tespit etmek üzere literatür incelendiğinde birtakım çalışmalara rastalanmaktadır ve bu çalışmalarda takım performans ve etkinliğini ölçmek için bazı kriterler öne sürülmüştür. Bunlar; *Robbins (1994: 313, 325), Binghman vd. (2001: 216) ve Baterman vd. (2002: 216)'nin* yapmış olduğu çalışmalardır. Özellikler *takım etkinliğini ölçmek için* ölçek geliştirme çalışması yapan Betarman ve arkadaşlarının çalışması; bu araştırmanın yürütülmesine temel teşkil

etmektedir. Baterman vd. 2002:216 etkili takım çalışmasını ölçmek için 7 faktörlü bir ölçek geliştirmiştir. Bu faktörler; *takım sinerjisi, performans amaçları, yetenekler, kaynak kullanımı, kaliteye odaklanma, yeniliğe odaklanma ve etkili liderliktir.* Ayrıca *lidere güven ve takım içi ve dışı iletişim (Dirks,2000:1004-1012) etkili takım çalışmasını ölçmekte kullanılabilen diğer iki faktördür.*

4. İşletmelerde Kuşak Farklılıklarının Takım Çalışmasına Etkisi

Çalışmanın bu bölümünde kuşaklararası farklılıkların takım çalışmasına etkisini ölçmek amacıyla İstanbul'da bulunan x işletmesi çalışanları üzerinde yapılan anket çalışmaları ve sonuçlar doğrultusunda elde edilen bulgulara yer verilecektir.

4.1. Araştırmanın Kapsamı, Konusu, Amacı ve Önemi

Araştırmanın kapsamını araştırma sürecinde yapılan literatür araştırmalarından elde edilen bulgular ışığında, farklı kışaklardan çalışanların takım çalışmasına yönelik tutum ve algılarını ve kuşlaklararası farklılıkların takım çalışmasını ne yönde etkilediğini ölçmek amacıyla İstanbul ilinde bulunan X işletmesinde çalışan bireyler oluşturmaktadır.

Bu bağlamda gerekli verileri elde etmek üzere hazırlanmış olan anket formu İstanbul ilinde bulunan X işletmesinde çalışan xxx birey üzerinde uygulanmıştır. Bu araştırmanın asıl amacı kuşaklararası farklılıkların takım çalışmasını ne yönde etkilediğini belirlemektir. Günümüz işletmelerinde farklı kuşaklardan bireylerin de istihdam edildiği göz önünde bulundurulduğunda, kuşaklararası farklılıkların özellikle takım çalışması başta olmak üzere çalışan performansına ve dolayısıyla işletme performasına etkisinin olacağı açıktır. Bu çalışma bu etkinin ne yönde olduğunun belirlenmesi yönünden önemlidir.

4.2. Araştırmanın Kısıtları

Bu araştırmanın en önemli ksıtı çalılanların olanı değil olması gerekeni yansıtmaya yatkın olmaları yanı yanlı cevap vermeleridir. Bir diğer önemli kısıt araştırma sadece İstanbul ilinde bulunan xişletmesi çalışanları üzerinde uygulanmıştır. Dolayısıyla sonuçlar Türkiye'nin diğer şehirlerinde bulunan diğer işletme çalışanları için genellenemez. Diğer taraftan her çalışmada olduğu gibi zaman kısıtı söz konusudur.

4.3. Araştırmanın Yöntemi

Çalışmanın bu bölümünde araştırmanın dayandığı model ve hipotezler, anket sorularının hazırlanması, test edilmesi ve anket formunun oluşturulması, ana kitle ve örnek kitlenin seçimi ve veri toplama yöntemi hakkında bilgilere yer verilecektir.

4.3.1. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

4.3.1.1. Araştırmanın Modeli

Bu araştırmada; araştırmanın amacına uygun olduğu için "tanımlayıcı (Betimsel) Araştırma Modeli" kullanılmıştır. Tanımlayıcı araştırma; eldeki problemi, bu problemle ilgili durumları, değişkenleri, bu değişkenler arasındaki ilişkileri tanımlamaktadır. Tanımlayıcı araştırma modelinde iki veya daha fazla değişken arasındaki ilişkinin derecesi belirlenebilmektedir (Kurtuluş, 2004: 252). Tanımlayıcı araştırma modelleri genellikle şu durumlarda kullanılır:

- Belirli grupların özelliklerini tanımlamak.
- Belirli bir davranış sergileyen tüketici kitlesinin toplam tüketici sayısı içindeki oranını hesaplamak.
- Geleceğe dönük tahminler ışığında çeşitli stratejiler geliştirmek.

4.3.1.2. Araştırmanın Hipotezleri

Hipotez; araştırmacının araştırma problemindeki değişkenler arasındaki ilişkilerinden beklentilerini ifade etmektedir. Null (sıfır) hipotezleri genellikle fark olmadığı tezi üzerine kurulmaktadır ve H_o sembolize edilmektedir. Her Null Hipotezine kariılık gelen bir alternatif hipotez bulunmaktadır. Alternatif hipotez H_1 olarak sembolize edilmektedir. (Altunışık, 2004: 20,60). Hipotez testi, örneklem değerlerini kullanarak hipotezin doğruluğunu saptama işlemidir, genellikle iki şekilde yapılır (Aktaran: Yükselen, 2003: 29):

- Örnekten alınan gözlem değerlerinin, ana kitle (evren) için varsayılan bir değerden farkının anlamlı olup olmadığı testi.

İki veya daha fazla sayıda örnekten alınan gözlem değerleri arasındaki farkın anlamlı olup olmadığı testi.

Bu araştırma; takım çalışmasına olan tutumun kuşaklara gore farklılık gösterip göstermediğini ortaya çıkarmak amacıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın temel sorusu, X ve Y kuşağına mensup çalışanların takım çalışmasına olan tutumlarının karşılaştırılması ve anlamlı bir firkin olup olmadığının anlaşılmasıdır. Dolayısıyla araştırmanın amacı ve modeli doğrultusunda geliştirilen hipotez şu şekildedir:

H_1: Araştırmaya katılan BB, X ve Y kuşaklarının takım çalışmasına yönelik tutumları anlamlı farklılık göstermektedir.

4.4.Anket Formunun Tasarımı

Araştırmanın uygulama bölününde veri toplama yöntemi olarak anket yöntemi kullanılmış olup; anket formunun oluşturulmasında yerli ve yabancı literatür araştırması yapılarak daha önce yapılan anket çalışmaları incelenmiştir. Anket formu; iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde yer alan sorular araştırmaya katılan çalışanların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorulardır. İkinci bölümde yer alan aorular ise; Bahadırlı (2010: 144)'nın çalışmasından alınmıştır. Anket formu Rennis Likert tarafından geliştirilen 5'li Likert ölçeğinden faydalanılarak hazırlanmıştır. Likert

ölçeğinde yer alan ifadeler ayrı ayrı değerlendirilebilmektedir ve ifadeler arası korelasyon ya da ilişki incelenebilmektedir (Altunışık ve diğerleri, 2010: 115-116).

4.5.Ana Kitle ve Örnek Kitle Seçimi

Bu araştırmanın ana kitlesini İstanbul il merkezinde bulunan X işletmesi çalışanları oluşturmaktadır. Araştırmanın amacı takım çalışmasına yönelik tutumların kuşaklara göre farklılılığı ölçmek olduğu için araştırmanın amacına uygun şekilde ve ana kitlenin özelliklerini taşıyan örnekleme ulaşabilmek için yargısal örnekleme yöntemi izlenmiş ve X işletmesinde çalışanlar üzerinde uygulanmıştır. Yargısal örnekleme yöntemi araştırmacının örnek birimlerini kendi kararına göre seçtiği; örnek büyüklüğünün yeterli olup olmadığına veri toplama süreci içerisinde karar verdiği bir yöntemdir (Yükselen, 2004: 59).

4.6.Güvenilirlik Analizi ve Sonuçları

Güvenilirlik; ölüm aracının değişkenlerini istikrarlı ve tutarlı bir biçimde ölçme düzeyini ifade etmektedir (Özdemir, 2010:74). Cronbach's Alpha katsayısına bağlı olarak ölçeğin güvenirliliği aşağıdaki gibi yorumlanmaktadır:

$0.00 \leq \alpha < 0.40$ olduğu durumda ölçek güvenilir değil,

$0.40 \leq \alpha < 0.60$ olduğu durumda ölçek güvenirliliği düşük,

$0.60 \leq \alpha < 0.80$ olduğu durumda ölçek güvenirliliği oldukça yüksek,

$0.80 \leq \alpha < 1.00$ olduğu durumda ölçek yüksek derecede güvenilir.

Yapılan güvenilirlik analizi sonucunda, güvenilirlik katsayısı (Cronbach's Alpha) ölçekteki 54 soru için *0,885* gibi oldukça yüksek bir rakam çıkmıştır. Araştırma ölçeğine ilişkin güvenirlilik testi sonuçları ve hesaplanan alfa katsayıları aşağıda Tablo 1' de verilmiştir:

Tablo 1. Güvenilirlik Analizi

Değişkenler	Alfa Katsayıları	GüvenirlilikDüzeyi
TümÖlçek	0,885	Oldukça Yüksek Güvenilirlik

4.7.Verilerin Kodlanması, Düzenlenmesi ve Analizi

Araştırma sürecinde anket formlarında yer alan sorulara verilen cevaplar kodlanarak "SPSS (Statistical Package for Social Sciences- Sosyal Bilimler İçin İstatistik Paketi) For Windows SPSS 21 Sürümü" ile analize tabi tutulmuştur. (Altunışık ve diğerleri,2010: 352). Verilerin analizinde Excel 2010 kullanılmıştır.

4.8.Araştırma Bulguları

4.8.1.Demografik Özellikler

Araştırmaya katılan tüketicilerin demografik özelliklerine ait frekans analizleri ve ortalamalar aşağıdaki Tablo 2'de gösterildiği gibidir.

Tablo 2. Katılımcıların Demografik Özellikleri

CİNSİYET		
	SAYI	YÜZDE
Kadın	3	10,7
Erkek	25	89,3
Toplam	**28**	**100,0**
DOĞUMYILI		
	SAYI	YÜZDE
1946-19654 BB	5	17,9
1965-1979 X	8	28,6
1980-2000 Y	15	53,6
TOPLAM	28	100,0
MEDENİ DURUM		
	SAYI	YÜZDE
BEKAR	8	28,6
EVLİ	20	71,4
TOPLAM	**28**	**100,0**
EĞİTİM DURUMU		
	SAYI	YÜZDE
İLKÖĞRETİM	7	25,0
LİSE	11	39,3
ÖNLİSANS	3	10,7
LİSANS	7	25,0
TOPLAM	**28**	**100,0**
AYLIK HANE GELİRİ		
	SAYI	YÜZDE
1000-1500 TL	1	3,6
1501-2000 TL	10	35,7
2001 TL ve +	17	60,7
TOPLAM	**28**	**100,0**
KURUMDA ÇALIŞTIĞI SÜRE		

Tablo 2 incelendiğinde araştırmaya katılan çalışanların %89,3 'ünü erkek %10,7'sini kadın çalışan oluşturmaktadır. %53,6'sı Y Kuşağı, %28,6'sı X Kuşağı,%17,9'u Baby Boomers Kuşağıdır. %71,4'ü evli; %28,6'sı bekardır. %25,0 İlköğretim mezunu, %39,3'ü Lise mezunu, %10,7'si önlisans mezunu, %25'i lisans mezunudur. Aylık hane gelirleri açısından incelendiğinde %60,7'si 2001TL ve üzerine sahip; %35,7'si 1501-2000 TL gelire sahip; %3,6'sı 1000-1500 TL gelire sahiptir. İşletmede çalışma süresine bakıldığında %60,7'sinin 3 yıl ve daha fazladır işletmede olduğu, %21,4'ünün 2-3 yıl arası i, %3,6'sının 1-2 yıl arası, %7,1'inin 6 ay-1 yıl arası ve yine %7,1'inin 6 aydan az bir süredir işletmede olduğu görülmektedir. %17,9'u şoför, %35,7'si Depo Personeli olarak görev yapmakta; %17,9'u Sevkiyat Biriminde; %10,7'si Depolama Biriminde görev yapmakta; %3,6'sı Satın Alma Biriminde görev yapmakta; %7,1'iMüşteri Temsilcisi olarak görev yapmakta; %7,1'i de Forklift Operatörü olarak görev yapmaktadır.

4.8.2. ANOVA ANALİZİ

İkiden fazla grubun karşılaştırılması için uygun test istatistiği One-Way ANOVA'dır. ANOVA testi sadece gruplar arasında farklılığın olup olmadığı konusunda bilgi sağlamaktadır. Ancak; gruplar arasında farklılıkların olması durumunda, ANOVA testi farklılığın kaynağı hakkında bir şey söyleyememektedir (Altunışık, 2010:199,202). Aşağıda H1 Hipotezine ilişkin ANOVA analizi ve sonuçları Tablo 3'te gösterilmektedir.

Tablo 3: H1 Hipotezine İlişkin ANOVA Analizi

ANOVA						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Takım içinde ortak bir amaca sahip olma hissi mevcuttur	Between Groups	5,617	2	2,808	1,771	,191
	Within Groups	39,633	25	1,585		
	Total	45,250	27			
.Takım üyeleri kendi rolleri hakkında net bilgiye sahiptir.	Between Groups	3,699	2	1,849	1,427	,259
	Within Groups	32,408	25	1,296		
	Total	36,107	27			
Bireyler takımın üyeleri olarak kendini değerli hisseder.	Between Groups	,182	2	,091	,062	,940
	Within Groups	36,675	25	1,467		
	Total	36,857	27			
Bireyler takımın bir parçası olmaktan guru duyar.	Between Groups	2,039	2	1,020	1,296	,291
	Within Groups	19,675	25	,787		
	Total	21,714	27			
Takımdaki her birey elinden gelenin en iyisini ortaya koymaktadır.	Between Groups	2,264	2	1,132	1,247	,305
	Within Groups	22,700	25	,908		
	Total	24,964	27			
Takım çalışmasının hedefleri açık ve net olarak tanımlanmıştır.	Between Groups	,442	2	,221	,431	,655
	Within Groups	12,808	25	,512		
	Total	13,250	27			
İş faaliyetlerinin her seviyesine yönelik hedef tanımı yapılmaktadır.	Between Groups	1,195	2	,598	1,129	,339
	Within Groups	13,233	25	,529		
	Total	14,429	27			
Takımın belirlenmiş hedeflere ulaşıp ulaşmadığı konusunda düzenli olarak rapor tutulmaktadır.	Between Groups	2,154	2	1,077	1,209	,315
	Within Groups	22,275	25	,891		
	Total	24,429	27			
Takım üyeleri iş hedeflerinin belirlenmesi sürecinde aktiftir	Between Groups	6,145	2	3,073	2,895	,074
	Within Groups	26,533	25	1,061		
	Total	32,679	27			
Takım bünyesinde bulunduğu işletmenin iş hedefinden haberdardır ve bu iş hedefine bağlı kalır.	Between Groups	2,495	2	1,248	2,089	,145
	Within Groups	14,933	25	,597		
	Total	17,429	27			

Takım üyeleri mesleki alanlarına yönelik yeterli eğitim görmüştür.	Between Groups	1,699	2	,849	1,041	,368
	Within Groups	20,408	25	,816		
	Total	22,107	27			
Tüm takım üyeleri profesyonel anlamda gerektiği şekilde görevlerini yerine getirmektedir.	Between Groups	1,579	2	,789	1,154	,332
	Within Groups	17,100	25	,684		
	Total	18,679	27			
Tüm takım üyeleri kurumun yönetim anlayışı ve iş prosedürleri çerçevesinde eğitilmişlerdir.	Between Groups	,295	2	,148	,167	,847
	Within Groups	22,133	25	,885		
	Total	22,429	27			
Çalışanların eğitimi ve gelişimi için gerekli kaynaklar mevcut ve kolay erişilebilir durumdadır.	Between Groups	1,642	2	,821	,950	,400
	Within Groups	21,608	25	,864		
	Total	23,250	27			
Çalışanlar takım içerisinde belirlenmiş sıralı işleri yerine getirme becerisine sahiptir.	Between Groups	3,557	2	1,779	4,317	,025
	Within Groups	10,300	25	,412		
	Total	13,857	27			
İşletme; takım üyelerinin tüm işgücü potansiyelinden sonuna kadar faydalanmaktadır.	Between Groups	2,489	2	1,245	1,271	,298
	Within Groups	24,475	25	,979		
	Total	26,964	27			

Takım belirlenmiş olan hedefler doğrultusunda ilerlerken ihtiyaç duyduğu kaynaklardan kolaylıkla faydalanabilmektedir.	Between Groups	,239	2	,120	,222	,802
	Within Groups	13,475	25	,539		
	Total	13,714	27			
Kaynak kullanımında israf oldukça düşük seviyededir.	Between Groups	3,689	2	1,845	1,691	,205
	Within Groups	27,275	25	1,091		
	Total	30,964	27			
Yönetim; takım üyelerini kaynaklardan faydalanma konusunda desteklemektedir.	Between Groups	1,114	2	,557	,645	,533
	Within Groups	21,600	25	,864		
	Total	22,714	27			
Takım; çalışmaya yönelik yeni metotlar deneme konusunda cesaretlendirilmektedir.	Between Groups	3,582	2	1,791	2,105	,143
	Within Groups	21,275	25	,851		
	Total	24,857	27			
Takımda yeniliğe odaklanma ödüllendirilmektedir.	Between Groups	6,975	2	3,488	2,404	,111
	Within Groups	36,275	25	1,451		
	Total	43,250	27			
Takım çalışmasına yönelik problemler kısa sürede tespit edilmektedir.	Between Groups	,192	2	,096	,187	,831
	Within Groups	12,808	25	,512		
	Total	13,000	27			
Takım çalışmasında bir problemle karşılaşıldığında çözüm üretmek,	Between Groups	,945	2	,473	1,007	,380
	Within Groups	11,733	25	,469		

öğrenme ve gelişim için bir fırsat olarak görülmektedir.	Total	12,679	27			
Takım; var olan problemi en kısa sürede çözmek için yeni yöntemlere odaklanmaktadır.	Between Groups	1,992	2	,996	,858	,436
	Within Groups	29,008	25	1,160		
	Total	31,000	27			
Takım çalışmasında müşterilerin kim oldukları net biçimde tanımlıdır.	Between Groups	1,174	2	,587	,377	,690
	Within Groups	38,933	25	1,557		
	Total	40,107	27			
Takım çalışmasına yönelik standartlar net biçimde tanımlanmıştır.	Between Groups	,582	2	,291	,212	,810
	Within Groups	34,275	25	1,371		
	Total	34,857	27			
Standratların ölçümü hakkında takıma düzenli olarak geri bildirim sağlanmaktadır.	Between Groups	2,906	2	1,453	1,107	,346
	Within Groups	32,808	25	1,312		
	Total	35,714	27			
İş çıktıları için ölçülebilir standartlar mevcuttur.	Between Groups	1,895	2	,948	1,630	,216
	Within Groups	14,533	25	,581		
	Total	16,429	27			
Şikayetler düzenli olarak incelenmekte ve tekrarlanmaması için düzenli olarak önlemler alınmaktadır.	Between Groups	,239	2	,120	,207	,815
	Within Groups	14,475	25	,579		
	Total	14,714	27			
Takım lideri destekleyici bir çalışma ortamı yaratmaktadır.	Between Groups	,192	2	,096	,135	,875
	Within Groups	17,808	25	,712		
	Total	18,000	27			
Lider takımın üyelerinin iş süreçlerinde gerekli olan becerileri kazanmalarına yardımcı olur.	Between Groups	1,407	2	,704	1,197	,319
	Within Groups	14,700	25	,588		
	Total	16,107	27			
Takım lideri yönetim becerisine sahiptir.	Between Groups	1,354	2	,677	,766	,475
	Within Groups	22,075	25	,883		
	Total	23,429	27			
Takım lideri takım üyelerini karar sürecinin tüm aşamalarına dahil etmektedir.	Between Groups	,150	2	,075	,053	,948
	Within Groups	35,100	25	1,404		
	Total	35,250	27			
Takım lideri çalışma sürecinde üyeleri gerektiği şekilde motive etmektedir.	Between Groups	1,707	2	,854	1,301	,290
	Within Groups	16,400	25	,656		
	Total	18,107	27			
Takım çalışmasında lider takım üyelerine düzenli olarak geri bildirim sağlamaktadır.	Between Groups	1,124	2	,562	1,443	,255
	Within Groups	9,733	25	,389		
	Total	10,857	27			
Takımdan ne beklendiğine ilişkin tutarlı mesajlar verilmektedir.	Between Groups	,000	2	,000	,000	1,000
	Within Groups	10,000	25	,400		
	Total	10,000	27			

Takım üyeleri birbirlerini dinler ve saygı gösterir.	Between Groups	,239	2	,120	,182	,835
	Within Groups	16,475	25	,659		
	Total	16,714	27			

Takım çalışmasının her aşamasında enformasyon paylaşımı mevcuttur.	Between Groups	3,445	2	1,723	1,707	,202
	Within Groups	25,233	25	1,009		
	Total	28,679	27			
Takım çalışmasında üyeler tartışmalara aktif olarak katılırlar.	Between Groups	3,314	2	1,657	1,698	,204
	Within Groups	24,400	25	,976		
	Total	27,714	27			
Toplantılarda kosnensüsü amaçlayan bir karar verme süreci belirlenmektedir.	Between Groups	6,295	2	3,148	3,908	,033
	Within Groups	20,133	25	,805		
	Total	26,429	27			
Takımdaki üyeler yeni fikirlere ve özgün düşüncelere değer vermektedir.	Between Groups	3,217	2	1,608	1,673	,208
	Within Groups	24,033	25	,961		
	Total	27,250	27			
Takım lideri ve üyeleri farklılığı ve özgün düşünmeyi teşvik eden bir yaklaşıma sahiptir.	Between Groups	,439	2	,220	,359	,702
	Within Groups	15,275	25	,611		
	Total	15,714	27			
Takımda üyeler inisiyatif kullanmaya teşvik edilmektedir.	Between Groups	2,757	2	1,379	2,631	,092
	Within Groups	13,100	25	,524		
	Total	15,857	27			
Takım üyeleri sezgi yeteneklerini geliştirici bir ortamda çalışmaktadır.	Between Groups	2,470	2	1,235	1,696	,204
	Within Groups	18,208	25	,728		
	Total	20,679	27			
Takım içerisinde eleştiriler yıkıcı değil yapıcı yöndedir.	Between Groups	1,424	2	,712	,673	,519
	Within Groups	26,433	25	1,057		
	Total	27,857	27			
Takım içinde moral genelde yüksektir.	Between Groups	1,295	2	,648	1,004	,381
	Within Groups	16,133	25	,645		
	Total	17,429	27			
Takımın her başarısı takdir edilir ve ödüllendirilir.	Between Groups	6,681	2	3,340	2,318	,119
	Within Groups	36,033	25	1,441		
	Total	42,714	27			
Takım çalışmasında yapılan toplantılardaki tartışmalar yapıcı yöndedir.	Between Groups	,967	2	,483	,503	,611
	Within Groups	24,033	25	,961		
	Total	25,000	27			
Takım üyeleri takımın başarısı için birbirine destek olur.	Between Groups	5,499	2	2,749	2,246	,127
	Within Groups	30,608	25	1,224		
	Total	36,107	27			

Takım üyeleri birbirlerinin uzmanlık seviyelerine güven duymaktadır.	Between Groups	5,224	2	2,612	2,763	,082
	Within Groups	23,633	25	,945		
	Total	28,857	27			
Takım çalışmasında iş akışı zamana göre planlanmaktadır.	Between Groups	5,695	2	2,848	2,567	,097
	Within Groups	27,733	25	1,109		
	Total	33,429	27			
Görevler iş akış planlamasına göre zamanında yerine getirilmektedir.	Between Groups	1,667	2	,833	,893	,422
	Within Groups	23,333	25	,933		
	Total	25,000	27			
Takım içinde güvenilir ve zamanında gerçekleşen bir bilgi akışı mevcuttur.	Between Groups	1,782	2	,891	1,057	,363
	Within Groups	21,075	25	,843		
	Total	22,857	27			
Takım üyeleri zaman kaybını minimum düzeyde tutmaya özen gösterirler.	Between Groups	1,639	2	,820	1,021	,375
	Within Groups	20,075	25	,803		
	Total	21,714	27			

Yukarıdaki tabloda takım çalışmasına yönelik tutumların BB, X ve Y kuşakları arasında farklılık gösterip göstermediği araştırılmıştır. ANOVA testi sonuçlarına göre her bir ifadeye ilişkin F ve Sig. değeri incelendiğinde; Sig.>0.05 olduğu görülmektedir. Dolayısıyla gruplar arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır. Takım çalışmasına yönelik tutumların kuşaklararası farklılık göstermediği, benzerlik gösterdiği görülmektedir. Dolayısıyla Hipotez reddedilmiştir.

5. Sonuç

Kuşak; "yaklaşık olarak aynı yıllarda doğmuş, aynı çağın şartlarını , dolayısıyla birbirine benzer sıkıntıları, kaderleri paylaşmış, benzer ödevlerle yükümlü olmuş kişiler topluluğu" şeklinde tanımlanmaktadır (www.tdk.gov.tr). Çalışma hayatı incelendiği takdirde birden çok kuşağın bir arada çalıştığı bir iş dünyasının olduğu görülmektedir. Yaşam standardının yükselmesi, insanların daha bilinçli hale gelip sağlıklarına dikkat etmesi sebebiyle ortalama yaşam ömrü uzamış, insanlar daha kaliteli şekilde yaşlılıklarını yaşamaya başlamıştır. Dolayısıyla emeklilikleri gelse dahi iş hayatında rol göstermeye devam etmektedirler. Bu sebeplerden *"Baby Boomers", "X Kuşağı", "Y Kuşağı"* olmak üzere 3 kuşak aktif olarak çalışma hayatında birlikte çalışmaktadır. Çok kısa bir süre sonra *"Z Kuşağı"* da çalışma hayatında rol göstermeye başlayacaktır. Çalışma hayatında birden çok kuşağa mensup çalışanın bulunmasına beraberinde birtakım problemleri de getirebilmektedir. Yetişme tarzları ve içinde bulundukları ortam değişiklikleri nedeniyle *kuşak* olarak da adlandırılan nesiller arasında gerek karakter, gerek çalışma yöntemleri ve gerekse işyerinden beklentilerde önemli farklılıklar gözlenmektedir (Keleş, 2011: 129). Bu noktadan hareketle çalışma hayatında aktif şekilde yer alan kuşakları incelemek ve işletmeler için önemli bir yere sahip olan takım çalışmasına olan bakış açılarını incelemek açısından bu çalışma literatüre katkı sağlayacaktır.

Yetişme tarzları ve içinde bulundakları ortam nedeniyle farklı karaktere sahip olmaları ve çalışma hayatında da farklılık gösterdikleri önünde bulundurulduğunda takım çalışmasına yönelik tutumları da farklılık göstermesi beklenmektedir. Ancak; araştırmadan elde edilen bulgular doğrultusunda takım çalışmasına yönelik tutumlar incelendiğinde kuşaklar arası farklılıkların olmadığı görülmektedir. Farklı kuşaklara mensup çalışanların takım çalışmasına yönelik tutumları arasında farklılık bulunmamaktadır. Ancak bu araştırma sadece İstanbul ilinde bulunan x işletmesi çalışanlarını bağlamaktadır; tüm Türkiye için genellenemez. Farklı illerde ve farklı işletmelerde farklı sonuçlar verebilir.

Yapılan araştırmanın sonucuna bağlı olarak daha sonra kuşaklar ve takım çalışması ile ilgili araştırma yapacak araştırmacılara aşağıdaki önerilerde bulunulabilir:

- Daha büyük çaplı, daha fazla çalışanın buunduğu bir işletme ele alınıp incelenebilir,
- Araştırma kuşaklar arası farklılıkların aynı kuşağa mensup kadın ve erkek çalışanlar analiz edilebilir.

Anahtar Kelimeler: Babyboomers, X Kuşağı, Y Kuşağı, Takım Çalışması.

JEL KODU: M00, M10, M12, O15,

KAYNAKÇA

Kitaplar

Eren, Erol (2006). Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi, 9. Basım, Beta Yayıncılık. İstanbul.

McCrindle, Mark, Emily Wolfinger (2011). The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations, 2. Bs., Sdyney, UNSW Press.

Oakland, J.S. (1993). *Total quality management: The road to improving performance*. Oxford, Butterworth – Heinemann Ltd.

Robbins, Stephan P. (2001). *Organizational Behaviour*. 9.edition, New Jersey: Prentice Hall.

Tezler

Arkan, Seda (2008). "Ekip Çalışmasının Etkinliğinde İletişimin Rolü: Müşterilerle Doğrudan İletişim İçerisinde Olan Ekiplerde Bir Uygulama", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Makaleler

Alexander, C.S., Sysko, J.M. , (2013). "I'm Gen Y, I Love Feeling Entitled, and It Shows", *Academy of Educational Leadership Journal,* Sayı.17, Konu.4, ss. 127-13.

Anderson, Doug, Kennedy, Laurel (2006). Baby Boomer Segmentation: Eight is Enough, Consumer Insight, Fall/Winter, p.6

Arsenault, P. M., (2004). "Validating Generational Differences: A Legitimate Diversity and Leadership Issue", *Leadership and Organization Development Journal,* Sayı.25, Konu.2,ss. 124-141.

Ayhün Erden Sena (2013). Kuşaklar Arasındaki Farklılıklar ve Örgütsel Yansımaları, *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi,* Cilt:2, Sayı:1, s.99

Baterman, B., Wilson, F.C., Bingham, D. (2002). Team effectiveness- development of an audit questionnaire, *Journal of Management Development,* 21 (3), 215-226.

Cohen, S.G., Bailey, D.R. (1997). What makes teams work: group effectiveness research from shop floor to the executive suite, *Journal of Management,* 239- 290.

Crampton, Suzanne, Hodge, John (2009). Generation Y: Unchartered Teritory, *Journal of Business & Economics Research,* Vol. 7, Number:4, p.1

Dirks, K.T. (2000). Trust in leadership and team performance: evidence from ncaa basketball, *Journal of Applied Psychology,* Vol. 85, 1004-1012.

Eby, L.T., Dobbins, G.H. (1997). Collectivistic orientation in teams: an individual and group – level analysis, *Journal of Organiztional Behavior,* Vol. 18, 275-95.

Frieling, E., Freiboth, M., Henniges, D., Saager, C. (1997). Effects of team work on the orking conditions of short cycled track work: a case study from the European automobile industry, *International Journal of Industrial Ergonomics*, 20, 371-388.

Gilson, L.L., Shalley, C.E., Blum, T.C. (2001). Team and organizational attitudes as a lens and mirror impacting customer satisfaction: an empirical test in self-managed teams. Journal of Quality Management, Vol.6, No: 2, 235-256.ss.

Hung, Kineta., F., Gu Flora F., Yim, Chi Kin (2007). A Social Instutional Approach to Identifying Generation Cohorts in China with a Comparison of American Consumers, *Journal of International Business Studies,* 38, pp.836-853

Joshi Aparna, Dencker, John C., Franz Gentz (2011). Generations in Organizations, *Research in Organizational Behavior,* 31, ss:177-205

Keleş, H. N. (2011). Y Kuşağı Çalışanlarının Motivasyon Profillerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi,* Cilt 3, Sayı 2.

Köse, S., Oral, L., & Tetik, H. T. (2014). Y Kuşağının Birinci ve İkinci Yarısında İş Değerlerinin Karşılaştırılması Üzerine Bir Araştırma, *HUMANITAS Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, Uluslararası Hakemli Dergi* (3), 149-165.

Kuyucu, M. (2014). "Y KuĢağı ve Facebook Kullanım AlıĢkanlıkları Üzerine Bir Ġnceleme", Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı.13, Konu.49

Özer, P. S., Eriş, E. D., & Timurcanday Özmen, Ö. N. (2013, Ekim). Kuşakların Farklılaşan İş Değerlerine İlişkin Emik Bir Araştırma, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*(38), 123-142.

Susan A. Murphy, Claire Raines, Leading A Multigenerational Workforce, Washington, AARP, 2007, s. 13.; Nicole A. Lipkin, April J. Perrymore, Y in The Workplace: Managing The "Me First" Generation", New Jersey, The Career Press Inc., 2009, s. 15.

Yelkikalan, N., Akatay, A., & Altın, E. (2010). Yeni Girişimcilik Modeli ve Yeni Nesil Girişimci Profili: İnternet Girişimciliği ve Y, M, Z Kuşağı Girişimci, *Selçuk Üniversitesi İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 14*(20), 399-506.

İnternet Siteleri

www.tdk.gov.tr

Uşak İlindeki Banka Müşterilerinin İnternet Bankaciliği Tercihlerine Etki Eden Faktörlerin Tespiti

Eser YEŞİLDAĞ[121], Leyla ŞENYILDIZ[122]

Full Text

Özet

Banka müşterilerine çok önemli avantajlar sağlaması nedeniyle internet bankacılığının önemi her geçen gün artmaktadır. Türkiye'de yer alan bankaların çoğu birçok teknolojik hizmet sunmaktadır. Ancak, internet bankacılığı kullanımının istenen seviyelere ulaşmadığı görülmektedir. Bu çalışmanın amacı, Uşak İlindeki banka müşterilerinin internet bankacılığı tercihlerine etki eden unsurların faktör analiziyle tespit edilmesidir. Uşak ilinde uygulanan anketler ve yapılan analizler sonucunda internet bankacılığı kullanmada sosyal özellikler, doğru ve güncel bilgi, maliyet, güven, hız ve zorunluluk gibi faktörlerin etkili olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İnternet Bankacılığı, Bankacılık Hizmetleri, Faktör Analizi

JEL Kodu: G21, D14

Abstract

The importance of internet banking is increasing day by day as it provides very important advantages to its customers. Most of the banks located in Turkey offers many technological services. However, it is seen that the use of internet banking does not reach the desired levels. The aim of this study is to determine the factors affecting internet banking preferences of bank customers in Uşak by factor analysis. As a result of the surveys and analysis made in Uşak province, it has been determined that factors such as social characteristics, correct and up-to-date information, cost, trust, speed and necessity are effective in using internet banking.

Keywords: Internet Banking, Banking Services, Factor Analysis

JEL Code: G21, D14

1.Giriş

İnternet bankacılığının hem müşteriler hem de bankalar açısından büyük önemi vardır. Gelişen teknolojiyle birlikte bankalar internet bankacılığında adeta yarışa girmişlerdir. Ancak yine de istenen kullanım oranına ulaşılmadığı tahmin edilmektedir. Bu nedenle internet bankacılığının tercih edilmesi konusu bankacılık sektöründe en önemli konular arasına girmiştir.

Bu çalışmanın amacı, Uşak İlindeki banka müşterilerinin internet bankacılığı tercihlerine etki eden unsurların faktör analiziyle tespit edilmesidir. Bu amaç doğrultusunda hem internet bankacılığı kullanan banka müşterilerinin internet bankacılığını tercih nedenleri araştırılmış olacak hem de internet bankacılığını kullanmayanların, internet bankacılığını kullanmalarında etkili olabilecek faktörler de

[121] Uşak Üniversitesi, UBYO, Bankacılık ve Finans Bölümü, eser.yesildag@usak.edu.tr
[122] Uşak Üniversitesi, UBYO, Bankacılık ve Finans Bölümü, leylasenyildiz35@gmail.com

tespit edilmiş olacaktır. Tespit edilecek faktörlerin, bankaların bankacılık hizmetlerine yansıtılması durumunda internet bankacılığı kullanacak olan müşteri sayılarına olumlu yönde etki edeceği tahmin edilmiştir.

Çalışmada ilk olarak, bankacılık sektöründeki internet bankacılığı ile ilgili temel bilgiler ve verilerden sonra, bu konuda yapılmış çalışmalar özetlenmiştir. Daha sonra banka müşterinin bankacılık sektöründe yer alan hizmet tercihleri üzerinde durulmuş ve tercihleri etkileyen birçok değişken faktör analizine tabi tutularak faktörler tespit edilmeye çalışılmıştır. Çalışmanın sonucunda ise edilen faktörler yorumlanmış, sonuçla birlikte tavsiyelere yer verilmiştir.

2.Literatür Taraması

İnternet bankacılığı ve banka müşterilerinin internet bankacılığı ya da mobil bankacılık tercihlerine ilişkin bugüne kadar yapılmış birçok çalışma literatürde mevcuttur. Bu çalışmalardan bazıları aşağıda yer almaktadır.

Bayrakdaroğlu (2012), internet bankacılığı kullanımını etkileyen faktörleri belirlemiş ve bu faktörleri internet bankacılığı kullananların demografik özellikleri ile olan ilişkilerini araştırmıştır. Bu çalışmanın sonuçlarına göre, güvenlik, gizlilik, yenilikçi olma, kullanım kolaylığı, farkındalık, bağlantı kalitesi, sosyal çevre ve bilgisayar kullanımı gibi faktörlerin internet bankacılığı üzerinde etkilidir.

Korkulu vd. (2018) mobil bankacılık talebini, müşterilerin yaşadığı sorunları ve mobil bankacılığın kullanılmama nedenlerini, Atatürk Üniversitesi akademik personeliyle yüz yüze anket yaparak araştırmaya çalışmışlardır. Bu çalışmada, mobil bankacılık kullanımı ile bazı bağımsız değişkenler arasında anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir. Buna göre, mobil bankacılığı kullanma olasılığının daha çok erkeklerde, bankada mevduatı olan ve internet bankacılığı kullanan müşterilerde olduğunu tespit etmişlerdir. Ayrıca, mobil bankacılığın kullanılmama nedenleri arasında hatalı işlem yapma korkusu ve telefon ekranlarının küçük olması yer almıştır.

İnternet bankacılığının sürecini, durumunu ve internet bankacılığı kullananların algısını ölçmeye çalışan Armağan ve Temel (2016), elde edilen faktörleri bazı analizler yardımıyla tüketicilerin demografik özelliklerine göre dağıtmışlardır. Buna göre, eğitim düzeyi yüksek yükseldikçe ve yaş seviyesi azaldıkça internet kullanımının arttığı tespit edilmiştir. Yine, internet bankacılığının katılımcılar tarafından hem kullanıldığı hem de gelişmelerin takip edildiği ifade edilmiştir. Özel sektör çalışanlarının çoğunlukla kullandığı internet bankacılığının daha çok para transferi, kredi kartı ve benzeri gibi işlemlerde tercih edildiği vurgulanmıştır. Ayrıca internet bankacılığı kullanan erkeklerin güven düzeyinin yüksek olduğu çalışma sonuçlarında yer almıştır.

Cebeci (2015), Giresun Üniversitesi, Görele Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Bankacılık ve Finans öğrencilerine anket yaparak öğrencilerin internet bankacılığına yönelik tutumlarını incelemiştir. Ki kare analizinin kullanıldığı bu çalışmada, öğrenci davranışlarının demografik özelliklere göre farklılığı araştırılmıştır. Buna göre, erkek öğrenciler internet bankacılığını öğrenmenin daha basit olduğu ancak internet bankacılığı sitelerinin güvensiz olduğunu düşünmektedir.

Eroğlu ve Yücel (2012) internet bankacılığının gelişimini incelemiş ve kurumsal müşterilerin internet bankacılığını kullanım eğilimlerini güven, zaman ve maliyet, hizmet çeşitliliği ve kullanım kolaylığı açısından ele almışlardır. Çalışmanın sonuçlarına göre,

kurumsal müşterilerin internet bankacılığını kullanma nedenleri arasında "maliyet ve zaman tasarrufu" ile "güvenlik altyapısı ve hukuki düzenlemeler" en önemli nedenlerdir.

Okumuş vd. (2010) çalışmasında, internet bankacılığı kullanıcılarının tutumlarını dikkate alınmış ve bu tutumlara göre alt pazar bölümleri oluşturulmuştur. Daha sonra bu pazar bölümlerinin sosyo-ekonomik ve demografik özellikleri incelenmiştir. Kümeleme analizi ve Ki-kare testinin kullanıldığı bu çalışmada banka müşterilerinin tutumlara göre, internet bankacılığını kullanan, uzak olan ve yakın olan müşteriler olarak üç alt pazar oluşturdukları ortaya konmuş ve bu pazarların banka ve internet kullanım alışkanlıklarının farklı olduğu vurgulanmıştır.

3.Yöntem

Çalışmada anket yöntemi kullanılmıştır. 506 anketin kullanıldığı bu çalışmada faktör analizi yapılmış ve banka müşterilerinin internet bankacılığını kullanmasında ve tercih etmesinde etkili olan faktörler tespit edilmeye çalışılmıştır.

4.Analiz

Bu çalışmanın amacı, Uşak İlindeki banka müşterilerinin internet bankacılığı tercihlerine etki eden faktörler, faktör analiziyle tespit edilmesidir. Bu nedenle, Uşak ilindeki banka müşterilerine 56 sorudan oluşan bir anket formu hazırlanmış ve bu anket formunda yer alan sorular Uşak ilindeki internet kullanıcısı 506 kişiye uygulanmıştır. Çalışmada internet kullanıcısı olan banka müşterileri hedef kitle olarak belirlenmiştir. 506 anketten elde edilen veriler, bilgisayara aktarılmış ve SPSS paket programı ile bazı istatistiksel analizlere tabi tutulmuş ve elde edilen sonuçlar tablolar halinde sunulmuştur.

5.Bulgular

Çalışmanın bu bölümünde, yatırımcılara uygulanan anket sonuçları ayrıntılı olarak değerlendirilmiştir.

Çalışmada banka müşterilerine toplam 56 sorudan oluşan bir anket formu yöneltilmiştir. Bu anket formundaki soruların 6'sı banka müşterilerinin demografik durumunu, 5'i banka müşterilerinin internet bankacılığı kullanımı ile ilgili genel bilgilerini, 13'ü banka müşterilerinin banka işlemleri ile ilgili tercihlerini ve geriye kalan 32 soru ise banka müşterilerinin internet bankacılığını tercih etme faktörlerini belirlemeye yöneliktir.

İnternet kullanıcısı banka müşterisinin demografik bilgilerini öğrenmeye yönelik olarak sorulan 6 soru ve verilen cevaplar Tablo 5.1'de yer almaktadır.

Tablo 5.1. İnternet Bankacılığı Kullanan Banka Müşterilerinin Demografik Özellikleri

		Kişi	%			Kişi	%
Cinsiyet	Erkek	268	53		İşsiz	24	4,7
	Kadın	238	47		İşçi	154	30,4
	Toplam	**506**	**100**		Öğrenci	80	15,8
Yaş	18-25	111	21,9	**Meslek**	Memur	146	28,9
	26-35	205	40,5		Emekli	20	4,0
	36-45	118	23,3		Esnaf	82	16,2
	46-55	49	9,7		**Toplam**	**506**	**100**

	56 ve üzeri	23	4,5	**Aylık Gelir**	0-1.999TL	142	28,1
	Toplam	**506**	**100**		2.000-2.999TL	166	32,8
Eğitim Durumu	İlköğretim	16	3,2		3.000-3.999TL	131	25,9
	Lise	104	20,6		4.000-4.999TL	44	8,7
	Ön Lisans	70	13,8		5.000TL'den fazla	23	4,5
	Lisans	283	55,9		**Toplam**	**506**	**100**
	Lisansüstü	33	6,5	**Medeni Durum**	Bekâr	196	38,7
	Toplam	**506**	**100**		Evli	310	61,3
					Toplam	**506**	**100**

Tablo 5.1'ye göre, ankete katılan 506 internet kullanıcısı banka müşterisinin yarısından biraz fazlasının (%53) erkek, yarısına yakınının (%47) ise kadınlardan oluştuğu görülmektedir. Ankete her yaş grubundan katılımcıların katıldığı görülmektedir. 506 banka müşterisinden 26-35 yaş grubundan daha fazla katılımcının (%40,5) katıldığı, ikinci sırada ise 36-45 yaş grubundaki katılımcının (%23,3) olduğu görülmektedir. Ankete katılan 506 banka müşterisi arasında ankette belirlenen her eğitim grubundan katılımcıların olduğu görülmektedir. Bunların arasında %55,9 ile lisans mezunu internet kullanıcısı banka müşterisinin sayısı en fazladır. Buna karşın ilköğretim ve lisansüstü mezunu banka müşterisinin sayısı en azdır. Ankete katılan 506 banka müşterisinin 6 ayrı meslekten olduğu görülmektedir. Banka müşterisinin en büyük payı (%30,4) işçilerden oluşmuştur. Emekli ve işsizlerin oranı ise çok düşüktür. Tablo 5.1'e göre, ankete katılan internet kullanıcısı olan banka müşterilerinin %32,8'nin 2.000 ile 2.999TL aylık gelirlerinin olduğu görülmektedir. Yine ankete katılan 506 banka müşterisinin yaklaşık olarak %61'nin evli, diğer %39'unun ise bekâr olduğu görülmektedir.

İnternet kullanıcısı banka müşterisinin internet bankacılığı kullanımı ile ilgili genel bilgilerini öğrenmeye yönelik olarak sorulan 5 soru ve verilen cevaplar Tablo 5.2'de yer almaktadır.

Tablo 5.2. Banka Müşterilerinin İnternet Bankacılığı Kullanımı İle İlgili Genel Bilgiler

		Kişi	**%**			**Kişi**	**%**
Kaç yıldır banka müşterisisiniz?	5 yıldan az	151	29,8	**İnternet bankacılığını ne sıklıkta kullanırsınız?**	Her gün	164	32,4
	5-10 yıl	160	31,6		Haftada 1	70	13,8
	10 yıldan fazla	195	38,5		Haftada birkaç kere	160	31,6
	Toplam	**506**	**100**		Ayda 1	40	7,9
İnternet bankacılığının yıl olarak kullanımı	6 ay ve altı	45	8,9		Ayda birkaç kere	72	14,2
	6 ay - 2 yıl	144	28,5		**Toplam**	**506**	**100**
	2 - 5 yıl	181	35,8	**Kullandığınız bankanın internet bankacılığını seçmede en önemli nedeniniz hangisidir?**	Maaş (Burs)	184	36,4
	5 yıldan fazla	136	26,9		Güvenlik	40	7,9
	Toplam	**506**	**100**		Kolay Kullanım	75	14,8
Hangi bankanın internet bankacılığını kullanıyorsunuz?	Akbank	89	17,6		Rahat erişim ve Hızlı destek	98	19,4
	Garanti	89	17,6				
	Halkbank	36	7,1		Tanınmışlık	37	7,3
	İş Bankası	52	10,3		Sağladığı avantajlar	43	8,5

	Vakıfbank	30	5,9		Ticari müşterisi olduğum için (pos)	20	4,0
	Yapı Kredi	44	8,7				
	Ziraat	135	26,7		Fatura Ödemek için	7	1,4
	ING	16	3,2				
	Denizbank	9	1,8		Yatırım	2	,4
	Finansbank	6	1,2		**Toplam**	**506**	**100**
	Toplam	**506**	**100**				

Tablo 5.2'ye göre, internet bankacılığı kullanıcısı banka müşterilerinin çoğunluğunun (%70) en az 5 yıldır banka müşterisi olduğu görülmektedir. Bunun yanında bu müşterilerin çoğunluğunun (%91) en az 6 aydır internet kullandığı görülmektedir. Müşterilerin yarısından fazlası da (%62) en az iki yıldır internet bankacılığı kullanmaktadır. Müşterilerin hangi bankanın internet bankacılığını kullandığını öğrenmeye yönelik sorulan soruda ise Uşak banka müşterinin en çok Ziraatbank, Akbank ve Garanti bankasının internet bankacılığını kullandığı tespit edilmiştir. Bunun yanında Uşak'taki banka müşterilerinin hemen hemen tüm bankaların internet bankacılığını kullandıkları söylenebilir.

Tablo 5.2'ye göre, Uşak'ta ankete katılan banka müşterilerinin büyük bir çoğunluğunun (%65) hemen hemen her gün internet bankacılığını kullandığı görülmektedir. İnternet bankacılığını sıklıkla kullanmayan banka müşterilerinin sayısı ise daha azdır. Banka müşterilerinin internet bankacılığı kullanımı ile ilgili genel bilgilerini öğrenmeye yönelik olarak sorulan son soru kullandığı bankanın internet bankacılığını tercih etme nedenidir. Tablo 5.2'ye göre, Uşaktaki banka müşterilerinin çok büyük bir çoğunluğu (%71) herhangi bir bankanın internet bankacılığını maaş (burs) aldığı ve rahat erişim ve kolay kullanım sağladığı için tercih ettiğini vurgulamışlardır.

Uşak'ta internet kullanıcısı banka müşterilerinin bankacılık işlemlerinde şube, ATM ve internet bankacılığı kullanma sıklıklarını öğrenmeye yönelik olarak sorulan 13 soru ve verilen cevaplar Tablo 5.3'te yer almaktadır.

Tablo 5.3. Banka Müşterilerinin Bankacılık İşlemlerinde Şube, ATM Ve İnternet Bankacılığı Tercihleri

		Kişi	**%**			**Kişi**	**%**
Hesapları gözden geçirmek	Banka/ATM	24	4,7	**Hesap Açma – Kapama**	Banka/ATM	217	42,9
	İnternet Bnk.	476	94,1		İnternet Bnk.	222	43,9
	Hiçbiri	6	1,2		Hiçbiri	67	13,2
	Toplam	**506**	**100**		**Toplam**	**506**	**100**
Havale, EFT, Döviz Transferi	Banka/ATM	64	12,6	**Bireysel Emeklilik**	Banka/ATM	169	33,4
	İnternet Bnk.	423	83,6		İnternet Bnk.	102	20,2
	Hiçbiri	19	3,8		Hiçbiri	235	46,4
	Toplam	**506**	**100**		**Toplam**	**506**	**100**
Kredi Kartı (Bilgi sorma, Başvuru, Borç ödeme vb.)	Banka/ATM	81	16,0	**Döviz tevdiat hesapları**	Banka/ATM	45	8,9
	İnternet Bnk.	410	81,0		İnternet Bnk.	105	20,8
	Hiçbiri	15	3,0		Hiçbiri	356	70,4
	Toplam	**506**	**100**		**Toplam**	**506**	**100**

Ödemeler (Fatura, Vergi, Trafik Cezaları vb.)	Banka/ATM	63	12,5	**Altın**	Banka/ATM	72	14,2
	İnternet Bnk.	410	81,0		İnternet Bnk.	119	23,5
	Hiçbiri	33	6,5		Hiçbiri	315	62,3
	Toplam	**506**	**100**		**Toplam**	**506**	**100**
Vadeli Vadesiz işlemleri	Banka/ATM	100	19,8	**Banka ile iletişim**	Banka/ATM	274	54,2
	İnternet Bnk.	338	66,8		İnternet Bnk.	180	35,6
	Hiçbiri	68	13,4		Hiçbiri	52	10,3
	Toplam	**506**	**100**		**Toplam**	**506**	**100**
Krediler (Ek hesap talebi, Kredi bilgileri, Tüketici kredisi)	Banka/ATM	167	33,0	**Sigorta (Zorunlu deprem veya trafik sigortası)**	Banka/ATM	82	16,2
	İnternet Bnk.	210	41,5		İnternet Bnk.	80	15,8
	Hiçbiri	129	25,5		Hiçbiri	344	68,0
	Toplam	**506**	**100**		**Toplam**	**506**	**100**
Yatırım	Banka/ATM	112	22,1				
	İnternet Bnk.	184	36,4				
	Hiçbiri	210	41,5				
	Toplam	**506**	**100**				

Tablo 5.3'e göre, Uşak'ta internet kullanıcısı banka müşterilerinin bankacılık işlemlerinde hesapları gözden geçirmek için (%94,1), havale, EFT için (%83,6), kredi kartı işlemleri için (%81), ödemeler için (%81) ve vadesiz işlemler için (%66,8) çoğunlukla internet bankacılığını kullandıkları ortaya çıkmıştır. Kredi, yatırım, hesap açma, bireysel emeklilik, döviz, altın, iletişim ve sigorta işlemlerinde internetle birlikte banka ve ATM'leri de kullandıkları, örneğin banka ile iletişim konusunda daha çok bankanın tercih edildiği tespit edilmiştir.

Çalışmanın bundan sonraki bölümünde öncelikle, yapılan anketin güvenilirliği araştırılmıştır. Güvenilirlik analizi ile bir ölçekte yer alan maddeler arasındaki iç tutarlılık ölçülür ve ayrıca maddeler arasındaki ilişkiler hakkında bilgi sahibi olunur (Bayram, 2009: 193). Sorular için yaygın olarak kullanılan *Cronbach Alpha* (α) kullanılmıştır. Alfa (α) katsayısına bağlı olarak ölçeğin güvenilirliği 0,00 ile 0,40 arasında ise ölçek güvenilir değildir; 0,40 ile 0,60 arasında ise ölçeğin güvenilirliği düşük; 0,60 ile 0,80 arasında ise ölçek oldukça güvenilir ve 0,80 ile 1 arasında ise ölçek yüksek derecede güvenilir kabul edilir (Kalaycı, 2008: 405). Güvenilirlik analizi sonuçları Tablo 5.4'de gösterilmiştir.

Tablo 5.4. Ölçek ve Güvenilirlik İstatistikleri

Ölçek İstatistikleri		
Ortalama	**Standart Sapma**	**Soru Sayısı**
116,8123	19,64523	32
Güvenilirlik İstatistikleri		
Cronbach's Alpha	**Soru Sayısı**	
,915	32	

Tablo 5.4'teki çıktılar incelendiğinde, ölçek için genel ortalamanın 116,812 ve standart sapmanın ise 19,645 olduğu görülmektedir. Ayrıca güvenilirlik katsayısı olan

*Cronbach Alpha'*nın 0,915 olduğu görülmektedir. Buna göre verilerin iç tutarlılığının çok iyi olduğu söylenebilir.

6.Uşak İlindeki Banka Müşterilerinin İnternet Bankacılığı Tercihlerine Etki Eden Unsurların Faktör Analiziyle Tespiti

Çalışmanın bu bölümünde, anket yoluyla elde edilen verilere faktör analizi uygulanmak suretiyle Uşak ilindeki banka müşterilerinin internet bankacılığı tercihlerine etki eden unsurlar faktör analiziyle tespit edilmeye çalışılmıştır.

Faktör analizi, birbirleriyle ilişkili çok sayıdaki değişkenin az sayıda, anlamlı ve birbirinden bağımsız faktörlere dönüştüren çok değişkenli istatistik tekniklerinden birisidir (Kalaycı, 2008: 321).

Matematiksel açıdan faktör analizi modeli aşağıdaki gibidir (Bayram, 2009: 199):

$$x_1 = \lambda_{11} f_1 + \lambda_{12} f_2 + \cdots + \lambda_{1k} f_k + u_1$$

$$x_2 = \lambda_{21} f_1 + \lambda_{22} f_2 + \cdots + \lambda_{2k} f_k + u_2$$

…

$$x_q = \lambda_{q1} f_1 + \lambda_{q2} f_2 + \cdots + \lambda_{qk} f_k + u_q$$

Faktör analizinin, verilerin faktör analizi için uygunluğunun değerlendirilmesi, faktörlerin elde edilmesi, faktörlerin rotasyonu ve faktörlerin isimlendirilmesi şeklinde olmak üzere dört temel aşaması vardır (Aydın, 2007: 4).

Veri setinin değerlendirilmesi amacıyla üç yöntem kullanılmaktadır. Bunlar korelasyon matrisinin oluşturulması, Barlett testi, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testleridir (Kalaycı, 2008: 321).

Bu aşamada değişkenler arasındaki korelasyon katsayıları incelenmiş ve değişkenler arasındaki korelasyonların yüksek olması beklenmiştir. Değişkenler arasındaki korelasyonlar ne kadar yüksek olursa, değişkenlerin ortak faktörler oluşturma olasılıkları o kadar yükselmektedir (Kalaycı, 2008: 321-322).

Barlet testi, korelasyon matrisinde değişkelerin en azından bir kısmı arasında yüksek oranlı korelasyonların olduğu olasılığını test etmektedir. KMO ise, örneklem yeterliliği ölçütü, gözlenen korelasyon katsayıları büyüklüğü ile kısmi korelasyon katsayılarının büyüklüğünü karşılaştıran bir indeks olarak bilinmektedir (Aydın, 2007: 5):

KMO oranının 0,50'nin üzerinde olması gerekmektedir. Bu oran ne kadar yüksek olursa veri seti faktör analizi yapmak için o kadar iyi olacaktır. KMO değerlerinin yorumlanması Tablo 6.1'de gösterilmektedir.

Tablo 6.1: KMO Değerlerinin Yorumlanması

KMO Değeri	Yorum
0,90	Mükemmel
0,80	Çok İyi
0,70	İyi
0,60	Orta

0,50	Zayıf
0,50'nin altı	Kabul Edilmez

Kaynak: Kalaycı, Ş. (2008) SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri, Asil Yayıncılık

Bu çalışmada yukarıdaki bilgiler ışığında öncelikle olarak Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Barlett testi yapılmıştır. KMO ve Bartlett test sonuçları Tablo 6.2'de sunulmaktadır.

Tablo 6.2: KMO and Bartlett's Testi Sonuçları

KMO Örneklem Yeterliliği		**,877**
Bartlett's Testi	Yaklaşık Ki-Kare	8783, 140
	Serbestlik Derecesi	496
	Anlamlılık (p)	**,000**

Tablo 6.2'ye göre, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi 0,877 olarak tespit edilmiştir. Yukarıda açıklamalara göre bu "çok iyi" bir sonuçtur. 0,877>0,50 olduğu için veri setinin faktör analizi için uygun olduğu söylenebilir. Yine Tablo 6.2'ye göre, p<0,05 olduğu için, Bartlett testi anlamlıdır. Bu, değişkenler arasında yüksek korelasyonların mevcut olduğu anlamına gelmektedir. Başka bir deyişle, Bartlett testi açısından da veriler faktör analizi için uygundur.

Verilerin faktör analizi için uygun olduğu tespit edilmiş ve çalışmanın bu kısmında faktör sayılarının tespit edilmesine geçilmiştir.

Döndürme tekniği olarak Varimax uygulanan veri grubundan elde edilen faktör analiz sonuçları incelendiğinde yedi faktörlü çözümün en anlamlı sonucu verdiği görülmektedir. Açıklanan "Toplam Varyans sonuçları" Tablo 6.3'te gösterilmiştir.

Tablo 6.3: Özdeğer İstatistiğine Bağlı Faktör Sayısı ve Açıklanan Varyans Yüzdesi

	Özdeğer İstatistiği			Rotasyona Tabi Faktör Sayısı		
Faktörler	Toplam	Varyans (%)	Kümülatif (%)	Toplam	Varyans (%)	Kümülatif (%)
1	9,289	29,029	29,029	5,347	16,709	16,709
2	3,722	11,631	40,660	3,990	12,470	29,178
3	2,391	7,471	48,131	3,157	9,865	39,043
4	1,713	5,354	53,485	2,273	7,104	46,147
5	1,314	4,106	57,591	2,268	7,087	53,234
6	1,200	3,751	61,342	1,895	5,922	59,156
7	1,100	3,438	64,780	1,800	5,624	64,780
8	,988	3,086	67,866			
9	,926	2,895	70,761			
10	,732	2,287	73,048			

Tablo 6.3'e göre, özdeğer istatistiği 1'den büyük olan 7 faktör bulunmuştur. Birinci faktör toplam varyansın %16,709'unu birinci ve ikinci faktörler birlikte toplam varyansın %29,178'ini, ilk üç faktör birlikte toplam varyansın %39,043'ünü, ilk dört faktör birlikte toplam varyansın %46,147'sini, ilk beş faktör birlikte toplam varyansın %53,234'ünü, altı faktör birlikte toplam varyansın %59,156'sını açıklamaktadır. 7 faktör ise toplam varyansın %64,780'ini açıklamaktadır.

Bu çalışmada faktörlerin isimlendirilmesi aşamasından önce son olarak rotasyon aşaması analizleri Tablo 6.4'te gösterilmiştir. Bir değişkenin hangi faktör altında büyük ağırlığı varsa, o değişken o faktör ile yakın ilişkidedir anlamına gelir. 0,50 ve üzerindeki ağırlıklar oldukça iyi olarak kabul edilmektedir (Kalaycı, 2008: 330).

Tablo 6.4'te, 7 faktör (sütunlar) ve her bir değişkenin faktörler altındaki ağırlıkları verilmiştir. Tablo 6.4'e göre, birinci faktör altında, 34. soru en büyük ağırlığı almıştır. Bunun dışında, sırasıyla 31., 32., 46., 36., 35., 37., ve 43. sorular Birinci faktör altında yüksek ağırlık alan diğer sorular olmuştur.

İkinci faktörün altında ise, sırasıyla 54., 53., 55., 56., 52. ve 51. sorular büyük ağırlığı alan sorulardır. Üçüncü faktörün altında ise, sırasıyla 38., 41., 40., 50. ve 47. sorular büyük ağırlığı alan sorulardır.

Dördüncü faktörün altında ise, sırasıyla 48., 49., ve 30. sorular büyük ağırlığı alan sorulardır. Beşinci faktörün altında ise, sırasıyla 28., 27., ve 25. sorular büyük ağırlığı alan sorulardır.

Altıncı faktörün altında ise, sırasıyla 42., 45., ve 44. sorular büyük ağırlığı alan sorulardır. Yedinci ve son faktörün altında ise, 33., 39. ve 26. Sorular büyük ağırlığı alan sorular olmuştur.

Tablo 6.4: Döndürülmüş Faktör Matrisi

	Faktörler						
	1	2	3	4	5	6	7
34.İnternet bankacılığını öğrenmek istemeniz	,815						
31.İnternet bankacılığını merak etmeniz	,815						
32.İnternet bankacılığının size tavsiye edilmesi	,714						
46.İnternet bankacılığı kullanımının prestij sağladığını düşünüyor olmanız	,705						
36.İnternet bankacılığındaki teknolojiyi takip etmek istemeniz	,690						
35.Herkesin internet bankacılığı kullanmaya başlaması	,681						
37.Gelecekte internet bankacılığı kullanımının artacağını bekliyor olmanız	,610						
43.İnternet bankacılığının bir modernleşme göstergesi olduğunu düşünüyor olmanız	,603						
54.İnternet bankacılığı ile ayrıntılı bilgilere rahatlıkla ulaşabiliyor olmanız		,883					
53.İnternet bankacılığı ile her türlü güncel bilgiye ulaşabiliyor olmanız		,869					
55.İnternet bankacılığı uygulaması müşterilerin isteklerine doğru çözümü sağlıyor		,783					
56.İnternet bankacılığı ile yeni işlemler öğreniyor ve yapıyor olmanız		,699					
52.Hesapla ilgili kesinti veya nakit girişlerini takip ediyor olmanız		,634					
51.İnternet bankacılığı ile evrak ayrıntılarını takip edebiliyor olmanız		,626					
38.Şubelerin bulunduğu yerlere bireysel araçlarla ulaşmıyor olmanız			,626				
41.Eski işlemlerinizle ilgili kayıtlara şubeye gitmeden ulaşabilmeniz ve çıktı alabilmeniz			,623				
40.Şube veya telefon bankacılığı ile her türlü bankacılık işlemlerinizi yapamıyor olmanız			,595				
50.İnternet bankacılığı ile ileri zamanlı işlemleri şimdiden yapıyor olmanız			,560				
47.İnternet bankacılığı müşteri hizmetlerinin daha etkili olduğunu düşünüyor olmanız			,545				
48.İnternet bankacılığı ile işlemlerinizi çok daha hızlı bir şekilde yapıyor olmanız				,856			
49.İnternet bankacılığı ile işlemlerinizi çok kısa bir zamanda yapıyor olmanız				,838			
30.Zamandan tasarruf sağlamanız				,446			
28.Bankacılık işlemlerini kolay yapıyor olmanız					,752		
27.İşlem maliyetini az ödüyor olmanız					,743		
25.24 saat ulaşılabilirlik					,710		
42.İnternet bankacılığı kapsamında sağlanan kampanyalardan faydalanmak						,600	
45.İnternet bankacılığının bankacılık işlemlerinin verimliliğini arttırdığını düşünmeniz						,532	
44.Aktif olarak bilgisayar ve sosyal medyayı etkin olarak kullanıyor olmanız						,461	
33.Maaşınızı bir bankadan alıyor olmanız							,728
39.Çalışma saatlerinizin banka saatleriyle aynı olması							,637
26.Şubeye gidecek zamanınızın bulunmama							,607

Çalışmada bu noktadan sonra yapılacak en son işlem bulunan faktörlerin isimlendirilmesidir. Yukarıda verilen her bir faktörün altında ağırlığı olan sorular bir araya getirilerek değerlendirme yapılabilecektir.

Birinci faktörün altında yer alan sorular;

34.İnternet bankacılığını öğrenmek istemeniz
31.İnternet bankacılığını merak etmeniz
32.İnternet bankacılığının size tavsiye edilmesi
46.İnternet bankacılığı kullanımının prestij sağladığını düşünüyor olmanız
36.İnternet bankacılığındaki teknolojiyi takip etmek istemeniz
35.Herkesin internet bankacılığı kullanmaya başlaması
37.Gelecekte internet bankacılığı kullanımının artacağını bekliyor olmanız
43.İnternet bankacılığının bir modernleşme göstergesi olduğunu düşünüyor olmanız

Yukarıdaki sorular incelendiğinde soruların ortak yanının **"Sosyal Çevrenin Etkisi"** ile ilgili olduğu anlaşılmaktadır.

İkinci faktörün altında yer alan sorular;

54.İnternet bankacılığı ile ayrıntılı bilgilere rahatlıkla ulaşabiliyor olmanız
53.İnternet bankacılığı ile her türlü güncel bilgiye ulaşabiliyor olmanız
55.İnternet bankacılığı uygulaması müşterilerin isteklerine doğru çözümü sağlıyor
56.İnternet bankacılığı ile yeni işlemler öğreniyor ve yapıyor olmanız
52.Hesapla ilgili kesinti veya nakit girişlerini takip ediyor olmanız
51.İnternet bankacılığı ile evrak ayrıntılarını takip edebiliyor olmanız

Yakarıdaki sorular incelendiğinde soruların ortak yanının **"İnternet Bankacılığının Faydaları"** ile ilgili olduğu anlaşılmaktadır.

Üçüncü faktörün altında yer alan sorular;

38.Şubelerin bulunduğu yerlere bireysel araçlarla ulaşmıyor olmanız
41.Eski işlemlerinizle ilgili kayıtlara şubeye gitmeden ulaşabilmeniz ve çıktı alabilmeniz
40.Şube veya telefon bankacılığı ile her türlü bankacılık işlemlerinizi yapamıyor olmanız
50.İnternet bankacılığı ile ileri zamanlı işlemleri şimdiden yapıyor olmanız
47.İnternet bankacılığı müşteri hizmetlerinin daha etkili olduğunu düşünüyor olmanız

Yakarıdaki sorular incelendiğinde soruların ortak yanının **"İnternet Bankacılığının kullanışlılığı"** ile ilgili olduğu anlaşılmaktadır.

Dördüncü faktörün altında yer alan sorular;

48.İnternet bankacılığı ile işlemlerinizi çok daha hızlı bir şekilde yapıyor olmanız
49.İnternet bankacılığı ile işlemlerinizi çok kısa bir zamanda yapıyor olmanız
30.Zamandan tasarruf sağlamanız

Yakarıdaki sorular incelendiğinde soruların ortak yanının **"Hız ve zamandan tasarruf"** ile ilgili olduğu anlaşılmaktadır.

Beşinci faktörün altında yer alan sorular;

28.Bankacılık işlemlerini kolay yapıyor olmanız
27.İşlem maliyetini az ödüyor olmanız
25.24 saat ulaşılabilirlik

Yakarıdaki sorular incelendiğinde soruların ortak yanının **"kullanım kolaylığı ve maliyet**" ile ilgili olduğu anlaşılmaktadır.

Altıncı faktörün altında yer alan sorular;

42.İnternet bankacılığı kapsamında sağlanan kampanyalardan faydalanmak
45.İnternet bankacılığının bankacılık işlemlerinin verimliliğini arttırdığını düşünmeniz
44.Aktif olarak bilgisayar ve sosyal medyayı etkin olarak kullanıyor olmanız

Yakarıdaki sorular incelendiğinde soruların ortak yanının **"İnterneti kullanma becerisi ve İnternet bankacılığının avantajları**" ile ilgili olduğu anlaşılmaktadır.

Yedinci faktörün altında yer alan sorular;

33.Maaşınızı bir bankadan alıyor olmanız
39.Çalışma saatlerinizin banka saatleriyle aynı olması
26.Şubeye gidecek zamanınızın bulunmama

Yakarıdaki sorular incelendiğinde soruların ortak yanının **"Yaşam ve çalışma tarzına uygunluk**" ile ilgili olduğu anlaşılmaktadır.

7.Sonuç

İnternet bankacılığı konusu gün geçtikçe önemi artan bir konudur. Özellikle teknolojik gelişmeler ile birlikte bankacılık sektöründe artan işlem hızı internet bankacılığını zorunlu hale getirmiştir. Bankalar internet bankacılığı konusunda kendilerini sürekli olarak geliştirmeye çalışmaktadırlar. İnternet bankacılığının bankaların yanında müşteriler açısından da büyük önemi vardır. Günümüzde banka müşterileri başta hız ve maliyet olmak üzere birçok nedenle internet bankacılığı üzerinden işlemlerini gerçekleştirmek istemektedirler. Ancak güvenlik ve interneti fazla kullanmama gibi nedenlerle de birçok insan internet bankacılığını kullanmaktadır.

Bu çalışmada, Uşak İlindeki banka müşterilerinin internet bankacılığı tercihlerine etki eden unsurların analizi konusu ele alınmıştır. Çalışmada ilk olarak, bankacılık sektöründeki internet bankacılığı hakkındaki bilgilerden sonra, bu konuda yapılmış çalışmalar özetlenmiştir.

Bu çalışmada banka müşterilerinin tercihlerini etkileyen birçok değişken faktör analizine tabi tutularak faktörler tespit edilmeye çalışılmıştır. Çalışmanın sonucunda sosyal özellikler, doğru ve güncel bilgi, maliyet, güven, hız ve zorunluluk gibi temel faktörlerin banka müşterilerinin tercihlerini etkilediği tespit edilmiştir.

Çalışmadan elde edilen sonuçlar literatür bölümünde de gösterildiği üzere, birçok çalışma ile benzer sonuçlar göstermiştir. Tespit edilen faktörlere önem verecek olan bankaların internet bankacılığında daha çok müşteriye ulaşabilecekleri ve böylece karlılıklarını artırabilecekleri söylenebilir. Ayrıca, bu çalışmada tespit edilen değişkenler arasında bir takım ilişkilerin olup olmadığı istatistikî metotlarla araştırılabilir.

Kaynakça

Armağan, E. ve Temel, E. (2016). Türkiye'de İnternet Bankacılığı Kullanımında Demografik Faktörlerin Tüketici Algısına Etkisi Üzerine Ampirik Bir Çalışma. Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 14(2), ss. 411-436.

Aydın, Z. B. (2007) Faktör Analizi Yardımıyla Performans Ölçütlerinin Boyutlarının Ortaya Konulması, *8. Türkiye Ekonometri ve İstatistik Kongresi* 24-25 Mayıs İnönü Üniversitesi; Malatya.

Bayrakdaroğlu, A. (2012). Bireylerin Internet Bankacılığı Kullanımını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi Üzerine Bir Alan Araştırması. Business and Economics Research Journal, 3(4), ss. 57-75.

Bayram, N., (2009). Sosyal Bilimlerde SPSS İle Veri Analizi, Gözden Geçirilmiş, Genişletilmiş 2. Baskı, Ezgi Kitabevi, Bursa.

Cebeci, İ. (2015). İnternet Bankacılığına Yönelik Öğrenci Tutumlarının İncelenmesi. Journal of International Social Research, 8(39), ss. 793-803.

Eroğlu, N. ve Yücel, İ. S. (2012). Türkiye'deki Kurumsal Banka Müşterilerinin Internet Bankacılığı Kullanım Eğilimlerini Belirleyen Başlıca Faktörler Üzerine Amprik Bir Çalışma. Marmara Üniversitesi, Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü E-Dergisi, http://e-dergi.marmara.edu.tr/index.php/bsed, ISSN: 1303-8281, Yıl:2 Sayı:2.

Kalaycı, Ş. (Ed.) (2008), SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri, 3. Baskı, Asil Yayın Dağıtım, Ankara.

Korkulu, A., Oktay, E. ve Akan, Y. (2018). Mobil Bankacılık Kullanımını Etkileyen Faktörlerin Araştırılması: Atatürk Üniversitesi Akademik Personel Üzerine Bir Uygulama. Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi 18. EYİ Özel Sayısı, ss. 553-564.

Okumuş, A., Bozbay, Z. ve Dağlı, R. M. (2010). Banka Müşterilerinin İnternet Bankacılığına İlişkin Tutumlarının İncelenmesi. Erciyes Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, (36), ss. 89-111.

Örgüt Kültürü ve İşe Tutkunluk Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Edip Örücü[123], Sibel Özafşarlioğlu Sakallı[124], Tuba Karabilal[125]

Full Text

1.Giriş

Çalışma hayatı bireylerin hayatlarını devam ettirmeleri için son derece önemli ve gereklidir. Fiziksel zamanın büyük bir bölümünü, çalışma hayatı kapsamaktadır. Bu yüzden bireylerin çalışma hayatına dönük duygu, anlam ve değer önemli hale gelmiştir. Bir örgütte işini severek ve işine kendini adayarak çalışanların olması oldukça önemlidir. Çünkü çalışma hayatının anlamlı ve değerli olduğunu düşünen kişiler hem işlerinde daha başarılı olabilirler hem de psikolojik duygu durumları daha güçlü olabilir.

Bu araştırmanın amacı örgüt kültürü ve işe tutkunluk kavramlarının birbirleri üzerindeki etkisini incelemek ve işe tutkunluk ile örgüt kültürü arasındaki ilişkiyi belirlemektir. Bu amaç doğrultusunda, Balıkesir ilinin Bandırma ilçesindeki liselerde görev yapmakta olan 120 öğretmen üzerinde bir araştırma yapılmıştır. Araştırmada deneklerin örgüt kültürü ve işe tutkunluk üzerindeki algılarını ölçmek için anket tekniği kullanılmış ve uygulama neticesinde toplam 120 adet geçerli anket formu elde edilmiştir. Elde edilen veriler SPSS paket programı ile analiz edilmiştir. Çalışmada, korelasyon, regresyon ve frekans analizleri kullanılmış olup, çalışmanın güvenirliği için Cronbach alfa testi uygulanmıştır.

2. Literatür Taraması

Örgütler, insanların varlığıyla anlam kazanmış yapılardır ve bu toplumun kültürel varlığının bir ürünüdür. İnsanları birbirinden ayıran bazı kişisel davranışlar, inançlar, tutumlar ve amaçlar olduğu gibi örgütler de zamanla belli özelliklere sahip bir kişilik geliştirebilmektedir. Bu durum örgüt kültürü olarak ifade edilmektedir (Kıral, 2008).

Örgüt kültürü, örgüt içindeki üyelerin nasıl davranmaları gerektiğini öğretir. Örgüt içindeki üyeler arasında sosyal ilişkiler kurulmasını sağlayarak, sorunların çözümünde örgüt içinde çalışanlara yardımcı olmaktadır. Aynı zamanda örgüt çalışanlarına, davranışları konusunda anlamlı temel sağlayarak örgütün varlığını sürdürmesinde önemli rol oynamaktadır (Görmen, 2014).

İşe tutkunluk, "pozitif, tatmin edici, çalışmayla ilgili ruh hali" biçiminde tanımlanabilir (Schaufeli vd., 2002). İşe tutkunluk güdüsel bir süreç olup üç boyutlu bir kavram olarak incelenir. Dinçlik, adanmışlık ve yoğunlaşma olarak isimlendirilen bu boyutlar, bireyin çalışma faaliyeti ile olan ilişkisini tanımlar. Dinçlik çalışanın zihinsel açıdan güçlü, enerji ve zihni dayanıklılığını ifade eder. Adanmışlık, çalışanların işlerine gösterdikleri bağlılığı ifade eder. Çalışan yaptığı işin önemli ve anlamlı olduğunu düşünerek gurur ve şevk duyar. Bunun sonucunda da işini hevesle sürdürür. Yoğunlaşma, çalışanın işine tamamen odaklanması

123 Prof. Dr.,Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi, eorucu@bandirma.edu.tr
124 Dr. Öğr. Üyesi, Uşak Üniversitesi, sibel.ozafsarlioglu@usak.edu.tr(Yazışma yapılacak yazar)
125 Yüksek Lisans Öğrencisi, Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi SBE, tubakarabilal@gmail.com

demektir. İşine odaklanan bir çalışan, işe kendisini kaptırır, zaman onun için hızla akar ve mola vermeden mutlu bir şekilde işini yapmaya devam eder.

Fiziksel zamanın büyük bir bölümünü, çalışma hayatı kapsamaktadır. Bu yüzden çalışmaya dönük duygu, anlam ve değer önemli hale gelmiştir. Sadece para kazanmak için mi çalışıyoruz, işimizi severek mi çalışıyoruz ve işimize kendimizi adayarak mı çalışıyoruz? Bu soruların yanıtının olumlu yönde olması çok önemlidir. Çünkü çalışma faaliyetinin anlamlı ve değerli olduğunu düşünen kişilerin işlerinde daha başarılı oldukları (Schaufeli ve Bakker, 2004) ve duygusal sağlıklarının daha güçlü olduğu (Hallberg ve Schaufeli, 2006; Koyuncu, Burke ve Fiksenbaum, 2006) gözlenmiştir.

Dolayısıyla mevcut çalışmada örgüt kültürü ve işe tutkunluk kavramlarının birbirleri üzerindeki etkilerini ve aralarındaki ilişkiyi belirlemek hedeflenmiştir.

3. Metodoloji

3.1. Veri Toplama Yöntemi ve Ölçekler

Bu araştırmanın amacı örgüt kültürü ile işe tutkunluk değişkenleri arasındaki ilişkiyi ve bu kavramların birbirleri üzerindeki etkilerini belirlemek amaçlanmıştır. Bu kapsamda araştırmanın örneklemi Balıkesir ilinin Bandırma ilçesindeki liselerde görev yapmakta olan 120 öğretmenden oluşmaktadır ve toplamda 120 adet geçerli anket formu elde edilmiştir. Anketler elle dağıtım yolu ile katılımcılara ulaştırılmıştır. Araştırma da uygulama kolaylığı, maliyet ve zaman kısıtları göz önüne alınarak tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır.

Veri toplama aracı olarak anket formu kullanılmıştır. Bu amaçla anket formunun birinci bölümünde çalışanların demografik özelliklerini tespit etmeye yönelik sorular yer almaktadır. Anket formunun ikinci bölümünde ise "Örgüt Kültürü Ölçeği" ile "İşe Tutkunluk Ölçeği" kullanılmıştır. Örgüt kültürü ölçeği, Çelik (2007) tarafından geliştirilen ölçek kullanılmıştır. Ölçek risk üstlenmeyi teşvik, bireysel özerklik, çatışmada hoşgörü, örgütsel yapı, örgütsel kimlik, örgütsel destek ve örgütsel adalet olmak üzere toplamda 7 boyuttan ve 26 maddeden oluşmaktadır. Mevcut çalışmada ise geçerliliği ve güvenilirliği sağlanamayan boyutlar elimine edilmiş ve örgüt kültürü ölçeğinin sadece örgütsel yapı, örgütsel destek, örgütsel kimlik ve örgütsel adalet boyutları (toplamda 12 soru) üzerinden analizler yapılmıştır. Sorulara 5'li likert tipi ile cevap aranmıştır. İşe Tutkunluk ölçeği ise Schaufeli vd. (2002) tarafından geliştirilmiş olup Turgut (2011) tarafından Türkçeye uyarlama, geçerlilik ve güvenilirlik çalışmaları yapılmıştır. Ölçek dinçlik, yoğunlaşma ve adanmışlık olmak üzere üç boyuttan ve toplam 17 maddeden oluşmaktadır. Sorulara 5'li likert tipi ile cevap aranmıştır.

3.2. Çalışmanın Hipotezleri

H1: Örgüt kültürünün boyutları ile işe tutkunluk ölçeğinin tüm boyutları arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır.
H2: Katılımcıların örgüt kültürü (Örg. Yapı, Örg. Kimlik, Örg. Destek, Örg. Adalet) algıları üzerinde işe tutkunluk (Dinçlik, Adanmışlık ve Yoğunlaşma) düzeylerinin etkisi vardır.
H3: Katılımcıların demografik özellikleri ile örgüt kültürü algıları ve işe tutkunluk düzeyleri arasında anlamlı bir fark vardır.

3.3. Bulgular

Demografik özelliklerden elde edilen bulgulara göre araştırmaya katılanların % 54'ü kadın, %91'i evli, %66'sı 36-45 yaş aralığında, %86'sının aylık geliri 2600-3500 TL aralığında ve %49'unun kurumdaki çalışma süresi 11-20 yıl arasındadır. Katılımcıların tümü lisans mezunudur.

Tablo.2 Korelasyon Analizi Sonuçları

Correlations

		Dinclik	Yogunlasma	Adanmislik	Orgutsel_Yapi	Orgutsel_Kimlik	Orgutsel_Destek	Orgutsel_Adalet
Dinclik	Pearson Correlation	1						
	Sig. (2-tailed)							
	N	120						
Yogunlasma	Pearson Correlation	**,370****	1					
	Sig. (2-tailed)	,000						
	N	120	120					
Adanmislik	Pearson Correlation	,057	,078	1				
	Sig. (2-tailed)	,536	,396					
	N	120	120	120				
Orgutsel_Yapi	Pearson Correlation	,081	**,487****	,037	1			
	Sig. (2-tailed)	,381	,040	,686				
	N	120	120	120	120			
Orgutsel_Kimlik	Pearson Correlation	**,583****	,080	,058	,079	1		
	Sig. (2-tailed)	,046	,386	,531	,392			
	N	120	120	120	120	120		
Orgutsel_Destek	Pearson Correlation	**,572****	,161	,166	,090	,025	1	
	Sig. (2-tailed)	,003	,078	,069	,328	,785		
	N	120	120	120	120	120	120	
Orgutsel_Adalet	Pearson Correlation	**,525****	,176	,080	,120	**,401****	**,581****	1
	Sig. (2-tailed)	,013	,055	,385	,022	,077	,048	
	N	120	120	120	120	120	120	120

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

Tablo.2'deki korelasyon analizi sonuçlarına göre, dinçlik boyutunun işe yoğunlaşma, örgütsel kimlik, örgütsel destek ve örgütsel adalet boyutları ile anlamlı ve pozitif ilişkili olduğu görülmüştür. İşe yoğunlaşma boyutunun sadece örgütsel yapı ile pozitif ilişkili olduğu ve örgütsel adaletin, örgütsel kimlik ve örgütsel destek ile anlamlı ve pozitif ilişkili olduğu görülmüştür. Bu sonuçlara göre H1 hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

Yapılan regresyon analizi bulgularına göre; örgüt kültürü algılarının %14,4'ü işe tutkunluk düzeyinin dinçlik boyutu tarafından (R^2= 0.144, Düzeltilmiş R^2= 0.115, p=0.00); ve %10,5'i işe yoğunlaşma boyutu tarafından (R^2= 0.105, Düzeltilmiş R^2= 0.083, p=0.03) açıklanmaktadır.

Regresyon analizindeki ANOVA tablosu modelimizin bir bütün olarak anlamlı olup olmadığını test etmemize yarar. Tablo 3'de ki 4,856 F değeri (Sig=.001) ve Tablo 4'de ki 2,669 F değeri (Sig=.003) modelimizin bir bütün olarak anlamlı olduğunu gösterir.

Tablo.3 Dinçlik (Bağımlı değişken)

Model	Kareler Toplamı	s.d.	Kareler Ortalaması	F	p değeri
Regresyon	2,212	4	,553	4,856	,001
Artık (Kalıntı)	13,098	115	,114		
Toplam	15,310	119			

Tablo.4 İşe Yoğunlaşma (Bağımlı değişken)

Model	Kareler Toplamı	s.d.	Kareler Ortalaması	F	p değeri
Regresyon	,937	4	,234	2,669	,003
Artık (Kalıntı)	10,091	115	,088		
Toplam	11,028	119			

Tablo 5'de modelin tahmini sonucu elde edilen parametre değerleri ve bunlara ilişkin t değerleri gösterilmektedir. Tablodan görüleceği gibi sabit terim 1.613 olarak bulunmuştur. Bunun anlamı örgüt kültürü boyutlarının her bir maddesi sıfır bile olsa çalışanlar çalıştıkları kuruma 1.613 birimlik dinçlik düzeyi vardır. Örgütsel Kimliğe ve örgütsel adalete ait parametre değeri ß= .184'dür. Yani örgütsel kimlik ve örgütsel adalet düzeyindeki bir birimlik artış çalışanların dinçlik düzeyini .184 birim artırmaktadır. Örgütsel desteğe ait parametre değeri ise ß= ,210'dur. Yani örgütsel destekteki bir birimlik artış dinçlik düzeyini 0,210 birim artırmaktadır.

Tablo.5 Katsayılar Tablosu (Dinçlik_Bağımlı değişken)

Model	Standartlaştırılmamış Katsayı		Standartlaştırılmış Katsayı	t	p değeri
	Beta	Std. Hata	Beta		
(Sabit)	1.613	,667		2,418	,017
Örgütsel Kimlik*	.184	,085	,189	2,175	,032
Örgütsel Destek*	,210	,081	,227	2,575	,011
Örgütsel Adalet*	,184	,081	,199	2,256	,026

*Bağımsız değişkenler

Tablo 6'da modelin tahmini sonucu elde edilen parametre değerleri ve bunlara ilişkin t değerleri gösterilmektedir. Tablodan görüleceği gibi sabit terim 2,405 olarak bulunmuştur. Bunun anlamı örgüt kültürü boyutlarının her bir maddesi sıfır bile olsa çalışanlar çalıştıkları kuruma 2,405 birimlik işe yoğunlaşma düzeyi vardır. Örgütsel yapıya ait parametre değeri ß= .250'dir. Yani örgütsel yapıda düzeyindeki bir birimlik artış çalışanların işe yoğunluk düzeyini .250 birim artırmaktadır. Örgütsel adalete ait parametre değeri ise ß= ,226'dır. Yani örgütsel adaletteki bir birimlik artış işe yoğunlaşma düzeyini 0,226 birim artırmaktadır.

Tablo.6 Katsayılar Tablosu (İşe Yoğunlaşma_Bağımlı değişken)

Model	Standartlaştırılmamış Katsayı		Standartlaştırılmış Katsayı	t	p değeri
	Beta	Std. Hata	Beta		
(Sabit)	2,405	,586		4,107	,000
Örgütsel Yapı*	,250	,179	,171	1,904	,029
Örgütsel Adalet*	,226	,172	,161	1,766	,030

*Bağımsız değişkenler

Yapılan regresyon analizi sonucuna göre örgüt kültürünü işe tutkunluk boyutlarından sadece dinçlik ve işe yoğunlaşma boyutu tarafından etkilendiği görülmüş olup, H2 hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

Katılımcıların demografik özellikleri ile örgüt kültürü algıları ve işe tutkunluk düzeyleri arasında anlamlı bir fark olup olmadığı belirlemek için bağımsız grup t testi ve ANOVA analizleri yapılmıştır. Bulgulara göre;

- Cinsiyet değişkeni açısından; kadınların dinçlik boyutunda erkeklerin ise adanmışlık boyutunda daha yüksek ortalamaya sahip olduğu diğer boyutlar arasında ise farklılık olmadığı görülmüştür.
- Medeni durum değişkeni açısından; bekarların dinçlik ve örgütsel adalet boyutları üzerinde, evlilere nazaran daha yüksek ortalamaya sahip olduğu diğer boyutlar arasında ise farklılık olmadığı görülmüştür.
- Yaş değişkeni açısından; 25-35 yaş aralığında olanların 46-60 yaş aralığında olanlara nazaran dinçlik düzeyinin ve örgütsel destek algılarının daha yüksek (daha enerjik, dayanıklı ve heyecanlı olmalarıyla alakalı olabilir), 36-45 yaş aralığında olanların 25-35 yaş aralığında olanlara nazaran işlerine adanmışlık düzeylerinin ve örgütsel kimlik algılarının daha yüksek olduğu görülmüştür (daha olgun, yaşı gereği artık ne istediğini bilen, amaçları netleşmiş olmasıyla alakalı olabilir).
- Kurumda çalışma süresi değişkeni incelendiğinde; 1-5 yıl arası çalışanların 20 yıldan fazla çalışanlara nazaran dinçlik düzeyinin daha yüksek (işe yeni başlamış olmaları ve daha enerjik olmalarıyla alakalı olabilir), 20 yıldan fazla çalışanların 1-5 yıl arası çalışanlara nazaran işlerine yoğunlaşma ve adanmışlık düzeylerinin daha yüksek olduğu görülmüştür (daha tecrübeli oldukları için işini sahiplenen ve çalıştıkları kuruma alışmalarıyla alakalı olabilir).
- Aylık gelir ve eğitim değişkeni ile işe tutkunluk ve örgüt kültürü boyutları arasında herhangi bir farklılık görülmemiştir.

Elde edilen bulgulara göre H3 hipotezi kısmen doğrulanmıştır.

4. Tartışma ve Sonuç

Örgüt kültürü ve işe tutkunluk arasındaki ilişkiyi geliştirmek için, iş gören ve işveren tarafından kabullenip paylaşılmış bir kültür oluşturulması gerekmektedir. Ayrıca yönetim anlayışının, iş görenlerin önünü açacak nitelikte olmasına ve onlara her fırsatta yardımcı olabilecek bir anlayışta olmasına da önem verilmelidir.

Mevcut çalışmada işe tutkunluk düzeyini etkileyen örgüt kültürü değişkenlerinden en etkili olanların örgütsel destek ve örgütsel yapı olduğu görülmüştür. Örgüt kültürünün gelişmesi için iletişime verilen önem arttırılmalıdır. Örgüt iletişiminin güçlü olması bilgi paylaşımını da güçlendirerek işe tutkunluk üzerinde olumlu etki yaratabilir. Aynı zamanda örgüte yabancılaşmayı azaltabilir.

Araştırma kapsamına sadece Bandırma ilçesindeki öğretmenlerin dahil edilmiş olması araştırmanın en önemli kısıtını oluşturmaktadır. Ayrıca çalışmadaki veriler sadece kamu kurumu öğretmenlerinden elde edilmiştir. Farklı sosyo-demografik özelliklere sahip olan çalışanlardan ve özel kurum ve kuruluşlardan araştırma yapılması çalışmanın genellenebilirliği açısından önemlidir.

Anahtar kelimeler: Örgüt Kültürü, İşe Tutkunluk, Öğretmenler.

JEL Kodu: M10, M12, M14.

Kaynaklar

Kalaycı Ş. (Ed.) . (2010). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Ankara: Asil Yayın Dağıtım.

Çelik, M. (2007). Örgüt Kültürü ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı-Bir Uygulama, Atatürk Üniversitesi SBE İşletme ABD, Doktora Tezi.

Görmen, M. (2014). Örgüt Kültürünün Örgütsel Sinizm Tutumları Üzerine Etkisi, Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 8 (15), 363-388.

Schaufeli, W. B., Salanova, M., González-Romá, V. ve Bakker, A. B. (2002). The Measurement of Engagement and Burnout: A Two Sample Confirmatory Factor Analytic Approach, Journal of Happiness Studies, 3, 71–92.

Schaufeli, W. B. & Bakker, A. B. (2004). Job demands, job resources, and their relationship with burnout and engagement. *Journal of Organizational Behavior,* 25, 293–315.

Kıral, E. (2008). Örgüt Mecazları: Kültür Olarak Örgütler (Ed. A. Balcı), Ankara: Ekinoks Yayınevi, 57.

Hallberg, U. E., ve Schaufeli, W. B. (2006). "Same Same but Different? Can Work Engagement be Discriminated from Job Involvement and Organizational Commitment?". *European Psychologist*, 11, 119-127.

Koyuncu, M., Burke, R. J., ve Fiskenbaum, L. (2006). "Work Engagement Among Women Managers and Professionals in a Turkish Bank: A Potential Antecedents and Consequences". *Equal Opportunities International*, 25(4), 299-310.

Turgut, T. (2011). Çalışmaya Tutkunluk: İş yükü, esnek çalışma saatleri, yönetici desteği ve iş-aile çatışması ile ilişkileri. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 25 (3-4), 155-179.

Yeni Nesil İçin Sosyal Medya İçerisinde Retro Pazarlama: Rotamız Kars

Tolga Torun[126]

Full Text

1. Giriş

Tüketim kültürünün de bir döngü içerisinde olduğu görüşü vardır. Özellikle bu döngüyü retro pazarlama/marketing (geçmiş pazarlaması) akımında görmekteyiz. Retro pazarlama ile eskiden var olan ya da günümüzde önemini yitirmiş olan ürün ya da hizmetlerin tekrardan piyasaya sunulması ya da canlandırması esastır. Bu açıdan sosyal medya ilgiliyi arttırıcı ve de retro pazarlama fikrinin etkisini arttırıcı bir rol üstlenmiştir.

Bu çalışmanın amacını sosyal medya araçları içerisinden yürütülen retro pazarlama faaliyetlerinin etkinliğinin araştırılması ve gelecek için uygulayıcılara bir yol haritasının çıkarılması oluşturmaktadır. Bu açıdan özellikle Instagram içerisinden yürütülen retro pazarlama faaliyetlerine ait geri bildirimler duygu analizi şeklinde incelemeye tâbi tutularak gerekli yorumlar yapılacaktır.

2. Literatür ve Çalışmanın Amacı

Kültürler genel olarak sıfırdan doğmazlar. Kültürler, yeni versiyonlar, önceden var olup yok olan ama tekrar canlanan yapılardan, yeniden yayınlanan eserlerden, yeni sürümlerden, rekreasyonlardan, canlandırmalardan, uyarlamalardan, yıldönümlerinden, hatıralardan, emektar radyolardan ve nostaljik plak koleksiyonların bir bileşenidir (Carlin, 1998). Bu bağlamda tüketim kültürünün de bir döngü içerisinde olduğu görüşü vardır. Özellikle bu döngüyü retro pazarlama (eski pazarlama) akımında görmekteyiz. Retro pazarlamada amaç nostaljik duyguları açığa çıkarmaktır. Retro pazarlama tüketiciler geçmiş dönemlerinde popüler olan insanlar, yerler ve nesneler ile bağlantılı deneyimleri ile bağlantılı olumlu tercih oluşturma çabasını kapsamaktadır (Holbrook ve Shindler, 1996). Retro pazarlama içerisinde pazarlamacılar, eskiden var olan veya halen var olup popülerliğini yitirmiş olan ürün veya hizmetleri değişiklik yaparak ya da eski haliyle bırakarak tekrardan göz önüne sermekte ve bu ürünler ile tüketicileri nesne, koku, sahne veya müzik yardımıyla özlem yaratarak harekete geçirmeyi hedeflemektedir (Brown, 2001; Brown, vd. 2003; Belk, 1990).

Retro pazarlama kavramı alışılmışın dışında artışını sürdürmektedir. Özellikle güçlü marka arayışında ve kimlik ihtiyacında olan bir çok işletme için retro pazarlama büyük bir

[126] Associate Professor Dr. , tolga.torun@bilecik.edu.tr, Bilecik Seyh Edebali Üniversitesi, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Management Information Systems, Bilecik/Turkey

avantaj doğurmaktadır (Aaker, 1996). Mevcut pazarlara baktığımızda, retro pazarlama doğrultusunda tekrardan ortaya çıkmış bir çok popüler eski ürünleri de görmekteyiz (Franklin 2002; Naughton ve Vlasic 1998; Wansink 1997). Retro pazarlamanın en başarılı örneği olarak Volkswagen'in piyasaya sürdüğü New Beetle ve film endüstrisinin popüler olan ve kendine has hayran kitlesine sahip olan Star Wars (Yıldız Savaşları) filminin yeni teknik ve imkanlar ile çekilen üçlemesi gösterilebilir (Brown vd., 2003).

Retro pazarlamanın gençlere yönelik uygulama alanları günümüzde oldukça artmaktadır. Bunun sebebi altında bir çok neden yatsa da aslında Y kuşağı diye tabir edilen neslin yapısından kaynaklandığı söylenebilir. Internet ve dijital medya ile büyüyen ilk kuşak olma özelliğine sahip Y kuşağı üyelerinin bir çoğu bilgisayarla çok küçük yaşlarda tanışmış ve vakitlerinin büyük bir çoğunluğunu online olarak geçirmektedirler (Zemke vd., 2013; 120-125; Mengi, 2008). Bunun yanında bilgiye çok hızlı ulaşabilmekte ve yaptıkları işlerden çok kolay sıkılabilmektedirler (Lower, 2008). Post modern tüketiciler olan Y kuşağı, bazı durumlarda, içinde bulundukları durumu yetersiz bularak geçmişten bir parça arayışına gidebilmektedir. Retro pazarlama ile bu tüketicilere nostaljik zamanların ve yerlerin karmaşadan arındırılmış ve de daha anlamlı olduğu imajı yaratılabilir (Belk ve Bryce, 1993). Özellikle işletmeler, Instagram üzerinden kişiler veya topluluklar hedef alınarak nostaljik ürünlerin tanıtımı yapılarak bir algı yaratılmakta ve nostaljik ürünler tekrardan gündeme getirmektedir. (Björkgren, 2012).

3- Metodoloji

3.1. Çalışma Örnekleminin Oluşturulması ve Analizi

Son günlerde özellikle sosyal medya mecralarının kullanım oranlarının artması ile birlikte, bu mecralar büyük bir verinin kaynağı halini almıştır. Ürünler ve hizmetler ile ilgili bir çok görüş ve tavsiyenin olduğu bu verilerin toplanması ve analizi pazarlama açısından önem arz etmektedir. Özellikle bloglardan, Instagram, Twitter ve Facebook gibi sosyal medya platformlarında paylaşılan düşüncelerin analizi duygu analizi sayesinde olabilmektedir. (Zang, vd. 2011; Bollen, vd. 2011; Rahman, vd. 2016).

Bu bağlamda KarsRail Instagram sayfası inceleme altına alınmıştır. Ancak şuana kadar yapılan 746 paylaşım altında yer alan yorumların hepsini analiz edebilmek zaman açısından mümkün ve ekonomik değildir. Bu amaçla Doğu Ekspresi'nin en çok kullanıldığı aylardan olan ocak ayı içerisinde öne çıkan 6 adet fotoğraf örneklem içerisine dahil edilmiş ve fotoğraf altında

anlamlı 455 adet yorum olduğu bulunmuştur. Bu yorumlar sözlük temelli duygu analizine tâbi tutularak pozitif, negatif ve nötr olarak ayrıma tutulmuş ve yorumlanmıştır.

3.2. Bulgular

Instragram hesabından yapılan paylaşımlar neticesinde elde edilen sonuçlara göre yapılan yorumlar manuel olarak sınıflandırmaya tâbi tutulmuştur. Bu sonuçlara göre yorumların, 333 tanesi pozitif/olumlu yorumlar, 73 tanesini nötr yorumlar ve 49 tanesini de negatif/olumsuz yorumlar oluşturmaktadır.

Metin analizi sonrasında yorumlar kelime yapısına göre belli başlıklara ayrılmıştır. Pozitif ifadelerde yer alan başlıklar; grup yolculuğu, tek yolculuk, takdir etme/farkındalık yaratma, müzik eşliğinde seyahat, yeniden seyahat etme isteği, gastronomi deneyimi, tren yolculuğu atmosferi, kültür gezisi yapma imkanı ve fotoğraf çekme imkanı şeklinde ana başlıklar altında toplanmıştır. Nötr ana başlıklar ise alışveriş/takas ve tren yolculuğu ve şartları hakkında bilgi alma niyeti olarak sınıflandırılmıştır. Negatif ifadeler ise, tren yolculuğunu gereksiz görme, tren yolculuğu için yer bulma sorunu yüzünden vazgeçenler, tren atmosferinin beğenilmemesi, bilet fiyatlarının artması, hava şartları konusunda endişe, trende yer alan güvenlik önemlerine güvenmeme ve tren yolculuğunun herkes tarafından yapılmaya başlanması ile popülerliğini kaybetme kaygısı şeklinde sınıflandırılmıştır.

4. Sonuç

Araştırmadan elde edilen en büyük sonuç tren yolculuğunun yeni nesil için bir içsel yolculuk imkanı sağlayan bir kaçış ya da gruplar arası pekiştirici bir özellik olarak sosyalleşme olanağı olmasıdır. Gündelik yaşamın stresinden bunalan tüketiciler, daha temiz ve bozulmamış olarak gördükleri nesneler ile bütünleşme isteği ile tren yolculuklarını ön plana çıkarmış ve talep etmiştir. Ancak kişilerin bilet satın alması noktasında engel yaratacak unsurların bertaraf edilmesi etkinliğin başarısı için önem arz etmektedir.

Diğer yandan gerek retro pazarlamanın gerekse post-modern pazarlamanın önemli bir özelliği kendi marka hikayelerini ve marka topluluklarını yaratmasıdır. Elde edilen sonuçlara bakıldığında, tren yolculuklarının başlı başına bir hikayesinin olmasıdır. Bu hikayeler, servis sağlayıcı firma yerine, yapılan paylaşımlarla tüketicilerin kendi eliyle oluşturmasına imkan sağlaması ile daha cezp edici ve inandırıcı olmaktadır. Kişiler bu hikayeleri deneyimlemek amacı ile mevcut hizmeti satınalma isteği içerisine girmektedirler. Özellikle hikayeler, geçmişte gösterime girmiş ve kült diye nitelendirilen filmlerden sahneler ile özdeşleştirilerek bir çok

kişide talep yaratılmaktadır. Sadece filmler değil; geçmişi yansıtan müzikler de hikayeye destek vermektedir. Kars yolculuğunda özellikle Sil Baştan (Eternal Sunshine Of The Spotless Mind) filminin belirli kareleri ön plana çıkmaktadır. Bu karelerin ön plana çıkmasının nedeni, sağlanan hizmette yer alan buz üstünde tur gibi bazı öğelerin bu filmin en bilindik sahnesi ile örtüşmesinden kaynaklanmakta ve bu açıdan tüketicilerin zihninde doğrudan bir özdeşleşme yaratmaktadır. Bu sahneyi deneyimlemek ve fotoğraflamak isteyen tüketiciler, yolculuğu talep etmektedir. Ayrıca tren içerisinde kitap okuma ve Türk sanat müziği dinleme tüketicilere bir öneri olarak sunulmaktadır. Bu açıdan kişiler içsel dünyalarını keşfetmeye davet edilmektedir. Bu açıdan bakıldığında, yalnız seyahat etmek isteyen tüketiciler de hedef alınmakta ve bu doğrultuda tüketicilerde istek oluşturulmaktadır.

Araştırmanın bir diğer çarpıcı sonucu ise tüketicilerin gastronomi açısında da bu yolculuğu istemesidir. Özellikle fotoğraflar ve de yorumlar incelendiğinde, çoğunluğun yataklı kompartımanda yemek yeme deneyimi yaşamak istediği görülmektedir. Ancak özellikle pişirilen yemeğin kokusu bazı tüketiciler için de sorun teşkil etmektedir. Bu sorunun çözüme erdirilerek bu durumun endişe yaşayan ve yolculuğu talep etme konusunda olumsuz olan kişilere bildirilmesi önem arz etmektedir. Diğer bir olumsuz unsur ise yemek pişirme gibi unsurların ya da kar üstünde seyahatlerin tehlike içermesi noktasında endişedir. Bu endişelerin bertaraf edilmesi de yolculuğa olan talep konusunda önem arz etmektedir.

Kars yolculuğunu tercih eden kişilerin bir diğer beklentisi de tren atmosferinin ışıklandırma veya süsleme gibi olanaklara sahip olmasıdır. Bu noktada özellikle kişiler turlardan ya da hizmeti aldıkları servis sağlayıcılarından beklentilere girmektedir. Bu beklentilerinin karşılanma durumlarının da açıkça belirtilmesi önemlidir. Diğer yandan tüketicilerin, Kars yolculuğundan beklentileri arasında kültürel geziler de yatmaktadır. Ancak trenlerin nerede bekleme yaptığı ya da rota üzerinde nasıl bir gezi imkanı yarattığı yorumlarda belirsizlik taşımaktadır. Bu belirsizliği önleme açısından belirli bir rota programı yapılması önemlidir.

Son olarak sonuçlar incelendiğinde özellikle yeni nesle yönelik retro pazarlamanın başarısı için hedef kitlenin iyi tanımlanması, hikayenin uygun bir şekilde yaratılması, hikayenin hedef kitlenin özelliği doğrultusunda müzik, görsel ve sloganla bütünleştirilmesi, topluluklar oluşturarak ya da topluluklara ulaşarak farkındalık yaratılması, hedef kitleye ürün ya da hizmeti tercih etmesi noktasında makul bir neden oluşturulması, ürün ya da hizmeti satın alanlara deneyimlerini paylaşma imkanı sağlanması, ürün ya da hizmet hakkında endişeleri en aza

indirecek şekilde bilgilendirmelerin yapılması ve ürün ya da hizmetin sıradanlaşmasının önüne geçilmesi için sürekli revizyonlar yapılması gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Retro Pazarlama, Instagram, Y Nesli, Karsrail, Duygu Analizi

Jel Kodlar: M31, M37

KAYNAKÇA

Aaker, D. A. (1996), *"Building Strong Brands"*, NewYork:The Free Press.

Belk, R. (1990). "The Role of Possessions in Constructing and Maintaining a Sense of Past". *Advances in Consumer Research*, 17, 669-676.

Belk R. & Bryce, W. (1993). "Christmas Shopping Scenes: From Modern Miracle to Postmodern Mall". *International Journal of Research in Marketing*, 10, 277-296.

Björkgren, C. (2012). "Guide: Kommunicera rätt med Instagram (Communicate Right on Instagram)". Internetworld, 2012-06-21, Kaynak:http://internetworld.idg.se/2.1006/1.455713. Erişim:03.08.2015.

Bollen, J., Mao, H., Zeng, X. "Twitter mood predicts the stock market". Journal of Computational Science, 2(1), 1-8, 2011.

Brown, S. (2001). *Marketing: The Retro Revolution*. London: Sage Publications.

Brown, S., Kozinets, R.V. ve Sherry J.F. Jr. (2003). "Teaching Old Brands New Tricks: Retro Branding and The Revival of Brand Meaning". *The Journal of Marketing*, Volume 67, 19-33.

Carlin, G. (1998). *Brain Droppings*, NewYork:Hyperion.

Demir, F.O. (2008). "Pazarlamanın Nostaljik Oyunu: Retro Markalama". İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 33, 29-41.

Franklin, Adrian (2002), "Consuming Design: Consuming Retro", Ed. Steven Miles, Alison Anderson, and Kevin Meethan, *The Changing Consumer: Markets and Meanings*, London:Routledge.

Holbrook, M. ve Schindler, R. (1996). "Market Segmentation Based on Age and Attitude toward the Past: Concepts, Methods, and Findings Concerning Nostalgic Influences on Customer Tastes". *Journal of Business Research*, 37/1, 27-39.

Lower, J. (2008). 'Brace Yourself Here Comes Generations Y". Critical Care Nurse, 28 (5): 80-84.

Medhat, W., Hassan, A., Korashy, H. (2014). "Sentiment analysis algorithms and applications: A survey". Ain Shams Engineering Journal, 5(4), 1093-1113.

Mengi, Z. (2009). Www.Yenibiris.Com/HurriyetIK/oku.aspx?ArticleID=6730.

Naughton, K. ve Vlasic, B. (1998). "The Nostalgia Boom". *BusinessWeek,* (March 23), 58-64.

Rahman, M. N., Esmailpour, A., Zhao, J. "Machine Learning with Big Data An Efficient Electricity Generation Forecasting System". Big Data Research, 5, 9-15, 2016.

Wansink, B. (1997). "Making Old Brands New". *American Demographics*, 19 (December), 53-58.

Zhang, X., Fuehres, H., Gloor, P. A. (2011). "Predicting stock market indicators through twitter "I hope it is not as bad as I fear". Procedia-Social and Behavioral Sciences, 26, 55-62.

Zempke, R., Raines, C., Filipczak, B. (2013). *Generations at Work : Managing the Clash of Boomers, Gen Xers, and Gen Yers in the Workplace*, 2nd Ed., USA:Amacom.

Önlisans Turizm Bölümlerinde Uygulamali Mutfak Eğitiminin Önemi

Bilge Semerci[127], Kaya Nihat Pekbay[128], Esat Sackes[129]

Full Text

1.Giriş

Turizm, GSYH içerisindeki sektörler arasında hızla gelişen ve yüksek büyüme kapasitesine sahip olan sektörlerden biridir. Gelir yaratıcı etkisi, sağladığı döviz girdisi ve istihdam arttırıcı özelliği ile turizm, dünya ekonomilerinin en önemli sektörlerinden biri olarak kabul edilmektedir. 2017 yılında Türkiye'nin turizm geliri bir önceki yıla göre %18,9 artarak 26 milyar 283 milyon 656 bin dolar olmuştur (www.tuik.gov.tr, 2018). Günümüzde gelişmiş ve gelişmekte olan birçok ülke turizm sektörünü, ekonomik büyümenin ve gelişmenin anahtarı olarak görülmektedir. Turizm sektöründen en yüksek faydanın sağlanabilmesi ancak nitelikli ve etkin bir turizm eğitimiyle mümkün olabilir.

Bu çalışmanın amacı, önlisans öğrenimi gören turizm işletmeciliği öğrencilerinin mutfak uygulama becerilerinin geliştirilmesi ile öğrencilerin mutfak becerilerini arttırmada ve bölge turizm işletmelerinin ihtiyaç duyduğu nitelikli işgücünü yetiştirmeye katkıda bulunmada uygulamalı mutfak eğitiminin önemini ortaya koymaktır.

2. Turizmde Uygulamalı Mutfak Eğitiminin Önemi

Turizm eylemi içerisinde yer alan etkinliklerden birisi yiyecek-içecek hizmeti ve ürünleridir. Yiyecek-içecek hizmeti ve ürünleri, açlık ihtiyacını gidermekten öte turistik deneyimin bir parçasını oluşturmaktadır. Günümüzde, gastronomi turizmi, mutfak turizmi, yemek turizmi, şarap turizmi gibi turizm türlerinin ortaya çıktığı görülmektedir (Gheorghe, Tudorache ve Nistoreanu, 2014; Long, 1998; Kim ve Ellis, 2015; Kunc, 2010).

Geçmişten günümüze tatil deneyiminde önemli bir rolü olan, ancak destinasyonda daha çok bir yan ürün konumunda kalan "mutfak", bugün tüm destinasyonlar için başlı başına bir turistik ürün haline gelmiştir. Bu durumun farkına varan ülkeler, mutfak alanında daha nitelikli insan kaynağı yetiştirebilmek için eğitim olanaklarına yatırım yapmaktadır (Tekin ve Çiğdem, 2017:33).

Richards (2002)'e göre, tatile gidilen yerde yerel yiyecek-içecekleri denemek turistik deneyimin önemli bir parçasıdır. Günümüzde özellikle unutulmaya yüz tutan yöresel yiyecekler, turizmde sürdürülebilir rekabet gücünün sağlanmasında çok önemli bir yere sahiptir.

[127]Bilge Semerci., Balıkesir Üniversitesi, bilgevilli@hotmail.com

[128]Kaya Nihat Pekbay., Balıkesir Üniversitesi, kayanihatpekbay@live.com

[129]Esat Sackes., Balıkesir Üniversitesi, esat@sackes.net

Modern turizm anlayışının gerektirdiği hizmet kalitesinin sağlanması ve turist ile turiste hizmet eden işgörenler arasındaki ilişkilerin sağlıklı ve kaliteli olarak gerçekleştirilmesi zorunluluğu, büyük ölçüde sektörde istihdam edilen işgücünün meslekî eğitim düzeylerinin yüksek olmasına bağlıdır (Alp 1992, 47; Christou, 1999, 683).

İşte bu nedenlerden dolayı, Turizm ve yiyecek içecek işletmelerinin ihtiyaç duyduğu nitelikli işgücü ihtiyacının karşılanması ve bölgenin kültürünün önemli bir parçası olan yöresel lezzetlerin turizm ve yiyecek içecek işletmelerinin hizmet sunumlarında yer almasını sağlamak amacıyla Balıkesir Üniversitesi Sındırgı MYO tarafından T.C. Güney Marmara Kalkınma Ajansı'nın desteklediği "Lezzet Kokan Mutfaklar" projesi gerçekleştirilmiştir.

3. Sonuç

Gerçekleştirilen Proje sonucunda Sındırgı Meslek Yüksekokulu Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik bölümünde uygulama mutfağı kurulmuştur. Yapılan uygulamaların ve ortaya çıkan turistik ürünlerin yer aldığı broşür ve kataloglar basılı materyal haline getirilmiştir. Bu materyaller yöredeki turizm ve yiyecek içecek işletmeleri ile paylaşılmıştır.

Ayrıca uygulama mutfağında yapılan ürünlerin uygulama esnasında çekilen fotoğrafları ve yapım videoları proje web sayfasında yayınlanmış böylece hem işletmeler için görsel kaynak hem de potansiyel yerli turistler için bölgesel çekicilik unsuru haline getirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turizm Sektörü, Mesleki Turizm Eğitimi, Mutfak Eğitimi

Kaynakça

Gheorghe, G., Tudorache, P. & Nistoreanu, P. (2014). Gastronomic Tourism, A New Trend for Contemporary Tourism, Cactus Tourism Journal, 9(1), 12-21.

Kim, S. & Ellis, A. (2015). Noodle Production and Consumption: From Agriculture to Food

Tourism in Japan. Tourism Geographies, 17(1), 151-167.

Kunc, M. (2010). Wine Tourism: A Review of the Chilean Case. International Journal of

Tourism Policy, 3(19), 51- 61.

Long, L. (1998). Culinary Tourism: A Folkloric Perspective on Eating and Otherness. Southern Folklore, 55, 181- 204.

Richards, G. (2002). Gastronomy: An essential ingredient in tourism production and consumption. Tourism and gastronomy, 11, 2-20.

Tekin, Ö. A., & Çidem, G. (2017). Önlisans Turizm Öğrencilerinin Mutfak Departmanında Kariyere Yönelik Tutumları: Süleyman Demirel Üniversitesi Örneği, 33-51.

http://www.tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=temelist (28.03.2018).

Bireysel Yatırımcı Özellikleri ile Riskli Yatırım Tercihleri Arasındaki İlişki

Ercan Özen[130] Gürsel Ersoy[131]

Full Text

Özet

Bu çalışmanın amacı, bireysel yatırımcı gruplarında biri olan Üniversite öğrencilerinin bazı özellikleriyle riskli finansal yatırımlar arasında ilişki olup olmadığını ortaya çıkarmaktır. Çalışmada öğrenci özellikleri; müfredatlarında finans derslerinin olup olmaması, yaş, cinsiyet ve üniversite olarak sıralanmıştır. Çalışma 257 Üniversite öğrencisi üzerinde anket yöntemiyle yürütülmüştür.

Çalışma bulguları öğrencilerin genel olarak altın döviz gibi riski göreceli olarak düşük yatırımları tercih ettiklerini göstermektedir. Çalışma; erkeklerin kadınlara göre, yaşı büyük olanları küçüklere göre, finans dersi alanların finans dersi almayanlara göre yatırım kararlarında daha riskli olanları tercih ettikleri görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Risk, Yatırım Kararları, Bireysel Yatırımcı

Relationship Between Individual Investor Characteristics and Risky Investment Preferences

Abstract

The aim of this study is to find out whether some of the characteristics of university students, one of the individual investor groups, are related to risky financial investments. Student characteristics in study; the availability of finance courses in their curriculum is listed by age, gender and their university. The study was conducted by questionnaire on 257 university students.

The findings of the study show that students generally prefer relatively low investments in risk, such as gold currency. This study show that men, older and those that take finance courses are more likely to invest in financial decisions than others.

Key words: Risk, Investment Decision, Individual Investor.

1. GİRİŞ

Modern finans teorisinin kurucusu Markowitz'e (1952) göre bireysel yatırımcılar finansal yatırım kararlarını alırken beklenen getiri ve risk ilişkisini göz önünde bulundurarak rasyonel biçimde karar vermektedir. Bu durumda yatırımcı belirli bir getiri düzeyinde en düşük riskli yatırımı ve düşük riskli alanlara yatırım yapacaktır. Kahneman & Tversky (1979) ise

[130]Doç.Dr.,eozentr@hotmail.com, Uşak Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Bankacılık ve Finans Bölümü, Uşak./Türkiye.
[131]Yüksek Lisans Öğrencisi, gurselersoy6045@gmail.com, Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Uşak./Türkiye.

beklenti teorisinde yatırımcıların rasyonellikten uzaklaşarak psikolojik unsurların etkisinde kalarak riskli yatırımlara giriştiklerini iddia etmektedir.

Riskli varlıklara daha az yatırım yapan yatırımcılar riskten kaçan yatırımcılardır. Riskten kaçma derecesi olarak da riskli yatırımların toplam varlıkları anlaşılmaktadır (Chaulk vd., 2003). Gayrimenkul, altın ve gümüş gibi varlıkların riski daha düşüktür. Bu varlıklara yatırım yapanlar, riskten en çok kaçınan yatırımcılardır. Banka mevduatı, sabit getirili menkul kıymetler de düşük riske sahiptir. Yatırım fonları, sigorta poliçeleri ve özel sektör tahvil-bonoları da orta düzeyde risk taşımaktadır. Borsada işlem gören pay senetleri, özellikle vadeli piyasa ve foreks işlemleri en üst düzeyde riskli yatırım araçlarıdır. Bu araçlara yatırım yapanların risk kabul düzeyi daha yüksektir.

2.LİTERATÜR

Literatür çalışmalarına bakıldığında çoğu çalışmada yatırımcıların riski düşük yatırımları tercih ettikleri görülmektedir. Riski düşük yatırımlar hemen hemen tüm yatırımcıların ilk yatırım alternatifi durumundadır. Bu durum Hamarat & Özen (2015), Bozkus & Üçdogruk (2007), Karatas & Gavcar (2001), Usul vd (2002), Laurine vd.(2013) ve Saraç & Kahyaoğlu (2011) çalışmalarında dikkat çekmektedir.

Hamarat & Özen (2015) döviz ve altın gibi yatırımların gelire karşı duyarlılığının düşük olduğunu, riskli olan borsa yatırımlarının ise gelire bağlı olarak değişme gösterdiğini ortaya çıkarmıştır. Bozkus & Üçdoğruk (2007) ile Karatas & Gavcar (2001)'ın çalışmaları da en güvenilir yatırım aracı olarak altın ve döviz yatırımlarını ön plana çıkarmaktadır. Uslu vd.(2002) yatırımcıların yatırımları içinde riski yüksek olan hisse senedi yatırımlarına daha az yer verdiklerini, gelir arttıkça, eğitim düzeyi arttıkça riskli yatırımların arttığını belirlemiştir. Yazarlar ayrıca erkeklerin kadınlara göre daha çok risk aldıklarını ortaya çıkarmıştır. Laurine vd.(2013) ve Saraç & Kahyaoğlu (2011) de çalışmasında yaş, cinsiyet ve eğitim durumunun yatırımlarda alına risk düzeyini etkilediğini belirlemiştir.

Eğitim durumu yatırım kararlarında belirleyici bir etken durumundadır. Literatürdeki çalışmalardan farklı olarak bu çalışma eğitim durumundan çok, alınan eğitimin farklılaşmasının riskli yatırımlar üzerindeki etkisini araştırmaktadır.

3. ARAŞTIRMANIN METADOLOJİSİ VE UYGULAMA

3.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın birincil amacı, bireysel yatırımcıların yatırım tercihlerinde üniversitelerde finans eğitiminin etkisini ortaya çıkarmaktır. Diğer taraftan öğrencilerin yaşı ve cinsiyetinin yatırımlarda alınan risk üzerindeki etkisini ortaya çıkarmak çalışmanın yan amacıdır.

3.2. Araştırmanın Yöntemi

Bu amaç doğrultusunda Uşak Üniversitesi ve Adnan Menderes Üniversitesi'nde 2017-2018 yılında eğitim gören çeşitli bölümlerdeki öğrenciler dâhil edilmiştir. Çalışmaya katılan öğrenciler rassal olarak belirlenmiştir. Bölüm ayrımı müfredatında finansla ilgili dersler

bulunması ve bulunmaması biçiminde ayrılmıştır. Araştırmanın ana kütlesini Uşak Üniversitesi ve Adnan Menderes Üniversitesi'nde 2017-2018 yılında öğrenim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Çalışma toplam 257 öğrenciye uygulanmıştır.

3.3. Bulgular ve Yorum

Bu bölümde ilk olarak araştırma örneklemini oluşturan 257 öğrenciye ait demografik özelliklere, yatırım tercihlerine yer verilmiştir. Son aşamada ise ankete katılan öğrencilerin finans algısı ve yatırım tercihleri üzerindeki algıları ve finansal okuryazarlık ile davranışsal finans algısı arasındaki ilişki araştırılmıştır.

Tablo 1. Örneklem Grubunun Özellikleri

Değişken	*Gruplar*	*n*	*%*
Cinsiyet	Kadın	135	52.5
	Erkek	122	47.5
Yaşı	20 ve daha az	101	39.3
	21-23 arası	123	47.9
	24 ve daha fazla	33	12.8
Bölümü	Finans	117	45.5
	Diğer	140	54.5
Üniversite	Uşak Üniversitesi	129	50.2
	Adnan Menderes Üniversitesi	128	49.8

Tablo 1' de görüldüğü üzere araştırmaya katılan öğrencilerin %52,5'i kadın (n=135), %47,5'i erkektir (n=122). Öğrencilerin %39,3'u 20 ve daha az (n=101), %47,9'u 21-23 yaş arasında (n=123) ve %12,8'i 24 ve daha fazla yaştadır (n=33). Tablodaki bir diğer değişken olan öğrenim gördükleri bölüm açısından ise; örneklemi oluşturan öğrencilerin %45,5'i Finans içerikli bölümler "Finans" (n=117), %54,5'i diğer bölümler (n=140) öğrencilerinden oluşmaktadır. Çalışmaya katılan öğrencilerin %50,2' si Uşak Üniversitesi'nde öğrenim gören öğrenciler (n=129) iken %49,8'i ise Adnan Menderes Üniversitesi'nde öğrenim (n=128) görmektedir.

Tablo 2. Örneklem Grubunun Yatırım Tercihleri

Değişken	*Gruplar*	*n*	*%*
Yatırım Tercihi	Nakit Türk Lirası	37	10.6
	Gayrimenkul	90	25.8
	Döviz	53	15.2
	Altın	106	30.4
	Faiz	21	6.0
	Hisse Senedi	27	7.7
	Tahvil	5	1.4
	Emeklilik Fonu	10	2.9

Tablo 2'de araştırmaya katılan öğrencilerin yatırım tercihleri verilmiştir. Yatırım tercihlerinde ilk sırayı %30,4 (n=106) ile altın almakta iken, en az tercih edilen yatırım aracı %1,4 (n=5) ile tahvil olmuştur. Yatırım tercihinde ikinci sırada ise %25,8 (n=90) ile gayrimenkul yer almaktadır. Yatırım tercihlerinde üçüncü sırada %15,2 (n=53) ile döviz yer

alırken, dördüncü sırada %10,6 (n=37) ile Türk Lirası mevduat ve beşinci sırada %7,7 (n=27) ile hisse senedi olmuştur. Araştırmaya katılan öğrencilerin büyük bir çoğunluğunun garanti yatırım araçları olan altın ve gayrimenkulü seçtikleri söylenebilir. Bunun aksine riskli yatırım araçları olan faiz ve tahvil gibi araçların seçilme oranının çok az olduğu görülmektedir.

Tablo 3' te yer alan verilere göre ankete katılan öğrencilerin yatırım tercihleri cinsiyete göre [X^2=49.14; p=0.00<0.05] anlamlı düzeyde farklılık göstermektedir. Bu farklılık incelendiğinde kadınların daha çok gayrimenkul tercih ettikleri (%30,4), erkeklerin ise gayrimenkul tercihinde (%20,2) bulundukları görülmektedir.

Tablo 3. Cinsiyet Değişkenine Göre Yatırım Tercihin Karşılaştırılması

Yatırım Tercihi	Gruplar	*n*	*% (Toplam)*	*X^2*	*df*	*Sig. (P^*)*
Türk Lirası	Kadın	20	7.8	49.14	8	0.000
	Erkek	17	6.6			
Gayrimenkul	Kadın	38	14.8			
	Erkek	52	20.2			
Döviz	Kadın	24	9.3			
	Erkek	29	11.3			
Altın	Kadın	78	30.4			
	Erkek	28	10.9			
Faiz	Kadın	7	2.7			
	Erkek	14	5.4			
Hisse Senedi	Kadın	10	3.9			
	Erkek	17	6.6			
Tahvil	Kadın	1	0.4			
	Erkek	4	1.6			
Emeklilik Fonu	Kadın	7	2.7			
	Erkek	3	1.2			

*Pearson Chi-Sequare

Tablo 4. Yaş Değişkenine Göre Yatırım Tercihin Karşılaştırılması

Yatırım Tercihi	Gruplar	*n*	*% (Toplam)*	*X^2*	*df*	*Sig. (P^*)*
Türk Lirası	20 ve daha az	17	6.6	42.40	16	0.000
	21-23	13	5.1			
	24 ve daha fazla	7	2.7			
Gayrimenkul	20 ve daha az	21	8.2			
	21-23	53	20.6			
	24 ve daha fazla	16	6.2			
Döviz	20 ve daha az	10	3.9			
	21-23	35	13.6			
	24 ve daha fazla	8	3.1			
Altın	20 ve daha az	48	18.7			
	21-23	43	16.7			
	24 ve daha fazla	15	5.8			
Faiz	20 ve daha az	6	2.3			
	21-23	14	5.4			
	24 ve daha fazla	1	0.4			
Hisse Senedi	20 ve daha az	9	3.5			

	21-23	15	5.8
	24 ve daha fazla	3	1.2
Tahvil	20 ve daha az	1	0.4
	21-23	2	0.8
	24 ve daha fazla	2	0.8
Emeklilik Fonu	20 ve daha az	5	1.9
	21-23	4	1.6
	24 ve daha fazla	1	0.4

*Pearson Chi-Sequare

Tablo 4'de yer alan veriler ankete katılan öğrencilerin yatırım tercihlerinin yaş değişkenine göre [X^2=42.40; p=0.000<0.05] anlamlı düzeyde farklılık gösterdiği saptanmıştır. Farklılık incelendiğinde 21-23 yaş aralığındaki katılımcıların diğer katılımcılara göre Gayrimenkul (%20,6), Döviz (%13,6), Faiz (%5,4) ve Hisse Senedi (%5,8) araçlarını daha çok tercih ettikleri görülmektedir.

Ankete katılan öğrencilerin öğrenim gördükleri bölüme göre yatırım tercihlerinin farklılaşıp farklılaşmadığını Tablo 5'de yer alan çapraz tablolarda verilmiştir. Verilere göre ankete katılan öğrencilerin yatırım tercihleri öğrenim görülen bölüme göre [X^2=20,20; p=0.007<0.05] anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır. Bu farklılığın diğer fakülte öğrencilerinin Finans dersi olan bölümlere göre ağırlıklı olarak altın (%22,2) ve gayrimenkul (%19,5) araçlarını tercih etmelerinden kaynaklandığı söylenebilir.

Tablo 5. Öğrenim Görülen Bölüme Göre Yatırım Tercihlerinin Karşılaştırılması

Yatırım Tercihi	*Bölüm*	*n*	*% (Toplam)*	*X^2*	*df*	*Sig. (P*)*
Türk Lirası	Finans	20	7.8	21.20	8	0.007
	Diğer Fakülteler	17	6.6			
Gayrimenkul	Finans	40	15.6			
	Diğer Fakülteler	50	19.5			
Döviz	Finans	31	12.1			
	Diğer Fakülteler	22	8.6			
Altın	Finans	49	19.1			
	Diğer Fakülteler	57	22.2			
Faiz	Finans	11	4.3			
	Diğer Fakülteler	10	3.9			
Hisse Senedi	Finans	20	7.8			
	Diğer Fakülteler	7	2.7			
Tahvil	Finans	4	1.6			
	Diğer Fakülteler	1	0.4			
Emeklilik Fonu	Finans	7	2.7			
	Diğer Fakülteler	3	1.2			

*Pearson Chi-Sequare

Genel olarak bakıldığında ise en çok yatırım yapılan alanın altın olduğu ancak İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi (İİBF)' de öğrenim gören öğrencilerin %19,1' oranında tercihleri söz konusu iken diğer fakültelerde öğrenim gören öğrencilerin %22,2 oranında tercih ettikleri görülmektedir. En çok tercih edilen ikinci seçenek olan gayrimenkul alternatifi ise benzer şekilde diğer fakülte öğrencileri tarafından (%19,5) daha fazla tercih edilmiştir. İİB Fakültesinde öğrenim gören öğrencilerin ise diğer fakülte öğrencilerin daha fazla tercih ettikleri

alanların döviz (%12,1) ve hisse senedi (%7,8) olduğu görülmüştür. Diğer yatırım tercihlerinde ise öğrencilerin benzer tercihlerde bulundukları görülmektedir.

4.SONUÇ

Çalışmanın amaçları bireysel yatırımcıların yatırım tercihlerinde üniversitelerde finans eğitiminin etkisini ortaya çıkarmak; öğrencilerin yaşı ve cinsiyetinin yatırımlarda alınan risk üzerindeki etkisini ortaya çıkarmaktır. Finans eğitiminin etkisi, öğrencileri finans dersi yoğun bölümler ve finans dersinin bulunmadığı bölümler ayrımı yapılarak araştırılmıştır. Araştırmanın ana kütlesini Uşak Üniversitesi ve Adnan Menderes Üniversitesi'nde 2017-2018 yılında öğrenim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Çalışma rassal olarak seçilen toplam 257 öğrenciyle yapılan anket çalışması aracılığıyla uygulanmıştır.

Çalışma bulgularına göre, yatırım tercihlerinde ilk sırayı %30,4 (n=106) ile altın almaktadır. Cinsiyet etkisi literatürdeki diğer çalışmalar gibi bu çalışmada da ortaya çıkmaktadır. Bulgular erkeklerin daha riskli yatırım olan hisse senetlerine kadınlardan daha çok yatırım yaptıklarını göstermektedir. Yaş gruplarına göre, 21-23 aralığındaki katılımcıların diğer katılımcılara göre Gayrimenkul (%20,6), Döviz (%13,6), Faiz (%5,4) ve Hisse Senedi (%5,8) araçlarını daha çok tercih ettikleri görülmektedir.

Eğitim görülen bölümlere bakıldığında, finansla ilgili ders alan bölümlerde öğrenim göre öğrencilerin finansal piyasalara daha yatkın oldukları, hisse senedi ve tahvil yatırımlarını diğer bölümlerdeki öğrencilere göre daha çok yaptıkları ortaya çıkmaktadır. Finansal piyasaların gelişimi bakımından Üniversitelerin her bölümünde bulunan öğrencilere finans derslerini seçme olanaklarının arttırılması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

Chaulk, B., Johnson, P., & Bulcroft, R. (2003). Effects of marriage and children on financial risk tolerance: A synthesis of family development and prospect theory. Journal of Family and Economic Issues, 24(3), 257-280.

Bozkuş S. & Üçdoğruk S., (2007). Hane Halkı Tasarruf Tercihleri –Türkiye Örnegi, *8. Türkiye Ekonometri ve İstatistik Kongresi*, 24-25 Mayıs, İnönü Üniversitesi, Malatya.

Hamarat, B., & Özen, E. (2015). The Determination of The Variables Influencing The Saving Choices In Turkey By Using Canonical Correlation Analysis. *Journal Of Life Economics*, 2(1), 47-74. https://doi.org/10.15637/jlecon.58

Kahneman, D.,& Tversky, A., (1979). Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk, Econometrica, 47(2), 263-292.

Karataş, M. & Gavcar, E., (2001). Bazı Meslek Gruplarının Tasarruf Eğilimlerinin Araştırılması Muğla İli Örneği, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(2), 38-46.

Laurine, C. & Le Roux, P. & Canicio, D., (2013). Microeconometric Analysis of the Determinants of Savings Behaviour in Zimbabwe: 2009-2012", *International Journal of Business and Management*: 8(10), 159-168.

Markowitz, H. (1952). Portfolio Selection. The Journal of Finance, 7(1), 77–91. https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.1952.tb01525.x

Saraç, M., & Kahyaoğlu, M. B. (2011). Bireysel Yatırımcıların Risk Alma Eğilimine Etki Eden Sosyo-Ekonomik ve Demografik Faktörlerin Analizi. *Journal of BRSA Banking & Financial Markets, 5*(2), 135-157.

Usul, H. & Bekçi, İ. & Eroğlu, A.H., (2002). Bireysel Yatırımcıların Hisse Senedi Edinimine Etki Eden Sosyo-ekonomik Etkenler", *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 19, 135-150.

Yüzeysel yada Derin Duygusal Emek: Bürokratik Gayrişahsiliğin Etkisine İlişkin Bir Araştırma

Sibel Özafşarlioğlu Sakallı[132], Belkıs Özkara[133]

Full Text

1.Giriş

Duygusal emek kavramı hizmet sektörü için oldukça önemlidir. Özellikle insan hayatı için önem taşıyan bir sektör olan sağlıkta çalışanların duygusal emek davranışlarının incelenmesi son yıllarda arttığı görülmektedir. Bununla birlikte, bürokratik örgütlerde, gayrişahsilik ilkesine göre çalışanların kişiye özel davranmaması, duygularını saklaması beklenir. Özellikle hizmet işletmelerinde çalışanların herkese uygulanması gereken kurallarla, kişiye özel davranış arasında kalacağı düşünülebilir. Öte yandan örgütün performans kriterleri arasında yer alan duygusal rollerin yüzeysel ya da derinlemesine olup olmadığı da gayrişahsiliği gerektiren kuralların benimsenme derecesi ile ilişkili görünmektedir. Bu çalışmada, bürokratik boyutlardan biri olan gayri şahsilik ile yüzeysel ve derin duygusal emek arasındaki ilişki araştırılmıştır.

2. Literatür Taraması

Duygusal emek kavramı yönetim literatürüne Hochschild (1983)'in çalışmasıyla girmiştir. Hochcshild (1983) özellikle hizmet işlemlerinde yer alan bireylerin uygun duygusal tepkiler göstermeleriyle ilgili yaygın beklentilerin olduğunu iddia etmiştir. Bu beklentiler gösterilmesi gereken duygularla ilgili kurallar ya da normlara yol açmıştır (Ashford ve Humprey, 1990). Hizmet çalışanlarının müşterilerle ya da hizmet alanlarla ilişkilerinde sunulan hizmetin türüne uygun duygusal tepkiler göstermelidir. Örneğin, uçuş personelinin, resepsiyon görevlilerinin daha neşeli ve güleryüzlü olmaları beklenirken, cenaze işleriyle ilgili personelin daha ağırbaşlı ve üzgün görünmeleri, hastanelerde sağlık personelinin ise daha empatik, anlayışlı ve sevecen olmaları beklenir.

Duygusal emek, çalışanların işi gereği diğer insanlarla yüz yüze iletişim halinde iken örgüt amaçlarıyla uyumlu duygu gösterimleri yaratmak amacıyla harcadıkları çaba şeklinde tanımlanabilir. Örgütlerin çalışanlarından bekledikleri duygusal tavırları belirleyen kurallar, duygusal davranış kuralları olarak adlandırılmaktadır (Üstün, 2017). Duygusal emeğin, sağlık hizmetlerinde, birçok sağlık çalışanının rolünün önemli bir parçası olduğu düşünülür (Zhann ve Shane, 2013). Bu nedenle, birçok sağlık kuruluşunda, özellikle de hemşireler üzerinde birçok tartışmanın ve deneysel araştırmanın odağı olmuştur. Sağlık çalışanlarının hasta ile ilişkilerinde, empati, anlayışlı ve sevecen olma gibi duyguların ötesinde, yaptığı işin bir sonucu olarak da tiksinme, korku, rahatsızlık, kızgınlık gibi duygular da hissedebilirler. Eğer hastanın tedavisi açısından gerekliyse bu duyguların bastırılması, yönetilmesi ve kontrol edilmesi gerekir (McQuenn, 2004; Mann, 2005).

Geleneksel bürokratik örgütler problemlere bireysel çözümler getiren kişisel iltiması reddeden tarafsız ve gayrişahsi kurallar yoluyla kontrolü öngörür. Aynı zamanda, kişinin özel alanı ve aile yaşamı ile iş alanını ayrı tutmaya çabalar. Eğer bir işgören iş ve aile yaşamının

[132] Dr.Öğr. Üyesi, sibel.ozafsarlioglu@usak.edu.tr, Uşak Üniversitesi Sağlık Yüksekokulu,Sağlık Yönetimi Bölümü, Uşak./Türkiye.
[133] Prof. Dr.,bozkara8@gmail.com, Afyon Kocatepe ÜniversitesiİİBF, İşletme Bölümü, Afyon/Türkiye.

gereklerini dengelemede zorluk yaşarsa, problem ve çözüm ile ilgili sorumluluk örgüte değil işgörene aittir (Martin vd., 1998).

Bürokrasi rasyonelliği öne çıkaran ve duygusal deneyimi marjinalize eden ikircikli bir sistemdir. Şöyle ki, duygular normalde rasyonelliğe karşı bir konumdadır ve örgütsel yaşamda en aza indirilmelidir. Rasyonellik sadece örgütsel görevleri etkilemez, aynı zamanda duygu boyutuna da yayılır. Duygusal emek bir yayılmanın tipik bir örneğidir. Bürokrasi duyguların kontrolünü etkili örgütsel yaşamın ayrılmaz bir unsuru olarak görür (Putnam ve Mumby, 1993).

Hochschild (1983) duygusal emeğin ya yüzeysel ya da derin rol yapma yoluyla gösterildiğini iddia eder. Yüzeysel rol duygulardan mimik, jest, ses tonu gibi sözlü ve sözsüz işaretler şeklindeki davranışların ifadesini yönetmeyi kapsarken, derin rol, aktörün göstermek istenen ya da gösterilmesi beklenen duyguyu gerçekten hissetmeye çabalamasını kapsar. Duygusal emeğin bu iki gösterme türünden birincisi, yüzeysel rol, bürokratik örgütlerin kurallar yoluyla önerdiği beklenen davranışlar kategorisindedir. Oysa günümüzde örgütsel bağlılık, örgütsel vatandaşlık gibi tutumlar çalışanların yüzeysel duygusal emeğini değil, daha derin duygusal emeğini ima etmektedir.

3. Metodoloji

3.1. Veri Toplama Yöntemi ve Ölçekler

Bu çalışmada sağlık sektöründe bürokratik boyutlardan biri olan gayri şahsiliğin duygusal emeğin gösterilme tarzı (yüzeysel ya da derin) üzerindeki etkileri belirlemek amaçlanmıştır. Bu kapsamda Uşak ilindeki bir özel hastanede görev yapmakta olan 85 sağlık çalışanı araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Veriler, 2018 yılı Nisan ayı içerisinde birebir görüşmeler vasıtasıyla anket yöntemi kullanılarak elde edilmiştir.

Yüzeysel ve derin duygusal emeği ölçmek amacıyla Diefendorff vd. (2005) tarafından geliştirilen duygusal emek ölçeği kullanılmıştır. Ölçek 3 boyuttan ve toplam 14 maddeden oluşmaktadır. Cevaplar 5'li likert alınmıştır. Gayrişahsilik ise Hall (1961) tarafından geliştirilen "Bürokratik Özellikler" ölçeğindeki gayrişahsilik boyutuna ilişkin maddeler ile ölçülmüştür. Bürokratik özellikler ölçeği 6 boyuttan ve 62 ifadeden oluşmaktadır. Mevcut çalışmada sadece bürokratik özellikler ölçeğinin boyutlarından biri olan gayrişahsilik boyutu kullanılmıştır. Gayrişahsilik boyutu, 10 maddeden oluşmaktadır ve 5'li Likert tipi bir ölçeğe sahiptir.

3.2. Çalışmanın Hipotezleri

H1: Örgütlerin gayrişahsilik düzeyleri ile duygusal emek arasında ilişki vardır.
H2: Gayrişahsilik arttıkça yüzeysel duygusal emek artmaktadır.
H3: Katılımcıların demografik özellikleri ile duygusal emek ve gayrişahsilik düzeyleri arasında anlamlı bir fark vardır.

3.3. Bulgular

Analiz öncesinde veriler incelenmiş ve kayıp veri oranın %1 den az olduğu gözlenmiştir. Kayıp veriler SPSS yazılımı yardımıyla (Replace Missing Values) kayıp veri tahmin etme yöntemi kullanılarak tahmin edilmiştir. Tüm kayıp veriler başarılı bir şekilde tahmin edilmiş ve istatistiksel analizler kayıp veri ataması ile tamamlanmış veri seti üzerinde yapılmıştır.

Verilerin normallik varsayımının kontrolü için basıklık (kurtosis) ve çarpıklık (skewness) katsayıları kullanılmıştır (Kalaycı, 2010: 58). Kunnan (1998: 313) basıklık (kurtosis) ve çarpıklık (skewness) katsayılarının ±2'yi geçmediği durumlarda, normallik

varsayımının kabul edilebileceğini belirtmiştir (Aktaran: Balıkçıoğlu, 2013: 84). Duygusal emek ve gayrişahsilik ölçeği verilerinin normal dağılım gösterip göstermediği incelenmiş ve tüm ifadelerin basıklık ve çarpıklık değerlerinin (±2) altında olduğu görülmüştür. Bu bağlamda verilerin normal dağılıma sahip olduğu belirtilebilir.

Duygusal Emek Ölçeğinde yer alan 14 maddeye yapılan faktör analizi sonucu literatüre uygun şekilde üç faktör altında toplanmıştır.

Yüzeysel duygusal emek boyutuna ait faktör yükleri 0.670 ile 0.860; Derin duygusal emek boyutuna ait faktör yükleri 0,777 ile 0,913; Hissedilen duygusal emek boyutuna ait faktör yükleri ise 0,774 ile 0,861 arasındadır.

Barlett testi sonucu 920,696 değeri ve $p=0.000<0.05$ düzeyi ile Kaiser-Meyer-Olkin örneklem değeri $0.860>0.50$ olarak gerçekleşmiştir ki; bu değerler kabul edilebilir sınırlar içinde yer almaktadır (Kalaycı, 2010: 321).

Verilere uygulanan temel bileşenler analizinde varimax faktör döndürme seçeneği kullanılmıştır. 14 değişkenin üç faktör altında, toplam varyansın % 77.114'ünü açıklamaktadır.

Tablo.1 Güvenilirlik Analizi

Ölçekler	Cronbach Alfa
Yüzeysel Duygusal Emek (7 md.)	0.924
Derinlemesine Duygusal Emek (4 md.)	0.907
Hissedilen duyguların doğal ifadesi (3 md.)	0.890
Bürokratik gayrişahsilik (10 md.)	0.462

Duygusal emek ölçeği boyutlarına yapılan güvenilirlik analizi sonuçlarının oldukça yüksek düzeyde olduğu, bürokratik gayrişahsilik boyutunun ise orta düzeyde olduğu görülmüştür.

Araştırmaya katılanların demografik özelliklerine bakıldığında % 65'i kadın, %55'i bekar, %75'inin aylık geliri 2000 TL ve altı, genelinin kurumda çalışma süresi 0-5 yıl ve %70'inin unvanı hemşiredir.

Tablo.3 Korelasyon Analizi Sonucu

Korelasyon Analizi

		Bürokratik Gayrişahsilik	Yüzeysel D. Emek	Derinlemesine	Hissedilen
Bürokratik Gayrişahsilik	Pearson Korelasyon	1			
	Sig. (2-tailed)				
	N	85			
Yüzeysel D. Emek	Pearson Korelasyon	**,280****	1		
	Sig. (2-tailed)	,009			
	N	85	85		
Derinlemesine	Pearson Korelasyon	-,104	-,179	1	
	Sig. (2-tailed)	,341	,102		
	N	85	85	85	
Hissedilen	Pearson Korelasyon	,100	**-,621****	**,292****	1
	Sig. (2-tailed)	,362	,000	,007	
	N	85	85	85	85

**. Korelasyon %1 önem seviyesinde anlamlıdır. (2-yönlü)

Tablo.3'deki korelasyon analizi sonuçlarına göre, gayrişahsilik boyutunun yüzeysel duygusal emek ile anlamlı ve pozitif ilişkili olduğu görülmüştür. Bu durum örgütlerde bürokrasi arttıkça yüzeysel emeğin artacağı anlamına gelir. Duygusal emeğin alt boyutları olan hissedilen emeğin ise derinlemesine emek ile pozitif, yüzeysel emek ile negatif ilişkili olduğu görülmüştür. Bu sonuç ise yüzeysel emek arttıkça hissedilen emek azalacak, derinlemesine emek arttıkça hissedilen emekte artacaktır. Bu sonuçlara göre H1 hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

Yapılan regresyon analizi bulgularına göre; yüzeysel duygusal emek algılarının %7,8'i bürokratik gayrişahsilik (R^2= 0.078, Düzeltilmiş R^2= 0.067, p=0.009<0.05) tarafından açıklanmasına rağmen bürokratik gayrişahsiliğin derinlemesine emek ve hissedilen emek üzerinde herhangi bir etkisi olmadığı görülmüştür.

Regresyon analizindeki ANOVA tablosu modelimizin bir bütün olarak anlamlı olup olmadığını test etmemize yarar. Aşağıdaki tabloda 7,052 F değeri (Sig=0.009<0.05) modelimizin bir bütün olarak anlamlı olduğunu gösterir.

Tablo.4 Regresyon Analizi ANOVA Sonucu

ANOVA[a]

Model		Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	Sig.
1	Regresyon	6,734	1	6,734	7,052	,009[b]
	Kalıntı	79,254	83	,955		
	Toplam	85,988	84			

a. Bağımlı Değişken: Yüzeysel Duygusal Emek

b. Bağımsız Değişken: Bürokratik Gayrişahsilik

Tablo 5'de modelin tahmini sonucu elde edilen parametre değerleri ve bunlara ilişkin t değerleri gösterilmektedir. Tablodan görüleceği gibi sabit terim 2,223 olarak bulunmuştur. Bunun anlamı örgütte bürokratik gayrişahsilik düzeyi sıfır bile olsa çalışanların örgütüne karşı 2,223 birimlik bir yüzeysel duygusal emek algısı bulunmaktadır. Bürokratik gayrişahsilik ölçeğine ait parametre değeri ß= ,601'dir. Yani gayrişahsilik düzeyindeki bir birimlik artış,

yüzeysel duygusal emeği ,601 birim artırmaktadır. Bu durum H2 hipotezini doğrular niteliktedir.

Tablo.5 Regresyon Analizi Sonucu

Katsayılar Tablosu[a]

Model		Standartlaştırılmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar	t	Sig.
		B	Std. Hata	Beta		
1	Sabit	2,223	,615		3,617	,001
	Bürokratik Gayrişahsilik*	,601	,226	,280	2,656	,009

a. Bağımlı Değişken: Yüzeysel Duygusal Emek

*Bağımsız değişken: Bürokratik Gayrişahsilik

Katılımcıların demografik özellikleri ile duygusal emek alt boyutları ve bürokratik gayrişahsilik arasında anlamlı bir fark olup olmadığı belirlemek için bağımsız grup t testi ve ANOVA analizleri yapılmıştır. Bulgulara göre;

- Cinsiyet değişkeni açısından; kadınların derinlemesine duygusal emek (p=0,01) boyutunda daha yüksek ortalamaya sahip olduğu, diğer boyutlar arasında ise farklılık olmadığı görülmüştür.
- Medeni durum değişkeni ile duygusal emek alt boyutları ve bürokratik gayrişahsilik arasında yapılan bağımsız grup t testi sonuçlarına göre farklılık olmadığı görülmüştür.
- Gelir değişkeni açısından; aylık geliri 2001-3500 TL arasında olanların 2000 TL ve daha az geliri olanlara göre; derinlemesine duygusal emek algılarının daha düşük (p=0,04<0,05), yüzeysel duygusal emek algılarının (p=0,00<0,05) ise daha yüksek olduğu gözlenmiştir.
- Yaş değişkenine göre; 46-55 yaş aralığında olanların, 18-25 yaş aralığında olanlara göre bürokratik gayrişahsilik algılarının daha yüksek olduğu (daha olgun, iş hayatında bürokrasiyi kabullenmiş, tecrübesiyle alakalı olabilir) görülmüştür.
- Önlisans mezunlarının sağlık meslek lisesi ve lisans mezunlarının göre hissedilen emeğin daha yüksek olduğu (çoğunluğu tıbbi sekreter ve hasta kayıt danışmanı olduğu için gerçek duyguları yansıtmakta sorun görmemiş olabilirler), lisans mezunlarının da sağlık meslek lisesi mezunlarına göre bürokratik gayrişahsilik algılarının daha yüksek olduğu görülmüştür.
- 2-5 yıl arası çalışanların 1 yıl ve daha az çalışanlara göre yüzeysel duygusal emek boyutunun daha yüksek olduğu görülmüştür (1 yıl ve daha az çalışanların işe yeni başlamaları bu nedenle işlerine daha bağlı olmalarından kaynaklanabilir).
- Lisans hemşirelerinin sağlık meslek lisesi mezunu hemşirelerine göre bürokratik algılarının daha yüksek olduğu (p=,00), tıbbi sekreterlerin sağlık meslek lisesi hemşireleri ve lisans hemşirelerine göre hissedilen emeğin daha yüksek olduğu, yüzeysel duygusal emek algılarının da daha düşük olduğu gözlemlenmiştir.

Elde edilen bulgulara göre H3 hipotezi kısmen doğrulanmıştır.

4. Tartışma ve Sonuç

Sonuç olarak; Duygusal emek gösteriminin ve negatif duyguların yönetiminin önemli olduğu sağlık işletmelerinde, çalışanların tüm hastalara kayırmacılık yapmadan ve kuralları uygulayarak hizmet sunmaları önem arz etmektedir. Bu çalışmada da bürokratik gayrişahsilik düzeyindeki bir artışın yüzeysel duygusal emeği artırdığı görülmüştür.

Yapılan güvenilirlik analizi neticesinde bürokratik gayrişahsilik ölçeğinin güvenilirlik değeri orta düzeyde bulunmuştur. Bunun nedeni örneklemin küçük olmasından ve soruların katılımcılar tarafından anlaşılmamasından dolayı olabilir.

Mevcut çalışma pilot çalışmadır. Bürokratik gayrişahsiliğe ilişkin sorular yeniden gözden geçirilerek, kamu hastanelerinde veya daha geniş bir örneklemde uygulanması önerilir.

Anahtar Kelimeler: Duygusal Emek, Gayri Şahsilik, Sağlık Sektörü.

JEL Kodu: M10, M12, M14.

Kaynaklar

Ashforth, B. E. ve Humphrey, R. H. (1993). Emotional labour in service roles: The influence of identity. Academy of management review, 18(1), 88-115.

Diefendorff, J.M., Croyle, M.H. ve Grosserand, R.H. (2005). The dimensionality and antecedents of emotional labor strategies, Journal of Vocational Behavior, 66, 339-357.

Hall, R. H. (1961). An Empirical Study of Bureaucratic Dimensions and Their Relation to Other Organizational Characteristics, Doctoral Dissertation, The Degree Doctor of Philosophy in the Graduate School of The Ohio State University.

Hochschild, A. (1983). Comment on Kemper's" Social Constructionist and Positivist Approaches to the Sociology of Emotions".

Kalaycı Ş. (Ed.). (2010). SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri. Ankara: Asil Yayın Dağıtım.

McQueen, A. C. (2004). Emotional intelligence in nursing work. Journal of advanced nursing, 47(1), 101-108.

Mann, S., & Cowburn, J. (2005). Emotional labour and stress within mental health nursing. Journal of psychiatric and mental health nursing, 12(2), 154-162.

Martin, J., Knopoff, K., & Beckman, C. (1998). An alternative to bureaucratic impersonality and emotional labor: Bounded emotionality at The Body Shop. Administrative Science Quarterly, 429-469.

Putnam, L. L. ve Mumby, D. K. (1993). Organizations, emotion and the myth of rationality. Emotion in organizations, 1, 36-57.

Üstün, F. (2017). Örgütsel Adalet Algısının Duygusal Emek Üzerine Etkisi: Sağlık Çalışanları Üzerine Bir Araştırma. Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, 13(4), 801-818.

Zhanna, B. ve Shane, C., (2013). Emotional Labor among Healthcare Professionals: The Effects are Undeniable, The Johns Hopkins University Press, 3(2): 125-129.

Satış Geliştirme Çabalarının Tüketiciler Açısından Değerlendirilmesi

Ahmet Uyar[134]

Full Text

1. Giriş

Satış geliştirme firmaların rekabet etmek ve satış arttırmak için uyguladığı kampanyalara verilen isimdir. Eski dönemlerde çok önemli görülmese de günümüzde gelişmiş birçok ülkede önemini arttırmaktadır. Özellikle rekabet konusunda kolay uygulanması ve etkili olması nedeniyle sıklıkla başvurulan bir tutundurma aracıdır. Bu kadar yaygın olması müşteriler gözünde zaman zaman değerini düşürmekte, marka vaadine ve firma imajına zarar verebilmektedir. Pazarlama iletişimi açısından önemli olan bu enstrümanının doğru yerde ve doğru şekilde kullanılması zorunludur.

Bu çalışma işletimlerin uyguladıkları satış geliştirme çabalarının tüketiciler gözünden değerlendirilmesi konusunu incelemektedir. Yapılan araştırmada tüketicilere satış kampanyalarıyla ilgili düşünceleri sorulmuştur. Elde edilen veriler firmalara ışık tutacak ve gelecekte yapacakları kampanyalar için rehber olabilecek niteliktedir.

2. Yöntem

Araştırmanın Yöntemi ve Örneklem

Satış geliştirme konusunu tüketiciler açısından ele alan bu çalışmada tümden gelim yöntemi kullanılmıştır. Ayrıca indirim kampanyalarına tüketicilerin bakış açıları araştırıldığı için açıklayıcı bir çalışmadır.

Çalışmada veri toplama aracı olarak niceliksel bir yöntem olan anket yönteminden yararlanılmıştır. Anket formu oluşturulurken literatürden faydalanılmış ve 30 kişilik bir pilot uygulamaya tabi tutulmuş daha sonra ankete son hali verilmiştir.

Anket formu 3 bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcılara ait demografik bilgiler yer almaktadır. İkinci bölümde satış geliştirme yöntemlerine karşı tüketicilerin görüşlerine yönelik 15 ifadeye yer verilmiştir. Son bölümde tüketicilerin satış geliştirme kampanyalarını takip ettikleri mecralar, takip etme sıklıkları gibi konulara değinilmiştir.

Araştırmada kolayda örneklem metodu kullanılmış, hata ve eksik doldurmadan dolayı 50 anket formu analize tabi tutulmamış, toplamda 300 anket formuyla çalışma gerçekleştirilmiştir.

3. Bulgular

3.1. Geçerlilik Güvenilirlik Analizi

134 Dr. Öğr. Üyesi, Ahmet UYAR, Afyon Kocatepe Üniversitesi, BUBYO, ahmetuyar@aku.edu.tr

Güvenilirlik analizinde iç tutarlılık yöntemiyle hesaplanan Alfa Modeli (Cronbach Alpha Coefficient) dikkate alınmıştır (Özdamar, 1999: 513-522). Güvenirlik analizine göre 15 maddeden oluşan anket 0.70 katsayı ile güvenilir anket kategorisine girmektedir.

3.2. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Tanımlayıcı Bilgiler

Anketten elde edilen verilere göre katılımcıların yüzde 56'sı erkek, yüzde 44'ü kadınlardan oluşmakta, yüzde 51'i 18-25 yaş aralığında bulunmaktadır. Ayrıca katılımcıların %65'i 0-2000 gelire sahiptir. Lise mezunlarının oranı %48'dir, büyükşehirde yaşayanların oranı 53.7'dir.

3.3. Satış Geliştirmeye Karşı Tüketici Algılarını Gösteren Tablolar

Tablo 1 genel olarak değerlendirildiğinde tüketiciler satış kampanyalarını takip etmekte, tercihlerini buna göre şekillendirmektedir. Bu nedenle promosyon çabaları (hediye dağıtmak, mağaza kartları, indirim, ek ürün, erken rezervasyon indirimi vb.) tüketici satın alma sürecinde önemli bir rol oynamaktadır.

Tablo 1. Satış Geliştirme Çabalarına Karşı Tüketicilerin Tutumları

	N	X	ss.
Mağazaların alışveriş puanı sağlayan sadakat kartlarının faydalı olduğunu düşünüyorum.	300	3,43	1,229
Alışveriş yaptığım mağazaların ücretsiz ürün dağıtımları ve hediyeleri satın alma kararımı olumlu etkiler.	300	3,72	1,132
Fiyat indirimi uygulanan ürünlerde ihtiyacımdan daha fazlasını satın alırım.	300	2,80	1,381
İhtiyacım olan ürünü satın alırken farklı markaların fiyatlarını karşılaştırırım ve indirimde olanı alırım.	300	3,97	1,179
9,99 gibi küsuratlı vb. fiyatları aldatıcı buluyorum.	300	4,03	1,267
Firmaların gönderdiği indirim, taksit, kupon vb. satış amaçlı mesajları, e-postaları vb. dikkate almam.	300	3,19	1,337
Daha önce denemediğim ürünlerde kampanya olması ürünü satın almama neden olur.	300	2,93	1,359
Erken rezervasyon ve erken kayıt avantajları satın alma kararımı olumlu etkiler.	300	3,49	1,201
Kapanma ya da devir gibi nedenlerle yapılan satış kampanyalarını gerçekçi buluyorum.	300	3,05	1,320

3 al 2 öde gibi satış kampanyalarının satın alma davranışlarım üzerinde olumlu etkisi vardır.	300	3,45	1,200
Mağazaların camlarındaki promosyon afişlerine dikkat ederim ve bu afişler satın alma davranışımı olumlu etkiler.	300	3,45	1,211
Taksitli satışlar satın alma kararımı olumlu etkiler.	300	3,39	1,201
Outlet mağazalarında yapılan indirimleri gerçekçi buluyorum.	300	3,53	1,222
İnternetten yapılan alışverişin daha indirimli olduğunu düşünüyorum.	300	3,16	1,265
Ürünün satıldığı yer ve konumun ürün fiyatı üzerinde önemli bir etkisi olduğunu düşünüyorum.	300	3,79	1,098

Tablo 2'ye göre tüketiciler arada sırada satış kampanyalarını takip etmekte, sıklıkla indirim peşinde koşmak yerine zaman zaman ve ihtiyaç halinde kampanyaları takip etmektedir. Bu nedenle firmaların yaptıkları kampanyaları insanlara anlatmaları ve dikkat çekmeleri önemlidir. Katılımcıların büyük çoğunluğu kampanyaları sosyal medya ve internet üzerinden takip etmektedir. Bu oran %66 gibi çok büyük bir rakamı ifade etmektedir. En çok kampanya beklenen ve takip edilen alan hazır giyim sektörüdür. Ayrıca katılımcıların çok büyük bir kısmı direk nakit indirimiyle ilgilenmektedir (%74). Ek ürün verme, taksit gibi çabalar tüketiciler tarafından daha az rağbet görmektedir.

Tablo 2. Tüketicilerin Satış Geliştirme Kampanyalarını Takip Etmelerine İlişkin Tablo

İndirimleri Hangi Sıklıkla Takip Edersiniz?		
	Frekans	**Yüzde**
Hiçbir Zaman	48	16
Ara sıra	199	66.3
Her zaman	53	17.7
Toplam	300	100
Satış kampanyalarını hangi araçları kullanarak takip ediyorsunuz?		
	Frekans	**Yüzde**
Sosyal ağ/ İnternet	200	66.7
Gazete/ Broşür	20	6.7
Kısa mesaj	11	3.7
Arkadaş çevresi	56	18.7
Afişler	13	4.3

Toplam	300	100
Hangi sektörde yapılan satış kampanyaları size daha cazip gelmektedir?		
	Frekans	**Yüzde**
Giyim	179	59.7
Gıda	45	15
Teknoloji	47	15.7
Araç	9	3
Ev Eşyaları	13	4.3
Diğer	7	2.3
Toplam	300	100
Hangi tür kampanyalar sizi satın almaya daha çok teşvik etmektedir?		
	Frekans	**Yüzde**
Taksit	49	16.3
Çekiliş	9	3
Promosyon (ek ürün hediyesi, puan biriktirme vb.)	18	6
Ürün fiyatı üzerinden nakit indirim	224	74.7

4. Sonuç ve Öneriler

Araştırma sonucunda elde edilen verilere bakıldığında, tüketicilerin büyük bir kısmı açısından halen satış geliştirme yöntemlerinin etkili olduğu görülmektedir. Özellikle gelir durumu düşük olan tüketiciler marka sadakati yerine indirimli ürünlere yönelmektedir. Her ne kadar müşteri sadakati önemli bir kavram olsa da işletmeler zaman zaman karşılaşabilecekleri likidite sorunlarını çözmek için promosyona yönelebilirler. Böylece kısa süreli de olsa nakit akışı sağlamaları mümkün olabilir. Ancak burada unutulmaması gereken indirim, hediye, ya da ücretsiz ek ürünlerin firmaya bağlı olan müşterileri küstürebileceği gerçeğidir. İşletme kısa süreli satışlar ve nakit akışı için müşteri bağlılığından ödün vermektedir. Promosyonlardan kazanılan ciro gözle görülmeyen müşteri sadakatini olumsuz etkilemektedir. Bu nedenle işletmelerin çok zorda kalmadıkça satış geliştirme faaliyetlerine başvurmamaları gerekir. Ayrıca her promosyon tüketiciler üzerinde aynı etkiyi yaratmaya bilir. Örneğin beğenilen ve tutulan bir markanın taksit sayısını arttırması ancak fiyatını düşürmemesi müşteriler tarafından olumlu karşılanabilirken bir alana bir bedava kampanyası aynı ürüne olan güveni sarsabilir ayrıca markanın imajına zarar verebilir. İşletmelerin taktik planlar yerine satış geliştirme çabalarını daha uzun dönemi olarak planlamaları kendileri açısından daha yararlıdır.

Anahtar Kelimler: Satış Geliştirme, Tüketici Karar Süreci, Tüketici Davranışları.

Jel Kodları: M30, M31, M37.

Muhasebe Bölümü Öğrencilerinin Gelecek Kaygısı:Uşak Ü. Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Örneği

Mehtap Karakoç[135], **Furkan Semi Kulak**[136]

Full Text

Özet

Üniversite yılları bireylerin yaşamlarında kuşkusuz önemli bir yere sahiptir. Üniversiteler, öğrencilerin gelecekleri hakkında mesleki anlamda ne yöne gideceklerine karar verdikleri ve gelecekte olmak istedikleri insana dönüştükleri mecralardır. Bu bağlamda öğrenim süreleri boyunca öğrenimin görüldüğü şehirden, sosyoekonomik düzeye, üniversite ortamındaki ilişkilerden, barınma sorununa kadar birçok faktör öğrencilerin kaygıları üzerinde etkili olmaktadır. Ancak üniversite döneminde öğrencilerin yaşadığı en büyük kaygı gelecek kaygısı, başka bir ifadeyle "işsizlik kaygısı"dır. Özellikle yeni mezunların işsizlik sorunuyla mücadele etmesi öğrencilerin kaygı düzeylerinin daha da artmasına neden olabilmektedir. Bu çalışmanın amacı; Uşak Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Muhasebe Bilgi Sistemleri bölümünde öğrenim gören öğrencilerin kaygı düzeylerini Durumluk-Sürekli Kaygı Ölçeğini kullanarak bazı sosyodemografik değişkenler açısından incelemektir. Bu amaçla 2017-2018 eğitim-öğretim yılında eğitim gören 340 öğrenci analiz edilmiştir.

1. Giriş

Üniversite hayatı öğrencilerin yaşamlarına yön verdikleri ve gelecekleri ile ilgili önemli kararlar aldıkları dönemlerdir. Bu dönemde öğrencilerin yaşadıkları bazı kaygılar olacağı tartışılmazdır. Bu kaygıların başında ise gelecek kaygısı olarak adlandırabileceğimiz, işsizlik kaygısı gelmektedir. Bu çalışmada Uşak Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Muhasebe Bilgi Sistemleri bölümünde öğrenim gören öğrencilerin gelecek kaygılarını saptanmaya çalışılmıştır.

Bu amaçla öğrencilere Spielberger Durumluk-Sürekli Kaygı Ölçeği uygulanmıştır. Bu ölçek iki aşamadan oluşmaktadır. Birinci aşama durumluk kaygı ölçeği, ikinci aşama ise sürekli kaygı ölçeğidir. Durumluk kaygı; kişilerin stresli durumlar altında hissettiği öznel korkuları olarak tanımlanmaktadır. Terleme, titreme gibi etkilerle kişilerin huzurluk duyguları belirtileridir. Sürekli kaygı ise; kişilerin kaygı yaşantısına yatkınlığı olarak tanımlanmaktadır. Sürekli kaygı hisseden kişiler durumluk kaygıyı dad aha yoğun yaşayan bireylerdir (Öner,1).

[135] Dr. Öğretim Üyesi, Uşak Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, erdemmehtap@hotmail.com
[136] Uşak Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, semikulak@gmail.com,

2. Araştırma Sonuçları

Araştırma, 2017-2018 Eğitim-Öğretim Yılı Bahar Yarıyılında Uşak Üniversitesine bağlı 4 yıllık eğitim veren Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Muhasebe Bilgi Sistemleri bölümünde öğrenim gören 340 öğrenciden oluşmaktadır. Öğrencilere Spielberger Durumluk-Sürekli Kaygı Ölçeği'nde yer alan sorular yöneltilmiştir.

Tablo 1. Genel Özellikler

		n	%
insiyet	Kız	166	48,8
	Erkek	174	51,2
ınıf	1. sınıf	93	27,4
	2. sınıf	81	23,8
	3. sınıf	77	22,6
	4.sınıf	89	26,2
ğretim türü	Normal Öğretim	163	47,9
	İkinci Öğretim	177	52,1
enel Not Ortamalası	0-0,99	7	2,1
	1-1,99	60	17,6
	2-2,99	222	65,3
	3-4	51	15,0
aşanılan Yer	Devlet Yurdu	136	40,0
	Özel Yurt	42	12,4
	Ev	108	31,8
	Apart	54	15,9
nne-Baba Tutumu	İlgisiz	13	3,8
	Otoriter	123	36,2
	Demokrat	204	60
ylık Gelir	0-999	24	7,1
	1.000-1.999	99	29,1
	2.000-2.999	116	34,1
	3.000-3.999	56	16,5
	4.000-4.999	45	13,3
ile Gelirinden Pay Alan Kişi	1	24	7,1
	2	43	12,6
	3	72	21,2
	4	117	34,4

	5	84	24,7
alışılmak İstenen Sektör	Kamu	168	49,4
	Özel	172	50,6
oplam		**340**	**100,0**

Tablo 1'de görüldüğü üzere araştırmaya katılan öğrencilerin çoğunluğunu ikinci öğretim öğrencileri oluşturmakta olup, genel not ortalamalarına bakıldığında büyük çoğunluğunun ortalama başarıda olduğu görülmektedir. Öğrencilerin yarısı mezun olduklarında özel sektörde çalışmak istediklerini belirtirken, anne-baba tutumu bakımında çoğunluğunun demokratik bir aileden geldiği tespit edilmiştir.

Tablo 2. Öğrencilerin Süreklilik ve Durumluluk Puanları

	Ortalama	ss
Durumluk Kaygı	50,53	6,84
Sürekli Kaygı	51,76	6,92

Tablo 2'de öğrencilerin süreklilik ve durumluk puanları yer almaktadır. Ölçek puanlanırken, ölçekte yer alan olumsuz duygular aynen bırakılmış, olumlu duygular ise tersine döndürülerek puanlamaya dahil edilmiştir. Araştırmaya konu olan öğrencilerin durumluk puanları 50,53 iken sürekli kaygı puanları ise 51,76 olarak hesaplanmıştır. Buna göre öğrencilerin orta düzeyde gelecek kaygısı yaşadıkları söylenebilmektedir (Öner, 1985).

Tablo 3. Cinsiyet Değişkenine Göre Sürekli Kaygı

Cinsiyet	N	Ortalama	Ss	Sd	p
Kadın	162	53,4877	6,66803	,52389	0,000
Erkek	160	50,0125	6,76096	,53450	

Öğrencilerin sürekli kaygı puanı ortalamalarının cinsiyete göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek amacıyla bağımsız örneklem t testi uygulanmış olup, sonuçları Tablo 3'te gösterilmiştir. Analiz sonuçlarına göre, sürekli kaygı açısından kız ve erkek öğrenciler arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($p=0,000 < 0,05$). Kız öğrencilerin erkekler öğrencilere göre daha kaygılı oldukları ortaya çıkmıştır. (Kadın: 53,48-Erkek: 50,01)

Tablo 4. Cinsiyet Değişkenine Göre Durumluk Kaygı

Cinsiyet	N	Ortalama	Ss	Sd	p
Kadın	149	50,0403	6,86932	,56276	0,221
Erkek	161	50,9938	6,81955	,53746	

Öğrencilerin durumluluk puanı ortalamalarının cinsiyete göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek amacıyla yapılan bağımsız örneklem t testi sonuçları Tablo 4'de yer almaktadır. Buna göre; durumluk kaygı açısından kız ve erkek öğrenciler arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır (p=0,0221 > 0,05). Öğrencilerin durumluk kaygıları açısından benzer kaygıları yaşadığı söylenebilmektedir.

Tablo 5. Öğrencilerin Mezun Olunca Çalışmak İstedikleri Sektöre Göre Sürekli Kaygı

Sektör	N	Ortalama	Ss	Sd	p
Kamu	161	52,5466	6,42938	,50671	0,042
Özel	161	50,9752	7,32543	,57732	

Öğrencilerin sürekli kaygı puanı ortalamalarının çalışmak istedikleri sektöre göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek amacıyla yapılan bağımsız örneklem t testi sonuçları Tablo 5'te yer almaktadır. Buna göre; sürekli kaygı açısından kız ve erkek öğrenciler arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur (p=0,042 < 0,05). Buna göre kamu sektöründe çalışmayı amaçlayan öğrencilerin sürekli kaygı puanları ortalamasının (52,54) özel sektörde çalışmayı amaçlayan öğrencilerin sürekli kaygı puanları ortalamasından (50,97) istatistiksel olarak anlamlı derecede daha yüksek olduğu görülmektedir. Bunun altında yatan nedenin kamu personeli seçme sınavını amaçlayan öğrencilerin taşıdıkları kaygı olduğu söylenebilecektir.

Tablo 6. Öğrencilerin Ağırlıklı Genel Not Ortalamalarına Göre Sürekli Kaygı

Not Ort.	**Ortalama**	**N**	**ss**
0-,99	53,1429	7	7,58131
1-1,99	51,9464	56	6,77004
2-2,99	51,5333	210	6,95793

3-4	52,3265	49	7,03085

Öğrencilerin ağırlıklı genel not ortalamalarına göre sürekli kaygı ölçeğinden aldıkları puanlar Tablo 6'da yer almaktadır. Buna göre ağırlıklı genel not ortalaması en düşük grupta yer alan öğrencilerin sürekli kaygı puanları ortalaması 53,14 ile en yüksek çıkmıştır. Ağırlıklı genel not ortalamalarına göre öğrenciler orta düzeyde kaygıya sahip oldukları belirlenmiştir.

Tablo 7. Öğrencilerin Sınıflarına Göre Durumluk Kaygı Durumu

Sınıf	Ortalama	N	ss
1	49,0233	86	5,29812
2	52,0000	77	7,34668
3	50,7143	70	6,95147
4	50,5974	77	7,52935

Öğrencilerin sınıflarına göre durumluluk ölçeğinden aldıkları puanlar Tablo 7'de yer almaktadır. Buna göre en düşük kaygıya 49,02 ortalamayla 1. Sınıf öğrencilerinin sahip olduğu ortaya çıkmıştır.

Tablo 8. Öğrencilerin Anne-Baba Tutumuna Göre Durumluk Kaygı Durumu

Tutum	Ortalama	N	ss
İlgisiz	56,5000	12	10,02270
Otoriter	50,2844	109	5,84220
Demokrat	50,3016	189	7,01814

Tablo 8'de yer alan öğrencilerin Anne-Baba tutumlarına göre durumluk puanları incelendiğinde ailesinin ilgisiz olduğunu ifade eden öğrencilerin durumluk puanları ortalamasının 56,50 ile en yüksek çıkmıştır.

Tablo 9. Öğrencilerin Gelir Durumlarına Göre Durumluk Kaygı Durumu

Gelir Durumu	Ortalama	N	ss
0-999	52,7273	22	7,73478
1000-1999	50,1685	89	7,61463
2000-2999	50,2430	107	5,82260
3000-3999	51,7959	49	8,23605
4000-4999	49,9474	19	5,69087
5000	49,0833	24	4,38294

Tablo 9'da görüldüğü üzere öğrencilerin ailelerinin aylık gelirlerine göre durumluk puanları incelendiğinde, gelir durumu en düşük grupta yer alan öğrencilerin durumluk puanları ortalamasının 52,72 ile en yüksek olduğu ortaya çıkmıştır.

3. Sonuç

Çalışmanın sonucunda kız öğrencilerin erkekler öğrencilere göre daha kaygılı oldukları, ağırlıklı genel not ortalaması en düşük grupta yer alan öğrencilerin sürekli kaygı puanları ortalamasının en yüksek olduğu ve mezun olduklarında kamu sektöründe çalışmak isteyen öğrencilerin ise özel sektörde çalışmak isteyenlere göre daha kaygılı oldukları ortaya çıkmıştır. Ayrıca gelir durumu en düşük düzeyde olan öğrencilerin sürekli kaygı puanlarının en yüksek olduğu tespit edilmiştir. Ailelerinin ilgisiz bir tutum sergilediği öğrencilerin ise durumluluk puanları ortalamalarının en yüksek olduğu görülmektedir. Çalışmanın bir diğer sonucu ise öğrencilerin sınıflarına göre durumluluk ölçeğinden aldıkları puanlara bakıldığında 1. Sınıf öğrencilerinin en düşük kaygıya sahip olduğu ortaya çıkmıştır.

Kaynakça

Öner, N.&Le Compte A. (1985) *Durumluk-Sürekli Kaygı Envanteri El Kitabı*, Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.

Öner, N. *Durumluk-Sürekli Kaygı Envanteri*, www.emdr-tr.org (31.03.2018)

Muhasebe Bölümü Öğrencilerinin İletişim Becerileri Üzerine Bir Araştırma: Uşak Ü. Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Örneği

Mehtap Karakoç[137], Gamze Özdemir[138]

Full Text

Özet

İletişim toplumun her kademesinde insan ilişkileri açısından en önemli unsurdur. Hem bireysel hem de örgütsel anlamda iletişim her faaliyetin temelini oluşturmaktadır. Üniversite öğrencileri iletişim becerilerinin önemli bir kısmını eğitim hayatları boyunca kazanmakta ve geliştirmektedir. Öğrencilerin öğrenim hayatlarında edindikleri iletişim becerileri onların mesleki yaşamını da etkilemektedir. İletişim becerisi yüksek olan meslek mensuplarının mükellefleriyle sağlıklı ilişkiler kurmaları, iş hayatlarındaki başarıyı etkileyen önemli faktörlerin başında gelir. Bu çalışmanın amacı; meslek mensubu adaylarının iletişim becerilerini ortaya koymaktır. Araştırma, Uşak Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu'nda öğrenim gören muhasebe bilgi sistemleri bölümü öğrencilerine uygulanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda öğrencilerin iletişim becerisi özellikleri üzerinde etkili olan faktörler değerlendirilmeye çalışılmıştır.

1. Giriş

İnsanların sosyal alanlara uyumunu sağlayan, etkileşim halinde oldukları her bireyle ilişkilerini geliştiren en önemli unsur iletişimdir. Türk Dil Kurumuna göre iletişim; duygu, düşünce ya da bilgilerin akla gelebilecek her türlü şekilde başkalarına aktarılması olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2018). Bu duygu ve düşüncelerin doğru iletilmesi etkili iletişim yoluyla gerçekleşebilmektedir. Öğrenciler, üniversite eğitimleri süresince gerek aldıkları dersler gerekse içinde bulundukları ortamlar yardımıyla iletişim becerilerinin geliştirebilmektedirler. İletişim becerilerinin yüksekliği meslek yaşamlarında da mükellefleriyle, meslektaşlarıyla ve tüm çevreleriyle olan ilişkilerini olumlu etkileyecektir. Bu çalışmada Uşak Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Muhasebe Bilgi Sistemleri bölümünde öğrenim gören öğrencilerin iletişim beceri durumları saptanmaya çalışılmıştır.

2. Araştırma Sonuçları

Araştırma, 2017-2018 Eğitim-Öğretim Yılı Bahar Yarıyılında Uşak Üniversitesine bağlı 4 yıllık eğitim veren Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Muhasebe Bilgi Sistemleri bölümünde öğrenim gören 319 öğrenciden oluşmaktadır. Araştırmada Korkut (1996) tarafından geliştirilen ''İletişim Becerilerini Değerlendirme Ölçeği (İBDÖ)'' kullanılmıştır.

Tablo 1. Genel Özellikler

		n	%			n	%
insiyet	Kız	162	50,8	**taj Durumu**	Yaptı	109	34,2
	Erkek	157	49,2		Yapmadı	210	65,8

[137] Dr. Öğretim Üyesi, erdemmehtap@hotmail.com, Uşak Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Muhasebe Bilgi Sistemleri Bölümü
[138] gmze.102582@gmail.com , Uşak Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Muhasebe Bilgi Sistemleri Bölümü

ınıf	1. sınıf	98	30,7	**enel Not Ortamalası**	0-0,99	6	1,9
	2. sınıf	67	21,0		1.00-1,99	45	14,4
	3. sınıf	65	20,4		2.00-2,99	201	63,0
	4.sınıf	89	27,9		3.00-4.00	66	20,7
lezun Olunan Lise Türü	Ticaret Lisesi	93	29,2	**ylık Gelir**	0-999	26	8,2
	Anadolu Liseleri	87	27,3		1.000-1.500	63	19,7
	Düz Lise	45	14,1		1.500-2.000	81	25,4
	Diğer Liseler	94	28,5		2.000 +	148	46,7
aşadığı Yer	İl	145	45,5	**ile Tipi**	Çekirdek	217	68,0
	İlçe	129	40,4		Geniş	84	26,3
	Köy/Belde	45	14,1		Parçalanmış	18	5,7
oplam		**319**	**100,0**	**oplam**		**319**	**100,0**

Tablo 1'de görüldüğü üzere araştırmaya katılan öğrencilerin çoğunluğunun genel not ortalaması 2.00-2.99 arasında olup staj yapan öğrencilerdir. Öğrencilerin 2/3'ü çekirdek aileden gelirken, yarısının aylık gelir durumu 2.000 TL ve üzeridir. İl ve ilçelerden gelen öğrenci sayılarının ise birbirine çok yakın olduğu görülmektedir.

Tablo 2. Güvenirlilik Analizi

Cronbach's Alpha	N
0,935	25

Çalışmada kullandığımız ölçeğin güvenilirliği Cronbach Alfa Katsayısı ile hesaplanmış, 0,935 olarak bulunmuştur. Elde edilen bu değer ölçeğin yüksek derecede güvenilirliğe sahip olduğu şeklinde yorumlanmaktadır (Kalaycı, 2010: 405).

Tablo 3. Likert Analizi Sonuçları

Görüşler	Ort.	Kesinlikle Katılmıyorum %	Katılmıyorum %	Kararsızım %	Katılıyorum %	Kesinlikle Katılıyorum %
Sorunlarını dinlediğim insanlar benim yanımdan rahatlayarak ayrılırlar.	3,78	6,9	6,9	16,0	41,4	28,8
Düşüncelerimi istediğim zaman anlaşılır biçimde ifade edebilirim.	3,73	3,8	11,6	19,7	37,6	27,3
İnsanların önemli ve değerli olduklarını düşünürüm.	3,91	5,3	5,3	14,4	41,7	33,3

İlişkide bulunduğum kişilerin anlatmak istediklerini dinlemek için onlara zaman ayırırım.	4,01	4,4	3,8	11,4	46,8	34,1
İnsanlara karşı sıcak bir ilgi duyarım.	3,84	3,1	7,5	16,0	47,0	26,4
Düşüncelerimle yaptıklarım birbiriyle tutarlıdır.	3,91	2,8	5,0	19,4	41,7	31,1
İlişkilerimin daha iyiye gitmesi için bana düşenleri yapmaya özen gösteririm.	4,01	2,8	3,1	16,0	44,2	33,9
Yaşadığım olaylardaki coşkuyu her halimle başkalarına iletebilirim.	3,85	3,8	6,0	19,1	41,1	30,0
İlişkilerimin nasıl geliştiğini ve nereye gittiğini anlamak için düşünmeye zaman ayırırım.	3,92	3,4	5,0	16,9	43,9	30,8
İlişkilerimi zenginleştiren eğlenceli, keyifli bir yanım var.	3,94	1,6	5,3	19,7	42,9	30,5
Birisine bir öneride bulunurken onun öneri vermemi isteyip istemediğine dikkat ederim.	3,93	2,5	3,4	18,8	47,0	28,3
İletişim kurduğum insanlar tarafından anlaşıldığımı hissederim.	3,86	3,4	5,6	22,9	36,1	32,0
Karşımdakini dinlerken kendi merakımı gidermek için ona özel sorular sormaktan kaçınırım.	3,44	7,8	13,5	27,0	29,2	22,5

Tablo 3'te görüldüğü üzere araştırmaya katılan öğrenciler karşılarındakileri değerli bulduklarını, onarlı dinlemek için zaman ayırdıklarını ve ilişkilerinin iyiye gitmesi için ellerinden geleni yaptıklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların bazılarının kendi özel merakları için özel sorular sormaktan kaçınıp kaçınmadıkları konusundaki soruda kararsızlık yaşadıkları görülmektedir.

Analizimizde yapılan normallik testlerinde verilerimiz normal dağılım göstermediği için non-parametrik testlere başvurulmuştur.

Tablo 4. Öğrencilerin İletişim Beceri Ortalamaları ile Cinsiyet İlişkisi

insiyet	N	Ortalama
adın	49	56,08
rkek	42	35,42

Tablo 4'e göre; kız öğrencilerin İletişim Becerileri Ortalamalarının erkeklere oranla daha fazla olduğu görülmektedir. Ancak bu farklılığın istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığını

belirlemek amacıyla Mann-Whitney U Testi uygulanmıştır. Tablo 5'de görüldüğü gibi; öğrencilerin cinsiyetleri ile iletişim beceri ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur (p=0,036 < 0,05).

Tablo 5. Öğrencilerin İletişim Becerileri ile Cinsiyet İlişkisi Mann-Whitney U Analizi

Mann-Whitney U	9076,500
Wilcoxon W	19229,500
Z	-2,095
p	,036

Tablo 6. Öğrencilerin İletişim Beceri Ortalamaları ile Staj Durumları İlişkisi

aj	N	Ortalama
aptı	01	52,36
apmadı	38	41,05

Öğrencilerin iletişim beceri ortalamalarının staj ile ilişkisi Tablo 6'da yer almaktadır. Buna göre staj yapan öğrencilerin iletişim becerilerinin daha yüksek olduğu saptanmıştır.

Tablo 7. Öğrencilerin İletişim Beceri Ortalamaları ile Mezun Oldukları Lise İlişkisi

Lise	N	Ortalama
Ticaret Lisesi	86	140,60
Anadolu Liseleri	80	147,11
Düz Lise	38	158,97
Diğer	87	144,65

Tablo 7'de görüldüğü gibi, düz lise mezunu öğrencilerin iletişim beceri ortalamalarının Ticaret Lisesi, Anadolu Ticaret Meslek Lisesi ve diğer liselerden mezun öğrencilere oranla daha fazla olduğu görülmektedir.

Tablo 8. Öğrencilerin İletişim Beceri Ortalamaları ile Yaşadıkları Yer İlişkisi

Yaşadıkları Yer	N	Ortalama
İl	134	154,60
İlçe	117	140,44
Köy/Belde	40	133,43

Öğrencilerin yaşamlarını geçirdikleri yer ile iletişim becerileri arasındaki ilişki Tablo 8'de yer almaktadır. Buna göre yaşamlarını il merkezinde geçiren öğrencilerin, ilçe ve köyde geçirenlere göre iletişim becerileri ortalamaları daha yüksek çıkmıştır.

3. Sonuç

Çalışmanın sonucunda; kız öğrencilerin iletişim becerileri ortalamalarının erkek öğrencilere göre daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca ağırlıklı genel not ortalamaları 3.00 ve üzeri olan öğrencilerin iletişim becerilerinin daha yüksek olduğu ve staj yapan öğrencilerin de staj yapmayan öğrencilere göre iletişim becerilerinin daha iyi olduğu görülmüştür. Çalışmanın bir diğer sonucu ise düz liseden gelen ve büyük şehirde büyüyen öğrencilerin de iletişim becerilerinin diğer öğrencilere göre daha yüksek olduğudur.

Kaynakça

Kalaycı, Ş. (2010). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, Ankara: Asil Yayın Dağıtım.

Korkut, F. (1996). "İletişim Becerilerini Değerlendirme Ölçeği'nin Geliştirilmesi: Güvenirlik ve Geçerlik Çalışmaları", *Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 2 (7).

Türk Dil Kurumu (2018) www.tdk.gov.tr (31.03.2018).

Türkiye'nin İhracat Performansının Arttırılmasında İhracat Pazarları Ve Çeşitliliği

Selim İnançlı, Mustafa Torusdağ

Full Text

Özet

Dünya piyasalarında son yıllarda yaşanan krizler, siyasi ve askeri gelişmeler ihracat piyasalarını doğrudan ve dolaylı bir şekilde etkilemektedir. Bu nedenle ülkelerin ihracat hacmi ve performanslarının arttırılmasında ihracat pazarlarının çeşitlendirilmesi önemli rol oynamaktadır. Türkiye'nin çevre ülkelerinde yaşanan olumsuz gelişmelerden dolayı ihracat performansı dönem dönem istikrarsızlık göstermektedir. Bu çalışmada Türkiye'nin ihracatının arttırılmasında ürün ve pazar çeşitliliği, yeni pazarların rolü değerlendirilerek, ihracat performansı ve rekabetin artmasında yeni pazarların etkisi analitik olarak değerlendirilmektedir.

Anahtar Kelimeler: İhracat, İhracat Stratejisi, İhracat Performansı

EXPORT MARKETS AND INCREASING DIVERSITY IN TURKEY'S EXPORT PERFORMANCE

Abstract

Crises, political and military developments in the world market in recent years are directly and indirectly affecting export markets. For this reason, diversification of export markets plays an important role in increasing the export volume and performance of the countries. export performance due to negative developments in Turkey's neighboring countries experienced periods indicate periods of instability. In this study, increasing the diversity of Turkey's export products and markets, assessing the role of new markets, new export performance and the impact of increased competition in the market are evaluated analytically.

Keywords: Export, Export Strategy, Export Performance

GİRİŞ

Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde ekonomik amaçlar arasında ihracatın arttırılması önem arz etmektedir. Gelişmiş ülkeler mevcut pazar paylarını korumak ve yeni pazarlara ulaşmayı hedeflerken, gelişmekte olan ülkeler ise, sanayileşmeyi ön plana alarak kalkınma hedeflerini gerçekleştirmektedirler. Ülkemizin de içinde bulunduğu gelişmekte olan ülkelerde ihracat; ihracat yapılan ülkelerin milli gelirleri, reel döviz kuru, ihracat birim değer endeksi ve o ülkeye

ait tüketim malları ihracat ve ithalatı etkilenmektedir (Erdoğan, 2016: 1). İhracat, döviz artışı sağlamakta ve sermaye birikiminin artmasıyla da ekonomik kalkınma ve büyüme üzerinde pozitif etki sağlamaktadır. İhracat ayrıca üretilen mallara dış talebini arttırarak yeni yatırımlara olanak sağlamakta, uzmanlaşma ve karşılaştırmalı üstünlük avantajı sağlamaktadır (İskipçi, 2014: 5).

Türkiye 1980 yılından itibaren, küreselleşme süreci ile birlikte ithal ikameci sanayi modelinden, ihracata dayalı sanayileşme modeline geçilmesiyle, ihracat performansına dayalı doğrudan teşvik politikaları izlenmiş ve ihracat arttırılmaya çalışılmıştır (Bedük, 2005, Erdoğan, 2016: 2). Gümrük birliği anlaşması da dış ticareti rekabet açısından etkileyen önemli bir faktör olmuştur (Türkcan, Pişkin, 2012: 3).

Dış ticaretin belirleyicileri, ihracat arz ve talebini etkileyen, birincil ve ikincil faktörlerden oluşmaktadır. Birincil faktörler, ihracat ve ithalat piyasalarındaki gelir düzeyleri, göreli fiyatlar ve döviz kurlarındaki oynaklıklardan kaynaklanmaktadır çünkü, döviz kurlarındaki meydana gelen dalgalanmalar, ülkelerin ticaret hacimlerinde bir daralmaya yol açmaktadır (Gül ve Ekinci, 2006). İkincil faktörler ise ticaret reformları (dış ticaretin serbestleştirilmesi), para ve mali politika araçları, firma düzeyi faktörler (araştırma ve geliştirme (AR-GE), ölçek ekonomisi, doğal kaynak yoğunluğu, rekabet yeteneği) ve dünya ekonomisindeki eğilimlerden meydana gelmektedir (Yücel, 2006: 49-54).

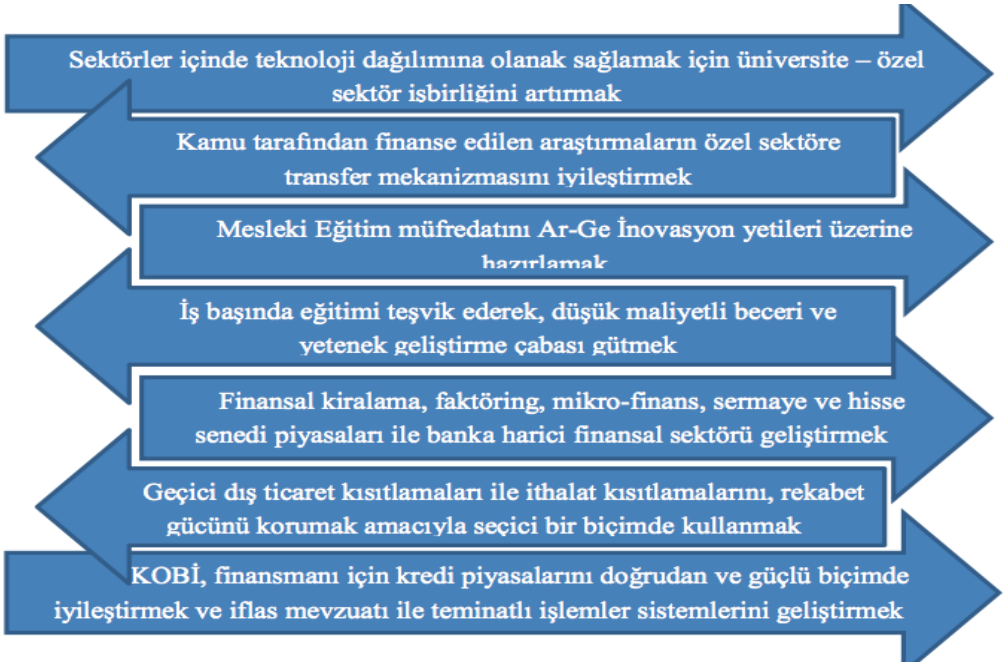
İhracat artışı birkaç şekilde ortaya çıkabilmektedir. İhracat pazarlama yoluyla daha yüksek miktarlarda mal ticareti şeklinde olabileceği gibi yeni ticaret ağları kurdukları ülkelere yeni ürünler ihraç ederek artırabilmektedir. Armington (1969)' da ihracatın büyümesinin kaynağı olarak yoğun ticaretin önemi olduğunu vurgulamaktadır. (Türkcan, Pişkin, 2012: 1).

Literatürde dış ticaret ve ekonomik büyümeye ilişkisi ile ilgili çok sayıda teori mevcuttur. Bunlardan bazıları klasikler tarafından geliştirilen, mutlak üstünlük ve karşılaştırmalı üstünlük teorileri, faktör donatım teorisi, nitelikli işgücü teorisi, teknoloji açığı teorisi, ürün dönemleri teorisi, tercihlerde benzerlik teorisi, ölçek ekonomileri teorisi ve monopolcü rekabet teorisidir (Çoban vd., 2016: 41). Ekonomik büyümenin ihracat artışına bağlı olduğu, ihracat artışının, üretimin artışını pozitif olarak etkilediği ekonomi literatüründe, ihracata dayalı büyüme hipotezi (İDBH) olarak tanımlanmaktadır. (Şimşek, 2003: 1, Yavuz, 2012: 1). ihracata dayalı büyüme stratejisi yoluyla, ülkelerin serbest ticaret koşulları altında karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu alanlarda üretimlerini sürdürmeleri gerektiğini vurgulamaktadırlar(Kazgan, 1988:

32– 38, Bilgin ve Şahbaz, 2009: 3, Yavuz, 2012: 1).

İhracat Performansının Arttırılmasında Uluslararası Pazarlama ve İnovasyonun Rolü

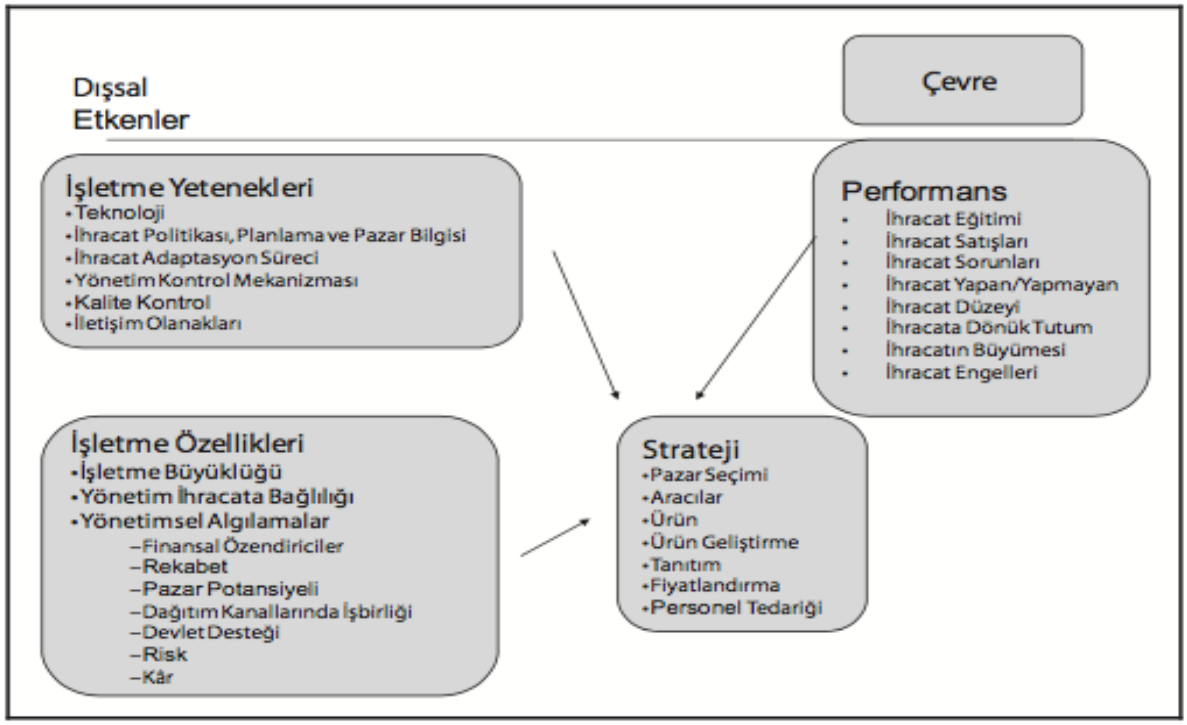
Şekil 1. İhracatı Geliştirmeye Yönelik Politika Önerileri



Emre Yılmaz, "Türkiye'nin İhracat Problemleri ve Konya'nın İhracatta Çıkış Stratejisi" Erişim Tarihi: 24.03.2018, (http://www.kto.org.tr/d/file/turkiyenin-ihracat-problemleri-guncel.20150119133006.pdf).

"*İhracatın artırılmasının yanı sıra ihracat ürünlerinin deseni, ürün sepetinin çeşitliliği, ürünlerin katma değerinin yüksek olması ve çok sayıda pazara ihracatın gerçekleştirilmesi de çok önem arz etmektedir. Ürün ve pazar çeşitlendirilmesi hem ihracatın artmasını sağlarken hem de ihracatın dış ülkelerdeki olası gelişmelerden etkilenmesini ve kırılganlığını da azaltmaktadır*" (Aydıner, 2017: 182).

Şekil 2. Aaby ve Slater İhracat Performansı Modeli



Kaynak: : Aaby ve Slater, 1989, Kahveci (2010): 51.

İhracat Performans Ölçütleri

İhracat performansında ölçümünde kullanılan finansal göstergelerden bazıları karlılık, satış hacmi ve ihracat büyümesidir. Bilkey (1978); "*İhracatın geliştirilmesinin benzer piyasalarda basit ihracat tecrübesi kazanılması ile başlayan ve diğer yabancı pazarlara yayılan ve sonunda yurtdışında bir üretim fabrikası kurulması ile sonuçlanan bir öğrenme sürecine bağlı olduğunu, ihracat motivasyonunun uzun dönem büyüme gelişme ile olması gerektiğini kısa dönem kârlılık amacı ile olmaması gerektiğini, yönetimin kalitesinin de ihracatın başarısının en temel ve en büyük belirleyicisi olduğunu ifade etmektedir*" (Kahveci, 2010: 55).

Tablo 1: İhracat Performansının Belirleyicileri

İÇSEL	DIŞSAL
İhracat Pazarlaması Stratejileri • İhracat Planlaması • İhracat Organizasyonu • Pazar Araştırmaları • Ürün Adaptasyonu • Ürünün Gücü • Fiyat Adaptasyonu • Fiyat Rekabeti • Fiyat Belirleme • Promosyon Adaptasyonu • Promosyon Yoğunluğu • Dağıtım Kanalının Adaptasyonu • Dağıtım Kanalı İlişkileri • Dağıtım Kanal tipi **Yönetimin Tutum Davranış ve Algılamaları** • Yönetimin ihracata ve uluslararası faaliyetlere katılımı ve desteği • Proaktif ihracat motivasyonları • İhracat avantajlarının algılanması • İhracat engellerinin algılanması	**Finansal Ölçümler** -Satışla ilgili ölçümler -Kâr ile ilgili ölçümler -Büyüme ölçümleri **Finansal Olmayan Ölçümler** -Başarının algılanması -Tatmin -Amaçlara ulaşılması/başarılması **Karma Ölçümler**
Yönetimin Özellikleri • Yönetimin/yöneticilerin uluslararası deneyimi • Yönetimin/yöneticilerin eğitimi/deneyimi **Firma özellikleri ve yetenekleri** • Firma büyüklüğü, özellikleri • Firmanın uluslararası yetenekleri • Firmanın yaşı • Firmanın teknolojisi • Firmanın kaynak/kabiliyetleri	**Endüstri Özellikleri** • Endüstrinin teknolojik yoğunluğu • Endüstrinin istikrarlılık seviyesi **Yurtdışı pazarların özellikleri** • İhracat pazarlarının çekiciliği • İhracat pazarlarındaki rekabet • İhracat pazarlarındaki bariyerler **Yurt içi Pazarın özellikleri**

Kaynak: Yücel, Kara, 2014: 153, Zou Shaoming, Simona Stan, "The Determinants of Export Performance: A Review of The Empirical Literature Between 1987 And 1997", Internatıonal Marketing Review, Vol.15, No.5, 1998, s:343.

"*Firmaların ihracat başarısını etkileyen tanımlayıcı faktörler birçok çalışmada ele alınmakla beraber özellikle ihracat performansını etkileyen değişkenler 5 temel grupta incelenmiştir (Leonidou vd., 2002). Bunlar; yönetsel faktörler (karar vericilerin kişisel özellikleri, deneyimleri, davranışları, tutumları), örgütsel faktörler (ihracat yapan firmanın kaynakları, amaçları, özellikleri, faaliyetleri), çevresel faktörler (firmanın faaliyetlerini yürüttüğü uluslararası ve yönetici pazar çevresi), hedef pazar seçimi ile ilgili değişkenler (uluslararası pazarların tanımlanması, bölümlendirilmesi ve seçimi),*

pazarlama karması değişkenleri (firmanın ürün, fiyat, dağıtım ve tutundurma stratejileri) olarak ifade edilmektedir" (Yücel, Kara, 2014: 152).

LİTERATÜR

Kaplan, Tur (2017), "Türkiye'de İhracatın Sektör ve Pazar Çeşitliliği Çerçevesinde Yaşadığı Yapısal Dönüşüm", adlı çalışmasında ihracatın ürün çeşitliliğinin artması ve daha yüksek teknolojinin kullanılmasıyla ihracat payında bir artışın sağlandığını tespit edilmiştir. Türkiye'nin halen emek yoğun ve sermaye yoğun olan, görece düşük teknoloji ve araştırma faaliyeti içeren sektörlerde uzmanlaşmaya devam ettiği sonucuna varılmaktadır.

Kaplan, Eren (2014), "Firmanın İhracat Yetkinliklerinin İhracat Performansına Etkisi", konulu çalışmasında otomotiv yan sanayinde faaliyet gösteren 153 firmadan yapılandırılmış anket ile toplanan verileri analiz etmiştir. Sonuçta, firma çalışanlarının bilgi ve deneyimi, firmanın ihracat deneyimi, ihracat pazar bilgisi, firmanın ihracat bağlılığının pazarlama planlama yetenekleri ve ihracat performansı ile pozitif olarak ilişkili olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bunun yanı sıra, pazarlama planlama yeteneğinin de ihracat performansı ile pozitif ilişkili olduğunu tespit etmiştir.

Uzay vd. (2012), "İhracat Performansı Açısından Teknolojik Yeniliğin Önemi: Türkiye İmalat Sanayi Önemi", konusunda 1995–2005 yılları arasında Türkiye imalat sanayi sektörlerinin yapmış oldukları ihracat ile Ar–Ge harcamaları arasındaki ilişki panel veri analizi ile test etmiştir. Analiz sonucu Ar-Ge harcamalarının ihracat üzerindeki etkisinin daha çok gecikmeli olarak ortaya çıktığı sonucuna varılmaktadır.

Tokucu, Yüce (2013), "Türkiye'nin İhracat Performansının 1980 Sonrası Dönemde Gelişimi ve İhracatın Arttırılmasında Uluslararası Pazarlama İnovasyonunun Rolü", adlı çalışmasında ihracatın artırılması için firmaların uluslararası pazarlama faaliyetlerine ve uluslararası pazarlamada inovasyona daha fazla önem verilmesi gerektiği ve Türkiye'nin ihracat gelişiminde uluslararası pazarlamanın önemli olduğu vurgulanmaktadır.

Kahveci (2010), "İhracat Performansı Ölçütleri ve İhracat Performansını Etkileyen Faktörler", çalışmasında, "*ihracat performansının belirleyicilerini incelemek ve tanımlamak için yapılan araştırmalara rağmen; ihracat performansının belirleyicileri hakkında bir görüş birliği bulunmamaktadır*" görüşü ortaya çıkmıştır. Benzer çalşmalarda (Aaby ve Slatter, 1989; Bonaccorsi, 1992; Madsen, 1987; Moini, 1995; Diamantopou- los,1999; Shoham, 1998; Zou ve Stan 1998)'da bu görüş vurgulanmaktadır.

Göcen (2017), "Türkiye'nin 1990-2015 Dönemindeki Ekonomik Performansı Üzerine Değerlendirme", çalışmasında Türkiye'nin ekonomik performansının 2002-2007 döneminde 1990-1998 ve 2010-2015 dönemlerinde göre büyüme oranları ve istikrar açısından daha iyi olduğu, 2001 krizi sonrasında büyümenin finansmanında yabancı kaynak kullanımının arttığı belirlenmiştir. Türkiye'nin 2002 sonrasındaki ekonomik performansındaki trendin diğer ülke gruplarından farklılaşmadığı ve dünya ekonomisindeki gelişmelerin en belirleyici faktör olduğu tespit edilmiştir. Türkiye ekonomisinin konjonktürel dalgalanmalarının İş Çevrimleri Teorisi ile analiz edilmesi sonucunda, ekonominin sermaye yoğunluğu yüksek olan sektörlerin canlanma ve durgunluk dönemlerinden daha fazla etkilendiği ve değişkenliğinin daha yüksek olduğu sonucuna varılmaktadır.

Aulakh, Rotate, Teegen (2000), "Export Strategies and Performance of Firms from Emerging Economies: Evidence from Brazil, Chile, and Mexico", konulu çalışmalarında gelişmekte olan ülkelerden firmaların ihracat stratejilerini ve dış pazarlardaki performanslarını incelemek amacıyla Brezilya, Şili ve Meksika'dan bir firma örneği üzerinde analiz yapmışlardır. Sonuçta maliyet tabanlı stratejilerin gelişmiş ülke pazarlarında ihracat performansını artırdığını ve farklılaşma stratejilerinin diğer gelişmekte olan ülkelerde performansı yükselttiği sonucuna ulaşılmıştır. Pazarlama değişkenlerini gelişmiş ülke pazarlarına uyarlamak da ihracat performansını artırmakta olduğu ve coğrafi çeşitlendirme ve ihracat performansı arasındaki ilişkinin doğrusal olmadığı sonucuna varılmıştır.

Zou, Stan (2018), "The determinants of export performance: a review of the empirical literature between 1987 and 1997", adlı çalışmasında anket ve oy sayımı yaklaşımlarının bir

kombinasyonunu kullanmış, analiz sonucuna göre, 1987 ve 1997 yılları arasında ihracat performansının arttığı görülmektedir.

1.3.1. İhracatı Etkileyen Faktörler

A) İhracat Pazarlama Stratejileri

Ürünlerin ülke içindeki performansları ihracat performanslarını da etkilemektedir. Bunun sebebi de firmaların iç pazara ve ihracata yönelik pazarlama stratejileri arasında benzerlik bulunmasıdır (Stewart ve Mc Auley, 2000: 580, Perçin, 2005: 140). Uluslararası pazarda yeterli satış düzeyine ulaşan firmalar daha ihracata yönelecektir. Firmaların uluslararası piyasalarda daha etkin ve verimli satış yapabilmek için ürünlerini güçlendirme ve uluslararası piyasaya uyarlamaları gereklidir. İhracat sonrası yapılan ürün teslimat, kalite, satış sonrası hizmetler ve müşteri ilişkileri de müşterilerde farklılıklar oluşturmaktadır (Aaby ve Slater, 1989).

Firmaların, müşterilerin talepleri üzerine ürün imal etmeleri ve bunları reklam ve tanıtım faaliyetlerini göstererek ihraç edebilmeyi cazip kılmalıdır. Firmaların dağıtım kanalı ilişkilerini geliştirmeleri (satış gücü eğitimi, teknik destek ve pazarlama desteği) de ihracat başarısını olumlu yönde etkilemektedir (Zou ve Stan, 1998: 348). Uluslararası piyasada firmaların bir rekabet içerisinde olup fiyatlandırmaları rekabetçi bir fiyatlandırma stratejisi benimsemeleri, ihracat performanslarını olumlu yönde etkileyecektir. Bununla birlikte ihracat performansının belirliyecileri ile ilgili olarak üretim teknolojisi, firma büyüklüğü, ihracat tecrübesi, fiyatlar, iç pazar uyumu ve çevresel faktörler gibi birçok değişkenin önemi ile ilgili muhalefet ortaya çıkmaktadır (Katsikeas vd., 1996: 7, 8).

B. Çevresel Faktörler

Firmanın örgüt yapısı ve firmanın kurulduğu çevre uyumu, firma performansının bir belirleyicisidir (Morgan, 1993: 324, Perçin, 2005: 141). iç yasal düzenlemeler, dış politik çevre, dış sosyokültürel çevre ve ekonomik duruma ilişkin olarak tanımlanan faktörler etkili olmakta (Stewart ve Mc Auley, 2000: 580). ve firmalar tarafından uygulanacak olan stratejilerininin belirlenmesinde çevresel faktörler; iç ve dış pazarlarla ilgili, ticaret engelleri, vergisel düzenlemeler, kültürel farklılıklar, rekabet koşulları, ekonomik durum ve talep potansiyeli gibi faktörler, ihracatın gelişimi ve başarısını önemli düzeyde etkilemektedir (Perçin, 2005: 141).

C. Firma Özellikleri

İhracat yapacak firmanın büyüklüğüne bağlı olarak ihracat potansiyeli de artmaktadır (Çavuşgil ve Naor, 1987, Perçin, 2005: 141). İhracat yapacak firmanın büyüklüğünü çalışan sayısı ya da toplam gelir ve vs özelliklerden ölçülmektedir. Uluslararası piyasada firma büyüklüğü yeni ihracat piyasalarına girme kararlarını önemli düzeyde etkilemektedir (Perçin, 2005: 141). İhracat piyasasına hâkim olmak için firma büyüklüğüne gerek olmadığı veya büyüklüğün ihracat performansı üzerinde etkili bir faktör olamayacağı da ifade edilmektedir. Firmanın ihracat yaşının ve çalışan sayısının, ihracat satışları ve karlılığı üzerinde olumsuz etkide bulunduğu görülmektedir (Kaynak ve Kuan, 1993, Perçin, 2005: 141).

1.3.2. İhracat Performans Ölçütleri

İhracat performansının ölçülmesinde kullanılan yöntemler lüteratürde subjektif (yöneticilerin ihracat performanslarını ifade eden finansal olmayan değişkenler) ve objektif (firmaların finansal performans ölçülerini ifade eden ayrıca firmaların kârlılığı ya da satış düzeylerine ilişkin rakamsal değerleri de içermektedir) değişkenler olmak üzere sınıflandırılmaktadır. İhracat yoğunluğu (objektif değerler içerisinde en sık kullanılmaktadır), firmaların (ihracat tutarları/toplam satışları) oranı şeklinde tanımlanmaktadır. Bunların yanısıra, ihracat yapılan ülke sayısı, toplam ihracat satış hacmi, ihracat satış büyümesi ve ihracat kârlılığı da diğer performans değişkenleri olarak ifade edilmektedir (Katsikeas vd., 1996: 8-9, Perçin, 2005: 142).

Tablo-1 Türkiye'nin İhracatının Uzun Dönem Performansı (1993-2017)

Yıllar	İhracat (% Oranı)
1993-1997	8,52
1998-2002	9,24
2003-2007	11,19
2008-2012	12,72
2013-2017	13,04

Kaynak: Dış Ticaret İstatistikleri: www.tuik.gov.tr

* Bu tablo ISIC, REV.3 rakamları dikkate alınarak ihracat değerlerinin uzun dönem büyüme oranına göre artış değerleri 5' er yıllık dönemler itibariyle hesaplanmıştır.

Tablo 1'de 1993-2017 yılları itibariyle Türkiye' nin ihracat rakamları uzun dönem büyüme oranları dikkate alınarak 5' er yıllık dönemler itibariyle incelendiğinde sürekli artış görülmüştür. Bu dönemler incelendiğinde ihracat performansı 1993-97 yılları arasında %8,52 oranında artarken, 1998-02 yılları arasında %9,24, 2003-07 yılları arasında %11,19, 2008-12

yılları arasında %12,72, ve 2013-17 yıları arasında ise %13,04 oranında sürekli artış sağlandığı görülmektedir.

Tablo-2 Türkiye'nin İhracatının Sektörel Olarak Uzun Dönem Performansı (1998-2017)

Yıllar	Tarım Ürünleri	Sanayi Ürünleri	Hizmetler
1998-02	16,4	9,0	5,7
2003-07	15,9	11,1	5,0
2008-12	17,5	12,5	6,2
2013-17	18,8	13,1	6,8

Kaynak: Dış Ticaret İstatistikleri: www.tuik.gov.tr

* Bu tablo ISIC, REV.3 rakamları dikkate alınarak ihracat değerlerinin uzun dönem büyüme oranına göre artış değerleri 5' er yıllık dönemler itibariyle hesaplanmıştır.

Tablo 2'de 1998-2017 yılları itibariyle Türkiye'nin ihracatının sektörel dağılımı uzun dönem büyüme oranları ile incelendiğinde tarım ürünleri ihracatı 1998-02 yılları arasında %16,4 oranında artış sağlanırken , 2003-07 yılları arasında ise %15,9 oranı ile azalma görülmüş 2008-12 döneminde %17,5 ve 2013-17 yılları arasında ise %18,8 oranında artış göstermiştir. Sanayi ürünleri ihracatı ise 1998-02 yılları arasında %9,0 iken 2003-07 arasında %11,1, 2008-12 yılları arasında %12,5, 2013-2017 yılları arasında ise %13,1 pay ile sürekli artış görülmüştür. Hizmet ihracatı ise 1998-2002 yılları arasında %5,7 iken, 2003-2007 yılları arasında %5,0 düzeyine düşmüş, 2008-2012 yılları arasında 6,2, 2013-17 yılları arasında ise %6,8 oranla artmıştır.

Tablo-3 Türkiye'nin İhracatının Belli Başlı Ülkelere Göre Uzun Dönem Performansı (1998-2017)

Ülkeler	Yıllar	Uzun Dönem Büyüme Oranları (%)
Almanya	1998-02	6,3
	2003-07	7,1
	2008-12	7,6
	2013-17	7,9
İngiltere	1998-02	6,0
	2003-07	6,4

	2008-12	6,8
	2013-17	7,3
BAE	1998-02	3,2
	2003-07	5,6
	2008-12	6,1
	2013-17	7,2
Irak	1998-02	4,3
	2003-07	6,0
	2008-12	6,4
	2013-17	7,2
ABD	1998-02	6,2
	2003-07	6,1
	2008-12	5,5
	2013-17	6,5
İtalya	1998-02	4,4
	2003-07	6,2
	2008-12	6,8
	2013-17	6,8
Fransa	1998-02	5,1
	2003-07	5,8
	2008-12	6,6
	2013-17	6,6
İspanya	1998-02	4,5
	2003-07	5,0
	2008-12	5,8
	2013-17	6,2
Hollanda	1998-02	5,0
	2003-07	5,1
	2008-12	5,4
	2013-17	5,7
İsrail	1998-02	4,0
	2003-07	4,6
	2008-12	5,0
	2013-17	5,5
Belçika	1998-02	3,9
	2003-07	4,4
	2008-12	5,1

	2013-17	5,3
Rusya	1998-02	4,6
	2003-07	5,2
	2008-12	6,3
	2013-17	6,1

Kaynak: Dış Ticaret İstatistikleri: Ülkelere Göre İhracat: www.tuik.gov.tr

Türkiye'nin 1998-2017 yılları arasında ihracat yaptığı belli başlı ülkelerin incelendiği uzun dönem performans düzeyleri tablo-3'te görülmektedir. Türkiye'nin Almanya, İngiltere, BAE Irak, ABD, İtalya, Fransa, İspanya, Hollanda, İsrail, ABD, Belçika, Rusya ile ihracatlarının uzun dönem büyüme oranları 1998-2017 dönemleri arasında sürekli artış göstermiştir.

Tablo-4 Türkiye'nin İhracatının Belli Başlı Ülke Gruplarına Göre Uzun Dönem Performansı (1998-2017)

Ülkeler Grubu	Yıllar	Uzun Dönem Büyüme Oranları (%)
OECD Ülkeleri	1998-02	8,5
	2003-07	10,1
	2008-12	11,0
	2013-17	11,4
AB Ülkeleri	1998-02	8,1
	2003-07	9,9
	2008-12	10,8
	2013-17	11,1
EFTA Ülkeleri	1998-02	3,5
	2003-07	4,0
	2008-12	5,5
	2013-17	5,8
KEİT Ülkeleri	1998-02	5,4
	2003-07	7,0
	2008-12	8,2
	2013-17	8,3
ECO Ülkeleri	1998-02	4,2
	2003-07	5,2

	2008-12	6,8
	2013-17	7,4
İKT Ülkeleri	1998-02	5,9
	2003-07	7,5
	2008-12	9,5
	2013-17	10,3
Afrika Ülkeleri	1998-02	4,8
	2003-07	5,7
	2008-12	7,3
	2013-17	7,8
Bağımsız Devletler Topluluğu	1998-02	4,9
	2003-07	6,1
	2008-12	7,5
	2013-17	7,7

Kaynak: Dış Ticaret İstatistikleri: Ülkelere Göre İhracat: www.tuik.gov.tr

Türkiye'nin 1998-2017 yılları arasında ihracat yaptığı belli başlı ülke gruplarının incelendiği uzun dönem büyüme oranları tablo 4'te görülmektedir. Türkiye'nin OECD, AB, KEİT, ECO, İKT, Afrika, ve Bağımsız Devletler Topluluğu ülkeleri ile ihracatın uzun dönem büyüme oranları sürekli artmıştır.

SONUÇ

Ülkelerin ihracat pazarlarının çeşitlilik kazanması ile ülkelerin ihracat performanslarını da arttırmak mümkündür. Dünya piyasalarında yaşanan ekonomik gelişmelere bağlı olarak ülkelerin ihracat performansları da doğrudan veya dolaylı olarak etkilenmektedir. Çalışmada 1998-2017 yılları arasında Türkiye'nin ihracat performansının arttırılmasında ihracat pazarları ve çeşitliliği değerlendirilerek yeni pazarların rolü irdelenmektedir. Sonuçta Türkiye'nin 1993-2017 yılları arasında ihracat performansı %8.52'den 13.04'e düzenli bir artış gerçekleştirdiği, ihracat sektörel olarak incelendiğinde ise uzun dönem büyüme oranı, tarım sektöründe %16.4'ten %18.8' e, sanayi sektöründe %9.0'dan %13.1'e ve hizmetler sektöründe ise %5.7'den %6.8'e yükseldiği görülmektedir. Türkiye'nin belli başlı ülkelerle (Almanya, İngiltere, BAE, Irak, ABD, İtalya, Fransa, İspanya, Hollanda, İsrail, Belçika ve Rusya) ihracatının uzun dönem büyüme performansı incelendiğinde artış sağlanmıştır. Öte yandan Türkiye'nin ihracatının belli başlı ülke gruplarına göre (OECD, AB, EFTA, KEİT, ECO, İKT,

Afrika ve Bağımsız Devletler Topluluğu Ülkeleri) uzun dönem büyüme performansı tüm gruplar açısından artış göstermiş, bu oran yeni ihracat grupları açısından daha yüksek düzeyde gerçekleşmiştir.

KAYNAKÇA

Aulakh P. S. , Kotabe M. , Teegen H. 2000. Export strategies and performance of firms from emerging economies: Evidence from Brazil, Chile, Mexico. *Academy of Management Journal* 43: 342-361.

AABY, N.E. and SLATER, S.F., (1989), "Management influences on export performance: A review of the empirical literature 1978-88", International Marketing Review, C.6 S.4, s.7-26.

Armington, P. S., (1969), "A Theory of Demand for Products Distinguished by Place of Production," IMF Staff Papers, 16 (1), s. 159-178.

Aydıner M. (2017), "Bölgelerin Birbirlerinin İhracat Deseni Çeşitliliğine Etkisi: Düzey2 Bölgeleri Üzerine Bir Mekânsal Panel Veri Analizi", İGÜ Sos. Bil. Derg., 4 (1), 2017, ss. 181-196.

Bedük, A. (2005). "Türkiye'de İhracatın Geliştirilmesinde Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Önemi", *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, Cilt:6, No: 23, s.170.

Bilgin, C. ve Şahbaz, A. (2009) "Türkiye'de Büyüme ve İhracat Arasındaki Nedensellik İlişkileri" *Gaziantep Üniversitesi Sos- yal Bilimler Dergisi*, 8(1): 177-198.

BILKEY, W. J., (1978), "An Attempted Integration Of The Literature On The Export Behavior Of Firms", Journal of International Business Studies, 9(1), s. 33–46.

Çavuşgil, S.T., J. Naor (1987) "Firm And Management Characteristics As Discriminators For Export Behavior", Journal of Business Research, 15(3), 221-235.

Çoban A. vd. (2016), "BÖLGESEL REKABETTE DIŞ TİCARETİN ÖNEMİ: KONYA ÖRNEĞİ", *Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, Ekim 2016, Yıl: 16, Sayı: 32.

Erdoğan A. (2016), "Türkiye'nin İhracatını Etkileyen Faktörler: Çoklu Regresyon Analizi", *Social Sciences Research Journal,* Volume 5, Issue 2, 1-8 (June 2016).

Göcen S. (2017), "Türkiye'nin 1990-2015 Dönemindeki Ekonomik Performansı Üzerine Değerlendirme", *Marmara İktisat Dergisi*, Cilt: 1, Sayı: 1, ss. 61-76.

Gül, E. ve Ekinci, A. (2006). "Türkiye'de Reel Döviz Kuru ile İhracat ve İthalat Arasındaki Nedensellik İlişkisi: 1990-2006", *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı:16, s.195.

İskipçi T. (2014), "Dış Ticareti Etkileyen Faktörler ve Türkiye", Erişim Tarihi: 10.03.2018, (https://www.academia.edu/26638047/DIŞ_TİCARETİ_ETKİLEYEN_FAKTÖRLER_VE_TÜRKİYE.docx).

Kahveci E. (2010), "İhracat Performansı Ölçütleri ve İhracat Performansını Etkileyen Faktörler", Erişim Tarihi: 04.01.2018, (http://www.acarindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423938492.pdf).

Kahveci E. (2013), "İhracat Performansı Ölçütleri ve İhracat Performansını Etkilkeyen Faktörler", *Verimlilik Dergisi*, 2013/1, ss. 43-74.

Kaplan M., S. S. Eren (2014), "Firmanın İhracat Yetkinliklerinin İhracat Performansına Etkisi", *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,* Cilt:29, Sayı:2, Yıl:2014, ss. 1-31.

Kaplan H., F. Tur (2017), "Türkiye'de İhracatın Sektör ve Pazar Çeşitliliği Çerçevesinde Yaşadığı Yapısal Dönüşüm", *Ege Akademik Bakış*, Cilt: 17, Sayı: 1, ss. 59-74.

Katsikeas C.,S., Piercy N., Loannidis C., (1996). "Determinants of Export Performance in a European Context", European Journal of Marketing, 30, (6), 6-35.

Kaynak, E., W.K. Kuan, (1993) "Environment, Strategy, Structure And Performance in The Context of Export Activity: An Empirical Study of Taiwanese Manufacturing Firms", *Journal of Business Research*, 49, 27-33.

Kazgan, G. (1988), Ekonomide Dışa Açık Büyüme, Altın Kitaplar, İstanbul, s. 20.

Perçin S. (2005), "İhracat Performansını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi ve Firmaların İhracat Performans Ölçülerine Göre Sınıflandırılmasındaki Rolü: İSO 1000 Sanayi Firmaları Uygulaması", *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* (9) 2005 / 1 : 139-155.

Türkcan K., E. Pişkin (2012), "Türkiye İhracatının Büyüme Dinamiği: Yoğun ve Yaygın Ticaretin Rolü", Erişim Tarihi: 08.02.2018 (http://teacongress.org/papers2012/TURKCAN-PISKIN.pdf).

Stewart, D.B., ve McAuley, A. (2000), "Congruence of domestic and export marketing strategies: An empirical investigation of its performance implications", *International Marketing Review*, 17(6), ss.563-585.

Şimsek, M. (2003), "İhracata Dayalı-Büyüme Hipotezinin Türkiye Ekonomsisi Verileri İle Analizi", 1960–2002, *D.E.Ü.İ.İ.B.F.Dergisi*, Cilt:18 Sayı:2, Yıl:2003, ss:43- 63.

Tokucu E., A. Yüce (2013), "Türkiye'nin İhracat Performansının 1980 Sonrası Dönemde Gelişimi ve İhracatın Artırılmasında Uluslararası Pazarlama İnovasyonunun Rolü", *Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi E-Dergi*, Haziran 2013 Cilt 2 Sayı 1 (47-75).

Uzay N. vd. (2012), "İhracat Performansı Açısından Teknolojik Yeniliğin Önemi: Türkiye İmalat Sanayi Örneği", *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 13 (1) 2012, 147-160.

Yavuz, M., (2012) "Türkiye'de İhracatın Ekonomik Büyüme Üzerine Etkisi: Bir Zaman Serisi Analizi", Erişim Tarihi: 12. 02. 2018 (http://teacongress.org/papers2012/YAVUZ.pdf).

Yılmaz E., "Türkiye'nin İhracat Problemleri ve Konya'nın İhracatta Çıkış Stratejisi" Erişim Tarihi: 24.03.2018, (http://www.kto.org.tr/d/file/turkiyenin-ihracat-problemleri-guncel.20150119133006.pdf).

Yücel A. (2006), "Dış Ticaretin Belirleyicileri Üzerine Bir Yaklaşım", *Sosyoekonomi*, Temmuz - Aralık 2006-2, ss. 47-68.

Yücel A., C. Kara (2014), "İHRACAT PAZARLAMASI STRATEJİLERİNİN FİRMA PERFORMANSI ÜZERİNE ETKİLERİ: ELAZIĞ'DAKİ İHRACAT FİRMALARI ÜZERİNE BİR UYGULAMA", *Fırat Üniversitesi Harput AraşTırmaları Dergisi*, Cilt: I, Sayı:1, Ss. 149-172.

Zou, S., & Stan, S. (1998). The determinants of export performance: a review of the empirical literature between 1987 and 1997. International Marketing Review, 15(5), 333-356.

Dış Ticaret İstatistikleri: Ülkelere Göre İhracat: www.tuik.gov.tr

Teknolojik Gelişme, Eğitim ve Sağlık İlişkisi: OECD Ülkeleri Örneği[139]

M. Akif Arvas[140], Zafer Kanberoğlu[141], Mustafa Torusdağ[142]

Full Text

1. Giriş

Günümüz ekonomilerinin rekabet gücünü belirleyen temel etmenler bilgi ve teknolojidir. Bilgi ve teknolojiye dayalı rekabet gücüne sahip ekonomilerde yaşayanların refah düzeyinde artış görülmektedir. UNIDO verilerine göre bugün gelişmiş ülkelerde imalat sanayi katma değerinde orta ve ileri teknoloji ürünlerin payı %65'ler düzeyinde, gelişmekte olan ülkelerde bu oran % 45'ler düzeyindedir. Bu oran hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerde yüksek katma değerli ürün üretmenin çok önemli olduğunu orta koymaktadır.

Bu çalışmada teknolojik gelişmenin, eğitim ve sağlık hizmetleri kalitesi üzerindeki etkisi OECD ülkeleri örneğinde analiz edilmektedir. Çalışmanın bundan sonraki kısmında teknoloji, eğitim, sağlık ilişkisine ait teorik çerçeve ve literatür açıklamasıyla devam edilmektedir. Çalışmanın üçüncü kısmında ekonometrik analiz ve bulgular açıklandıktan sonra sonuç kısmı ile çalışma tamamlanmaktadır.

2. Teorik Çerçeve ve Literatür

İçsel büyüme modelleri Romer, Lucas, Mankiw gibi iktisatçılar öncülüğünde ortaya atılmıştır. Romer (1986) Ar-Ge'ye dayalı içsel büyüme modeli ortaya koymuştur. Romer (1986)'ya göre büyümeyi Ar-Ge faaliyetleri yani teknolojik gelişmeler gerçekleştirir ve bu faaliyetleri ortaya çıkaracak beşeri sermayedir. Lucas (1988) ise işgücünün eğitim yoluyla verimlilik artışının büyümeyi gerçekleştireceğini ifade etmektedir. Mankiw vd. (1992) çalışmasında ise eğitim düzeyi artışının işgücü verimi artırarak artan getiriye dönüşeceğini ve böylelikle üretimde dinamik bir yapının oluşacağını ifade etmektedir.

Bu çalışmanın kuramsal çerçevesi Genişletilmiş Solow Büyüme Modeli (Mankiw-Romer-Weil-1992) üzerine inşa edilmiştir. Genişletilmiş Solow Modeli için üretim fonksiyonu şu şekilde tanımlanmıştır:

$$Y_t = K_t^{\alpha} H_t^{\beta} \left(A_t L_t\right)^{1-\alpha-\beta} \quad (1)$$

(1) nolu eşitlikte ***H*** değişkeni Solow modelinden farklı olarak beşeri sermaye stokunu temsil etmektedir. Ayrıca Solow modelinde çıktının sadece ***s*** kadarlık bir kısmı yatırımlar için kullanılırken genişletilmiş Solow modelinde yatırımlar fiziki ve beşeri sermaye olmak üzere iki kısımdan oluşmaktadır. s_k fiziki sermayeye yapılan yatırımları ve s_h beşeri sermayeye yapılan yatırımlarını göstermektedir. Üretim fonksiyonund gerekli son düzenlemeler yapıldığında kişi başı çıktı aşağıdaki şekilde olacaktır:

$$\ln\left(\frac{Y_t}{L_t}\right) = \ln\left(A_0\right) + gt - \frac{\alpha+\beta}{1-\alpha-\beta}\ln(n+g+\delta) + \frac{\alpha}{1-\alpha-\beta}\ln(s_k) + \frac{\alpha}{1-\alpha-\beta}\ln(s_h) \quad (6)$$

Downing (2001) teknoloji, eğitim ve sağlık arasındaki ilişkiyi teorik olarak incelemiştir. Söz konusu çalışmada teknolojik yeniliklerin sağlık alanında pozitif katkılar sunduğunu ve bu süreçte bu yenilikle bağlantılı eğitim kurumlarında önemli katkılar sağlayacağını

[139] Bu araştırma, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi tarafından ***SAP-2018-7064*** nolu proje kapsamında gerçekleştirilmiştir.
[140] Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü, İktisat Teorisi ABD, aarvas@yyu.edu.tr
[141] Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü, İktisat Politikası ABD, zkzafer@hotmail.com
[142] Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü, İktisat Politikası ABD, mtorusdag@gmail.com

belirtmektedir. Yakışık ve Çetin (2014) eğitim, sağlık, teknoloji düzeyinin ekonomik büyüme üzerindeki etkisini Türkiye örneğinde incelemiştir. 1980-2012 döneminin ele alındığı çalışmada ARDL Sınır testi yöntemini kullanmış ve eğitim, sağlık ve teknolojinin büyüme üzerinde pozitif etkisi olduğunu tespit etmiştir. Bozkurt (2015) Bilgi-iletişim, sağlık eğitim ve büyüme ilişkisini Türkiye örneğinde incelemiştir. Zaman serisi analizinin yapıldığı çalışmada 1998-2014 dönemi ele alınmıştır. Çalışma bulgularına göre bilgi-iletişim, eğitim ve sağlık sektöründeki gelişmelerin GSYH'yı pozitif etkilediğini tespit etmiştir. Li ve Huang (2009) sağlık, eğitim ve ekonomik büyüme ilişkisini Çin örneğinde incelemiştir. 1978-2005 döneminin ele alındığı çalışmada Genişletilmiş Solow Model'inin geçerliliği Panel Veri yöntemi ile analiz edilmiştir. Çalışma bulgularına göre sağlık ve eğitim büyüme üzerinde pozitif etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir.

3. Veri Seti, Model, Ekonometrik Yöntem ve Tahmin Sonuçları

3.1. Veri Seti ve Ekonometrik Model

Yapılan panel veri analizi Türkiye dâhil seçilmiş olan 28 OECD (Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü) ülkesini kapsamaktadır. Ülke seçiminde 1988-2015 zaman periyodunda verilerine ulaşılabilen ülkelere öncelik verilmiş ve uygulama zorunlu olarak 28 OECD ülkesi ile sınırlandırılmıştır[143]. Çalışmada kullanılan eğitim göstergesi olarak "**kişi başına düşen kamu eğitim harcamaları (*goverment expenditure per student*)**" kullanılmıştır. Kişi başına düşen kamu eğitim harcamaları verisi Dünya Bankası veri tabanından elde edilmiştir. Literatürde kişilerin sağlık ile ilgili tutum ve davranışlarının ve devletlerin sağlığa yönelik uyguladıkları politikaların kişilerin yaşam beklenti sürelerini (ortalama yaşam sürelerini) artıracağı varsayılmakta ve bu bağlamda sağlık ile ilgili yapılan birçok çalışmada en önemli sağlık göstergesi olarak "**doğuşta yaşam beklenti süresi *(life expectancy at birth*)**" kullanılmaktadır. Bunun yanı sıra literatürde sağlık harcamalarının GSYİH içerisindeki payı, kişi başına sağlık harcamaları, nüfus artış hızı, doğum oranı, ölüm oranı, bebek ölüm hızı, toplam doğurganlık oranı gibi değişkenler de kullanılmaktadır. Bu çalışmada da literatüre paralel olarak sağlıklı bireylerin daha uzun yaşayacakları varsayılmış ve bu bağlamda sağlık göstergesi olarak doğuşta yaşam beklenti süresi kullanılmıştır. Sağlığı gösteren bu veri de Dünya Bankası veri tabanından elde edilmiştir. Teknolojik gelişme göstergesi olarak imalat sanayinde "**ihracat edilen ileri teknoloji içeren ürünlerin imalat sanayinin ihracatına oranı (*high-technology exports, % of manufactured exports*)"** baz alınmıştır (Dünya Bankası veri tabanından). Bu tür ürünlerin ekonomiye katma değeri daha yüksek olduğu için teknolojik ilerlemenin, eğitim-sağlık değişken ikilisi ile doğrudan ilişkili olacağı düşünülmektedir. Öncelikle verilerin analize uygun hale gelmesini sağlamak amacıyla logaritmaları alınmıştır. Tahmin işlemlerinde üç farklı model oluşturulmuştur:

$$\text{Model 1: } \ln Tekno_{it} = \alpha_{it} + \beta_1 \ln Sağlık_{it} + \beta_2 \ln Eğitim_{it} + u_{it} \quad (7)$$

$$\text{Model 2: } \ln Sağlık_{it} = \alpha_{it} + \beta_1 \ln Tekno_{it} + \beta_2 \ln Eğitim_{it} + u_{it} \quad (8)$$

$$\text{Model 3: } \ln Eğitim_{it} = \alpha_{it} + \beta_1 \ln Tekno_{it} + \beta_2 \ln Sağlık_{it} + u_{it} \quad (9)$$

3.2. Ekonometrik Yöntem

Engle-Granger (1987) eşbütünleşme testi, birim kök içeren (I(1)) değişkenleri kullanılarak gerçekleştirilen sahte bir regresyonun kalıntılarının incelenmesine dayanmaktadır. Eğer değişkenler eşbütünleşikse, kalıntıların birim kök içermemesi gerekmektedir, yani I (0)

[143] A.B.D., Almanya, Avustralya, Avusturya, Belçika, Çek Cumhuriyeti, Danimarka, Finlandiya, Fransa, Hollanda, İngiltere, İrlanda, İspanya, İsrail, İsveç, İsviçre, İtalya, Japonya, Kanada, Macaristan, Meksika, Norveç, Polonya, Portekiz, Slovenya, Şili, Türkiye, Yeni Zelanda.

olmalıdır. Diğer taraftan, değişkenler eşbütünleşik değilse, kalıntılar birim kök içerecektir. Daha sonra Pedroni (1999, 2004) ve Kao (1999), Engle-Granger yöntemini panel verileri içeren testlere genişletmiştir.

Çalışmamızda, sözkonusu bu birim kök testleri uygulanmıştır. Teknoloji (lnTekno), Eğitim harcamaları (lnEGİTİM) ve sağlık (lnSAGLIK) değişkenlerin logaritmaları alınmış ve birim kök testi, değişkenlerin logaritmik değerleri kullanılarak yapılmıştır. Hatalar arasındaki otokorelasyon sorununu gideren uygun gecikme uzunluğu ise Schwarz bilgi kriterine göre seçilmiştir.

Tablo 1'den görüldüğü gibi değişkenlerin seviyelerine uygulanan birim kök test sonuçlarında *t*-istatistikleri ve olasılık sonuçları ekonometrik analizde kullanılacak olan serilerden Eğitim ve Teknoloji değişkenlerinin düzeyde (I(0)) durağan olmadığını göstermekte ve seriler birim kök problemi içermektedir. Bu nedenle serilerin birincil farkları araştırılmıştır. Değişkenler için serilerin birincil farklarına bakıldığında elde edilen sonuçta her iki serinin birincil farklarının durağan oldukları (I(1)) görülmüştür. Sağlık değişkeninin ise düzey değerde durağan olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

Tablo 1. Birim Kök Testleri Sonuçları (Düzey ve 1. Farklarda)

Yöntem	Eğitim Harcamaları (lnEDU) (Sabitli)			
	t istatistiği I(0)	***Olasılık I(0)***	***t istatistiği I(1)***	***Olasılık I(1)***
Levin, Lin&Chu	-1.697**	0.044	-5.738***	0.000
Im, Pesaran&Shin	-2.045**	0.020	-12.222***	0.000
ADF-Fisher Ki-Kare	62.131	0.267	245.604***	0.000
PP-Fisher Ki-Kare	143.421	0.000	729.904***	0.000
	Sağlık (LnHealth) (Sabitsiz)			
Levin, Lin&Chu	3.607***	0.000		
ADF-Fisher Ki-Kare	49.849	0.705		
PP-Fisher Ki-Kare	34.055	0.988		
	Ar-Ge Harcamaları (LnTekno) (Sabitsiz)			
Levin, Lin&Chu	-2.007	0.023**	13.751***	0.000
ADF-Fisher Ki-Kare	34.717	0.988	248.882***	0.000
PP-Fisher Ki-Kare	32.627	0.994	414.282***	0.000

***, **, * sırasıyla yüzde 1, 5 ve 10 düzeyinde anlamlılığı göstermektedir. Sabit terimi içeren her bir test için Barlett kernel metodu kullanılmış ve Bandwith genişliği Newey-West yöntemi ile belirlenmiştir. Sabit terim ve trend içermeyen testler için ise Quadratic Spectral kernel metodu seçilmiştir.

Sağlık değişkeni I(0), Eğitim harcamaları ve Teknoloji değişkenleri ise I(1) seviyesinde durağan oldukları için ikinci aşama olan Eşbütünleşme testine geçilmiştir.

3.3. Panel Eşbütünleşme Testi Sonuçları ve Değerlendirilmesi

Birim kökler araştırıldıktan sonra seriler arasında uzun dönemde karşılıklı bir ilişkinin bulunup bulunmadığını araştırmak amacıyla çalışmada, Pedroni Eşbütünleşme analizi ve Kao Eşbütünleşme analizi olmak üzere iki farklı eşbütünleşme analizi yöntemi kullanılmıştır.

Tablo 2: Eşbütünleşme Testleri Sonuçları (Bağımlı Değişken: Ar-Ge)

Model 1: $\ln Tekno_{it} = \alpha_{it} + \beta_1 \ln Sağlık_{it} + \beta_2 \ln Eğitim_{it} + u_{it}$

Pedroni Panel Eşbütünleşme Testi Sonucu (Within-Dimension)

Alternative hypothesis: common AR coefs. (within-dimension)

	Statistic	Prob.	Weighted Statistic	Prob.
Panel v-Statistic	11.62140***	0.0000	11.62140	0.0000
Panel rho-Statistic	-6.927776***	0.0000	-6.927776	0.0000
Panel PP-Statistic	-5.650439***	0.0000	-5.650439	0.0000
Panel ADF-Statistic	-2.995596***	0.0014	-2.995596	0.0014

Alternative hypothesis: individual AR coefs. (between-dimension)

	Statistic	Prob.
Group rho-Statistic	-4.788978***	0.0000
Group PP-Statistic	-5.199325***	0.0000
Group ADF-Statistic	-1.883564**	0.0298

Kao Panel Eşbütünleşme Testi Sonucu

	t-Statistic	Prob.
ADF	-9.620080***	0.0000
Residual variance	1.717540	
HAC variance	1.771395	

***, **, * sırasıyla yüzde 1, 5 ve 10 düzeyinde anlamlılığı göstermektedir. Pedroni ve Kao eşbütünleşme testinde Barlett kernel metodu kullanılmış ve Bandwith genişliği Newey-West yöntemi ile belirlenmiştir.

Teknolojinin bağımlı değişken olduğu, Eğitim harcamaları ve sağlık (doğuşta yaşam beklenti düzeyi) değişkenlerinin ise bağımsız değişkenler olduğu modelde değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişkinin araştırıldığı Model-1'e ilişkin Pedroni eşbütünleşme testine göre H_0 hipotezi (seriler arasında eşbütünleşme yoktur) reddedilmiştir. Test sonuçlarından panel istatistiklerinin hepsi %1 seviyesinde istatistiksel olarak anlamlıdır. Bu bağlamda uzun dönemde OECD ülkelerinde her üç değişken arasında birlikte hareket söz konusudur ve yapılan analizler, değişkenler arasında uzun dönemli ilişki olduğunu göstermektedir.

Tablo 3: Eşbütünleşme Testleri Sonuçları (Bağımlı Değişken: Sağlık)

Model 2: $\ln Sağlık_{it} = \alpha_{it} + \beta_1 \ln Tekno_{it} + \beta_2 \ln Eğitim_{it} + u_{it}$

Pedroni Panel Eşbütünleşme Testi Sonucu (Within-Dimension)

Alternative hypothesis: common AR coefs. (within-dimension)

	Statistic	Prob.	Weighted Statistic	Prob.
Panel v-Statistic	-5.389382	1.0000	-5.389382	1.0000
Panel rho-Statistic	1.640177	0.9495	1.640177	0.9495
Panel PP-Statistic	3.099083	0.9990	3.099083	0.9990
Panel ADF-Statistic	8.577308	1.0000	8.577308	1.0000

Alternative hypothesis: individual AR coefs. (between-dimension)

	Statistic	Prob.
Group rho-Statistic	4.273868	1.0000
Group PP-Statistic	5.728371	1.0000
Group ADF-Statistic	12.57039	1.0000

Kao Panel Eşbütünleşme Testi Sonucu

	t-Statistic	Prob.
ADF	1.675199	0.0469
Residual variance	0.046908	
HAC variance	0.072799	

***, **, * sırasıyla yüzde 1, 5 ve 10 düzeyinde anlamlılığı göstermektedir. Pedroni ve Kao eşbütünleşme testinde Barlett kernel metodu kullanılmış ve Bandwith genişliği Newey-West yöntemi ile belirlenmiştir.

Sağlık değişkeninin bağımlı değişken olduğu ikinci modelde, Pedroni eşbütünleşme testine göre H_0 hipotezi (seriler arasında eşbütünleşme yoktur) reddedilememiştir. Test sonuçlarından panel istatistiklerinin hiçbiri istatistiksel anlamlılığa sahip değildir. Diğer taraftan Grup istatistiklerinden hiçbiride istatistiki olarak anlamlı bulunamamıştır. Genel olarak değerlendirildiğinde Pedroni Eşbütünleşme testindeki hem panel hem de grup istatistiklerini oluşturan yedi testin tamamının sonuçlarının seriler arasında sağlık değişkeni bağımlı değişken olduğu durumda eşbütünleşme ilişkisinin oluşmadığını gösterdiği belirtilebilir.

Tablo 4: Eşbütünleşme Testleri Sonuçları (Bağımlı Değişken: Eğitim)

Model 3: $\ln Eğitim_{it} = \alpha_{it} + \beta_1 \ln Tekno_{it} + \beta_2 \ln Sağlık_{it} + u_{it}$

Pedroni Panel Eşbütünleşme Testi Sonucu (Within-Dimension)

Alternative hypothesis: common AR coefs. (within-dimension)

	Statistic	Prob.	Weighted Statistic	Prob.
Panel v-Statistic	7.124213	0.0000	7.124213	0.0000
Panel rho-Statistic	-11.54798	0.0000	-11.54798	0.0000
Panel PP-Statistic	-14.31205	0.0000	-14.31205	0.0000
Panel ADF-Statistic	-5.214049	0.0000	-5.214049	0.0000

Alternative hypothesis: individual AR coefs. (between-dimension)

	Statistic	Prob.
Group rho-Statistic	-9.676049	0.0000
Group PP-Statistic	-16.01722	0.0000
Group ADF-Statistic	-4.654297	0.0000

Kao Panel Eşbütünleşme Testi Sonucu

	t-Statistic	Prob.
ADF	-9.456579	0.0000
Residual variance	0.4411716	
HAC variance	0.274093	

Model 1'de elde edilen sonuçlara benzer olarak, son modelde de elde edilen tüm test istatistikleri, beşeri sermaye göstergesi olan eğitimin bağımlı değişken olması durumunda, tüm test istatistiklerine dayanarak (hepsi %1'de anlamlı) her üç değişken arasında uzun dönemli bir ilişkinin varlığına işaret etmektedir.

3.4. FMOLS ve DOLS ile Eşbütünleşme Katsayıları Sonuçları ve Değerlendirilmesi

Tablo 5. Panel FMOLS ve DOLS Tahmin Sonuçları

	Bağımlı Değişken: Teknoloji			
	Panel FMOLS		**Panel DOLS**	
	Katsayı	*t-istatistiği*	*Katsayı*	*t-istatistiği*
Sağlık	0.518***	16.180	0.460***	54.405
Eğitim	1.655***	16.968	2.521***	81.753
	Bağımlı Değişken: Eğitim			
	Katsayı	*t-istatistiği*	*Katsayı*	*t-istatistiği*

Sağlık	-0.202***	-18.592	-0.262	-19.748
Teknoloji	**0.171*****	13.078	**0.251*****	12.082
	Bağımlı Değişken: Sağlık			
	Katsayı	*t-istatistiği*	*Katsayı*	*t-istatistiği*
Eğitim	-2.334***	-18.319	-0.262***	-19.748
Teknoloji	**0.848*****	16.851	**0.251*****	12.082

Tablo 5, Panel FMOLS ve Panel DOLS test sonuçlarını göstermektedir. Her iki test sonucu panel bazında birlikte değerlendirildiğinde, tüm modellerde değişkenlere ait katsayılar istatistiksel olarak %1 düzeyinde anlamlıdır. Teknolojik ilerlemenin bağımlı değişken olduğu ilk modelde ortalama yaşam beklentisindeki ve eğitim harcamalarındaki artışlar katma değeri yüksek teknoloji yoğun ürünlerin ihracatı üzerinde pozitif yönde artışlar meydana getirmektedir. Sırasıyla, Eğitim ve Sağlık değişkenlerinin bağımlı değişken olduğu modellerde, teknoloji değişkeni katsayısının işareti beklenildiği gibi pozitif (0.171 ve 0.848) ve istatistiksel olarak %1 düzeyinde anlamlı bulunmuştur. Yani 28 OECD ülkesinin genelinde Teknoloji yoğun ürünlerin ihracattaki payındaki %1'lik artış, eğitim harcamaları üzerinde %0.17'lik, yaşam beklentisi üzerinde ise %0.84'lük bir artış meydana getirmektedir. Bu sonuçlar, Panel DOLS sonuçları ile paralellik arz etmektedir.

4. SONUÇ

Bu çalışma, OECD ülkeleri örneğinde ülkelerin teknoloji kapasitesi ile ülkedeki eğitim sistemine yapılan harcamalar ve sağlık sisteminin kalitesi (yaşam beklentisi) arasındaki ilişki analiz edilmiştir. Çalışmanın uygulama kısmı veri kısıtından dolayı, 28 OECD ülkesi ve 1988-2015 dönemi ile sınırlandırılmıştır.

Çalışmada Panel eşbütünleşme yönteminin kullanılmıştır. Dünya Bankası veri tabanında elde edilen verilere önce durağanlık sınaması yapılmış, durağan olmayan serilerin birinci farkları alınarak durağanlık sağlanmıştır. Daha sonra seriler arasında uzun dönemli bir ilişkinin varlığını sınayan Panel eşbütünleşme testleri (Pedroni ve Kao) yapılmış ve elde edilen sonuçlar değerlendirilmiştir. Gerek eşbütünleşme analizi bulguları gerekse de Panel FMOLS ve DOLS tahmin yöntemi sonuçları, uzun dönemde, teknolojik ilerleme ile eğitim ve sağlık değişkenleri arasında pozitif ve istatistikî olarak anlamlı bir ilişkinin var olduğunu göstermektedir. Bir yandan teknolojik ilerleme, eğitim harcamalarında ve sağlık sektöründeki kalitenin bir göstergesi olan yaşam beklentisinde bir artışa yol açarken; diğer yandan eğitim harcamalarındaki artış ve yaşam beklentisindeki artışlarda teknolojik ilerlemeye olumlu katkılar yapmaktadırlar. Çalışmanın ekonometrik bulgularından anlaşılacağı üzere ülkelerin beşeri sermayelerini oluşturan eğitim, sağlık ve teknoloji değişkenleri arasında uzun dönemli pozitif ilişki iktisadi büyümelerinin de bu değişkenler arasındaki eşgüdümle sağlanacağını ifade etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Teknolojik ürün, Beşeri Sermaye Kapasitesi, Panel Eş-bütünleşme

Jel Kodları: O11, O34, C33

5. KAYNAKÇA

Ak, M.Z. (2009), Gelişmekte Olan Ülkelere Yönelik Doğrudan Yabancı Yatırımların Temel Belirleyicileri, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.

Alene, A.D. (2012), "Productivity Growth and the Effects of R&D in African Agriculture", Agricultural Economics, 41, 223–238.

Altın, O. ve Kaya, A.A. (2009), "Türkiye'de Ar-Ge Harcamaları ve Ekonomik Büyüme Arasındaki Nedensellik İlişkisinin Analizi", Ege Akademik Bakış, 9(1), 251-259.

Asteriou, D. ve Hall, S.G. (2007), Applied Econometrics: A Modern Approach Using Eviews and Microfit Revisited Edition, Palgrave Macmillan, Newyork.

Baltagi, B.H., Bai, H. ve Kao, C. (2000), "Nonstationary Panels, Cointegration in Panels: A Survey", Center for Policy Research Working Paper No:16, http://www.maxwell.syr.edu/uploadedFiles/cpr/publications/working_papers/wp 16.pdf (26/01/2012)

Baltagi, B.H. (2005), Econometric Analysis of Panel Data, 3rd edition, John Wiley&Sons Ltd. West Sussex, England.

Baltagi, B.H. (2011), Econometrics, Fifth Edition, Springer, New York.

Bloom, DE. and Canning, D. (2000), "The Health And Wealth Of Nations", Science, Vol.287.

Bozkurt, C. (2010), "Türkiye'de bilgi-iletişim, eğitim, sağlık ve ekonomik büyüme ilişkisi: ampirik bir yaklaşım", *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 3(2), ss.45-56.

Canning, D. ve Pedroni, P. (2008), Infrastructure, Long-Run Economic Growth and Causality Tests For Cointegrated Panels. The Manchester School Vol:76 No:5 Special Issue 20081463–6786, 504–527.

Choi, I. (2001), "Unit Root Tests for Panel Data," Journal of International Money and Finance, 20, 249-272.

Coe, D.T., Helpman, E. ve Hoffmaister, A.W. (1995), "International R&D Spillovers and Institutions", IMF Working Paper, WP/08/104.

Eid, A. (2012), "Higher Education R&D and Productivity Growth: An Empirical Study on High-Income OECD Countries", Education Economics, February 2012, 20(1), 53-68.

Falk, M. (2007), "R&D Spending in the High-Tech Sector and Economic Growth", Research in Economics, 61,140-147.

Freire-Serén, MªJ. (1999), "Aggregate R&D Expenditure and Endogenous Economic Growth", UFAE and IAE Working Papers, No:WP 436.99.

Genç, M.C. ve Atasoy, Y. (1010), "AR&GE Harcamaları ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Panel Veri Analizi", Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi, V(II), 27-34.

Goel, R.K., Payne, J.E. ve Ram, R. (2008) "R&D Expenditures and US Economic Growth: A Disaggregated Approach", Journal of Policy Modeling, 30(2), 237-250.

Goel, R.K. ve Ram, R. (1994), "Research and Development Expenditures and Economic Growth: A Cross-Country Study", Economic Development and Cultural Change, 42(2), 403-11.

Greene, W.H. (2003), Econometric Analysis, Fifth Edition, Pearson Education, Inc., Upper Saddle River, New Jersey.

Griliches, Z. (1998), "Introduction to "R&D and Productivity: The Econometric Evidence", NBER Chapters, in: R&D and Productivity: The Econometric Evidence, 1-14, National Bureau of Economic Research, Inc.

Guellec, D. ve van Pottelsberghe de la Potterie, B. (2004), "From R&D to Productivity Growth: Do the Institutional Settings and the Source of Funds of R&D Matter?", Oxford Bulletin of Economics and Statistics, 66(3), 305-9049.

Gujarati, D.N. (2004), Basic Econometrics, Fourth Edition, New York: The McGraw-Hill. Kevin Downing (2001), "Information Technology, Education and Health Care: Constructivism in the 21st Century", *Educational Studies*, 27(3), pp.229-235.

Kibritçioğlu, Aykut (1998), "İktisadi Büyümenin Belirleyicileri ve Yeni Büyüme Modellerinde Beşeri Sermayenin Yeri', *AÜ SBF Dergisi*, Cilt:53,No:1-4, 207-230.

Li, H. and Huang, L. (2009), "health, education and economic growth in China: empirical findings and implications", *China economic review*, 20, pp.374-387.

Lucas, Robert E., 'On the Economics of Economic Development',*Journal of Monetary Economics,* Vol.22, (July 1988), 3-42.

Mankiw, Gregory N., Romer D., Weıl David N. (1992), 'A Contribution To The Empirics Of Economic Growth', *Quarterly Journal Of Economics*, Vol. 107, No:2, pp.407-437.

Romer, Paul M. (1986), 'Increasing Returns And Long Run Growth', *Journal Of Political Economy*, pp. 1002-1037.

Yakışık, H. ve Çetin, A. (2014), "Eğitim, Sağlık ve Teknoloji Düzeyinin Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkisi: ARDL Sınır Testi Yaklaşımı", *Sosyoekonomi*, ss.170-186.

Yaşgül, YS., (2014), "*Yeni Kalkınmacı Devlet Ve Sosyal Politika: Etkin Bir Sağlık Politikası*", Kalkınmada Yeni Yaklaşımlar (Editörler: Ahmet Faruk Aysan Ve Devrim Dumludağ), İmge Kitabevi.

Tüketicilerin Bağlanma Stillerinin Dürtüsel Satın Alma Eğilimine Etkisi

Hakan BOZ[144]

Full Text

Özet

İtkisel satın alma davranışı toplam satın alma kararlarının önemli bir kısmını oluşturmaktadır. Bununla birlikte bireylerin bebeklik döneminde geliştirdiği anneye bağlanma stilleri de gerek bebeklik döneminde gerekse de ileriki dönemlerde davranışlarını önemli şekilde etkilediği belirtilmektedir. Bu nedenle çalışma kapsamında erişkin bağlanma stillerinin itkisel satın alma davranışına etkisi incelenmiştir.

Bu kapsamda anket formu kullanılarak kolayda örnekleme yöntemi ile Antalya, Uşak, Bursa, İzmir, İzmit, İskenderun ve Denizli'deki 217 katılımcıdan veri toplanmıştır. Araştırma sonuçlarına bakıldığında kaygılı- kararsız ve kaçıngan bağlanma stiline sahip bireyler daha fazla itkisel satın alma eğilimindeyken, güvenli bağlanma stiline sahip bireylerin bağlanma stili istatistiksel olarak anlamlı şekilde itkisel satın alma eğilimini etkilememektedir. İleride yapılacak çalışmalarda farklı bağlanma stiline sahip bireylerin satın alma davranışından sonraki yeniden satın alma niyeti, memnuniyet, başkalarına önerme, pişmanlık ve suçluluk hissetme gibi tutum ve düşünceleri incelenmelidir.

Anahtar Kelimeler: Pazarlama, Güvenli Bağlanma, İtkisel Satın Alma, Bağlanma Teorisi

1. Literatür Taraması

Son yıllarda araştırmacılar itkisel satın alma davranışının işlevleri ve öncülleri ile ilgili çok sayıda araştırma yaptıkları görülmektedir (Fenton-O'Creevy, 2018). Rook ve Fisher (1995) itkisel satın alma davranışını ansızın, karşı koymaksızın ve durumsal faktörlerden etkilenerek satın alma durumu olarak ifade etmektedir. Itkisel atın alma davranışının temelinde karşı koyamama, küçük ödülü (hemen çikolata yeme) büyük ödüle (daha sağlıklı ve fit kalma) tercih edememe durumu bulunmaktadır (Boz, 2015).

İtkisel satın alma davranışının toplam tüketim içerisinde önemli bir payı bulunmaktadır (Koç ve Boz, 2014). Jeffrey ve Hodge'a gore (2007) online satın alınan ürünlerde %1'lik itkisel satın alma davranışının artışı 690 milyon Dolarlık ekonomik artışa neden olmaktadır. Örneğin, Amerika'daki süpermarket alışverişlerinin %62'si, lüks ürünlerin ise %82'si itkisel olarak satın alınmaktadır (Zhang vd., 2010). Tüketicilerin içinde bulunduğu duygu durumunun ve kişilik özelliklerinin itkisel satın alma davranışına iten nedenlerden biri olduğu söylenebilir (Beatty ve Ferrell, 1998; Verplanken ve Sato, 2011, Boz, 2015). Bireylerin bağlanma stillerinin de davranışları üzerinde önemli etkisi olduğu söylenebilir.

Bağlanma Kuramı ilk olarak Bowlby (1944) tarafından ortaya konulmuş olup bireyin bir nesne ile kurduğu bağı ve bu bağı geliştirmek için hissettiği arzuyu ifade etmektedir (Bowlby, 1973). Genel olarak çocuklukta anne ya da bakıcı ile olan ilişkinin yetişkinlikte de önemli etkisi olduğu belirtilmektedir (Erben, 2015). Çocuğun gereksinimlerine karşı hassas ve tutarlı davranan ebeveynlerin çocukları güvenli bağlanma stili geliştirirken, kaçıngan bağlanma stiline sahip bireyler ise ilişkilerinde kaygı düzeyleri düşük kaçınma davranışları yüksektir (Eraslan, 2009). Kaçıngan ve Kaygılı-Kararsız Bağlanma stiline sahip yetişkinler ise iletişimm

[144] Dr. Öğr. Ü., Uşak Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret Bölümü, Uşak.

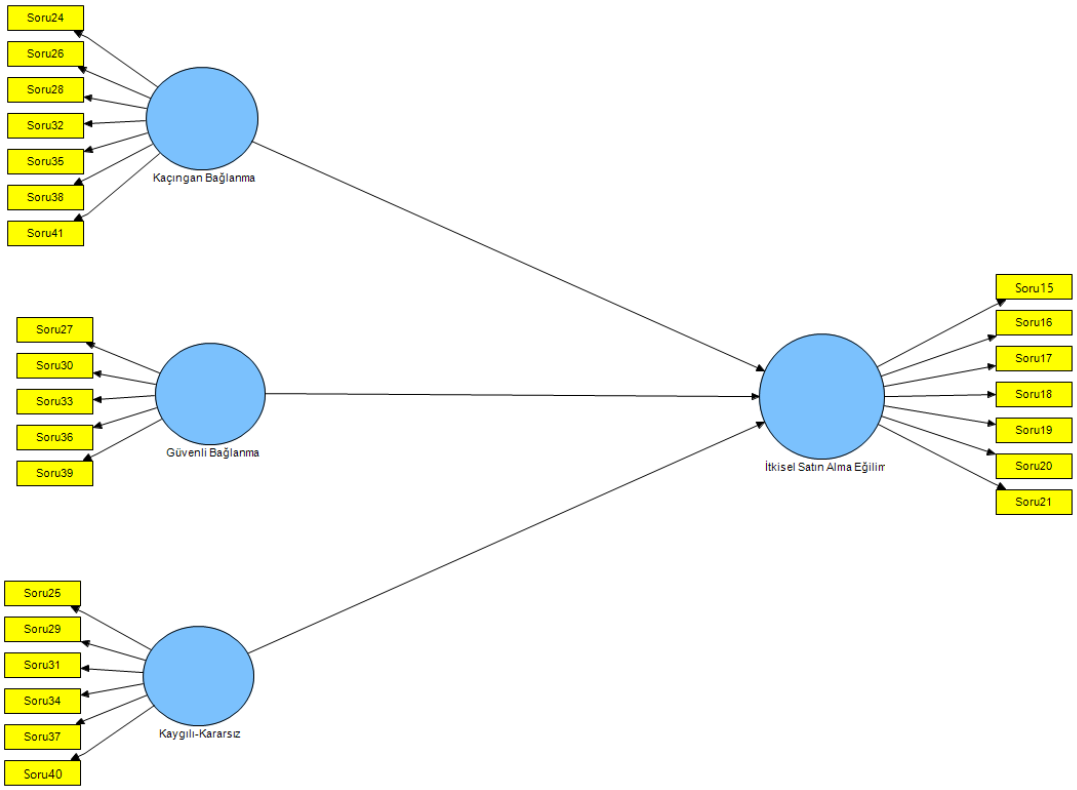
kurar iken daha temkinli davrandıkları görülmektedir (Diamond ve Fagundes, 2010). Çocukluk döneminde oluşan bağlanma sitllerinini yetişkinlikte de devam ettiği görülmektedir (Eraslan, 2009). Bu nedenle bu çalışmada özsaygıdan, mizah anlayışına, öz kontrolden depresyona kadar pekçok durumda önemli etkileri olan (Howard ve Medway, 2004; Wilkinson, 2010; Besser vd., 2012) bağlanma stillerinin satın alma davranışı üzerindeki etkisi incelencektir.

2. Yöntem

2.1. Araştırma Amacı

Fayda merkezli tüketimin son yıllarda yerini git gide hazcılık, prestij gibi duygusal oryantasyonla tüketime bıraktığı görülmektedir (Koç, 2017). Aynı zamanda tüketicilerin git gide daha çok anlık, planlamadan itkisel olarak tüketim tercihlerinde bulundukları görülmektedir (Boz, 2015). Bununla birlikte araştırmacıların da yaklaşık 60 yıldır itkisel satın alma davranışına olan ilgilerinin arttığı görülmektedir. Buna karşın itkisel satın alma davranışı ile ilgili yapılan çalışmaların ***Atmosfer*** (Tendai ve Krispen, 2009), ***Kültür*** (Kacen ve Lee, 2002; Zhang vd., 2010), ***Psikolojik Faktörler*** (Boz, 2015), ***Bilişsel Faktörler*** (Karbasivar ve Yarahmadi, 2011), ***Kişilik Özellikleri*** (Badgaiyan ve Verma, 2014) gibi konular üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Buna karşın bireylerin hayatında önemli etkileri bulunan bağlanma stillerinin itkisel satın alma davranışı ile ilişkini araştırma yönelik çalışmaların oldukça sınırlı olduğu görülmektedir. Bu nedenle çalışmanın temel amacı tüketicilerin bağlanma stilleri ile itkisel satın alma eğilimi arasında ilişkiyi incelemektir.

Şekil 1: Araştırma Modeli



2.2. Veri Toplama Yöntemi ve Araçları

Çalışma kapsamında toplanan araştırma verileri anket formu ile kolayda örnekleme yöntemi ile elde edilmiştir. Araştırma verileri Antalya, Uşak, Bursa, İzmir, İzmit, İskenderun ve Denizli'de toplanmıştır. Araştırma verileri 217 kişiden gönüllü olarak elde edilmiştir. Veri toplamak için oluşturulan anket formu üç bölümden oluşmaktadır.

Anketin birinci bölümünde katılımcıların itkisel satın alma eğilimini ölçmek amacıyla 9 maddeden oluşan 5'li Likert Tipi ölçek kullanılmıştır (Villi ve Kayabaşı, 2011). Anket formunun iki bölümde katılımcıların bağlanma stillerini ölçmeye yönelik Erzen (2016) tarafından geliştirilen 18 maddelik yetişkinler için "Üç Boyutlu Bağlanma Stilleri Ölçeği" kullanılmıştır. Üç Boyutlu Bağlanma Stilleri Ölçeği 5'li Likert Tipi ölçektir. Anket formunun son bölümünde ise katılımcıların cinsiyet, yaş, medeni durum ve eğitim durumu gibi demografik özelliklerini belirlemeye yönelik 4 soru bulunmaktadır.

2.2. Bulgular

Tablo 1: Demografik Dağılım Tablosu

		n	%
Cinsiyet	Kadın	126	58,1
	Erkek	91	41,9
	Toplam	**217**	**100**
Medeni Durum	Evli	78	35,9
	Bekar	139	64,1
	Toplam	**217**	**100**
Eğitim Durumu	İlköğretim	25	11,5
	Lise	68	31,3
	Ön Lisans	29	13,4
	Lisans	95	43,8
	Toplam	217	100

Tablo 1'de katılımcılara ait demografik bilgileri görülmektedir. Katılımcıların %58,1'i (126 kişi) kadın, %41,9'u (91 kişi) erkektir. Katılımcıların medeni durumuna göre dağılımına bakıldığında %35'9'u (78 kişi) evli iken %64,1'i bekardır. Son olarak katılımcıların eğitim durumuna bakıldığında %11'5'inin ilköğretim (25 kişi), %31,3'ünün (68 kişi) Lise, %13,4'ünün Önlisans ve %43,8'inin Lisans eğitimi aldıkları görülmektedir.

Tablo 2'de ölçeklerden elde edilen verilere ait güvenilirlik analizi sonuçlarına ait değerler bulunmaktadır. Ölçeklerden elde edilen verilerin güvenilir olması için composite güvenilirlik katsayısının 0,6 ve üzerinde olması gerekmektedir (Bagozzi ve Yi, 1988). Tablo 2'deki ölçeklere ait verilerin ait iç tutarlılık katsayılarına bakıldığında *İtkisel Satın Alma Eğilimi* ölçeğine ait composite güvenilirlik katsayısının 0,93, *Kaçıngan Bağlanma Stili* ölçeğine ait composite güvenilirlik katsayısının 0,92, *Güvenli Bağlanma Stili* ölçeğine ait composite güvenilirlik katsayısının 0,79, *Kaygılı-Kararsız Bağlanma Stili* ölçeğine ait composite

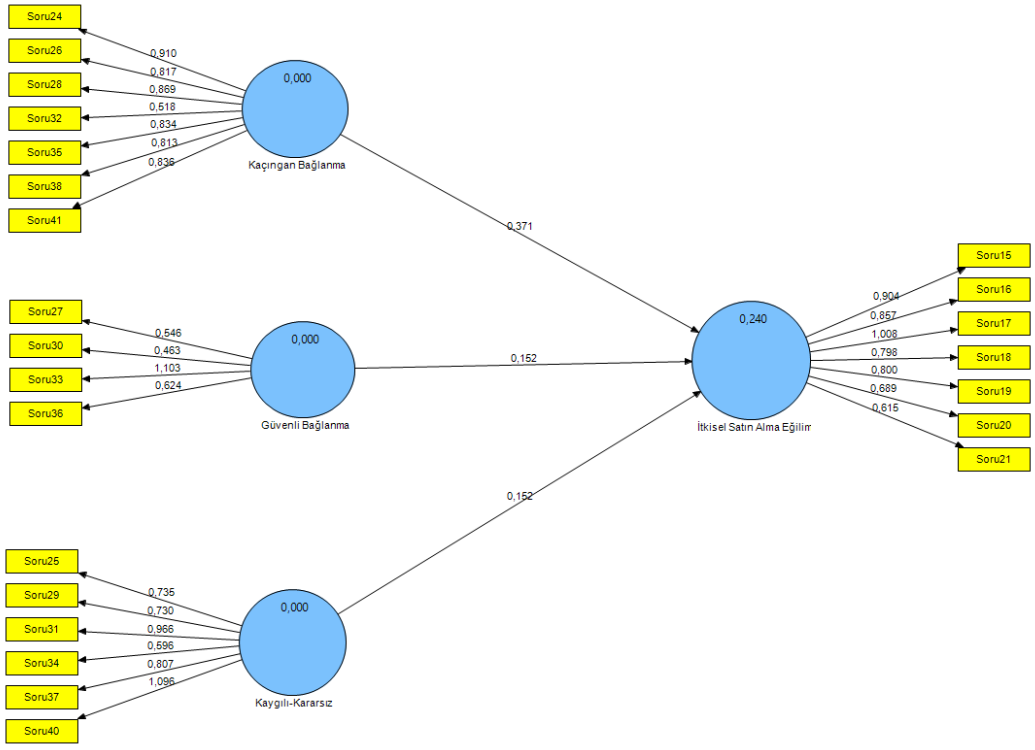
güvenilirlik katsayısının 0,93 olduğu görülmektedir. Analiz sonucuna göre ölçeklerden elde edilen verilerin güvenilir olduğu görülmektedir.

Tablo 2: Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Ölçekler	Madde Sayısı	Composite Güvenilirlik
İtkisel Satın Alma Eğilimi	7	0,93
Kaçıngan Bağlanma Stili	7	0,92
Güvenli Bağlanma Stili	4	0,79
Kaygılı-Kararsız Bağlanma Stili	6	0,93

Araştırma modelinin test edilmesi için PLS-SEM temelli yapısal eşitlik modellemesi kullanılmıştır. Analizlerin yapılması için Smart PLS 2.0 yazılımı kullanılmıştır. Modelin analizinde tahmin yöntemi olarak SEM-PLS algoritması kullanılmıştır. PLS-SEM temelli yapısal eşitlik modellemesi örneklemin az olduğu veri setlerinde de çok iyi tahmin doğruluğu elde edilebilmektedir (Wong, 2013).

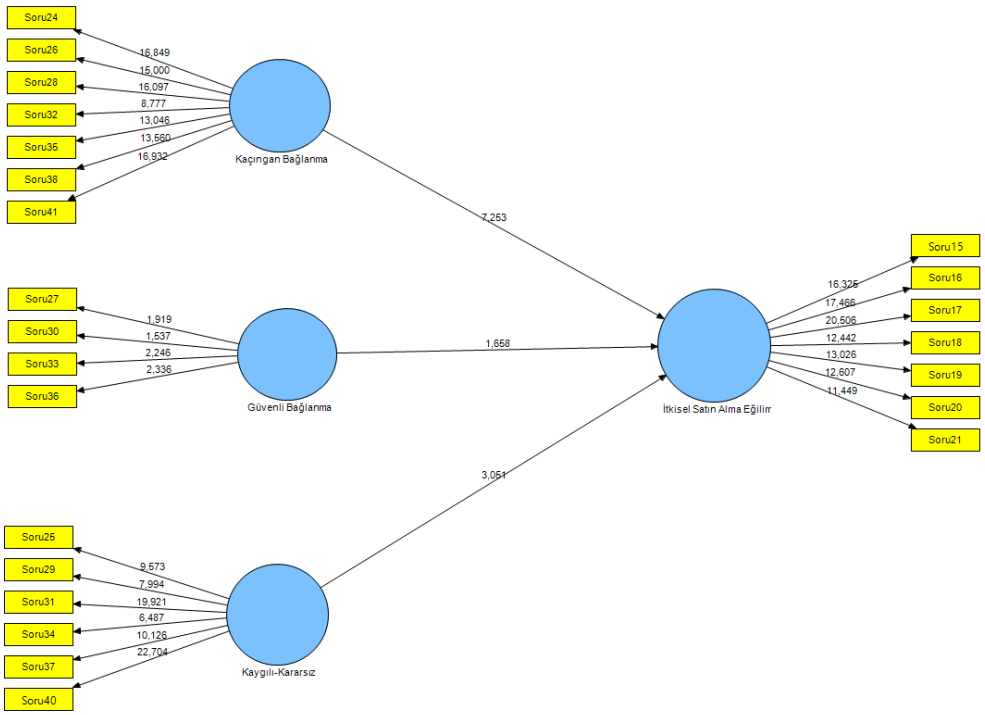
Şekil 2: Yapısal Eşitlik Modellemesi Yol Katsayıları



Şekil 2'de model analizine ait sonuçlar yer almaktadır. Model analizi sonuçlarının istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığını belirlemek için "Açıklanan Ortalama Varyans (AVE)" değerlerine bakılarak bakılmaktadır. gizil yapılara ait Açıklanan Ortalama Varyans (AVE) değerlerinin 0.50 ve üzerinde olması gerekmektedir (Bogazzi ve Yi, 1998). Analiz sonuçlarına göre ***İtkisel Satın Alma Eğilimi***, ***Güvenli Bağlanma, Kaçıngan Bağlanma*** ve ***Kaygılı-Kararsız Bağlanma*** ölçeklerinden elde edilen verilere ait AVE değerlerine bakıldığında sırasıyla 0,671, 0,529, 0,653 ve 0,703'tür.

Analiz sonucunda yapalara ait AVE değerlerine göre bu yapılardan elde edilen verilerin güvenilir olduğu söylenebilir. Analiz sonucunda elde edilen yol katsayılarına göre kaçıngan bağlanma stili itkisel satın alma eğilimini %95 güven düzeyinde %5 hata payı ile istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemektedir (β=0,371, t=7,253). Kaygılı-Kararsız bağlanma stili itkisel satın alma eğilimini %95 güven düzeyinde %5 hata payı ile istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemektedir (β=0,152, t=3,051). Buna karşın müşterilerin güvenli bağlanma stili itkisel satın alma eğilimini istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilememektedir (β=0,152, t=1,658).

Şekil 3: Yapısal Eşitlik Modellemesi Sonuçları



3. Sonuç ve Öneriler

Yaklaşık 60 yıldır itkisel satın alma davranışının öncülleri, ardılları ve yapısı ile ilgili çok sayıda çalışma yapılmıştır (Clover, 1950; Rook ve Fisher, 1995, Koç ve Boz, 2014; Boz, 2015, Fenton-O'Creevy, 2018). Buna karşın bireylerin hayatında derin izler bırakan tutum ve davranışlarını değiştirdiği ifade edilen bağlanma kuramının tüketici davranışları üzerindeki etkisini araştırmaya yönelik çalışmaların oldukça sınırlı olduğu görülmektedir. Fayda merkezli tüketimden haz, heyecan ve arama (yenilik, çeşit vb gibi) oryantasyonlu bir tüketimin arttığı günümüzde tüketim tercihlerinin altında yatan nedenleri ortaya çıkarmak her zamankinden daha zor olduğu söylenmektedir (Koç ve Boz, 2014; Boz, 2015).

Bu nedenle tüketim tercihlerinin altındaki gizli güdülerin ortaya çıkarılmasında bağlanma teorisi oldukça önemli olduğu söylenebilir. Çalışma sonuçlarına bakıldığında kaçıngan bağlanma stiline sahip bireylerin itkisel satın alma davranışına meyilli oldukları görülmektedir. Kaçıngan bağlanan bireylerin çocukluğunda istismar edilmiş ya da ihtiyaçları göz ardı edilmiş bireyler olduğu düşünüldüğünde (Erzi, 2012; Mülhim, 2017) kaçıngan bağlanma stiline sahip bireylerin diğer bağlanma koşullarına göre daha çok itkisel satın alma eğiliminde olmaları anlamlı görülmektedir. Kaygılı-Kaçıngan bağlanma stiline sahip bireylerin ise bebeklikte istekleri bazen karşılanmış bazen ise karşılanmamıştır (Erzi, 2012; Mülhim, 2017). Dolayısıyla kaçıngan bağlanma stiline sahip bireylerden daha az itkisel satın alma eğilimine sahip olmaları da bu şekilde açıklanabilir. Bebeklikte ihtiyaçları genel olarak karşılanan ve güvenli bağlanma stiline sahip bireylerin (Erzi, 2012) ise itkisel satın alma eğilimi istatistiksel olarak anlamlı değildir. Bu sonuçlara bakıldığında bağlanma stillerinin itkisel satın alma eğilimine önemli etkileri olduğu görülmektedir.

İleride yapılacak çalışmalarda farklı bağlanma stiline sahip bireylerin satın alma davranışından sonraki yeniden satın alma niyeti, memnuniyet, başkalarına önerme, pişmanlık ve suçluluk hissetme gibi tutum ve düşünceleri incelenmelidir.

Kaynakça

Badgaiyan, A. J., & Verma, A. (2014). Intrinsic factors affecting impulsive buying behaviour—Evidence from India. *Journal of Retailing and consumer services*, *21*(4), 537-549.

Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of the academy of marketing science*, *16*(1), 74-94.

Beatty, S., and Ferrell, E. (1998), Impulse Buying: Modeling Its Precursors, *Journal of Retailing*. *74*(2), 169-191.

Besser, A., Luyten, P., & Mayes, L. C. (2012). Adult attachment and distress: The mediating role of humor styles. *Individual Differences Research*, 10(3), 153–164.

Bowlby, J. (1944). Forty-four juvenile thieves : Their character and home-life. *International Journal of Psychoanalysis*, 25, 19–52.

Bowlby, J., (1973). *Attachment And Loss: volume 2. Seperation: Anxiety And Anger*. Newyork: Basic Books.

Clover, V. T. (1950). Relative importance of impulse-buying in retail stores. *The Journal of Marketing*, *15*(1), 66-70.

Diamond, L. M., & Fagundes, C. P. (2010). Psychobiological research on attachment. *Journal of Social and Personal Relationships*, 27(2), 218-225.

Erben, G. S., & Çalışkan, K. (2015). "Yetişkin Bağlanma Stillerinin Babacan Liderle Çalışma Tercihi Üzerindeki Etkisini Anlamaya Yönelik Deneysel Bir Çalışma". *23. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi*, 14-16 Mayıs 2015, Muğla.

Eraslan Ç., B. (2009). Öğretmen adaylarının kişilerarası ilişkileri ve bağlanma stilleri arasındaki ilişki. *Anadolu Ü. Sosyal Bilimler Dergisi*,9(2), 127-142.

Erzen, E. (2016). Three Dimensional Attachment Style Scale. *Journal of the Faculty of Education*, *17*(3), 01-21.

Fenton-O'Creevy, M., Dibb, S., & Furnham, A. (2018). Antecedents and consequences of chronic impulsive buying: Can impulsive buying be understood as dysfunctional self-regulation?. *Psychology & Marketing*, *35*(3), 175-188.

Howard, M. S., & Medway, F. J. (2004). Adolescents' attachment and coping with stress. *Psychology in the Schools*, *41*(3), 391-402.

Jeffrey, S.A., and Hodge, R. (2007). Factors influencing impulse buying during an online purchase. *Electronic Comsmerce Research*, *7*(3-4), 367-379.

Kacen, J. J., & Lee, J. A. (2002). The influence of culture on consumer impulsive buying behavior. *Journal of consumer psychology*, *12*(2), 163-176.

Karbasivar, A., & Yarahmadi, H. (2011). Evaluating effective factors on consumer impulse buying behavior. *Asian Journal of Business Management Studies*, *2*(4), 174-181.

Koc, E., & Boz, H. (2014a). Psychoneurobiochemistry of tourism marketing.*Tourism Management*, *44*, 140-148.

Koç, E. (2017). *Tüketici davranışı ve pazarlama stratejileri: global ve yerel yaklaşım: pazarlama ve tüketici davranışı kavramlarının İngilizceleriyle*. İstanbul: Seçkin Yayıncılık.

Mülhim, M. A., Mülhim, Z., Yılmaz, Ü. N. L. Ü., & Solakumur, A. (2016). Dart Sporcularının Erişkin Bağlanma Biçimleri ile Atılganlık Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)*, *3*(Special Issue 2), 61-72.

Rook, D. W., & Fisher, R. J. (1995). Normative influences on impulsive buying behavior. *Journal of Consumer Research*, 305-313.

Tendai, M., & Crispen, C. (2009). In-store shopping environment and impulsive buying. *African journal of marketing management*, *1*(4), 102-108.

Verplanken, B., & Sato, A. (2011). The psychology of impulse buying: An integrative self-regulation approach. *Journal of Consumer Policy*, *34*(2), 197-210.

Wilkinson, R. B. (2010). Best friend attachment versus peer attachment in the prediction of adolescent psychological adjustment. *Journal of adolescence*, *33*(5), 709-717.

Wong, K. K. K. (2013). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) techniques using SmartPLS. *Marketing Bulletin*, *24*(1), 1-32.

Zhang, Y., Winterich, K. P., & Mittal, V. (2010). Power distance belief and impulsive buying. *Journal of Marketing Research*, *47*(5), 945-954.

İtkisel Satın Alma Eğilimi ve Rasyonel Satın Alma Tercihi

Erdoğan Koç[145], Hakan Boz[146], Engin Taşkın [147]

Full Text

Özet

İtkisel satın alma eğilimi son 60 yıl içinde oldukça araştırılan bir konudur. İtkisel satın alma davranışı, akademik çalışmalara paralel şekilde toplam satın alma kararları içindeki payı da git gide artmaktadır. Bu nedenle çalışmada tüketicilerin itkisel satın alma eğilimi ile rasyonel satın alma tercihleri incelenmiştir. Bu kapsamda 368 katılımcıya nicel araştırma deseninde anket yoluyla ulaşılmıştır. Veriler kolayda örnekleme yöntemiyle elde edilmiştir. Araştırma sonuçlarına bakıldığında katılımcıların itkisel satın alma eğilimi farklılaştıkça rasyonel tercih etme eğilimleri farklılaşmamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Pazarlama, İtkisel Satın Alma Eğilimi, Rasyonel Karar.

1. Giriş

Tüketim tercihlerini etkileyen önemli unsurlardan biri olan fonksiyonellik yerini son yıllarda haz oryantasyonlu bir tüketime bıraktığı görülmektedir (Song vd., 2015). Aynı zamanda tüketicilerin satın alma kararlarında plansız olarak yapılan satın almaların planlı olarak yapılan satın alma kararlarında çok daha fazla olduğu belirtilmektedir (Mihic ve Kursan, 2010; Boz, 2015).

Buna karşın klasik iktisat teorisine göre tüketiciler faydalarını maksimize ederlerken zararlarını da minimize etme eğilimde oldukları ve rasyonel karar verdikleri belirtilmektedir (Neumann ve Morgernstern, 1953). Buna karşın günümüze git gide artan itkisellik ve itkisel satın alma eğiliminin arttığı görülmektedir (Koç ve Boz, 2014; Boz, 2015). Psikoloji ve eğitim alanında daha çok araştırılan bir konu olan itkiselliğin pazarlama alanında görece daha az olduğu görülmektedir.

2. Literatür ve Araştırmanın Gerekçesi

2.1. İtkisel Satın Alma Eğilimi

İtkisel satın alma davranışı genel olarak bir mal veya hizmetin daha önceden planlanmadan, anlık olarak veya düşünmeden satın alınmasını ifade etmektedir (Stern, 1962, Kollat ve Willet, 1967; Kacen ve Lee, 2002; Boz, 2015). İtkisel satın alma davranışının temelinde ise hazzı erteleyememe veya şimdi elde edilecek küçük ödülü ileride elde edilebilecek büyük faydaya

[145] Prof. Dr, Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi, erdoganko@yahoo.com
[146] Assistan Professor, Usak Üniversitesi, hakan.boz@usak.edu.tr
[147] Student, Bahçeşehir University,

tercih etme güdüsü bulunmaktadır (Lucas ve Koff, 2013). Rook ve Hoch'a göre (1985) itkisel satın alma davranışının beş temel güdüsü bulunmaktadır. Bunlar;

1. Aniden ve kendiliğinden bir davranışta bulunma isteği,
2. Psikolojik dengesizlik,
3. Psikolojik çatışma,
4. Rasyonel değerlendirme yoksunluğu,
5. Davranışın sonuçlarını değerlendirebilme yoksunluğu olarak belirtilmiştir.

İtkisel satın alma eğilimi ise genel olarak bir mal veya hizmetin anlık olarak planlanmadan satın alınma eğilimi olarak ifade edilebilir (Boz, 2015). Buna karşın yapılan çalışmalarda tüketiciler, itkisel olarak bir mal veya hizmeti satın almalarına pişmanlık, kendini suçlama veya bilişsel uyumsuzluk gibi negatif duygular eşlik edebilmektedir (Holbrook ve Hirschman 1982; Rook ve Fisher, 1995, Cahyorini ve Rusfian, 2012). İtkisel satın alma davranışı sonrasında tüketicilerin yaşayacağı negatif duydular ise yeniden aynı mal veya hizmeti yeniden satın alma veya marka sadakatinin oluşmasında negatif etki oluşturabilmektedir (Kang ve Johnson, 2009).

3. Yöntem

3.1. Çalışmanın Amacı

Antonio Damassio (1994); Daniel Kahneman ve Amos Tversky'nin (1979) çalışmaları insanların satın alma ve tüketim kararları verirken bilinenin aksine rasyonel davranmadıkları ortaya konulmuştur. Her bir ürün kategorisinde çok sayıda ürün sunulması tüketicilerin karar vermelerini zorlaştırdığı söylenebilir. Mihic ve Kursan'a göre (2010) toplam satın alma kararlarının %90'ı plansız şekilde yapılmaktadır. Plansız satın alma türlerinden biri olan itkisel satın alma davranışı da yaklaşık 60 yıldır literatürde yer alan bir konudur.

Tüketicilerin itkisel satın alma eğiliminin git gide hızla arttığı görülmektedir (Stern, 1962; Bellenger vd., 1978; Zhang vd., 2010). Çalışmalara bakıldığında satın alma kararlarının yaklaşık olarak %95'inin itkisel olarak satın alındığı görülmektedir (Kollat ve Willet, 1967; Kacen ve Lee, 2002; Virvilaite vd., 2009, Mihic ve Kursan, 2010). Bununla birlikte tüketicilerin satın alma kararı verirken yanlı (***bias***) ve kestirme yöntemlere (***heuristic***) sıklıkla başvurarak rasyonel olmayan kararlar verdikleri bazı öncü çalışmalar ile başvurduğu son yıllarda ortaya konulmaya başlanmıştır (Langer, 1975; Kahneman ve Tversky, 1979; Damassio, 1994). Bu nedenle bu çalışmada itkisel satın alma eğilimine sahip tüketicilerin satın alma tercihlerinde rasyonel karar verip vermedikleri incelenecektir.

3.2. Veri Toplama Yöntemi ve Araçları

Çalışma nicel araştırma deseninde olup veri toplama yöntemi olarak anket kullanılmıştır. Veriler kolayda örnekleme yöntemiyle Bursa ve Balıkesir il merkezinde toplanmıştır. Çalışma kapsamında 368 kişiye anket doldurulmuştur. Zaman ve maliyet gibi kısıtlar nedeniyle araştırma verileri sadece Bursa ve Balıkesir il merkezlerinde toplanılmıştır. Çalışma kapsamında geliştirilen anket formu üç bölümden oluşmaktadır. Anketin ilk bölümünde katılımcıların itkisel satın alma eğilimini ölçmeye yönelik 9 maddeden oluşan ölçek bulunmaktadır (Villi ve Kayabaşı, 2011). Anket formunun ikinci bölümünde ise tüketicilerin rasyonel tercihlerini ölçmeye yönelik dört soru bulunmaktadır. Anket formunun son bölümünde ise cinsiyet, medeni durum ve yaş gibi katılımcıların demografik özelliklerini ölçmeye yönelik üç soru bulunmaktadır.

3.3. Bulgular

Tablo 1: Demografik Özellikler

Cinsiyet	**n**	**%**
Kadın	233	63,3
Erkek	135	36,7
Toplam	**368**	**100,0**
Medeni Durum	**n**	**%**
Evli	246	66,8
Bekar	122	33,2
Toplam	**368**	**100,0**

Tablo 1'e bakıldığında katılımcıların demografik bilgilerine ait veriler bulunmaktadır. Buna göre katılımcıların % 66,3'ü (233 kişi) kadın, % 36,7'si (135 kişi) ise erkektir. Katılımcıların medeni duruma göre dağılımına bakıldığında ise %66,8'inin evli (246 kişi) buna karşın % 33,2'sinin ise (122 kişi) bekar olduğu görülmektedir.

Tablo 2'de katılımcıların itkisel satın alma eğiliminin derecesinin cinsiyete göre dağılımına ait veriler bulunmaktadır. Buna göre kadın ve erkeklerin yaklaşık %58'inin düşük düzeyde itkisel satın alma eğilimine sahip oldukları görülmektedir. Buna karşın kadın ve erkeklerin yaklaşık %42'sinin ise orta ve yüksek düzeyde itkisel satın alma eğilimine sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 2: İtkisel Satın Alma Eğilimi Derecesinin Cinsiyetlere Göre Dağılım Tablosu

İtkisel Satın Alma Eğilimi (İ.S.A.E) Derecesi					
			Cinsiyet		**Total**
			Erkek	**Kadın**	
İtkisel Satın Alma Eğilimi Derecesi	**Düşük**	**n**	78	135	213
		İ.S.A.E.Derecesi %	57,8%	57,9%	57,9%
	Orta	**n**	23	43	66
		İ.S.A.E.Derecesi %	17,0%	18,5%	17,9%
	Yüksek	**n**	34	55	89

		İ.S.A.E.Derecesi %	25,2%	23,6%	24,2%
Total		n	135	233	368
		İ.S.A.E.Derecesi %	36,7%	100,0%	100,0%

Tablo 3'te katılımcılara üç seçenekte fiyatlandırılan bisküvilerden hangisini seçeceklerine dair soruya verilen cevaplara ait dağılım yer almaktadır. Katılımcılara 5 TL'ye 10 adet, 10 TL'ye 20 adet ve 11 TL'ye 17 adet satılan bisküvilerden hangisini tercih edecekleri sorulmuştur. Katılımcıların tercihlerine bakıldığında katılımcıların yaklaşık %72'sinin rasyonel olan (karlı) şıkkı tercih ettikleri görülmektedir. Buna karşın karlı olmamasına karşın 10 TL'ye satılan ve küçük şıkkın iki katı miktar ve fiyata satılan ürünü seçtikleri görülmektedir. Bu tercihin herhangi bir karı olmamasına karşın katılımcıların ortalama %27'si bu şıkkı tercih etmiştir.

Tablo 3: İtkisel Satın Alma Eğilimi ve Rasyonel Tercihlere Ait Dağılım Tablosu

			İtkisel Satın Alma Eğilimi (İSAE) Derecesi			Total
			Düşük	Orta	Yüksek	
Tercih	1. Tercih	n	4	0	0	4
		İ.S.A.E. Derecesi %	1,9%	0,0%	0,0%	1,1%
	2. Tercih	n	57	19	24	100
		İ.S.A.E. Derecesi %	26,8%	28,8%	27,0%	27,2%
	3. Tercih (Rasyonel Tercih)	n	152	47	65	264
		İ.S.A.E. Derecesi %	71,4%	71,2%	73,0%	71,7%
Total		n	213	66	89	368
		İ.S.A.E. Derecesi %	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tablo 4'te katılımcılara üç seçenekte fiyatlandırılan kahveden hangisini seçeceklerine dair soruya verilen cevaplara ait dağılım yer almaktadır. Katılımcılara 8 TL'ye küçük, 11 TL'ye orta ve 12 TL'ye büyük bardakta satılan kahvelerden hangisini tercih edecekleri sorulmuştur. Katılımcıların tercihlerine bakıldığında katılımcıların ortalama %99'unun rasyonel olan (karlı) şıkkı tercih etmedikleri görülmektedir. İtkisel satın alma eğilim derecesi fark etmeksizin katılımcılar rasyonel olan (karlı) şıkkı seçmedikleri görülmektedir.

Tablo 4: İtkisel Satın Alma Eğilimi ve Rasyonel Tercihlere Ait Dağılım Tablosu

			İtkisel Satın Alma Eğilimi (İSAE) Derecesi			
			Düşük	Orta	Yüksek	Total
Tercih	1. Tercih	n	44	15	22	81
		İ.S.A.E. Derecesi %	20,7%	23,1%	24,7%	22,1%
	2. Tercih	n	166	50	66	282
		İ.S.A.E. Derecesi %	77,9%	76,9%	74,2%	76,8%
	3. Tercih (Rasyonel Tercih)	n	3	0	1	4
		İ.S.A.E. Derecesi %	1,4%	0,0%	1,1%	1,1%
Total		Total	n	65	89	367
		% D.S.A.E. Derecesi	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tablo 5'te katılımcılara üç seçenekte fiyatlandırılan telefon dakika tarifelerinden hangisini seçeceklerine dair soruya verilen cevaplara ait dağılım yer almaktadır. Katılımcıların %33,7'si en rasyonel ve en karlı tarifeyi seçtikleri görülmektedir. Katılımların %14,4'ü ise diğer şıklara göre en pahalı tarifeyi seçtikleri görülmektedir. Buna karşın katılımcıların %51,9'u

ise ikinci en rasyonel şıkkı tercih etmişlerdir. Katılımcıların önemli bir kısmı itkisel satın alma eğilimi fark etmeksizin rasyonel olmayan tercih ettikleri görülmektedir.

Tablo 5: İtkisel Satın Alma Eğilimi ve Rasyonel Tercihlere Ait Dağılım Tablosu

Aşağıdaki her yöne **DAKİKA** paketlerinden birini seçiniz?			**İtkisel Satın Alma Eğilimi (İSAE) Derecesi**			**Total**
200 dk	400 dakika	800 dakika	**Düşük**	**Orta**	**Yüksek**	
29 TL	39 TL	49 TL				
a ( )	b ( )	C ( )				
Tercih	**1. Tercih**	**n**	29	11	13	53
		İ.S.A.E. Derecesi %	13,6%	16,7%	14,6%	14,4%
	2. Tercih	**n**	122	25	44	191
		İ.S.A.E. Derecesi %	57,3%	37,9%	49,4%	51,9%
	3. Tercih (Rasyonel Tercih)	**n**	62	30	32	124
		İ.S.A.E. Derecesi %	29,1%	45,5%	36,0%	33,7%
Total		**Total**	213	66	89	368
		İ.S.A.E. Derecesi %	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tablo 6'da katılımcılara üç seçenekte fiyatlandırılan mobil internet tarifelerinden hangisini seçeceklerine dair soruya verilen cevaplara ait dağılım yer almaktadır. Katılımcıların %50'si en rasyonel ve en karlı tarifeyi seçtikleri görülmektedir. Katılımların %10,6'sı ise diğer şıklara göre en pahalı tarifeyi seçtikleri görülmektedir. Buna karşın katılımcıların %39,4'ü ise ikinci en rasyonel şıkkı tercih etmişlerdir. Katılımcıların önemli bir kısmı itkisel satın alma eğilimi fark etmeksizin en rasyonel tarifeyi tercih ettikleri görülmektedir.

Tablo 6: İtkisel Satın Alma Eğilimi ve Rasyonel Tercihlere Ait Dağılım Tablosu

Aşağıdaki **İNTERNET** paketlerinden birini seçiniz?			**İtkisel Satın Alma Eğilimi (İSAE) Derecesi**			**Total**
2 GB	4 GB	8 GB	**Düşük**	**Orta**	**Yüksek**	
19 TL	29 TL	39 TL				
a ( )	b ( )	c ( )				
Tercih	**1. Tercih**	**n**	20	6	13	39
		İ.S.A.E. Derecesi %	9,4%	9,1%	14,6%	10,6%
	2. Tercih	**n**	93	20	32	145
		İ.S.A.E. Derecesi %	43,7%	30,3%	36,0%	39,4%
	3. Tercih (Rasyonel Tercih)	**n**	100	40	44	184
		İ.S.A.E. Derecesi %	46,9%	60,6%	49,4%	50,0%
Total		**Total**	213	66	89	368
		İ.S.A.E. Derecesi %	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

4. Sonuç ve Öneriler

Tüketicilerin git gide daha çok duyguları ile satın alma kararları verdikleri belirtilmektedir (Koc, 2004; Andrade ve Ariely, 2009; Boz, 2015). Bununla birlikte tüketicilerin git gide daha çok düşünmeden, anlık olarak ve plansız şekilde dürtüsel satın alma eğiliminde oldukları belirtilmektedir (Mihic ve Kursan, 2010). Tüketicilerin düşünmeden, anlık olarak ve plansız bir şekilde itkisel satın aldıkları ürünlerin sadece fiyat olarak ucuz ürünler değil lüks marka ürünlerde de tüketicilerin önemli bir oranda itkisel olarak satın alma kararları verdikleri çeşitli çalışmalarda ortaya konulmaktadır (Zhang vd., 2010).

Buna karşın yapılan çalışmanın sonuçlarına bakıldığında literatür ile benzeşmeyen sonuçlar elde edildiği söylenebilir. Sonuçlara bakıldığında katılımcıların tercihleri dürtüsel satın alma eğiliminde olup olmaksızın benzer satın alma tercihlerinde bulundukları görülmektedir. Buna göre katılımcıları itkisel satın alma eğilimi yüksek olsa da genellikle rasyonel (karlı olan) seçenekleri tercih ettikleri görülmektedir. Aynı zamanda yüksek itkisel satın alma tercihine sahip katılımcıların tercihleri ile düşük itkisel satın alma eğilimine sahip katılımcıların benzer tercihlerde bulundukları görülmektedir. Çıkan sonuçlar satın alma kararlarının yaklaşık %95'ine kadarının itkisel olarak alındığını belirten literatür ile benzeşmemektedir (Koç ve Boz, 2014).

İleride yapılacak çalışmalarda katılımcıların itkisel satın alma eğilimi ile rasyonel satın alma tercihi arasında ilişkiyi inceler iken katılımcıların ürüne olan ihtiyacı da sorgulanmalıdır. Aynı şekilde ürünü satın alma isteği ile ürüne karşı olan ihtiyacının şiddeti de sorgulanmalıdır. Yapılan çalışmada tüketicilerin kahve sevip sevmedikleri ya da bisküviyle ilgili soruya aç iken verdikleri cevaplar ile tok iken verdikleri cevaplar farklılık gösterebileceği göz önünde bulundurularak araştırma dizaynı oluşturulabilir.

Kaynakça

Andrade, E. B., & Ariely, D. (2009). The enduring impact of transient emotions on decision making. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*,*109*(1), 1-8.

Bellenger, Danny N., Pradeep ve K. Korgaonkar, (1980). Profiling the recreational shopper? *Journal of Retailing*, 56 (3), 77–92.

Boz, H. (2015). Turistik *Ürün Satın Alma Karar Sürecinde İtkiselliğin Rolü: Psikonörobiyokimyasal Analiz*, Unpublished Doctoral Thesis. Balıkesir, Turkey: Balikesir University, Institute of Social Sciences.

Damasio , A. (1994). *Descartes' error: Emotion, reason, and the human brain*. New York: Grosset/Putnam.

Holbrook, M. B., & Hirschman, E. C. (1982). The experiential aspects of consumption: Consumer fantasies, feelings, and fun. *Journal of consumer research*, *9*(2), 132-140.

Kacen, J., ve Lee, J. A. (2002), The Influence of Culture on Consumer Impulsive Buying Behavior. Journal of Consumer Psychology, 12(2,163 – 176.

Kahnemann, D., ve Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, *47*(2), 263-291.

Kahneman, D., ve Amos Tversky (2000). *Choice, Values, Frames*. Cambridge University Press.

Kang, M., & Johnson, K. (2009). Identifying characteristics of consumers who frequently return apparel. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, *13*(1), 37-48.

Koc, E. (2004). The role of family members in the family holiday purchase decision-making process. *International journal of hospitality & tourism administration*, *5*(2), 85-102.

Koc, E., & Boz, H. (2014). Psychoneurobiochemistry of tourism marketing.*Tourism Management*, *44*, 140-148.

Kollat, D., ve Willet, R.P., (1967). Customer Impulse Purchasing Behavior, Journal of Marketing Research, 6, 21 – 31.

Langer, E.J., (1975), The Illusion of Control, *Journal of Personality and Social Psychology*, 32(2), 311–328.

Lucas, M., and Koff, E. (2014). The role of impulsivity and of self-perceived attractiveness in impulse buying in women. *Personality and Individual Differences*, *56*, 111-115.

Mihic, M. ve Kursan, I. (2010). Assessing The Situational Factors and Impulsive Buying Behavior: Market Segmentation Approach. *Journal Management*, 15(2), 47-66.

Morgenstern, O., ve Von Neumann, J. (1953). *Theory of games and economic behavior*. Princeton university press.

Rook, D.W., and Hoch, S.J. (1985). Consuming impulse. *Advances inConsumer Research*, 12, 23-27.

Rook, D. W., & Fisher, R. J. (1995). Normative influences on impulsive buying behavior. *Journal of consumer research*, *22*(3), 305-313.

Song, H.G., Chung, N. ve Koo, C. (2015), Impulsive buying behaviour of restaurant products in social commerce: a role of serendipity and scarcity message, Proceedings from PACIS 2015: The 19th Pacific Asia Conference on Information Systems, Singapore, 6-9 July.

Stern, H. (1962). The Significance of Impulse Buying Today. *Journal of Marketing*, April, 59-62.

Villi, B., & Kayabaşı, A. (2013). Kozmetik Ürünlerde Kadınların Dürtüsel Satın Alma Davranışlarını Etkileyen Faktörlerin Analizi. *AİBÜ-İİBF Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 9(1), 143-165.

Virvilaite, R., Saladiene, V., ve Bagdonaite, R. (2009), Peculiarities of Impulsive Purchasing in the Market of Consumer Goods, Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics, Commerce of Engineering Decisions, 2, 101 – 108.

Zhang, Y., Winterich, K. P., ve Mittal, V. (2010). Power distance belief and impulsive buying. Journal of Marketing Research, 47(5), 945-954.

Bilgi Teknolojilerindeki Gelişmelerin Muhasebe Bilgi Sistemine Yansımaları

Ali Apalı148, Mesut Bozcu 149, Özge Acun150

Full Text

Giriş

Teknoloji kavramı, bilginin ve bilgiye dayalı yöntemlerin bir işin yapılmasında kullanılması olarak tanımlanmaktadır. Bilgi ve bilgiye dayalı bir yöntem işin yapılmasındaki süreyi kısaltıyorsa burada teknolojik gelişmeden bahsedilmektedir (koza, 165). Bilginin toplanmasından depolanmasına ve iletişim ağları ile istenilen yere ulaştırılarak, kullanıcılara aktarılmasında yararlanılan teknolojilere bilgi ve iletişim teknolojileri denilmektedir. (sevim vd., 2006: 3). Bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesinin yansımaları başta muhasebe olmak üzere işletmenin tümüne etki etmektedir. Muhasebe birimi, gelişen bilgi teknolojisi sayesinde, eskisine göre kolaylıkla verileri toplayıp, sınıflandırıp, gerektiğinde sonuca yönelik analizleri yapabilmektedir. İşletmelerde yaygın olarak kullanılan bilgi teknolojilerinin aktarımı bilgisayar sistemleri ile gerçekleşmektedir.

İşletmelerdeki ihtiyaçların artması ile yeni teknolojilerin işletme faaliyetlerine girmesi muhasebe bilgi sistemlerinin kullanımını yaygınlaştırmaktadır. Teknolojik gelişmeler bilgiye erişimi bir fırsata dönüştürebildiği gibi, aynı zamanda işletmeler bazında bazı dönüşümlerin de yaşanmasına neden olmaktadır. Bu dönüşümlerin muhasebe bilgi sistemleri açısından yansımasının neler olduğunun ve bu yansımaların geleneksel muhasebe anlayışı ile farklılığının kavramsal olarak tartışılması çalışmanın amacı olarak belirlenmiştir. İşletmelerde birçok farklı bilgi sistemi olmasına rağmen araştırma sadece muhasebe bilgi sistemi ile sınırlandırılmıştır. Araştırma gerekli yazın taraması gerçekleştirilerek kavramsal açıdan oluşturulmuştur.

2. Bilgi Teknolojileri Ve Muhasebe Bilgi Sistemleri

Teknolojik gelişmeler, bir bilgi sistemi olan muhasebe üzerinde önemli değişikliklerin ve bazı dönüşümlerin yapılmasını zorunlu hale getirmiştir. Dönüşümler muhasebenin geleneksel işlevleri olarak ifade edilen kayıtlama, sınıflandırma, özetleme, raporlama, yorumlama ve nihai olarak denetleme gibi aşamaların yanı sıra muhasebenin bilgi teknolojileri ile belirginleşmiş personellerin donanımı, belge yapıları ve arşivleme unsurlarında da bazı dönüşümlere neden olmuştur.

Geleneksel anlamda kayıtlamada yevmiye ve defter-i kebir kayıtları fiziksel olarak defterlere el yazımı ile gerçekleştirilmekteydi. Bu yazım aynı zamanda kanuni defter kaydı olarak anlaşılmakta ve özellikle vergi yükümlülükleri için yerine getirilmekteydi. Bilgi teknolojilerinin gelişimi ile kayıtlar, e-kayıt adı ile bilinen, bilgi teknolojileri aracılığı ile yapılmaktadır. Özellikle bilgisayar kullanımları, geleneksel kayıtlama yöntemlerindeki uzun zaman gereksinimlerini oldukça kısaltmış ve olası kayıtlama hatalarının önüne geçilerek

148 Yrd.Doç.Dr., Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, aapali@mehmetakif.edu.tr
149 Öğretim Görevlisi, Akdeniz Üniversitesi, mesutbozcu@akdeniz.edu.tr
150 Yüksek Lisans Öğrencisi, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, ozgeacunn1453@gmail.com

düzeltme kayıtlarına gerek kalmadan düzgün bir muhasebe kayıt düzeninin oluşmasını sağlamıştır.

Sınıflandırma aşamasında, bütün işlemler insanların dosyalama gibi fiziksel ortamların kullanımı ile insani yeteneklerle yerine getirilirken, bilgi teknolojilerinin gelişmesi ile bütün sınıflandırmalar otomasyona dayalı olarak sonuçlandırılmaktadır. Otomasyon Sistemlerinde bazı sınıflandırmaların tamamını yerine getirmek bile gerekmeden, otomasyon ile sadece bir aşamasının yapılması yeterli olmaktadır. Diğer işlemler, yazılımlar tarafından yerine getirilmekte ve başta alt hesapların kullanımı olmak üzere, büyük deftere veri aktarımları da yine bilgi teknolojileri ile yapılmaktadır.

Özetleme aşamasında, geleneksel olarak büyük defter çıktılarının manuel olarak bakiyelerinin alınması sonucu geçici ve kesin mizan aktarımlarının yapılması ile oluşturulmakta ve bu aktarımlar hem fazla emeğin kullanımını hem de uzun zamanda hazırlanmasına neden olmakta idi. Ancak bilgi teknolojilerindeki yazılımlar aracılığı ile hesap bakiyeleri doğrudan mizanlara aktarılmakta ve bu işlem çok kısa zamanda yerine getirilmektedir. Diğer yandan bilgi teknolojilerinin yaygınlaşması, hesap bakiyelerinin, aktarım işlemlerinin manuel uygulamalardaki olası hata risklerini minimize etmektedir.

Raporlama aşamasında, geleneksel sistemde oluşturulan gelir tablosu, bilanço, satışların maliyeti tablosu, fon akım tablosu, kar dağıtım tablosu, nakit akım tablosunu hazırlamak uzun zaman ve emek gerektirirken, bilgi teknolojileri kısa zamanda istenen mali tabloların hazırlanmasına neden olmaktadır. Ayrıca zorunlu olarak vergi uygulamaları için hazırlanan muhtasar beyannameleri, katma değer vergisi beyannameleri, damga vergisi beyannameleri ve ba-bs bildirimleri kolaylıkla hazırlanıp, doğrudan ilgili taraflara ulaştırılabilmekte, tahakkuk ve ödeme işlemleri anında gerçekleştirilebilmektedir.

Yorumlama, işlemsel olarak son aşamada olan yorumlama aşamasında, elde edilen mali tablo çıktıları, tek tek incelenerek kullanıcıların her biri için basit şekillerde hazırlanmaktaydı. Ancak bilgi teknolojilerindeki gelişmeler, elde edilen verileri, bilgi kullanıcıları için farklı tablo, grafik ve şekillerde hazırlayıp, yorumlamalarını kolaylaştırıcı etkiye sahip olup ayrıca finansal tabloların karşılaştırılabilme özelliklerinin de geliştirilmesine yardımcı olmaktadır.

Denetleme fonksiyonunda, muhasebe bilgilerinin denetlenmesi fiziki ortamda kayıtlanan verilerin fiili olarak incelenmesi ile yapılırken, bilgi teknolojilerinde bu işlemler belirli komutlar ve parametreler ile yapılmaktadır. Denetim faaliyetlerinde insan unsurunun bilerek veye bilmeyerek gerçekleştirdiği hata ve hileleri tespit etmek oldukça zor iken, bilgi teknolojileri sayesinde bunların tespiti dönem içinde ve dönemsonlarında kolaylıkla tespit edilebilmektedir. Bilgi teknolojilerindeki gelişmelerden günümüzde bağımsız denetim şirketleri de olumlu bir şekilde etkilenmiş, hazırlanan denetim paket programları ile denetimin planlama, yürütülme, koordinasyon ve raporlama aşamalarında ortaya çıkabilecek olumsuzlukların ve denetim risklerinin de önüne geçilebilmiştir. Bu durum denetim faaliyetlerinin daha kısa zamanda ve daha ucuz maliyetlerle tamamlanmasını sağlamıştır.

Muhasebe bilgi sistemlerinin içerisinde yer alan temel unsur insandır. İnsan hem geleneksel hem de bilgi teknolojilerinde bütün sürecin başlangıcını oluşturmaktadır. Ancak insan unsuru geleneksel anlamda fiziksel olarak emek harcadığı için muhasebe birimlerinde sayı bakımından daha fazla personele ihtiyaç duyulmaktaydı. Ancak bilgi teknolojilerindeki gelişmeler emek gücünü azalttığı için muhasebe birimlerindeki personel sayılarını da azaltmıştır. Diğer yandan bilgi teknolojilerindeki gelişmeler, muhasebe bilgi sistemi içerisindeki personeli niceliksel olarak etkilemesinin yanında niteliksel olarak da etkilemiştir. Bu etkinin ilk aşaması bilgi teknolojilerine hakim işgücü ihtiyacının artmasıdır. Çünkü bilgi

teknolojilerini kullanan personel geleneksel ve zorunlu işlemleri artık ihtiyaç nedeni ile yapmaya başlamasının yanında denetim ve danışmanlık işlerini de yapması gerekliliği ortaya çıkmıştır.

Muhasebenin temel kavramı olan belgelendirme kavramı, bilgi teknolojileri ile değişime uğramıştır. Geleneksel sistemde doğrudan kağıtlar ile ortaya çıkan belgelendirme işlemleri, bilgi teknolojileri ile elektronik ortamlarda hazırlanmaya başlanmıştır. E-belge olarak adlandırılan belgelendirmeler, muhasebe bilgi sistemi içerisinde hem işlem hızını arttırmış hem de maliyetlerin düşmesine neden olmuştur. Bütün işlemlerin manyetik ortamlarda yapılması sonucu muhasebe bilgi sistemi çıktılarının arşivlenmesinde de dönüşümler ortaya çıkmıştır. Önceden fiziksel olarak muhafaza altına alınan belgeler, hem maliyeti hem de tekrar kullanım aşamasında zaman kaybına neden olurken, günümüzde bilgi teknolojileri ile bu sorunlar ortadan kalkmıştır. Ayrıca muhasebe bilgilerinin yangın, sel, deprem, hırsızlık veya kayıp riskleri, bilgi teknolojileri ile istenen veri ve bilgilerin yedeklerinin alınması ile minimize edilmiştir. Günümüzde e- fatura, e-arşiv fatura ve e-defter uygulamaları ile kağıt israfına son verilmiş olup, doğanın ve çevrenin korunması yolunda da önemli bir aşama kaydedilmiştir.

3. Sonuç

Bilgi teknolojilerindeki gelişmeler işletmelerin yeniden şekillenmesine neden olmaktadır. İşletmelerde farklı amaçlarla bulunan bilgi sistemlerinin temelini muhasebe bilgi sistemi oluşturmaktadır. Bu sistemin temel amacı bilgi kullanıcılarına talep ettikleri bilgileri sunmaktır. Önceleri sadece geleneksel olarak vergi için kayıtlanan ticari faaliyetler günümüzde bilgi gereksinimden ortaya çıkmaktadır. Ancak bilgi çağında sürekli olarak değişen bilgi teknolojileri, muhasebe sistemine de yansımış ve bazı dönüşümleri zorunlu hale getirmiştir. İşletmelerin sahip oldukları muhasebe bilgi sistemlerinin dönüşümü kayıtlama, sınıflandırma, özetleme, raporlama ve denetleme alanlarında kendini göstermesinin yanında, bilgi sistemi unsurlarından olan insan yani personel başta olmak üzere, belge yapısı ve arşivleme unsurlarında da kendini göstermiştir. Bilgi teknolojilerindeki ilerlemeler, öncelikle muhasebe birimlerindeki personel sayısını azaltırken, diğer yandan işlem maliyetlerini düşürerek işlemlerin hızını arttırmıştır.

Anahtar Kelimeler: Teknoloji, Muhasebe, Muhasebe Bilgi Sistemleri.

JEL Kodu: M40, M41, M49

Kaynakça

Koza, M., (2008), Bilgi Yönetimi, *Kum Saati Yayınları*, İstanbul.

Sevim, Ş., T., Çetinoğlu, N., Kurnaz (2006), "Muhasebe Sistemlerine Bilgi Teknolojileri Hizmet Desteği Sağlayan Bilgisayar Firmalarının Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi Üzerine Ampirik Bir Araştırma", *Muhasebe Ve Finansman Dergisi*, 32, 1-14.

Tesis İçi Ürün Taşıma Operasyonunun Mılk-Run İle Optimizasyonu

Bülent Sezen, Ramazan Arslan

Full Text

1. Giriş

Bu makalenin amacı, taşınma sürecinde olan bir çelik dövme ve işleme firmasının, mevcut olan temel iç lojistik aşamalarını (atölyeler arasında olan yarımamul taşımaları / mamul halindeki ürünün taşınması ve istiflenmesi) analiz edilerek, yeni tesisteki iç lojistik faaliyetlerinin yeniden yapılandırılması sonucunda harcanan işgücünün ve buna bağlı olarak da maliyetin minimize edilmesidir.

Bunun için, öncelikli olarak mevcut tesisteki atölyelerin birbirlerine olan konumları, taşıma aracı olarak kullanılan yapılar, taşınan ürünlerin miktarları analiz edilmiştir. Tüm faaliyetlerin birbirleriyle olan ilişkilerini göstermek amacıyla "Değer Akış Haritalama"(DAH) metodolojisinden yararlanılmış, mevcut durumda bulunan iyileştirilebilir noktaların tespiti sonrasında da hedeflenen durum aynı metodolojiyle haritalandırılarak ifade edilmiştir. DAH metodunun asıl amaçlarından biri, üretim sistemindeki sürekli iyileştirme sürecini canlı tutmaktır. Aslen, DAH metodu, endüstriyel süreçlerin analizi ve geliştirmesine yardımcı olacak bir araç olarak tasarlanmıştır. (Librelato, 2013: 924)

Atölyelerin yeni tesisteki konumlarının nasıl olması gerektiğinin belirlenmesinde, "Yakınlık Matrisi" metodundan faydalanılmıştır. Yakınlık matrisi diyagramı majör yerleşim birimleri arasındaki ihtiyacı yaklaşık olarak belirlemektedir. Büyüklüklerinin tespiti için ise, temel olarak üretim miktarları üzerinden hareket edilmiştir. Detay çalışmada ise, atölye içerisinde bulunacak olan tezgahların boyut ve yerleşim şekillerine bağlı olarak atölye büyüklüklerinin nihai tespiti yapılmıştır.

Yakınlık matrisi, tesiste bulunan üretim alanları ve yardımcı tesisler arasındaki nitel ya da nicel bağlantı seviyesini tespit edebilme amacıyla kullanılmaktadır.(Heragu, 2006: 113)

Yeni tesisteki taşıma aracı belirlenirken, "Milk-run" metodolojisine bağlı olarak hareket edilmiş; mevcut tesisteki taşıma yöntemi olan forklift ile taşıma yöntemi ile karşılaştırılarak avantaj ve dezavantajları ortaya konulmuştur.

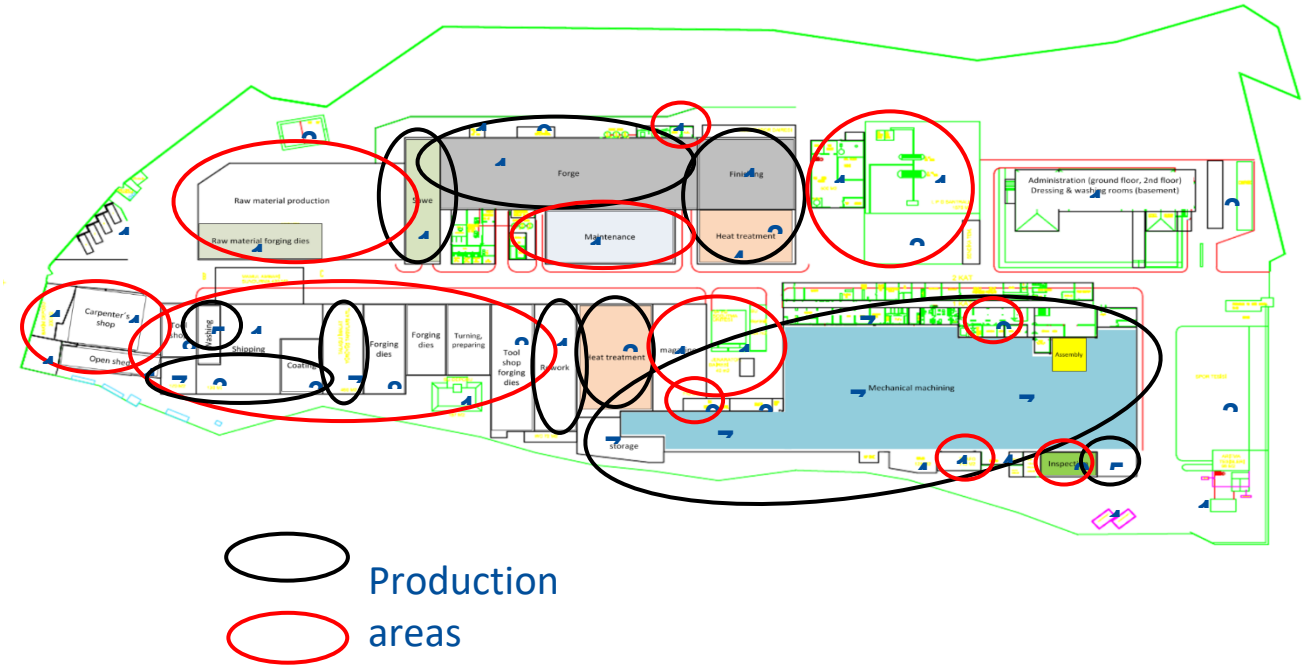
Milkrun, belirli bir mantık çerçevesinde, belirlenen tedarikçilerden malzemelerin toplanması, toplanan malzemeerin üretici firmanın tesisine getirilmesidir. Araç tekrar toplamaya giderken ise geri dönüşümlü ambalajları veya iadeleri üreticiden alıp tedarikçilere dağıtmaktadır.(Abdullayev, 2012:6)

2. MEVCUT DURUM ANALİZİ

2.1 Mevcut Tesisin Yerleşimi ve Analizi

Tesis yerleşimini iki temel alan dağılımına bakarak incelediğimizde üretimin gerçekleştiği ve üretimi destekleyen alanlar olarak Şekil-1'de görülen kroki üzerindeki gibi dağılmaktadır.

Şekil-1: Mevcut tesisin yerleşim krokisi



Üretim alanlarını sıralamak gerekirse,

- Kesim / Dövme / Isıl işlem / Dövme tamamlama / Kalıp / Takım aparat / Yıkama / Boyahane şeklinde ifade edilebilir

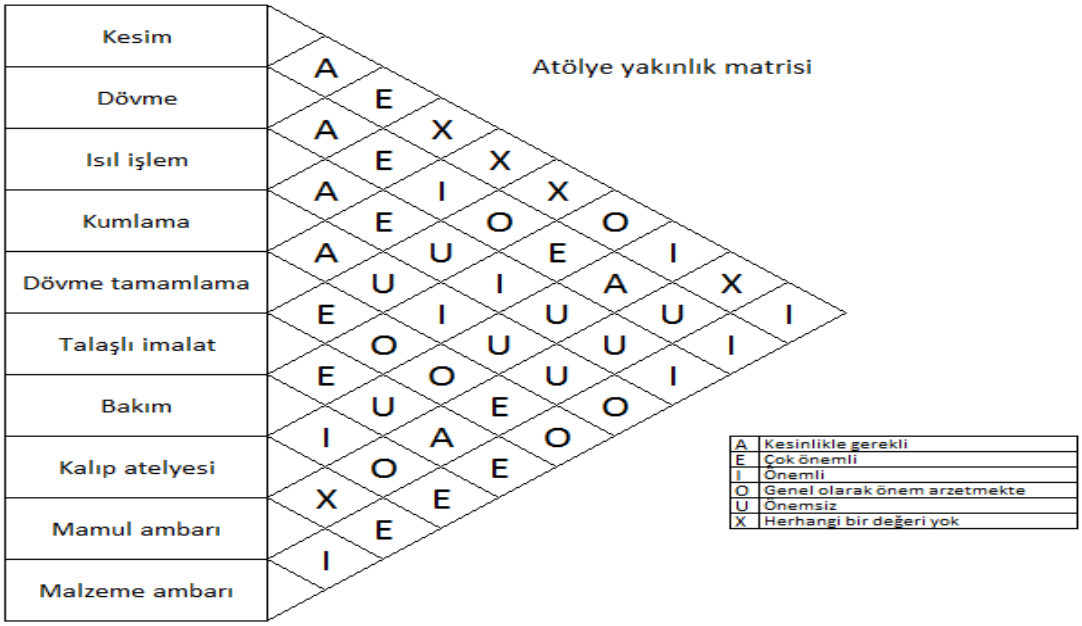
Destek alanları ise,

- Bakım onarım / Kalite kontrol alanları / Laboratuar / Hammadde ambarı / Malzeme ambarı / Mamul sevk ambarı – ambalajlama / Marangozhane olarak sıralanabilir.

3. Yeni Tesis İçin Atölye Konum ve Büyüklüklerinin Belirlenmesi

Atölyelerin birbirlerine göre en uygun konumlarını belirlemek için yakınlık matrisinden faydalanılmıştır.

Şekil-2: Yeni tesisteki fonksiyonların birbirlerine göre konumlarının belirlenmesi



3.1 Atölye Yerleşim Alternatiflerinin Belirlenmesi ve Seçimi

Atölyelerin tesisteki yerleşimi ile ilgili iki temel alternatif belirlenmiştir. Aşağıdaki şekillerde siyah çizgi iler sınırlanan alanın tamamı, firmanın bağlı bulunduğu holdinge ait olduğundan dolayı arazinin dikey ve yatay kullanımı dâhilinde belirlenen alternatifler:

- Kare modüler yerleşim (U tip malzeme akışı)
- Lineer modüler yerleşim (I tip malzeme akışı) şeklindedir.

Şekil-3: Yeni tesisin yerleşim alternatifi – Kare modüler (U tip)



Şekil-4: Yeni tesisin yerleşim alternatifi – Lineer modüler (I tip)



Bu yerleşim tiplerinden hangisinin daha uygun olduğu,

- Bina & Gelişim
- Üretim
- Lojistik
- Verimlilik temel başlıklarında, aşağıdaki karar verme matrisindeki maddelerin yönetimin katıldığı bir toplantıda görüşülmesi sonucunda kararlaştırılmıştır.

Tablo-1 :Yerleşim alternatifleri seçim kriterleri tablosu

Karşılaştırma kriterleri	Ağırlıklandırma faktörü	Yerleşim			
		Lineer modüler		Kare modüler	
		GEG	GW	GEG	GW
Bina + gelişim	**35**	2.33	81.7	2.67	93.3
Üretim	**35**	2.75	96.3	2.75	96.3
Lojistik	**20**	2.22	44.4	2.75	55.0
Verimlilik	**10**	2.25	22.5	2.00	20.0
Toplam	**100**		**245**		**265**

Şirketin tüm kademelerinin katılım sağladığı karar toplantısı sonrasında, çıkan değerlere bağlı olarak kare modüler yerleşim üzerinden devam edilmesine karar verilmiştir.

3.2 Yarımamul ve Mamul Akışının Analizi ve Kararı

3.2.1 Dövme Atölyelerinden İşleme Atölyelerine ve Mamul Ambarına Ürünlerin Sevki için Alternatif Belirleme ve Değerlendirme

Dövme atölyelerinden, işleme atölyelerine ve mamul ambarına ürün ve tersi yönde boş sandık sevkini yapmak için iki temel alternatif belirlenmiştir:

- Forklift ile taşıma
- Milkrun ile taşıma

Bu iki alternatif arasında seçim yapabilmek için atölyeler arasındaki taşıma mesafelerini, tekli ve çoklu taşıma sistematiğine göre karşılaştırmamız gerekmektedir.

Ürün transferleri, aşağıdaki tabloda belirtildiği bağlantılar dahilinde yapılacaktır. Mesafe hesaplama detayları alt maddelerde açıklanacaktır:

Tablo-2 : Atölyeler arası ürün transfer ilişkileri

Atölye	Üretilecek ürün	Gideceği atölye
YENİ DÖVME TESİSİ	Dingil	Mamul ambarı
	Krank	
	Aksön	
	Aks	Talaşlı imalat
	Mil	Talaşlı imalat
	Aksön	Mamul ambarı
	Aksön	Talaşlı imalat
MEVCUT (TAŞINACAK) DÖVME TESİSİ	Aks	Talaşlı imalat
	Mil	Talaşlı imalat
	Muhtelif	Mamul ambarı
	Muhtelif	Talaşlı imalat

3.3 Forklift ve Milkrun Taşımacılığı Karşılaştırması

Karşılaştırmayı yapmadan önce, yıllık bazda yapılacak olan üretimlere bağlı olarak vardiyada hareket görecek sandık sayılarını belirlememiz gerekmektedir. Bunun için aşağıdaki tablo oluşturulmuş durumdadır.

Tablo-3 : Atölyeler arası ürün transfer detayları

ATÖLYE	Üretilecek ürün	Yıllık üretim miktarı	Sandık içi adet	Sandık miktarı / yıl	Sandık miktarı / vardiya
YENİ DÖVME TESİSİ	Dingil	120000	15	8000	10
	Krank	120000	15	8000	10
	Aksön	60000	20	3000	4
	Aks	300000	75	4000	5
	Mil	300000	90	3333	5
	Aksön	240000	20	12000	15
	Aks	300000	75	4000	5

MEVCUT (TAŞINACAK) DÖVME TESİSİ	Mil	300000	90	3333	5
	Muhtelif	-	-	26140	30
				Toplam	89

Atölyeler arasında, bir vardiya içerisinde, yukarıdaki tabloda belirtilen miktarlarda sandık taşımasının forklift ile yapılması durumunda kat edilecek olan mesafe için aşağıdaki hesaplama tablosu oluşturulmuştur.

Tablo-4 : Forklift ile malzeme taşıma mesafe hesaplaması

Tekli taşıma (m)					
Çıkış	Giriş	Mesafe (m)	Gidiş geliş	Vardiyadaki sandık miktarı	Toplam taşıma uzunluğu (m)
YENİ DÖVME TESİSİ	Mamul ambarı	337.2	674.4	24	16185.6
	Talaşlı imalat	144.4	288.8	10	2888
	Mamul ambarı	463.9	927.8	10	9278
	Talaşlı imalat	127.8	255.6	5	1278
MEVCUT (TAŞINACAK) DÖVME TESİSİ	Mamul ambarı	420.1	840.2	10	8402
	Talaşlı imalat	88.4	176.8	30	5304
				Toplam	43335.6

Atölyeler arasında, bir vardiya içerisinde, yukarıdaki tabloda belirtilen miktarlarda sandık taşımasının milkrun aracıyla yapılması durumunda kaç tur yapılması gerektiğini belirlemek adına alan ihtiyaç hesap tablosu oluşturulmuştur.

Tablo-5 : Milkrun ile malzeme taşıma mesafe hesaplaması

Milkrun ile çoklu sandık taşıma							
			Kabul noktaları				
Çıkış noktaları	Malzemenin özelliği	Kabul edilen sandık ebatları	Talaşlı x2x1.3	Talaşlı mevcut	Talaşlı yeni	Mamul ambarı	Gerekli olan uzunluk mesafesi
YENİ DÖVME TESİSİ	Dingil	2,5X1X1 m				10	25
	Krank-aksön	1.5X1X1 m				14	21
	Aks-mil	1.5X1X1 m	10				15
	Diğer dövme kasası	1.5X1X1 m			5	10	22,5
MEVCUT (TAŞINACAK) DÖVME TESİSİ	Ötk malzemeleri+ diğer dövme	1.5X1X1 m		20		10	45
	Aks-mil	1.5X1X1 m		10			15
	Aks-mil	1.5X1X1 m				10	-

TALAŞLI İMALAT	Ötk malzemeleri +diğer	1.5X1X1 m				20	-
	Aks-mil	1.5X1X1 m				10	-
	Ötk malzemeleri	1.5X1X1 m				5	-
			Toplam				**143,5 m**

4. Sonuç

Milkrun aracına bağlanacak olan römorkun ölçüleri, tedarikçi bir firmanın verdiği destekle birlikte, çeşitli kriterler gözetilerek(geçeceği atölyelerdeki dönüş çapları, maliyet unsuru gibi) 4 x 2 m olarak belirlenmiş; milkrun aracına, iki adet römork takılarak işlem yapılmasına karar verilmiştir. Buna bağlı olarak, toplam uzunluk ihtiyacı olan 143,5 m, römork içerisinde sırtsırta ikişer sandık konulabilmesine bağlı olarak 71,75 m olarak gerçekleşecektir. Toplam römork uzunluğunun 8 m olduğunu da hesaba kattığımızda, 71,75/ 8 = 9 turda istenen sandık hareketinin yapılabileceğini görmekteyiz. Çeşitli kayıplara (sandıkların hazır olmaması, güzergah değişikliği yapılma ihtimali, römorka konulacak olan sandıkların 8'in katını karşılamaması gibi) bağlı olarak 2 ilave tur daha atılabileceği dikkate alınarak, toplam maksimum tur sayısı 11 olarak hesaplanmıştır.

Milkrun aracı, 11 tam tur yaptığında;

1133 x 11 = 12463 m yol kat edecektir.

Aynı miktarda sandık, aynı alanlar arasında forklift aracılığıyla taşındığında ise, daha önce hesaplandığı üzere, 43336 m yol kat edilecektir.

Sandık taşıma işleminin milkrun aracıyla yapılması durumunda vardiyada 30,9 km daha az taşıma yapılacaktır.

Üretici firmadan aldığımız veriye bağlı olarak, 1 saatlik enerji tüketimi, her iki araç için de 7,8 kw olarak gerçekleşmektedir. 2017 yılı için 1 kw elektriğin saat ücreti 0,254 tl'dir.

Yılda 300 gün 3 vardiya üzerinden işlem yaptığımızda, toplamda 300 x 3 x 30,9 = 27810 km daha az mesafe kat etmiş olacağımızı hesaplamaktayız.

Buna bağlı olarak, saatte 10 km/sa maksimum hızla(*şirket kararı olarak belirlenen tesis içinde taşıma için hız sınırı) taşıma yapıldığını düşünürsek, 27810 km'lik mesafeye karşılık 2781 saatlik çalışmadan tasarruf etmiş olmaktayız.

Maddi olarak, 2781 saatlik çalışmanın karşılığında:

- Yakıt olarak : 2781 x 7,8 x 0,254 = 5509 TL'lik maliyet avantajı;
- Personel maliyeti olarak – asgari ücret 2017 net bedeli 1404 TL üzerinden : 2781 / 24 = 116 gün; 116 x (1404 / 30) = 5428 TL'lik maliyet avantajı;
- Periyodik bakım maliyeti olarak :

3 tonluk forkliftin periyodik bakımı 1000 saatte bir yapılmakta; maliyeti 150 euro,

25 tonluk çekicinin periyodik bakımı 1000 saatte bir yapılmakta; maliyeti 85 euro' dur.

Buna bağlı olarak, milkrun aracının kullanılması ile forklift kullanımı arasında, yıllık bazda 3 turluk periyodik bakım maliyeti farkı: 3 x (150-85) x 4,13 = 805 TL'lik maliyet avantajı ortaya çıkacaktır.

Toplamda: 5509 + 5428 + 805 = **11742 TL** yıllık daha az maliyet oluşacaktır.

ROI (Return Of Investment) – Yatırımın geri dönüş süresinin hesaplanması:

3 tonluk standart 2 adet forkliftin alım maliyeti = 29900x2 = 49800 Euro ≈ 206000 TL

25 tonluk çekici + 2 adet römorkun alım maliyeti = 49000 Euro ≈ 202370 TL

İlk yıl, 15372 TL; ikinci yıldan itibaren min 11742 TL'lik net maliyet avantajı elde edilmiş olacaktır.

Kaynakça

Makale

(Librelato, T. (2013) "A process improvement approach based on the Value Stream Mapping and the Theory of Constraints Thinking Process" :924)

Kitap

(Heragu, S. (2006) "Facilities Design", 2. Baskı, New York, Universe Inc.,)

Tez

(Abdullayev, V. (2012) "Bir otomobil üretim firması için yurtiçi milk run malzeme tedarik sisteminin tasarlanması", Ankara, ODTÜ, Endüstri Mühendisliği)

İnternet Kaynağı

Türkiye istatistik kurumu (2017). Elektrik kw/h bedeli, http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=24637

Döviz724 (2017). 2017 yılı Euro-TL kur ortalaması, http://www.doviz724.com/yillara-gore-ortalama-euro-kuru.html

Agdenetim (2017). 2017 yılı asgari ücret bedeli, http://www.agdenetim.com/haberler/2017-asgari-ucret-net-1404-tl-oldu

Türkiye'de Yenilikçi Çevrenin Evrimi: Bilim Teknoloji Yüksek Kurulu (Btyk) Kararları Üzerine Bir İnceleme

Handan Deniz Böyükaslan[151], Belkıs Özkara[152]

Full Text

1. Giriş

Yenilik ve Ar-Ge çalışmaları uzun vadede yüksek yatırım ve yüksek risk içerdiğinden dolayı firmaların kendiliğinden yenilik stratejilerine yönelmeleri zordur. Bu nedenle firmanın dış çevresinde de yenilik ve yaratıcılığı destekleyen ve teşvik eden bir iklimin olması gerekmektedir. Bu iklimi sağlayacak olan ise yenilik sistemlerdir. Ulusal Yenilik Sistemi, yeniliğin genel gelişimini etkileyen, faaliyetleri ve etkileşimleri ile yeni teknolojileri başlatan, ithal eden, değiştiren ve yaygınlaştıran yenilikçi çevre içerisindeki kuruluşlar ağı olarak ifade edilmektedir (Lu, Khew ve Huang, 2014: 201).

Yenilik süreçlerini destekleme ve yönetme noktasında önemli bir rol oynayan (Lundvall, 2016: 88) Ulusal Yenilik Sistemi ülkemizde, Bilim Teknoloji Yüksek Kurulu (BTYK), TÜBİTAK, teknoparklar, üniversiteler, üniversite-sanayi işbirlikleri, Ar-Ge merkezleri, teknoloji transfer ofisleri, KOSGEB, Kalkınma Ajansları, kamu kurumları, yenilikçi firmalar gibi aktörlerden oluşmaktadır. Ulusal Yenilik Sistemi içerisinde yer alan BTYK bu sistem içerisindeki en üst düzey politika belirleme organıdır ve yenilikçi bir atmosfer oluşturabilmek için kararlar almaktadır. Bu bağlamda, bu çalışmanın amacı, ülkemizin yenilikçi çevresinin gelişiminde önemli bir rol oynayan BTYK kararlarının incelenmesidir.

2. Türkiye'de Yenilikçi Çevrenin Gelişimi

Ülkemizde yenilikçi çevrenin gelişimini ve yenilik sisteminin temellerinin oluşumunu, bilim ve teknoloji politikalarının şekillenmeye başladığı planlı kalkınma dönemi yıllarıyla birlikte ele almak gerekir. 1963-1967 yıllarını kapsayan 1.Beş Yıllık Kalkınma Planında, alınan en önemli karar doğa bilimlerinde temel ve uygulamalı araştırmaları yönlendirmek ve teşvik etmek amacıyla Bilimsel ve Teknik Araştırmalar Kurumu'nun oluşturulacağı kararıdır (DPT, 1963). Bu doğrultuda, günümüz yenilik sisteminin temel aktörlerinden olan TÜBİTAK 1963 yılında kurulmuştur.

1980 dönemindeki hükümet programında yer alan Bilim ve Teknoloji politikası için TÜBİTAK ve DPT'nin iş birliği ile hazırlanan "Türk Bilim Politikası: 1983-2003" belgesi Türkiye'nin ilk bilim ve teknoloji dokümanıdır (Özdaş, 2000: 41-42). Bu belge yeterli derecede uygulanamamış olsa da Türkiye'nin bilim, teknoloji ve yenilik politikalarının düzenlenmesinde rol oynayacak Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu'nun (BTYK) kuruluşuna zemin hazırlamıştır (Özdaş, 2000: 55).

BTYK, bilim ve teknoloji konusunda öncelikli Ar-Ge alanlarını ve Ar-Ge hedeflerini belirleyerek, bunlarla ilgili plan ve programları yapmak, bu plan ve programlar doğrultusunda teşvik edici ve düzenleyici tedbirleri saptamak, beşeri gücün geliştirilmesi dahil, bilim ve teknoloji sisteminin geliştirilmesi amacıyla, yatırım alanlarını belirleyerek, gerekli yasal ve yapısal düzenlemeler hazırlamak, kamu ve özel sektör iş birliğini geliştirecek önlemleri saptamak, bu faaliyetleri izlemek, değerlendirmek ve yönlendirmek, özetle ulusal bilim ve

[151] Arş.Gör., Afyon Kocatepe Üniversitesi İşletme, yumusakipek@aku.edu.tr (yazışma yapılacak yazar)
[152] Prof.Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi İşletme, bozkara@aku.edu.tr

teknoloji politikaları ve bu politikaların uygulama plan ve programlarının tespitinde hükümete yardımcı olmak üzere 1983 yılında 77 sayılı KHK ile kurulmuştur.

3. Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Türkiye'nin 2023 vizyonu doğrultusunda dünyanın ilk 10 ekonomisi arasında yer alması, yerli ürünlerini ihraç eden bir ülke konumuna gelmesi için bilim, teknoloji ve yenilik (BTY) alanındaki ilerlemeler önem arz etmektedir. Türkiye'nin BTY politikalarının oluşturulmasında en üst düzey karar organı BTYK'dır. BTYK toplantılarında alınan kararların uygulamaya konması ile ülkemizde BTY alanlarında büyük atılımlar gerçekleştiği görülmektedir. Bu bağlamda, çalışmanın amacı ülkemizde yenilikçi çevrenin tarihsel arka planını ve gelişmesini BTYK kararları üzerinden incelemektir. Çalışmada, nitel araştırma yöntemlerinden doküman incelemesi yapılmıştır. Çalışmanın kapsamını, BTYK'nın 29 toplantısında alınan kararlar oluşturmaktadır. Veriler, TÜBİTAK'ın resmi internet sitesi üzerinden elde edilmiştir. Verileri analiz etmek için içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. İçerik analizinde kullanılan veriler, bilim, teknoloji, araştırma ve yenilik temalarına ayrılarak incelenmiştir. Bu temalar daha önce yapılan benzer çalışmalar dikkate alınarak ve alanında uzman 2 kişiye danışılarak oluşturulmuştur.

4. Araştırmanın Bulguları

Tablo 1: Bilim Teknoloji Yüksek Kurulu Toplantı Tarihleri

TOPLANTILAR	TARİH	TOPLANTILAR	TARİH
1.BTYK	9 EKİM 1989	16.BTYK	20 KASIM 2007
2.BTYK	3 ŞUBAT 1993	17.BTYK	16 MAYIS 2008
3.BTYK	25 AĞUSTOS 1997	18.BTYK	24 ARALIK 2008
4.BTYK	2 HAZİRAN 1998	19.BTYK	17 HAZİRAN 2009
5.BTYK	20 ARALIK 1999	20.BTYK	15 ARALIK 2009
6.BTYK	13 ARALIK 2000	21.BTYK	22 HAZİRAN 2010
7.BTYK	24 ARALIK 2001	22.BTYK	15 ARALIK 2010
8.BTYK	15 NİSAN 2002	23.BTYK	27 ARALIK 2011
9.BTYK	6 ŞUBAT 2003	24.BTYK	7 AĞUSTOS 2012
10.BTYK	8 EYLÜL 2004	25.BTYK	15 OCAK 2013
11.BTYK	10 MART 2005	26.BTYK	11 HAZİRAN 2013
12.BTYK	8 EYLÜL 2005	27.BTYK	18 HAZİRAN 2014
13.BTYK	8 MART 2006	28.BTYK	6 0CAK 2015
14.BTYK	12 EYLÜL 2006	29.BTYK	17 ŞUBAT 2016
15.BTYK	7 MART 2007	-	-

1983 yılında KHK ile kurulan BTYK için her yıl 2 kez toplanacağı belirtilmiştir. Buna rağmen, BTYK ilk toplantısını kurulduğu tarihten 6 yıl sonra gerçekleştirebilmiştir., 2005-2010 yılları arasında ve 2013'te yılda 2 kez toplandığı ve BTYK toplantılarının düzenli bir seyir izlemediği söylenebilir.

Tablo 2: BTYK Toplantı Kararları

Toplantılar	Tarih	Bilim	Teknoloji	Araştırma	Yenilik/ İnovasyon	TOPLAM
1.BTYK	9.10.1989	-	4	3	-	7
2.BTYK	3.02.1993	1	3	2	-	6
3.BTYK	25.08.1997	6	7	9	3	25
4.BTYK	2.06.1998	1	2	1	2	6
5.BTYK	20.12.1999	3	2	3	-	8
6.BTYK	13.12.2000	2	6	6	2	16
7.BTYK	24.12.2001	2	5	3	1	11
8.BTYK	15.04.2002	-	1	1	-	2
9.BTYK	6.02.2003	-	1	5	-	6
10.BTYK	8.09.2004	-	2	2	-	4
11.BTYK	10.03.2005	1	3	6	-	10
12.BTYK	8.09.2005	-	4	4	-	8
13.BTYK	8.03.2006	-	1	2	1	4
14.BTYK	12.09.2006	-	1	2	2	5
15.BTYK	7.03.2007	-	1	-	1	2
16.BTYK	20.11.2007	-	2	3	-	5
17.BTYK	16.05.2008	-	-	3	-	3
18.BTYK	24.12.2008	-	-	1	-	1
19.BTYK	17.06.2009	-	-	2	1	3
20.BTYK	15.12.2009	1	-	3	2	6
21.BTYK	22.06.2010	-	-	1	1	2
22.BTYK	15.12.2010	2	5	3	3	13
23.BTYK	27.12.2011	1	1	2	4	8
24.BTYK	7.08.2012	1	-	1	-	2
25.BTYK	15.01.2013	-	-	-	-	0
26.BTYK	11.06.2013	-	5	-	-	5
27.BTYK	18.06.2014	1	2	5	2	10
28.BTYK	6.01.2015	-	-	2	-	2
29.BTYK	17.02.2016	-	5	-	-	5
TOPLAM		22	63	75	25	186

29 kez toplanan BTYK'nın kararları incelendiğinde en fazla Araştırma temalı, en az ise Bilim temalı kararların alındığı söylenebilir. En fazla karar ise 1997 yılındaki 3.toplantıda alınmıştır.

5.Sonuç

Bu çalışmada, ülkemizde yenilikçi çevrenin gelişimi, 1989-2016 yılları arasında 29 kez toplanan BTYK'nın aldığı kararlar neticesinde incelenmiştir. BTYK'nın kararları değerlendirildiğinde Araştırma ve Teknoloji temalı kararların yeterli olduğu, Bilim ve Yenilik temalı kararların ise oldukça sınırlı olduğu söylenebilir. Kararların temalara göre ve yıllara göre

dağılımının düzenli olmadığı da görülmektedir. 1997'deki 3.toplantıda alınan Ulusal Yenilik Sistemi kurulması kararın Türkiye'nin yenilikçi çevresinin gelişiminde bir dönüm noktası olduğu ve BTY politikalarındaki kurumsallaşmayı yansıttığı ifade edilebilir. Ayrıca 7.toplantıda yürürlüğe giren "Vizyon 2023: Bilim ve Teknoloji Stratejileri" belgesi, Atatürk'ün işaret ettiği muasır medeniyet hedefine ulaşmak için, bilim ve teknolojiye hakim yenilikçi bir toplum yaratılacağını göstermesi açısından önemlidir. Son olarak, bu çalışmada sadece BTYK toplantı kararları incelenmiş olup, ülkemizin yenilikçi çevresinin gelişimine katkısı olan kalkınma planları ve diğer yasal düzenlemeleri içermemektedir. Dolayısıyla yenilikçi çevrenin gelişimini tam olarak ortaya koyabilmek adına tüm kurumsal sistemlerin ve düzenlemelerin inceleneceği çalışmalara ihtiyaç vardır.

Anahtar Kelimeler: Yenilik, Yenilikçi Çevre, Ulusal Yenilik Sistemleri, Bilim ve Teknoloji, Bilim, Teknoloji Yüksek Kurulu

Jel Kodu: M15, 030, 038

Kaynakça

77 Sayılı Kanun Hükmünde Kararname (1983). *Bilim Teknoloji Yüksek Kurulu Kurulmasına İlişkin KHK*. http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/4.5.77.pdf, (18.01.2018).

Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) (1963). *Kalkınma Planı (Birinci Beş Yıl) 1963- 1967*. Ankara: T.C. Kalkınma Bakanlığı. http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/Kalknma%20Planlar/Attachments/9/plan1.pdf , (18.01.2018)

Lu, W.M., Kweh, Q.L. and Huang, C.L. (2014). "Intellectual Capital and National Innovation Systems Performance", *Knowledge-Based Systems*, 71, 201-210.

Lundvall, B.A. (2016). "National Systems of Innovation: Towards a Theory of Innovation and Interactive Learning", *The Learning Economy and The Economics of Hope*, (Ed.) Lundvall, B.A., New York: Anthem Press, ss. 85-104.

Özdaş, N. (2000). *Bilim ve Teknoloji Politikası ve Türkiye*, Bilim ve Teknoloji Strateji ve Politika Çalışmaları Toplantısı, Yayın No: TÜBİTAK BTP 00/01, Ankara.

Öznel Mutluluğun Ve Müşteri Deneyiminin Müşteri Memnuniyeti Üzerindeki Etkisi

Ayşe Yüzüak[153], Ruziye Cop [154], Yusuf Volkan Topuz [155], Oya Eru[156],

Full Text

1. Giriş

Yaşantımızda günden güne değeri artan mutluluk hiç şüphesiz tüm insanların peşinden koştuğu bir kavramdır. Genellikle mutluluk elle tutulan gözle görülen maddeyle ilişkilendirilmekte olup mutlu olmak için bir şeyler satın alınmakta ve mutlu olunmaktadır. Carter ve Gilovich (2012) mutluluğu elde edilmesi aşamasında zaman zaman deneyimin önemi gözden kaçırılabilmekte olduğunu belirtmişlerdir. Yaşadığı deneyimlerden mutlu olup duygularına hitap edilen tüketiciler aynı ürünleri tekrar satın alma isteği içinde olacaktır. Deneyim, müşterinin ürünle ya da markayla yaşadığı etkileşimlerden ortaya çıkmaktadır. Tüketici hangi duygu durumlarında satın alma kararı aldıklarını incelemek işletmeler açısından önemlidir. Çalışmanın amacı, öznel mutluluğun müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisini incelemek ve bu ilişkide müşteri deneyiminin aracılık etkisi olup olmadığını ortaya koymaktır. İşletmeler pazarlamada mutluluk temasına vurgu yaparak ilgi çekici bir hale geldikleri düşünülmektedir. Mutluluk düzeyi düşük bireylerin dışarıda yeme içme eylemini gerçekleştirerek mutluluklarının artacağı, mutluluk düzeyi yüksek bireylerinde aynı şekilde kendi yaşamlarından kesitler bularak mutlu olacakları düşünülmektedir. İşletmeler hedef kitlelerinin mutluluklarını arttıracak deneyimler yaşatacak pazarlama stratejilerini geliştirmeye çalışmaktadırlar.

2.Hedonik Tüketim ve Müşteri Deneyimi

Modern tüketim toplumlarında tüketim olgusunun duygusal veya hissi boyutunun öne çıktığı görülmektedir. Hedonizm kavramı, yaşamın amacı için hazzı seçen felsefe sistemini ya da hazza aşırı düşkünlüğü ifade etmektedir. "Keyfin (zevk, memnuniyet, haz) en yüksek güzellik olduğu bir yaşam tarzı doktrini" olarak açıklanan (Hopkinson ve Pujari, 1999, s.273-290) hedonizm, sürekli olarak ürünlerden edinilebilecek hazları ön plana çıkarmaktadır. Hedonik tüketim ile ilgili birçok çalışma bulunmaktadır. İlgili literarür tarandığında, Levy, (1959), insanların ürünleri, sadece neler yapabileceklerine göre değil, ne anlama geldiklerine göre de satın aldıklarını incelemiştir. Hirschman ve Holbrook (1982), hedonik tüketimin, kişinin ürünlerle ilgili deneyiminin heyecanlandırıcı, fantezi ve duygusal yönünü ele almışlardır. Campbell, (1987) ise tüketicilerin ürün kullanırken duygusal tahrik, ürün fantezisi ve farklı duygusal düşlerinin de ön plana çıktığını belirtmiştir. Yapılan çalışmalarda ürünler hedonik olmaları açısından incelenmiştir (Crowley vd. 1992, Wertenbroch, 1998, Chitturi vd. (2008). Laverie vd. (1993) hedonik değerlerin duygular ile bağlantılı olduğunu ifade etmektedir. Literatürde hedonik tüketim ile ilgili yapılan diğer çalışmalarda da tüketicilerin hedonik tüketim deneyimlerini arttırmak yapılan stratejiler incelemiş, tüketicileri hedonik tüketime yönlendiren nedenler ve hedonik tüketimin satın alma kararına etkisi ortaya konmuştur (Wertenbroch, (2002), Arnold ve Reynolds, (2003), Urminsky ve Kivetz (2004), Altunışık ve Çallı, (2004), Deli-Gray vd. (2010), Ballantine, Jack ve Parsons (2010), Özgül (2011).

Hazsal tüketim kavramı olarak da ifade edilen deneyim kavramı, tüketicinin/kişinin deneyimleriyle doğrudan ilgilidir (Çelik, 2009, s.25). Güzel ve Papatya (2012), deneyim

153 Uzman, Abant İzzet Baysal Üniversitesi, aysesimal@hotmail.com (Yazışma yapılacak yazar)
154 Prof. Dr., Abant İzzet Baysal Üniversitesi, ruziyecop@hotmail.com
155 Doç. Dr., Abant İzzet Baysal Üniversitesi, topuz_y@ibu.edu.tr
156 Dr. Öğr. Üyesi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi, oya.eru@gmail.com

kavramının karakteristik özellikleri ve niteliklerini ortaya çıkarmıştır. Yine yapılan çalışmalarda, müşterilerin sadece ürün ya da hizmet satın almadığı aynı zamanda deneyim de satın aldığı, yaşanan olumlu deneyimlerin işletmeler açısından olumlu sonuçlar yarattığı ve müşteri memnuniyetini etkilediği ifade edilmektedir. Ayrıca yapılan çalışmalarda markalar da deneyimsel açıdan incelenmiştir (Saltık 2011, Yeniçeri Alemdar 2010, Çeltek, Brakus, Schmitt ve Zarantonello 2009, Yuan ve Wu 2008, Günay 2008, Yalçın vd. 2008, Gentile vd 2007, Temiztürk (2006), Schmitt (2004). Grace ve O'Cass (2004), çalışanların ve hizmet verilen ortamın tüketicilerin duygusal durumuna etki yaptığını, tüketicilerin memnuniyetini ve marka tutumlarını belirlediği sonucuna ulaşmışlardır. Deneyimsel tüketime hedonik açıdan bakıldığında, tüketiciler ürünleri çoklu duygularla hissetmeyi, ürünlerle ilgili fanteziler kurmayı ve ürünlerin heyacan verecek duygusal taraflarıyla ilişkili olmayı istemektedirler (Hirschman ve Holbrook, 1982, s.93). Tüketiciler, hayat boyu yaşadıkları deneyimlerden, duyular aracılığıyla elde edecekleri haz kalitesini mümkün olduğunca fazla elde etmeye çalışırlar (Odabaşı, 1999, s.84). Bireyin yaşam kalitesini genel olarak değerlendirmesi ile ulaşılan olumluluk derecesi anlamına gelen yaşamdan memnuniyet, sürdürülen yaşamdan alınan hazzın ne derecede gerçekleştiğini de göstermektedir (Veenhoven, 1996, s.17). Bu nedenle kişilerin haz ve duygusal mutluluk durumları satın alma karar sürecinde önemli bir rol oynamaktadır.

3. Mutluluk ve Öznel İyi Olma

Wilson (1967) mutlu insanı genç, sağlıklı, iyi eğitimli, yüksek maaşlı, dışadönük, iyimser, kaygısız, dinine bağlı, öz değeri yüksek, alçak gönüllü ve akıllı olarak tanımlamaktadır (Wilson, 1967, s. 296). Wilson 1960 yılında öznel iyi olmayı çalışmış ve 1967 yılında ilk kez mutlu kişinin genel profilini belirleyerek iyi olmayı tanımlamıştır. Bu çalışmada en avantajlı durumda olan kişinin en mutlu olduğu yönünde bir saptaması vardır (Diener, 1984: 542, Diener vd. 1999: 276, Yetim, 2001). Diener (1984), mutluluğu ölçme üzerine yaptığı çalışmada, öznel iyilik durumunu ve hayattan tatmin olma durumunu incelemiştir. Schimmack vd., de (2002) mutluluğu ölçme konusunda çalışmıştır. Bireylerin ve toplumların yaşam kalitesini gösteren bir değer olarak öznel iyi olma, iyi yaşam ve iyi toplumun varlığı için üzerinde durulması gereken bir kavramdır (Diener vd. 2003, Kangal, 2012). Mutluluk ile ilgili çalışmalara bakıldığında mutluluk ile ilgili bir çok ölçek geliştirildiği görülmektedir. Bu ölçekler; hayattan duyulan tatmin ölçeği, öznel iyilik hali ölçeği, Hayattaki Temel İhtiyaçların Giderilmesi Ölçeği, İyi Olma Hali Ölçeği, Hayattan Duyulan Tatmin Ölçeği, Öznel Mutluluk Ölçeğidir (Diener vd., 1985, Diener 1995, Gagne, (2003), Prawitz vd., 2006, Howell vd. (2012), ve Lyubomirsky ve Lepper (2005). Pazarlama açısından Mutluluk ve deneyim ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde, daha mutlu hatırlanan deneyimlerin yeniden satın almayı etkilediğini, deneyim satın almalarının satın alım sonrasında daha olumlu duygular yarattığını ve sık satın alınan küçük şeylerin seyrek satın alınan lüks ürünlere göre daha fazla mutluluk verdiği görülmektedir (Strahilevitz ve Myers, (1998), Pine ve Gilmore, 1999-2000, Van Boven ve Gilovich (2003), Millar ve Thomas (2009), Zhong ve Mitchell (2010). Bu çalışmada mutluluk öznel iyi olma olarak değerlendirilecektir.

4. Araştırmanın Yöntemi

4.1. Araştırmanın Amacı

Çalışmanın amacı öznel mutluluğun müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisini incelemek ve bu ilişkide müşteri deneyiminin aracılık etkisi olup olmadığını ortaya koymaktır. Duygular günümüz pazarlama anlayışında oldukça önemli bir olgu haline gelmiştir. Bu nedenle işletmelerin pazarlama ve satış stratejilerini tespit etmelerinde güçlü bir etkiye sahip olan öznel mutluluk kavramının deneyim ve müşteri memnuniyeti ile ilişkisini ortaya koymak işletmelere bu konusunda ışık tutması açısından önemlidir.

4.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın kapsamını dışarıda yeme içme hizmeti alan 18 yaş ve üzeri bireyler oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklem büyüklüğünün hesaplanmasında evren büyüklüğünün 10.000' in üzerinde olduğu durumlarda kullanılan formülden faydalanılmıştır (Özdamar, 2003, 118). Anket uygulamasına geçilmeden önce 30 kişi ile pilot çalışma yapılmış, ankette açık bir şekilde anlaşılmayan kısımlar düzeltilmiştir. Buna göre örneklem büyüklüğünün 384 olması gerektiği hesaplanmıştır. Basit tesadüfi örnekleme yöntemi uygulanarak yüz yüze ve sosyal paylaşım siteleri üzerinden belirlenen 410 kişiye anket formu uygulanmıştır. Yapılan kontroller sonrasında eksik ve hatalı doldurulmuş olan 10 anketlerin çıkarılmasıyla, analize elverişli olan 400 adet anket formu değerlendirmeye alınmıştır. Araştırmanın hipotezleri aşağıda sunulmuştur.

H1:Öznel mutluluk, müşteri deneyimi üzerinde pozitif yönlü etkiye sahiptir.

H2: Öznel mutluluk, müşteri memnuniyeti üzerinde pozitif yönlü etkiye sahiptir.

H3: Müşteri deneyimi, müşteri memnuniyeti üzerinde pozitif yönlü etkiye sahiptir.

H4: Müşteri deneyimi, öznel mutluluk ve müşteri memnuniyeti arasındaki ilişkide aracılık etkisine sahiptir.

4.3. Verilerin Toplanması Aşamasında Kullanılan Yöntem

Hazırlanan anket formu 22 ifadeden oluşmaktadır. Ankette kullanılan ölçeklerden Öznel Mutluluk Ölçeği için; Hills ve Argyle (2002), Doğan ve Akıncı Çötok (2011), Müşteri Deneyimi içinHolbrook ve Hirschman (1982), Schmitt (1999), Sit (2005), Yuan ve Wu (2008), Lin vd., (2009) ve Müşteri Memnuniyeti ölçeği için Lord, K. R., Sanjay, P. ve Parsa,H. G. (2004) ,Oliver, R.L. (1993) kaynaklarından yararlanılmıştır.Ayrıca demografik özelliklerin tespiti için de 8 ifade bulunmaktadır. Verilerin analizleri SPSS paket programı kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Ölçeklerin güvenirliliğini tespit etmek için her değerle ilgili üç ve daha fazla ifade olması durumunda kullanılan Cronbach Alpha katsayısı hesaplanmıştır. Üç ölçeğin ayrı ayrı Cronbach Alpha değerine bakılmıştır. Öznel mutluluk ölçeği 7 ifadeden oluşmaktadır ve cronbach alpha değeri 0,713, müşteri deneyimi ölçeği 11 ifadeden oluşarak cronbach alpha değeri 0,877 ve müşteri memnuniyeti ölçeği 4 ifadeden oluşarak cronbach alpha değeri 0,812 olarak bulunmuştur. Alpar, (2012)' ın vermiş olduğu Cronbach Alpha Değer Aralık tablosuna göre ölçekler yüksek güvenilirliğe sahiptir.

5. BULGULAR

Araştırmaya katılanların %54,3'i kadın ve %45,8'u erkekdir. Katılımcıların %66,3'u evli ve %33,8'i bekârdır. %47'si 26-35, %20, 3'ü 36-45 ve %16, 8'i 25 yaş ve altı yaş grubundadır. Cevaplayıcıların, %61'i lisans, %21, 3'ü lise ve %10'u yüksek lisans mezunudur. Aylık gelir açısından ilk sırayı %31, 5 ile 5501-üzeri TL gelir grubu almaktadır. Katılımcıların %63 ile özel sektör çalışanı, %19,8 ile kamu çalışanı iken %17,3 çalışmamaktadır. Çalışmada öznel mutluluğun müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisinde müşteri deneyiminin aracılık etkisinin incelenmesi için dört aşamalı regresyon modelinden yararlanılmıştır. Tablo 1'de bağımsız değişken olan öznel mutluluğun müşteri deneyimi üzerindeki etkisinin incelendiği regresyon modeli sonuçları yer almaktadır.

Tablo 1: Regresyon testi sonuçları (1)

Bağımlı Değişken: Müşteri Deneyimi

Bağımsız değişkenler	**Beta**	**t**	**p**
Sabit katsayı	1,414	15,234	0,000
Öznel Mutluluk	0,266	7,661	0,000
F testi	58,684(0,000)		
Düz. R^2	0,126		

Tablo 1'de yer alan sonuçlara göre söz konusu regresyon modelinin F testine göre anlamlı (F=58,684; p=0,000) olduğu görülmektedir. Bununla birlikte bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkeni açıklama gücü düzeltilmiş R2 değerine göre 0,126'dir. Modelde bağımsız değişken olan öznel mutluluğun müşteri deneyimi üzerindeki etkisi (β=0,266; p=0,000) pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlıdır. Tablo 2'de bağımsız değişken olan öznel mutluluğun müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisinin incelendiği regresyon modeli sonuçları yer almaktadır.

Tablo 2: Regresyon testi sonuçları (2)

Bağımlı Değişken: Müşteri Memnuniyeti

Bağımsız değişkenler	**Beta**	**t**	**p**
Sabit katsayı	1,822	17,039	0,000
Öznel Mutluluk	0,207	5,176	0,000
F testi	26,793 (0,000)		
Düz. R2	0,063		

Tablo 2'deki sonuçlara göre söz konusu modelinin F testine göre anlamlı (F=26,793; p=0,000) olduğu görülmektedir. Bununla birlikte bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkeni açıklama gücü düzeltilmiş R2 değerine göre 0,063 dür. Modelde bağımsız değişken olan öznel mutluluğun müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisi (β=0,207; p=0,000) pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlıdır. Tablo 3'te müşteri deneyiminin müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisinin incelendiği regresyon modeli sonuçları yer almaktadır.

Tablo 3: Regresyon testi sonuçları (3)

Bağımlı Değişken: Müşteri Memnuniyeti

Bağımsız değişkenler	**Beta**	**t**	**p**
Sabit katsayı	1,184	11,223	0,000

Müşteri deneyimi	0,557	11,548	0,000
F testi	133,353 (0,000)		
Düz. R2	0,249		

Tablo 3'Teki sonuçlara bakıldığında kurulan regresyon modelinin F testine göre anlamlı (F=133,353; p=0,000) olduğu görülmektedir. Bununla birlikte bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkeni açıklama gücü düzeltilmiş R2 değerine göre 0,249 dur. Modelde bağımsız değişken olan müşteri deneyimin müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisi (β=0,557; p=0,000) pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlıdır. Tablo 4'te öznel mutluluk ve müşteri deneyimi değişkenlerinin birlikte müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisinin incelendiği regresyon modeli sonuçları yer almaktadır.

Tablo 4: Regresyon testi sonuçları

Bağımlı Değişken: Müşteri Memnuniyeti

Bağımsız değişkenler	**Beta**	**t**	**p**
Sabit katsayı	1,081	9.012	0,000
Öznel Mutluluk	0,068	1,772	0,077
Müşteri Deneyimi	0,524	10,174	0,000
F testi	66,605 (0,000)		
Düz. R2	0,257		

Tablo 4'deki sonuçlara bakıldığında kurulan çoklu regresyon modelinin F testine göre anlamlı (F=66,605; p=0,000) olduğu görülmektedir. Bununla birlikte bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkeni açıklama gücü düzeltilmiş R2 değerine göre 0,257 dir. Modelde aracı değişken olarak yer alan müşteri deneyimin müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisi (β=0,524; p=0,000) pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı olmak birlikte öznel mutluluk değişkeninin müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisi (β=0,068; p=0,077) pozitif olmakla birlikte %5 hata düzeyinde istatistikse olarak anlamlı değildir. Tablo 2'de yer alan sonuçlarda öznel mutluluk ve müşteri memnuniyeti arasındaki istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü ilişkinin modele müşteri deneyim dahil edildiğinde (Tablo 4) etkisinin ortandan kalktığı görülmektedir. Buna göre Öznel mutluluğun müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisinde müşteri deneyiminin tam aracılık etkisine sahiptir denilebilir.

6. SONUÇ VE TARTIŞMA

Son yıllarda değişen yaşam koşulları sonucunda dışarıda yeme içme davranışı hayatımızın bir parçası haline gelmiştir. Farklı farklı nedenlerle de olsa dışarıda yeme içme bazen gereklilik, bazen de zorunluluk haline gelmiştir. Öznel mutluluğumuz ve yaşadığımız deneyimler müşteri memnuniyetini etkiler mi? Aralarında nasıl bir ilişki var? Bu çalışmada bu soruların cevabı aranmıştır. Araştırmanın amacına uygun bir şekilde yazarlar tarafından bir model oluşturulmuştur. Bu modelde ilk olarak, öznel mutluluk, müşteri deneyimi ve müşteri memnuniyeti arasındaki ilişki incelemiştir. Öznel mutluluğun müşteri deneyimini ve müşteri memnuniyetini pozitif yönde etkilediği görülmüştür. Buna göre katsayılar incelendiğinde öznel mutluluk müşteri deneyimi üzerinde müşteri memnuniyetine göre daha fazla etkiye sahiptir. Diğer taraftan öznel mutluluğun müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisinde müşteri

deneyiminin aracılık etkisi test edildiğinde müşteri deneyiminin tam aracılık etkisine sahip olduğu belirlenmiştir. Bu durum öznel mutluluk ile birlikte müşteri deneyimi yaşandığında tüketici memnuniyetinin artacağını göstermektedir. Pine ve Gilmore (1998) ise deneyim ekonomisi üzerine yaptıkları çalışmada, deneyim ekonomisinin günden güne büyüyeceğini öngörmüşlerdir. Van Boven ve Gilovich (2003), yaptığı mutluluk ve deneyim üzerine çalışmada mutlu hatırlanan ve bir yatırım olarak değerlendirilen deneyimlerin kişileri daha mutlu kıldığı sonucuna ulaşmıştır.

Araştırmanın yalnızca Bolu uygulanmış olması araştırmanın kısıtlarından birisidir. Ayrıca anket verilerinin Aralık 2017-Ocak 2018 tarihleri arasında 2 aylık bir sürede toplanmış olması da araştırmanın başka bir kısıtıdır. Satan alınmaya layık görülen değer, firmanın taşıdığı mirastan ya da müşterilere özel yaratılan bir deneyimden kaynaklanan güçlü bir firma değeridir. Sonuçlar kişileri öznel olarak mutlu eden ve etkili deneyimler yaratan işletmelerin müşteri memnuniyeti artırarak başarılarının artabileceğini göstermektedir. Tüketiciler sadece ürünleri değil, yaratılan deneyimin taşıdığı soyut değeri de satın almaktadırlar. Bu şekilde mutlu tüketiciler yaratan ve deneyim yaşatan işletmeler kendilerine bağlı yeni müşteriler yaratabilir ve mevcut müşterilerin bağlılığını güçlendirebilir. Mutluluk ve deneyim tüketici için ne kadar anlamlıysa ve işletme açısından stratejik olarak düzgün bir şekilde planlandıysa, o oranda satın alınmaya değer güçlü bir işletme bilinirliği ortaya koyacaktır. Aynı zamanda tüketiciler yaşadıkları mutluluk, deneyim ve memnuniyet sonucunda çevresi ile bu duyguları paylaşıp işletmeye olan talebi ve bilinirliğini de artıracaktır. Ayrıca Millar ve Thomas (2009), yaptıkları çalışmada deneyim satın alan müşterilerin daha mutlu ve memnun müşteriler olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Literatüre paralel olarak, öznel mutluluğa sahip deneyim satın alan müşterilerin memnuniyetlerinin de yüksek olduğunu söylemek mümkündür. Bundan sonraki çalışmalara öneriler ise, farklı sektörlerde, farklı bölgelerde yeni ya da farklı değişkenler eklenerek yeni modeller geliştirilebilir. Mutluluk ve müşteri deneyimi boyutları açısından farklı analizler yapılabilir.

KAYNAKÇA

Altunışık, R. ve Çallı, L. (2004), "Plansız Alışveriş ve Hazcı Tüketim Davranışları Üzerine Bir Araştırma: Satınalma Karar Sürecinde Bilgi Kullanımı", 3. Ulusal Ekonomi, Bilgi ve Yönetim Kongresi Bildiriler Kitab; 231-239.

Arnold M, J. Reynolds, K,E. (2003). "Hedonic Shoping Motivations." Journal of Retailing, 79, 77-95.

Ballantine P. W., Jack R., Parsons A. G., (2010), "Atmospheric cues and their effect on the hedonic retail experience", International Journal of Retail & Distribution Management , Vol. 38 Issue: 8, pp.641-653

Brakus, J. J., Schmitt, B. H. and Zarantonello, L., (2009), "Brand experience:What is it? How do we measure it? And does it affect loyalty". Journal of Marketing, 73 (3), pp. 52-68.

Campbell, C., (1987), "The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism", NY: Basil Blackwell.

Carter, T.J. and Gilovich, T. (2012) "I Am What I Do, Not What I Have The Differential Centrality of Experiential and Material Purchases to the Self." Journal of Personality and Social Psychology, 102, 1304-1317.

Chitturi, R., Raghunathan, R., & Mahajan, V. (2008). "The role of hedonic versus utilitarian benefits." Journal of Marketing, 72(3), 48-63

Crowley, A. E., Spangenberg, E. R., & Hughes, K. R. (1992). "Measuring the hedonic and utilitarian dimensions of attitudes toward product categories." Marketing Letters, 3(3), 239-249.

Çelik, S (2009) "Hazsal ve Faydacı Tüketim", Derin Yayınları, İstanbul. BASIM 2009

Çeltek, E.,(2010), "Deneyimsel Pazarlama Unsurlarının Otellerin Bakış Açısı İle Değerlendirilmesi: Türkiye'deki 4 Ve 5 Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Uygulama" Yayınlanmamış Doktora Tezi, Anadolu Ü., Sosyal Bilimler Enstitüsü

Deli-Gray, Z., Gillpatrick, T., Marusic, M., Pantelic, D. ve Kuruvilla, S. J. (2010), "Hedonic and Functional Shopping Values and Everyday Product Purchases: Findings from the Indian Study", International Journal of Business Insights & Transformation, 4(1); 65-70.

Diener, E. (1984). "Subjective Well-Being", Psychological Bulletin, 75(3):542–575.

Diener, E., Emmons, A. R., Larsen, J. R. ve Griffin, S. (1985). "The Satisfaction with Life Scale", Journal of Personality Assessment, 49 (1): 71–75.

Diener, E., Oishi, S. ve Lucas, E. R. (2003). "Personality, Culture, and Subjective Well–Being Emotional and Cognitive Evaluations of Life", Annual Review of Psychology, 54: 403–425.

Diener, E., Suh, M. E., Lucas, E. R. ve Smith, H. (1999). "Subjective Well-Being: Three Decades of Progress", Psychological Bulletin, 125 (2): 276–302.

Doğan T., Akıncı Çötök N., (2011).,"Oxford Mutluluk Ölçeği Kısa Formunun Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması" Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi, Vol.4 - pp. - ISSN : - DOI : 36 - Eylül -

Gagné, M. (2003), "The role of autonomy support and autonomy orientation in prosocial behavior engagement." Motivation and Emotion, 27, 199-223.

Gentile,C., Spiller, N., Noci, G., (2007), "How to sustain the customer experience:: An overview of experience components that co-create value with the customer" , European management journal, Volume 25, Issue 5, October 2007, Pages 395-410"

Grace, D., O'Cass, A., (2004) "Examining service experiences and post-consumption evaluations", Journal of Services Marketing , Vol. 18 Issue: 6, pp.450-461,

Günay, G.N., (2008), "Hizmet Pazarlamasından Deneyimsel Pazarlamaya: Bir Güzellik Merkezinde Uygulama." (ss.64-72). 13. Ulusal Pazarlama Kongresi, Nevşehir Ü., İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi.

Güzel F. Ö., Papatya N., 4/4 (2012),"Duygusal Arayışların Pazarlamayla Dansı: Deneyim Pazarlaması Kavramsal Bir Analiz "109-125. İşletme Araştırmaları Dergisi. Journal of Business Research-Türk. 110.

Hills P, Argyle M., (2002), "The Oxford happiness questionnaire: a compact scale for the measurement of psychological well-being." Personality and Individual Differences 2002; 33: 1073-1082.

Hirschman, E.C. and Holbrook, M.B. (1982), "Hedonic consumption: emerging concepts, methods and propositions", Journal of Marketing 46, Summer, s.93

Hopkinson, G. C., & Pujari, D. (1999), "A factor analytic study of the sources of meaning in hedonic consumption." European Journal of Marketing, 33(3), 273-290.

Howell AS, et al. (2012), "Negative feedback enhances robustness in the yeast polarity establishment circuit." Cell 149(2):322-33

Kangal, A. (2013), "Mutluluk Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme Ve Türk Hanehalkı İçin Bazı Sonuçlar" Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, ISSN:1304-0278, Cilt:12 Sayı:44 ss.214-233.

Laverie, D.A., Kleine, R.E., &Kleine, S.S. (1993). "Linking emotions and values in consumption experiences: An exploratory study.Advances in Consumer Research," 20, 70-75

Levy, Sidney J. (1959), "Symbols for Sale," Harvard Business Review, (July/August), 117-124.

Lin, K. M., Chang, C. M., Lin, Z. P., Tseng, M. L., & Lawrence, W. L. (2009), "Application of experiential marketing strategy to identify factors affecting guests' leisure behaviour in Taiwan hot-spring hotel." WSEAS Transactions on Business and Economics, May, 6(5), 229-240.

Lord, K. R., Sanjay, P. and Parsa,H. G. (2004), "The Cross-border Consumer: Investigation of Motivators and Inhibitors in Dining Experiences," Journal of Hospitality & Tourism Research, 28 (May), 209-229.

Lyubomirsky, S. ve Lepper, H. S. (1999), "A measure of subjective happiness: Preliminary reliability and construct validation. "Social Indicators Research, 46, 137-155

Millar, M., ve Thomas, R. (2009), "Discretionary activity and happiness: The role of materialism." Journal of Research in Personality, 43, 699–702.

Odabaşı, Y. (1999) ,"Tüketim Kültürü" İstanbul: Sistem. 2011 BASIM, s.84

Oliver, R.L. (1993), "A conceptual model of service quality and service satisfaction: compatible goals, different concepts," in Swartz, T., Bowen, D.E., and Brown, S.W. (Eds), Advances in Services Marketing and Management: Research and Practice, Vol. 2, pp. 65- 85

Özdamar, K. (2003), "Modern bilimsel araştırma yöntemleri." Eskişehir: Kaan Kitabevi.

Özgül Engin, (2011), „Tüketicilerin Sosyo-Demografik Özelliklerinin Hedonik Tüketim ve Gönüllü Sade Yaşam Tarzları Açısından Değerlendirilmesi", Ege Akademik Bakış, 11(1), 25-38.

Pine, B., J., Gilmore, H., J., (1999), "The Experience Economy: Work Is Theatre & Every Business A Stage." Boston, Ma: Harvard Business School Press.

Prawitz, A.İ. vd. (2006), "Incharge Financial Distress/Financial Well-Being Scale: Development, Administration, and Score Interpretation", Journal of Financial Counseling and Planning, 17(1): 34-50.

Saltık I. A. (2011), "Turizm Sektöründe Deneyimsel Pazarlama ve Tüketici Davranışları Üzerine Etkisi." Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.

Schimmack, Ulrich, Radhakrishnan, Phanikiran, Oishi, Shigehiro, Dzokoto, Vivian ve Ahadi Stephan (2002), "Culture, personality, and subjective well-being: integrating process models of life satisfaction." Journal of personality and social psychology 82(4): 582.

Schmitt E., (1999), "Experiential Marketing" Journal of Marketing Management Volume 15, 1999 - Issue 1-3

Schmitt, B.H. (2004), "Visual Identity and Experience Dimensions in the 98 International Luxury Hotel Industry", Basılmamış bildiri (paper), Columbia Business School, NewYork.https://www0.gsb.columbia.edu/mygsb/faculty/research/pubfiles/2093/Hotel_final_schmitt.pdf Erişim Tarihi: 15 Şubat 2018

Sit, J., & Merrilees, B. (2005), "Understanding the experiential consumption of special event entertainment (see) at shopping centres: an exploratory study." ANZMAC Conference: Retailing, Distribution Channels and Supply Chain Management.

Strahilevitz M. and Myers, J. G. (1998), "Donations to Charity as Purchase Incentives: How Well They Work May Depend on What You Are Trying to Sell", Journal of Consumer Research, 1998, vol. 24, issue 4, 434-46.

Temiztürk, B.,(2006), "Satış Yeri İletişim Uygulamalarının Tüketicinin Satın Alma Davranışı Üzerindeki Etkisi," Ege Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İzmir.

Urminsky, O., Kivetz, R., (2004)."Reconciling Impulsiveness with Self-Control: Explaining Differential Impatience toward Hedonic and Utilitarian Consumption" Advances in Consumer Research, Volume 31,358-361

Van Boven, L., & Gilovich, T. (2003), " To Do or to Have? That Is the Question." Journal of Personality and Social Psychology, 85(6), 1193-1202.

Veenhoven, R.(1996), "Developments In Satisfaction Research" Social Indicators Research, 1996, vol 37, pp 1-461,

Wertenbroch, K.(1998), "Consumption Self-Control by Rationing Purchase Quantities of Virtue and Vice", Marketing Science, Vol. 17, No. 4, (1998), pp. 317-337

Wertenbroch, K., Skiera, B., (2002), "Measuring Consumers' Willingness to Pay at the Point of Purchase." Journal of Marketing Research: May 2002, Vol. 39, No. 2, pp. 228-241.

Wilson, W. R. (1967), "Correlates of avowed happiness." Psychological Bulletin, 67(4), 294-306, s.296.

Y. Yuan, C. Wu, (2008), "Relationships Among Experiential Marketing, Experiential Value and Customer Satisfaction", Journal of Hospitality&Tourism Research, Sayı 32, Cilt, 3 (2008), pp. 387-410

Yalçın, M., Çobanoğlu, E. ve Erdoğmuş, İ. (2008), "Deneyimsel Perakendecilik: İstanbul'daki Yapı Market/Ev Gelişim Perakendecilerinde Bir Uygulama" [Bildiri]. Prof. Dr. M. Şükrü Akdoğan (Ed.). 13. Ulusal Pazarlama Kongresi: "Pazarlamada Yeni Yaklaşımlar Bildirileri. 25-29 Ekim 2008, Nevşehir: M Grup Matbaacılık San. Tic. A.Ş., ss. 82-89.

Yeniçeri Alemdar, M., (2010), "Duygusal pazarlamada değer yıldızı modeli beyaz eşya tv reklam mesajları üzerine bir inceleme", Global Media Journal: Turkish Edition . Fall2012, Vol. 3 Issue 5, p208-245. 38p.

Yetim, Ü. (2001), "Toplumdan Bireye Mutluluk Resimleri" Bağlam Yayınları, İstanbul. Basım tarihi : 2001

Zhong, J. Y., & Mitchell, V. W. (2010), "A mechanism model of the effect of hedonic product consumption on well-being." Journal of Consumer Psychology, 20, 152- 162.

Bilgi Yönetim Yeteneği ve Girişimcilik Stratejisi Geliştirme Becerisi Arasındaki İlişki

Cenk Tufan[157], Özlem Yaşar Uğurlu[158]

Full Text

1.Giriş

Organizasyonların içinde yer aldıkları çevresel belirsizlik ortamı ile birlikte, zenginliğin de giderek fiziksel kaynaklardan çok bilginin ürünü haline geldiği günümüz dünya ekonomisinde, organizasyonlar artık bilgi yönetiminin önemini ve bilgi yoğun bir geleceğe hazırlanmanın önemini fark etmektedir. Organizasyonlar ancak girişimci bir zihniyet oluşturduğunda, çevrelerindeki belirsizliğin faydalarını yakalamada bundan bir yöntem olarak yararlanabilmektedir (Mcgrath ve Mac Millan, 2000: 1). Organizasyonlar tarafından üretilen bilginin kalitesi ve yönetimi, sektörel rekabette daha da önemli bir unsur haline gelmektedir. Organizasyonlar artık etkili bilgi yönetim girişimleri aracılığıyla bu gerçekliğe cevap veremedikleri sürece hayatta kalamayacaklarını fark etmektedir. Bilgi yönetim yeteneği şimdilerde rekabet avantajı sağlamada çok önemli bir unsur olarak görüldüğünden (Zaim,2006:1-25) organizasyonlar artık entelektüel kaynaklarını yeniden değerlendirip düzenlemek için çaba göstermektedir (Gold vd., 2001: 185-214).

Bu çalışmanın amacı, işletmelerin bilgi yönetim yetenekleri ve girişimcilik stratejisi geliştirme becerileri arasındaki ilişkiyi incelemektedir. Türkiye'deki mevcut ve faal durumda olan 18 serbest bölgedeki üretim, patent ve Ar-Ge çalışması yapan hali hazırda faaliyetlerine devam eden inovatif işletmeler bu çalışmanın evrenini oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında 311 işletmeye mail yoluyla anket gönderilmiştir. Mail yoluyla anket gönderilen 311 işletme arasından 206 işletmeden yanıt elde edilmiştir. Bu 206 işletme çalışmanın örneklemini oluşturmaktadır.

2. Literatür özetleri

Bilgi, işletmelerin rekabet üstünlüğünü elde etmesinde ve sürdürmesinde önemli bir faktör olarak algılanmaktadır. Bilgi, örgüt içinde uygun bir şekilde yönetilemediğinde kolaylıkla geçersiz kılınabilip, işe yaramaz hale gelmektedir. Bu nedenle, bir örgütün bilgi varlıklarını daha iyi yönetebilmek için bir dizi süreç veya prosedür geliştirmesi oldukça önemlidir (Lee ve Lan,2011: 729-735). Bilgi yönetim yeteneği, bilginin işletilmesi, yönetilmesi anlamına gelir. Bilgi yönetimi öz yeteneklerden değer yaratma ve daha fazla değeri elinde tutma becerisidir (Tiwana, 2003: 175-181). Gold ve arkadaşları (2001) bilgi yönetim yeteneklerini; bilgi işlem yeteneği ve bilgi altyapı yeteneği olarak iki ayrı kategoriye ayırmıştır. Bilgi altyapı yeteneği, örgütlerin daha az çaba ile bilgi işlemesini sağlamak için kendileri tarafından sağlanan kolaylaştırıcı koşullar olarak tanımlanmaktadır ve teknoloji, yapı ve kültür olmak üzere üç bileşenden oluşmaktadır (Sanchez ve Mahoney, 1996: 63-76; Gold vd., 2001). Bilgi işlem yeteneği standart operasyon, prosedür ve rutinlerde bulunan saklı bilgiyi örgütün tamamında örgütsel bilgiye, deneyim ve uzmanlığa dönüştürmek için gerekli bir süreç yeteneğini ifade etmektedir (Nonaka ve Takeuchi, 1995: 40-54). Bilgi işlem yeteneği bilgi yönetim aktivitelerinin dört boyutu olan bilgiyi elde etme, dönüştürme, uygulama ve korumayı kapsamaktadır (Pandey ve Dutta, 2013: 435-453).

Girişimcilik stratejisi geliştirme, bir işletmenin risk alma ve inovasyon odaklılığı ile strateji geliştirmede ve uygulamada proaktifliğe ne kadar bağlı olduğunun yansımasıdır.

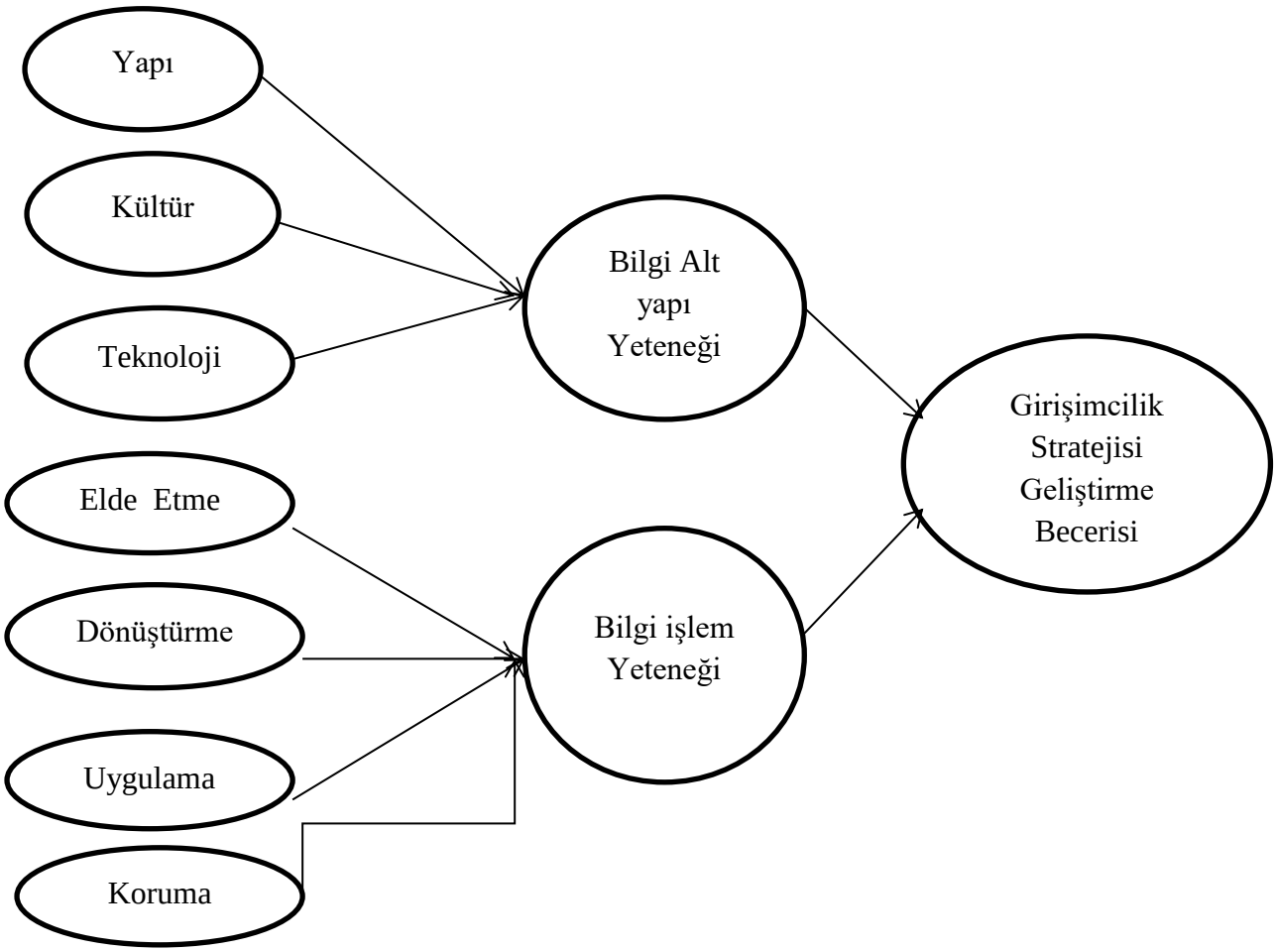
[157] Dr. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, Bölge Amiri tufancenk1@gmail.com
[158] Dr. Öğretim Üyesi Gaziantep Üniversitesi, İşletme Bölümü, yasar@gantep.edu.tr

Girişimci strateji geliştirebilme becerisi işletmenin sürdürülebilir bir başarı gösterebilmesi adına önem taşımaktadır (Dess vd. 1997: 677-695; Li vd. 2005.) Literatürde (Covin ve Slevin, 1989; Lumpkin ve Dess, 1996; Lee ve Lim, 2001) girişimcilik stratejisi geliştirmenin üç unsurundan bahsedilmektedir. Bunlar, inovasyon odaklılık, işletmenin yeni ürün veya teknolojik süreçlerle sonuçlanabilecek yenilikleri deneme (risk alma) ve Ar-Ge faaliyetlerine katılma eğiliminden oluşmaktadır (Lumpkin ve Dess, 1996). Bilgi yönetim kaynaklarının başarılı bir şekilde konuşlandırılmasının işletme stratejisi ile olan uyumluluğa bağlı olduğu düşünülmekte; işletmelerin girişimci davranışlarının temelinde bilgiyi iyi analiz edebilme ve yorumlayabilme becerilerinin var olduğu ileri sürülmektedir (Zack, 1999: 125-145; Clarke, 2001: 189-196; Maier ve Remus, 2002: 103)

Mevcut literatür incelendiğinde bir işletmenin stratejisi ile bilgi teknolojisinin uyumlaştırılmasının önemli olduğu kanıtlanmıştır (Henderson ve Venkatraman, 1993:472-484; Sabherwal ve Chan, 2001: 11-33). Aynı şekilde, bilgi yönetiminin rolü söz konusu olduğunda, bilgi yönetim kaynaklarının başarılı bir şekilde konuşlandırılmasının işletme stratejisi ile olan uyumluluğa bağlı olduğu düşünülmektedir (Zack, 1999: 125-145; Clarke, 2001: 189-196; Maier ve Remus, 2002: 103-118). Örneğin, Lam ve Chua (2005: 723-745) başarısız beş bilgi yönetimi projesi ile ilgili bir çalışmada, başarısızlığın en önemli nedeninin, bilgi yönetimi girişimiyle organizasyon stratejisi arasındaki uyum eksikliğinden kaynaklandığını bulmuştur.

Bu bağlamda bu araştırmanın kavramsal modeli şekil 1' de görüldüğü biçimde kurgulanmıştır.

Şekil 1: Araştırmanın Kavramsal Modeli



Araştırmanın kavramsal modeline bağlı olarak da toplam 2 adet hipotez türetilmiştir. Bunlar:

H1: Bilgi altyapı yeteneğinin girişimcilik stratejisi geliştirme becerisi üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır

H2: Bilgi işlem yeteneğinin girişimcilik stratejisi geliştirme becerisi üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır

3. Metodoloji

3.1. Veri Toplama Yöntemi ve Ölçümler

Bu çalışmanın amacı, işletmelerin bilgi yönetim yetenekleri ve girişimcilik stratejisi geliştirme becerileri arasındaki ilişkiyi incelemektedir. Türkiye'deki mevcut ve faal durumda olan 18 serbest bölgedeki üretim, patent ve Ar-Ge çalışması yapan hali hazırda faaliyetlerine devam eden inovatif işletmeler bu çalışmanın evrenini oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında 311 işletmeye mail yoluyla anket gönderilmiştir. Mail yoluyla anket gönderilen 311 işletme arasından 206 işletmeden yanıt elde edilmiştir. Bu 206 işletme çalışmanın örneklemini oluşturmaktadır.

Tanımlayıcı sorular hariç tüm öğeler 5 puanlı Likert tipi ölçek ile ölçülmüştür. Bilgi altyapı yeteneğini oluşturan öğeler olan yapı, kültür ve teknoloji ile bilgi işlem yeteneğini oluşturan öğeler olan elde etme, dönüştürme, uygulama ve koruma ile ilgili ölçekler Smith (2006) ten uyarlanmış olup; girişimcilik stratejisi geliştirme becerisi ölçeği ise Li ve arkadaşlarından (2005) uyarlanmıştır.

3.2. Bulgular

Tablo 1. Modele Ait Uyum Değerleri

Uyum Değerleri	X^2	df	X^2/df	GFI	AGFI	CFI	NFI	NNFI	RMR	RMSEA
Model Değerleri	97,72	62	1.58	0,93	0,90	0,99	0,98	0,99	0,037	0,053
İyi Uyum Değerleri*			≤3	≥0,95	≥0,95	≥0,95	≥0,95	≥0,95	≤0,05	≤0,05
Kabul Edilebilir Uyum Değerleri*			≤4-5	0,89-0,85	0,89-0,85	≥0,90	≥0,90	≥0,90	0,06-0,08	0,06-0,08

p>.05

* Kaynak: Schumacher ve Lomax (1996) ; Tabachnick vd.(2001) ; Hooper vd.(2008) ; Çokluk vd.(2010) ; Meydan ve Şeşen, (2011) ; Kline, (2015)

Analiz sonucunda elde edilen bulgulara göre;

X^2=97,72, df = 62 bulunmuştur. Bu bulgulara göre, X^2/df =1,58 bulunmuştur. Bu değerin, 3'ün altında olması mükemmel düzeyde uyum gösterdiği şeklinde değerlendirilebilir.

Uyum indekslerinin incelenmesi sonucunda;

GFI değeri 0,93 ve AGFI değeri ise 0,90 olarak elde edilmiştir. GFI ve AGFI indekslerinin 0.90' ın üzerinde olması, iyi uyuma, altında olması ise zayıf uyuma karşılık gelmektedir. Buna göre, GFI ve AGFI değerlerinin iyi uyuma karşılık geldiği ifade edilebilir.

Standardize edilmiş RMR uyum indeksi değeri 0.037 olarak elde edilmiştir. RMR ve standardize edilmiş RMR değerlerinin 0.05 ve altında olmasının mükemmel uyuma karşılık geldiği ifade edilebilir.

RMSEA değeri incelendiğinde 0,053 düzeyinde bir uyum indeksi elde edildiği görülmektedir. RMSEA değerinin 0.08'den küçük olması ise iyi düzeyde uyum olarak değerlendirilebilir .

NFI değeri 0,98; NNFI değeri 0,99 ve CFI değeri ise 0,99 olarak elde edilmiştir. NFI, NNFI ve CFI indekslerinin 0.95'in üzerinde olması mükemmel uyuma karşılık gelmektedir.

Elde edilen bu değerler kabul edilebilir sınırlar içinde olduğundan kurulan yapı doğrulanmıştır..

Araştırma modelinde yer alan bilgi altyapı yeteneği, bilgi işlem yeteneği ve girişimcilik stratejisi geliştirme becerisi arasındaki ilişkileri tek bir süreçte belirlemek amacıyla yol analizinden yararlanılmıştır. Araştırma soruları ve ilgili hipotezler, yol katsayıları (ʎ), p-değerleri ve t-değerleri vasıtasıyla incelenmiştir.

Tablo 2. Yol Analizi Sonuçları

Yol	Hipotez	t	p	ʎ
BAY⟶GSGY	**H1**	2,50	p <0.05	0,31
BİY⟶GSGY	**H2**	4,55	p <0.05	0,58

*** t>1,96; ** p< 0.05**

Tablo 2' ye bakıldığında;

H1 ile ilgili olarak; bilgi altyapı yeteneğinin girişimcilik stratejisi geliştirme becerisi üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır (BAY için; t = 2,50; p <0.05; ʎ = 0,31). Böylelikle, H1 hipotezi desteklenmiştir. Bilgi altyapı yeteneğinin standart sapmasındaki bir birimlik değişim girişimcilik stratejisi geliştirme becerisinin standart sapmasında 0,31 birimlik net değişime yol açmaktadır.

H2 ile ilgili olarak; bilgi işlem yeteneğinin girişimcilik stratejisi geliştirme becerisi üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır. (BİY için; t = 4,55; p <0.05; ʎ = 0,58). Böylelikle, H2 hipotezi desteklenmiştir. Bilgi işlem yeteneğinin standart sapmasındaki bir birimlik değişimi girişimcilik stratejisi geliştirme becerisinin standart sapmasında 0,58 birimlik net değişime yol açmaktadır.

4. Sonuç

Çalışma sonucu elde edilen bulgular, bir organizasyonun sahip olduğu yapı, kültür ve teknoloji ile organizasyonun bilgiyi elde etme, dönüştürme, uygulama ve koruma şeklinin o organizasyonun bilgi yönetim yeteneklerinin ana unsurları olduğunu, ayrıca bunların da girişimcilik stratejisi geliştirme becerisinin öncülleri olduğunu ortaya koymuş, bilgi yönetim yetenekleri ile girişimcilik stratejisi geliştirme becerisi arasındaki ilişkiyi de desteklemiştir. Bu çalışmada bilgi işlem yeteneklerinin ve bilgi altyapı yeteneklerinin girişimcilik stratejisi geliştirme becerisine katkıda bulunduğu kanıtlanmıştır. Araştırmacıların (Zack, 1999; Clarke,

2001; Maier ve Remus, 2002), bilgi yönetim yetenekleri ve işletme stratejisi arasındaki bağlantı ile ilgili olarak ileri sürdüğü teorik argümanlar bu çalışmayla kanıtlanmıştır.

Literatürde bilgi yönetim yetenekleri ve girişimcilik stratejisi geliştirme becerisi arasındaki ilişkiyi araştıran bilindiği kadarıyla herhangi bir çalışmaya rastlanamamıştır. Bu çalışma, bilgi yönetim yetenekleri ve girişimcilik stratejisi geliştirme becerisi arasındaki ilişki üzerine ampirik destek sağlayarak literatürde bu alandaki boşluğu doldurmaktadır. Ayrıca, Gold ve arkadaşlarının (2001) modelini kullanan bu çalışma, gelecekte bilgi yönetim yeteneği ve girişimcilik stratejisi geliştirme becerisi arasındaki bağlantıları daha ayrıntılı incelemek için kullanılabilecek teorik bir çerçeve ve model sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Bilgi Yönetimi, Bilgi Yönetim Yeteneği, Bilgi Altyapı Yeteneği, Bilgi İşlem Yeteneği, Girişimcilik Stratejisi Geliştirme Becerisi.

JEL Kodu: M15, L10, M10

Kaynaklar

Clarke, T. (2001). ‘‘The Knowledge Economy’’. Education & Training, 43(4/5): 189-196

Covin, J. G., Slevin, D. P. (1989). ‘‘ Strategic Management of Small Firms in Hostile and Benign Environment’’, Strategic Management Journal, 10 (1): 75-81.

Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G., Büyüköztürk, Ş. (2010). ‘‘ Sosyal Bilimler Için Çok Değişkenli Istatistik: Spss ve Lisrel Uygulamalari’’. İstanbul: Pegem Akademi.

Dess, G. G., Lumpkin, G. T., Covin, J. G. (1997). ‘‘ Entrepreneurial Strategy Making and Firm Performance: Tests of Contingency and Configurational Models’’, Strategic Management Journal, 18(9): 677-695.

Gold, A. H., Malhotra, A., Segars, A. H. (2001). ‘‘Knowledge Management: An Organizational Capabilities Perspective’’, Journal of Management Information Systems, 18(1): 185-214Bahar, O. (2006). “Turizm Sektörünün Türkiye’nin Ekonomik Büyümesi Üzerindeki Etkisi: VAR Analizi Yaklaşımı”, *Celal Bayar Ü. Yönetim ve Ekonomi Dergisi,* 13(2):137-150.

Henderson, J. C., Venkatraman, N. (1999). ‘‘Strategic Alignment: Leveraging Information Technology for Transforming Organizations’’, IBM Systems Journal, 32 (1): 472-484.

Hooper, D, Coughlan, J., Mullen, M. (2008). ‘‘Structural Equation Modelling: Guedelines for Determining Model Fit’’, Electronic Journal on Business Research, 6 (1): 53-59.

Kline, R. B. (2015). ‘‘Principles and Practice of Structural Equation Modeling’’, New York: Guilford Publications.

Lam, W., Chua, A. 2005. ‘‘Knowledge Management Dynamic Abandonment: An Exploratory Examination of Root Causes’’, Communications of the Association for Information Systems,16 (35): 723-743.

Lee, M. R., Lan, Y. C. (2011). Toward a unified knowledge management model for SMEs. Expert Systems with Applications, 38(1).

Lee, K., Lim, C. (2001), 'Technological Regimes, Catching-up andLeapfrogging: the Findings from Korean Industries , Research Policy, Vol.30, pp.459-483.

Li, H.,Yan,Z., Tsang-Sing,C.(2005). ‘’Entrepreneurial Strategy Making and Performance in China’s New Technology Ventures – Contingency Effect of Environments and Firm Competences’’, The Journal of High Technology Management Research, 16 (1): 7-57.

Lumpkin, G.T., Dess, G.G(1995). Simplicity as a strategy making process: the effects of stage of organizational development end environment on performance, Academy of management journal, 38(5).

Maier, R., Ramus, U. (2002). ‘‘Defining Process- Oriented Knowledge Management Strategies’’, Knowledge and Process Management ,9 (2): 103-118.

McGrath RG., MacMillan I. (2000). The Entrepreneurial Mindset. Harvard Business School Press: Boston, MA.

Meydan, C.H., Şeşen, H. (2011). Yapısal Eşitlik Modellemesi AMOS Uygulamaları. Ankara: Detay Yayıncılık,37.

Nonaka, I., Takeuchi, H. (1995). ‘‘The Knowledge Creation Company: How Japanese Companies Create The Dynamics of Innovation’’, New York: Oxford University Press.

Pandey, S. C., Dutta, A. (2013). Role of knowledge infrastructure capabilities in knowledge management. Journal of knowledge management, 17(3), 435-453.

Sabherwal, R., Chan, Y. E. (2001). ‘‘Alignment Between Business and IS Strategies: A Study of Prospectors, Analyzers, and Defenders’’, Information Systems Research, 12(1): 11-33.

Sanchez, R., Mahoney, J. T. (1996). ‘‘Modularity, Flexibility, and Knowledge Management in Product and Organization Design’’, Strategic Management Journal, 17: 63-76.

Schumacker, R. E., Lomax, R. G. (1996). ‘‘A Beginner’s Guide to SEM’’. Mahwah, NJ: Lawrence

Smith,T.A. (2006). ‘‘Knowledge Management and Its Capabılıtıes Lınked to The Business Strategy for Organizational Effectiveness’’, Doctoral Dissertation, Nova Southeastern University, Florida.

Tabachnick, B. G., Fidell, L. S., Osterlind, S. J. (2001). ‘‘Using Multivariate Statistics’’, Boston, MA, : Allyn & Bacon/Pearson Education.

Tiwana.A.,(2003). Bilginin yönetimi, Dışbank kitapları-5,İstanbul.

Zack, M. H. (1999). ‘‘Managing Codified Knowledge’’, Sloan Management Review, 40(4) : 45-58.

Banka Çalışanlarının Yaşadıkları İş Stresi Kaynaklarının Tespiti: Niteliksel Bir Araştırma

Bade Ekim Kocaman[159]

Full Text

1.Giriş

İş stresi , örgütsel davranış alanında sıklıkla ele alınan bir kavramdır. Çalışanın iş stresi, birçok faktörden etkilenmesi ve temel olarak iş performansına yansıması bakımından oldukça önemlidir. İş stresi kaynaklarını tespit etmek için nicel yöntemlerle analizler yapılmıştır. Ancak, Türkiye'de yapılan çalışmalara bakıldığında iş stresinin niteliksel yönden ele alındığı çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu doğrultuda, iş stresinin oldukça önemli olduğu bankacılar üzerinde niteliksel bir araştırma yapılmıştır. İş stresi içsel ve dışsal faktörler ile birlikte ele alınmış ve bu doğrultuda çeşitli bulgular elde edilmiştir.

2.Literatür Taraması

Selye (1956) stres konusunda uzun yıllar çalışmıştır. Bireyde bir dizi tepki yaratan çevresel uyarılara stresör; bireyin bu tür uyarıcılara karşı gösterdiği tepkiyi ise stres olarak ifade etmiş ve stresi "bireyin çeşitli çevresel stresörlere karşı gösterdiği genel bir tepki" olarak tanımlamıştır.

McGrath (1976) örgütsel stres nedenlerini görev kaynaklı stres, role bağlı stres, davranış ortamından kaynaklanan stres, fiziksel çevreden kaynaklanan stres, sosyal çevreden doğan stres, bireyin kendinden kaynaklanan stres olarak sıralamıştır.

Cooper ve Marshall (1978) ise örgütsel stres kaynaklarını işe özgü faktörler, örgütteki roller, örgüt içi beşeri ilişkiler, kariyer geliştirme olanakları, örgütsel yapı ve iklim ve örgüt dışı stres kaynakları (aile sorunları/krizleri, ekonomik sorunlar) olarak belirtmişlerdir.

Akinnusi (1995) Nijerya'daki banka çalışanları üzerine yaptığı araştırmada katılımcıların özellikle zaman kısıtı kaynaklı olarak iş stresi yaşadıklarını tespit etmiştir. Katılımcılar bankada çalıştıkları için ailelerine zaman ayıramadıklarını belirtmişlerdir.

Shahid ve diğerleri (2011) bankacıların bir çoğunun işlerini stresli olarak algıladıkları ve bu stresin performanslarını düşürdüğünü belirtmektedir.

Rizwan ve diğerlerinin (2014) çalışmasında banka çalışanlarının yoğun işyüküne maruz kaldıkları ve banka kapansa dahi içerde kalıp uzun bir süre çalışmaya devam etmek zorunda oldukları belirtilmiştir.

Franklin (2014) çalışmasında 118 banka çalışanı ile yaptığı araştırmada, çalışanların en önemli stres kaynaklarının aileye yeterince zaman ayrılamaması ve uzun çalışma saatleri olarak saptamıştır. İş yükü, yetersiz maaşlar, çalışma ortamındaki teknik problemler, gelecek ile ilgili belirsizliklerin de ayrıca stres yaratttıkları tespit edilmiştir.

Dhankar (2015) çalışmasında banka çalışanlarının stres düzeylerini etkileyen tek bir faktör olmadığı tespit edilmiştir. Fazla iş yükü, belirsizlik, baskı, çatışma vb. faktörlerin stres kaynağı olduğu belirtilmiştir.

Şenyiğit (2004) tarafından yapılan çalışmada, Manisa ili Salihli ilçesinde faaliyet gösteren bankalarda çalışan personelin üzerinde yapılan çalışmada yapılan işin özelliği, fiziksel ve sosyal

[159] Araştırma Görevlisi, Başkent Üniversitesi, Bankacılık ve Finans Bölümü, badeekim@baskent.edu.tr

etmenler, örgüt içi ilişkiler, motivasyon, kişilik özellikleri, sorumluluk ve iş yükü, sıkı gözetim, gelir yetersizliği, ailevi problemler, sağlık problemleri ve zorunluluklar stres düzeyini artıran faktörler olmuştur.

Garipoğlu'na (2007) göre banka personeline göre en önemli stres kaynağı yetersiz ücret, alınan ücretin yapılan işin karşılığını olarak görülmemesi ve ücretlerdeki artışların istenilen düzeyde olmamasıdır.

İş stresi kaynaklarının tespiti ile ilgili birçok araştırmada, stresi yaratan kaynaklar farklı farklı başlıklar altında ele alınmakla birlikte, yazında konu hakkındaki genel kabul, stresin iş ortamındaki stres faktörlerinin ve çalışanın kişilik özelliklerinin bir fonksiyonu olduğu yönündedir. Bu kapsamda, iş stresi Ross ve Altmaier (1994)'in "Intervention in Occupational Stress" konulu çalışması kapsamında bahsettiği değişkenler çerçevesinde ele alınabilir. Ross ve Altmaier iş stresi nedenlerini bireysel değişkenler, iş ortamı ile ilgili değişkenler ve bu iki faktörün etkileşimine bağlı olduğunu belirtmiştir.

3. Araştırma

3.1. Araştırma Tasarımı

Bu çalışma, Ankara'da bulunan bir kamu bankasında görev yapan çalışanlarla derinlemesine görüşme ve odak grup çalışması yapılarak gerçekleştirilmiş olup, nitel bir araştırmadır. Nitel araştırma desenlerinden fenomoloji (olgu bilim) kullanılmıştır.

3.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Ankara'da yer alan bir kamu bankasında görev yapan bankacılar örneklem olarak seçilmiştir. Evren olarak, tüm kamu bankası çalışanları ile görüşme yapmak mümkün olmayacağından, temsil gücü yüksek olduğu düşünülen 4 bankacı ile derinlemesine görüşme yapılmıştır. Ayrıca, görüşme yapılan kişilerden farklı olarak 5 banka çalışanı ile birlikte odak grup görüşmesi düzenlenmiştir.

3.3. Veri Toplama Yöntemi ve Analiz

Bu çalışmada, niteliksel veri toplama yöntemlerinden görüşme ve odak grup çalışması tercih edilmiştir. Veriler toplandıktan sonra kodlar belirlenmiştir. Belirlenen kodlar anlam bütünlüğü ve birbiriyle ilişkisi açısından değerlendirilerek gruplandırılmış ve bu sayede "temalar" belirlenmiştir. Veriler QDA Miner nitel veri analiz programıyla çözümlenmiştir.

3.4. Araştırmaya İlişkin Bulgular

3.4.1. Dışsal Faktörler

Dışsal faktörler içerisinde *müşteri ile ilişkinin* iş stresinde oldukça önemli olduğu tespit edilmiştir. Daha sonra sırasıyla hedef baskısı, rekabet ve yetersiz ücret bankacılar için en önemli faktörler olarak ortaya çıkmıştır.

Katılımcılar en çok farklı farklı müşteri tipleri ile muhattap olmaktan yakınmışlar ve müşteri ile ilişki yönetmenin onları strese soktuğunu ve yıprattığını belirtmişlerdir. İkinci en önemli stres kaynağı ise hedef baskısı olmuştur. Çalışanlar hedefleri gerçekleştirmenin günümüz

rekabetçi piyasasında çok zor olmasından ve hedeflerin tutmaması durumunda ağır eleştirilere maruz kaldıklarından bahsetmişlerdir.

Bankacılık sektöründe başarının temelinde müşteri memnuniyeti yatmaktadır. Müşterinin aldığı hizmetten tatmin olması ise verilen hizmetin kalitesi ile ilgilidir. Hizmet sektörü içerisinde yer alan bankacılık sisteminin de etkinliği hizmeti sunan insan kaynağına yakından bağlıdır. Müşterilere sunulan hizmetin kalitesini belirlemede çalışanların işlerinde ne kadar tatmin oldukları sistem içerisinde önem teşkil etmektedir (Jacob, 2012). Bu nedenle, stres düzeyi optimal seviyede olan çalışan işinden memnun olacak ve böylece muhattap olduğu müşteriyi de memnun ederek örgütsel başarıya katkı sağlayacaktır. Bu kapsamda, yapılan analiz sonucu elde edilen sonuçta banka çalışanları en çok müşterilerden ve onları memnun etmenin zorluğundan yakınmışlar ve dışsal faktörlerden "müşteri ile ilişki" en fazla dile getirilen stres kaynağı olarak ortaya çıkmıştır.

3.4.2 İçsel Faktörler

İş stresi ile ilgili içsel faktörler incelendiğinde *aile sorunları* bankacılar için en önemli faktör olarak ortaya çıkmaktadır. Evde huzurlu bir ortama sahip olmaları bankacılar için önemlidir. Evde sorunlar yaşayan kişiler problemlerini işyerine taşıdıklarını ve konsantrasyon güçlüğü yaşamaları nedeniyle daha stresli olduklarını ifade etmişlerdir.

4. Sonuç ve Tartışma

Bu çalışma ile banka çalışanlarının yaşadıkları iş stresi kaynakları nitel olarak araştırılmıştır. Araştırmadaki nitel desen, çalışanların yaşadıkları iş stresi hakkındaki düşüncelerinin derinlemesine elde edilmesini sağlamıştır. Çalışmada banka çalışanlarının iş stresi yaşamalarında etkili olan içsel ve dışsal faktörler sorgulanmıştır. İlk olarak, dışsal faktörler tespit edilmiş ve *müşteri ile ilişkinin* iş stresinde oldukça önemli olduğu tespit edilmiştir. Bu bulgu, bankacılığın doğasından kaynaklanan bir sonuç olabilir. Bankacılık her gün farklı farklı bir çok müşteri tipi ile muhattap olunmasına dayalı olarak hizmet sektörü içerisinde yer alan bir meslek türü olduğundan, bu sonuç şaşırtıcı değildir. Dışsal faktörler içerisinde daha sonra sırasıyla hedef baskısı, rekabet ve yetersiz ücret bankacılar için en önemli faktörler olarak ortaya çıkmıştır.

İş stresi ile ilgili içsel faktörler incelendiğinde *aile sorunları* bankacılar için en önemli faktör olarak ortaya çıkmaktadır. Evde huzurlu bir ortama sahip olmaları bankacılar için önemlidir. Evde sorunlar yaşayan kişiler problemlerini işyerine taşıdıklarını ve konsantrasyon güçlüğü yaşamaları nedeniyle daha stresli olduklarını ifade etmişlerdir.

Diğer bir bulgu, iş stresinde dış faktörlerin iç faktörlere oranla daha fazla olmasıdır. Bu nedenle banka çalışanlarının iş stresinin daha çok dış faktörlerden etkilendiği ifade edilebilir.

Sonuç olarak, bankacıların iş stresi düzeylerinin daha çok dış faktörlerden etkilendiği belirtilebilir. Bu nedenle, bankacıların iş streslerini azaltabilmek için bankacıları etkileyen dış faktörler iyileştirilebilir.

Anahtar Kelimeler: İş stresi, İçsel Faktörler, Dışsal Faktörler, Niteliksel Araştırma

Kaynaklar

Aktaş, A. ve Aktaş, R. (1992). İş Stresi, *Verimlilik Dergisi*, 1, 153-167.

Barlak, U. B. (2012). *Hizmet İşletmeleri Olarak Banka Çalışanlarının İş İle İlgili Tutumları: Samsun İli Örneği*.Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Karadeniz Teknik Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Braham B. (1998). *Managing Stress: Keeping Calm Under Fire.* (V G Diker, Çev). McGrawHill. (Orjinal Basım Tarihi 1993)

Cooper, C.L. ve Marshall. J. (1976). Occupational sources of stress: A review of the literature relating to coronary heart diseases and mental health, *Journal of occupational Psychology*, 49, 11-28.

Cooper, C.L. ve Marshall, J. (1978). Sources of managerial and white-collar stress. In C.L. Cooper & R. Payne (Eds), Stress at Work (pp. 81-106). Chichester, UK: Wiley.

Çetinkaya, F. (2011). *Örgütlerde Stres Kaynaklarının Çalışanların İş-Aile Çatışması Üzerindeki Etkisi Ve Afyon İl Merkezindeki Bayan Banka Çalışanları Üzerine Bir Araştırma*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Dhankar S. (2015). Occupational Stress İn Banking Sector. *International Journal of Applied Research*, 1(8): 132-135.

Eren, E. (2004). *Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi* (9. Baskı). İstanbul: Beta Yayıncılık.

Franklin O., (2014). *Occupational Stress And Burnout In Selected Bankıng Instıtutıons In Kuması*, Master Thesis, Kwame Nkrumah University of Science and Technology.

Garipoğlu, E. (2007). *Stres Yönetimi ve Banka Çalışanları Üzerine Yapılan Bir Araştırma*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Niğde Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Jacob K.K. (2012). Occupational Stress And Job Satisfaction Among Working Women In Banks. *Paradigm*, 16 (1), 29-38.

Lazarus, R.S. ve Folkman, S. (1984). *Stress, Appraisal and Coping*. NY: Springer Publishing Company.

Luthans, F. (1992). *Organizational Behavior* (6th Ed), NY: Mc Graw Hill Inc.

McGrath, J. E. (1976). Stress and behavior in organizations. In M. D. Dunnette (Ed.), *Handbook of Industrial And Organizational Psychology* (1351 -1395). Chicago: Rand McNally.

Newton, T., Handy J., Fineman, S. (1995). *Managing Stress Emotion and Power at Work*, SAGE Publications.

Örücü, E. ve Demir, B. (1999). Banka Çalışanlarında İş Stresi ve Muğla İli Örneği. *Atatürk Ü. İ.İ.B.F. Dergisi*, 13 (1), 59-76.

Rizwan M., Mateen M.A., Tehseen F., Farooq S. M., Javed A., Javed S. (2014). Investigating the Causes of Job Stress: A Study on Banking Sector of Bahawalpur, Pakistan, *International Journal of Learning & Development*, 4 (2), 227-241.

Selye, H. (1956). *The Stress of life*. New York: McGraw-Hill.

Shahid M.N., Latif K., Sohail N & Ashraf M. (2011). Work Stress And Employee Performance In Banking Sector Evidence From Dıstrıct Faısalabad, Pakistan, *Asian Journal of Business and Management Sciences*, 1 (7), 38-47.

Türk, M. ve Çakır Ö. (2006). Bir Kamu Bankasında Örgütsel Stres Düzeyi ve Etkileyen Faktörler. *Türk Tabipleri Birliği Mesleki Sağlık ve Güvenlik Dergisi*, 7(26), 37-42.

Savaş Alanları Turizmi: Şafak Ayini (Anzak Günü) Örneği

Onur Akbulut[160]

Full Text

1. Giriş

İnsanoğlu seyahat etmeye başladığından beri -halen kısmen bilinmeyen nedenlerden dolayı- ölümün, şiddetin, ıstırap ya da felaketlerin baş aktör olduğu kötü şöhretli tarihsel olaylarla bağlantılı alanlara, çekiciliklere veya etkinliklere doğru çekilmiştir (Sharpley ve Stone, 2009: 250). Smith'e (1996: 248) göre savaşlar gerçekleştikleri yerler ve olaylara anlamlar kazandıran insan eylemlerinin sonuçlardır. Savaş alanlarıyla ilişkili çekicilikler dünyada ciddi büyüklükte bir turistik çekim merkezi sınıfını oluşturmaktadır.

Günümüzde Belçika sınırları içerisinde yer alan Waterloo'da 1815'de meydana gelen Waterloo Savaşı daha savaş devam ederken ziyaretçi akımına uğramaya başlamıştır (Seaton, 1999: 133). Ancak savaş alanları turizminin gündeme gelmesinde Birinci Dünya Savaşı'nın etkisi büyüktür (Baldwin ve Sharpley, 2009: 187). Bu küresel ölçekteki çatışmada gerçekleşen birden fazla ulusun birden fazla bölgede karşılıklı savaşları milyonlarla ifade edilebilecek kayıplarla sonuçlanmıştır.

Birinci Dünya Savaşı'ndan sonra savaş anıları ve hikayeleriyle filizlenen savaşla ilgili edebi akımın popülerliğnin artması, savaş alanlarına ziyaretlerin birer kutsal yolculuk olduğu (pilgrimage) düşüncesi üzerinde yoğunlaşılmasına neden olmuştur. Literatürde savaş alanlarına ziyaretler gerçekleştirinlerin turist mi yoksa kutsal alan ziyaretçileri mi olduğu üzerine görüşler bulunmaktadır. Baldwin ve Sharpley (2009: 189) savaş alanını bireysel bağlantı nedeniyle ziyaret eden kutsal alan ziyaretçisinin -savaşta ailesinden bir bireyi kaybetmesi ve benzeri nedenlerden dolayı- savaş alanlarını kitlesel ölümlerin gerçekleştiği alanları görmek için gelen turistlerden daha üst seviyede değerlendirilmesi gereği üzerinde durmuştur. Bununla birlikte Winter (2011) çalışmasında savaş alanlarını ziyaret eden turistlerinde anma etkinliklerine katılma arzusunda bulunan eğitimli kişiler olduğunu belirlemiştir. Savaş alanları turistleri ile savaş alanları kutsal alan ziyaretçilerinin birbirine karşı olmadığını öne sürmüştür.

Savaşların turizm hareketleri üzerine belirgin bir etkisi vardır. İkinci Dünya Savaşı'nda gerçekleşen teknolojik atılım insanların uluslararası seyahatlere katılmasıyla sonuçlanmıştır (Smith, 1998). Savaş alanları, savaş anıtları, ayakta kalan savaş bölgeleri, mezarlıklar, şehitlikler ve müzelerden oluşan savaş çekicilikleri (warfare attractions) içerisinde bir alt boyut olurak yer alan çekiciliklerdir (Timothy, 2011).

2. Birinci Dünya Savaşı

Büyük Savaş (Great War) olarak da bilinen Birinci Dünya Savaşı, 28 Temmuz 1914'den 11 Kasım 1918'e kadar süren küresel bir çatışmadır. Birinci Dünya Savaşı farklı ulusal hedeflerin gözetildiği Doğu Cephesi, Batı Cephesi, İtalyan Cephesi, deniz savaşları gibi birçok farklı savaşlardan oluşan küresel ölçekte büyük bir savaştır (Strachan, 2013: 7). Birinci Dünya Savaşı eski güçlü imparatorlukların (Osmanlı, Avusturya Macaristan vb.) yıkılması ve diğer tarafların (Fransa, İngiltere vb.) ağır yaralar alması ile sonuçlanmış ve Amerika Birleşik Devletleri'nin ekonomik ve askeri olarak yeni küresel bir güç olmasıyla sonuçlanmıştır (Hart, 2013). Tablo 1'de Birinci Dünya Savaşı'nda yer almış ana ülkeler sunulmuştur.

[160] Yrd. Doç. Dr., onakbulut7@hotmail.com, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Fethiye İşletme Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Muğla./Türkiye, **İrtibat Kurulacak Kişi ve Sunum Yapacak Kişi**

Tablo 1. Birinci Dünya Savaşında Yer Alan Taraflar ve Ülkeler

SAVAŞTA YER ALAN TARAFLAR	
İtilaf Devletleri	İttifak Devletleri
İngiliz İmparatorluğu: Birleşik Krallık Avusturalya Kanada Hindistan Yeni Zelanda Güney Afrika Fransa Rus İmparatorluğu İtalya Amerika Birleşik Devletleri Sırbistan Romanya Belçika Japonya Yunanistan	Alman İmparatorluğu Avusturya Macaristan İmparatorluğu Osmanlı İmparatorluğu Bulgaristan

Kaynak: history.com, 2018.

Daha 1915 yılında İngiliz seyahat acentası Thomas Cook savaş devam ederken savaş alanına turlar düzenlemeye başlamış ve İngiliz hükümetinin müdahalesi sonucunda bu turları düzenlemeyi durdurmuştur (Lles, 2008). 1920 ve 1930'lar boyunca Çanakkale savaşlarının geçtiği günümüzdeki adıyla Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı'na en az yedi seyahat düzenlenmiştir (Lloyd, 1998: 1997). Hyde ve Harman (2011: 1344) yaptıkları araştırmada Gelibolu'yu ziyaret eden Avusturalya ve Yeni Zelandalı turistlerin maneviyat, milliyetçilik, ailevi kutsal alanlara ziyaret, arkadaşlık ve seyahat ile motive olduklarını tespit etmiştir. Bu çalışma buradan yola çıkarak her yıl 25 Nisan'da Avusturya ve Yeni Zelandalı turistlerin katılımıyla Çanakkale'de Şafak Ayini örneğini inceleme konusu yapmıştır.

3. Şafak Ayini

Her sene 25 Nisan'da, şafak sökmeden önce binlerce Türk, Avustralyalı, Yeni Zelandalı, Gelibolu Yarımadası'nın Ege Denizi tarafındaki küçük bir koyun yakınında toplanmaktadır (Sellars, 2005: 52). Anzak günü olan 25 Nisan, Avusturalyalı ve Yeni Zelandalı askerlerin ilk defa Gelibolu'ya çıkarma yaptıkları ve Türk askerleri tarafından çok güçlü bir direniş ve karşı koymayla karşılaştıkları gündür (Australian War Memorial, 2018).

Bu gün boyunca Avustralyalı ve Yeni Zelandalılar 103 yıl önce gerçekleşen bu savaşta yaşamını yitirenler için dualar edip, milli marşlar söyleyip, güneş tam yükseldiği anda iki dakikalık saygı duruşunda bulunmaktadır (Sellars, 2005: 52).

Şafak Ayini, katılımcıları olan eski hasımlar için savaşı göklere çıkarıp zaferi yüceltme anlamına gelmemektedir. Çünkü Çanakkale Savaşı İtilaf Devletleri açısından yenilgiyle sonuçlanmıştır. Aksine bu anma etkinlikleri Çanakkale Savaşları'nda yaşamını yitiren tüm askerleri öne çıkarmak ve onların gösterdiği fedakârlıkları onurlandırmak için yapılmaktadır. Bu anma etkinliklerindeki temel nokta Çanakkale Savaşı'nın Türk, Yeni Zelanda ve Avustralya kimliklerinin anlaşılmasıdır. Şafak Ayini'nde Anzakların torunlarına, büyükbabalarının eski düşmanı, günümüzde dostu olan Türkler de giderek artan sayıda katılmaktadır (Sellars, 2005: 52).

Tablo 2. Avustralya Devleti Savaş Gazileri Departmanı Denizaşırı Anma Etkinlikleri 2018

Etkinlik Adı, Yeri ve Tarihi	A Grubu	B Grubu	C Grubu	Toplam Kullanan
Anzak Günü, Villers-Bretonneux, Fransa 2018	Doluluk: 5161 Kapasite: 5500 Doluluk Oranı: % 93,84	Toplam Kapasite Dolmuştur. Bekleme Listesi Aktif Edilmiştir.	Toplam Kapasite Dolmuştur. Bekleme Listesi Aktif Edilmiştir.	Doluluk: 7071 Kapasite: 7400 Doluluk Oranı: % 95,55
Anzak Günü, Gelibolu, Türkiye 2018	Doluluk: 354 Kapasite: 4900 Doluluk Oranı: % 7,22	Doluluk: 0 Kapasite: 0 Doluluk Oranı: Bulunmamaktadır.	Doluluk: 38 Kapasite: 300 Doluluk Oranı: % 12,67	Doluluk: 392 Kapasite: 5200 Doluluk Oranı: % 7,54
Hamel Savaşı, Somme, Fransa 2018	Doluluk: 511 Kapasite: 2000 Doluluk Oranı: % 25,55	Doluluk: 173 Kapasite: 400 Doluluk Oranı: % 43,25	Doluluk: 54 Kapasite: 150 Doluluk Oranı: % 36	Doluluk: 738 Kapasite: 2550 Doluluk Oranı: % 28,94
Birinci Dünya Savaşı Ateşkes Günü'nün, Yuzüncü Yıl Dönümü, Villers-Bretonneux Fransa, 2018	Doluluk: 732 Kapasite: 2000 Doluluk Oranı: % 36,60	Doluluk: 138 Kapasite: 280 Doluluk Oranı: % 49,29	Doluluk: 94 Kapasite: 100 Doluluk Oranı: % 94	Doluluk: 964 Kapasite: 2380 Doluluk Oranı: % 40,50
A Grubu : Avusturalya ve Yeni Zelanda vatandaşları ile bu ülkelerde sürekli oturanlar. B Grubu : Etkinliklerin düzenleneceği ülke vatandaşları C Grubu : Diğer ülke vatandaşları				

Kaynak: Avustralya Devleti Savaş Gazileri Departmanı, 2018.

4. Sonuç

İnsanlık tarihi boyunca devam eden ve halen günümüzde süren savaşlar insanlığın korkunç sonuçları olan en eski olgularından biridir. Kanlı savaşların gerçekleştiği savaş alanlarından bazıları günümüzde birer turizm çekiciliğine dönüşmüştür. Türkiye'de bu turizm olgusuna en iyi örneklerden biri Çanakkale Savaşı'nın gerçekleştiği Gelibolu'dur. Her yıl 25 Nisan'da Yeni Zelanda ve Avustralya'dan gelen turistler Şafak Ayini'nde savaşta canlarını

yitiren atalarını ziyaret etmek için binlerce kilometre yol kat etmektedir. Nitekim çalışmada verilen Avustralya Devleti Savaş Gazileri Departmanı verilerine göre 2018 yılındaki Türkiye ve Fransa'daki etkinliklere 16,419 kişi katılacaktır. Savaş alanları turizmi kapsamında Şafak Ayini ve benzeri anma etkinliklerinin uluslararası turizm hareketleri kapsamında incelenmesi için yeni çalışmaların yapılması bu alana ilişkin yeni bakış açıları sağlayabilecektir.

Anahtar kelimeler: Birinci Dünya Savaşı, Çanakkale Savaşı, Savaş Alanları Turizmi, Anma Etkinlikleri

JEL Kodu: Z32, L83

Kaynakça

Australian Government Department of Veteran Affairs (2018), Overseas Commemorations,https://www.dva.gov.au/commemorations-memorials-and-war-graves/commemorations-and-anniversaries/overseas-commemorations-0, (15.03.2018).

Australian War Memorial (2018). *The Anzac Day Tradition*, https://www.awm.gov.au/commemoration/anzac-day/traditions, (12.03.2018).

Baldwin, F. & Sharpley, R. (2009). "Battlefield Tourism: Bringing Organized Violance Back to Life" *The Darker Side of Travel The Theory and Practice of Dark Tourism*, (Ed.) Sharpley, R. & Stone, P. R., Channel View Publications, Great Britain, pp. 247-251.

Hart, P. (2013). *The Great War*, Profile Books, Great Britain.

History.com (2018). *World War I*, https://www.history.com/topics/world-war-i/world-war-i-history, (15.03.2018).

Hyde, K. F. & Harman, S. (2011). "Motives for Secular Pilgrimage to the Gallipoli Battlefields", *Tourism Management*, 32 (6), pp. 1343-1351.

Iles J. (2008). "Encounters in the Fields –Tourism to the Battlefields of the Western Front", *Journal of Tourism and Cultural Change*, 6 (2), pp. 138-154.

Lloyd, D. (1998). *Battlefield Tourism: Commemoration of the Great War in Britain, Australia and Canada, 1919-1939*, Berg, United Kingdom.

Sharpley, R. & Stone, P. R. (2009). "Life, Death and Dark Tourism: Future Research Directions and Concluding Comments", *The Darker Side of Travel The Theory and Practice of Dark Tourism*, (Ed.) Sharpley, R. & Stone, P. R., Channel View Publications, Great Britain, pp. 247-251.

Sellars, B. (2005). "Gelibolu Şafak Törenleri", *National Geographic Türkiye,* Nisan, pp. 48-60.

Smith, V. (1996). "War and Its Tourist Attractions", *Tourism, Crime and International Security Issues*, (Ed.) Pizam, A. & Mansfeld, Y. Wiley, United Kingdom, pp. 247-264.

Smith, V. (1998). "War and Tourism: An American Ethnography", *Annals of Tourism Research*, 25 (1), pp. 202-227.

Strachan, H. (2013). "Introduction", *The First World War: The War to End All Wars*, (Ed.) Simkins, P., Jukes, G. & Hickey, M., Osprey Publishing, United Kingdom. pp. 7-9.

Timothy, D. (2011). *Cultural Heritage and Tourism: An Introduction*, United Kingdom: Channel View Publications.

Winter, C. (2011). "Battlefield Visitor Motivations: Explorations in the Great War Town of Ieper, Belgium, *International Journal of Tourism Research*, 13 (2), pp. 164-176.

Sosyal Politikanın Bir Göstergesi Olarak Vatandaşların İyilik Halinin Ülkelere Göre Karşılaştırmalı Analizi

Özgür Öngöre[161]

Full Text

1. Giriş

Vatandaşların iyilik hali, maddi koşullar ile yaşam kalitesi olmak üzere iki boyutlu ele alınmaktadır. Maddi koşullar, maddi değeri olan değişkenlerden oluşurken yaşam kalitesi, sosyal ve psikolojik gereksinimlerle ilgili değişkenlerdir. Gelir ve servet, iş ve maaş ile konut maddi koşullar olarak kabul edilmektedir. Sağlık durumu, iş yaşam dengesi, eğitim ve beceriler, sosyal bağlantılar, sivil katılım ve yönetim, çevresel kalite, kişisel güvenlik ve öznel iyilik hali yaşam kalitesini tanımlayan değişkenlerdir (Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü - OECD, 2011).

Maddi koşulların iyiliği, vatandaşların iyilik haline olumlu etki eder. Yaşam kalitesinin düşük olduğu durumlarda maddi koşullar, vatandaşların iyilik halini yükseltmekte yetersiz kalmaktadır. Maddi koşulların anlamlı olabilmesi, yaşam kalitesine ilişkin değişkenlerin ulaşılabilir olmasına bağlıdır. Eğitim, sağlık, kültür, güvenlik gibi sosyal yaşamın farklı alanlarında sağlanan olanaklar yaşam kalitesini arttırır.

Maddi koşullar, yaşam kalitesinin artmasında öncül değişkenlerdir. Kişi yaşam kalitesini artırabiliyorsa sahip olduğu gelirin veya servetin anlamlı olduğu söylenebilir. Örneğin kişinin yaşadığı çevre kirliyse, konutun kendine ait olması iyilik hali üzerinde olumludan çok olumsuz bir etki yaratabilir. Kişinin sağlıksız bir çevrede yaşaması, iyilik halini azaltan bir etkendir. Yüksek ücret alan bir çalışan eğer işten dolayı sosyal yaşamına zaman ayıramıyorsa bu kişinin de iyilik halinin olumsuz etkilendiği söylenebilir.

Sağlık, eğitim, barınma, sosyal güvenlik, istihdam ve yoksulluk gibi maddi koşullar ve yaşam kalitesi ile ilgili birçok konu sosyal politikanın kapsamındadır. Sosyal ve ekonomik haklar ile sosyal harcamaların içeriği ve genişliği, sosyal politika anlayışının önemli göstergeleridir. Sosyal politika, toplumsal refah düzeyini artıran veya azaltan politikalardır. Maddi ve maddi olmayan kaynakların yeniden dağılımı ile ilgilidir (Titmuss, 1974).

Sosyal politika; ekonomi, hukuk, siyaset, sosyoloji (Koray, 2008) ve psikoloji gibi toplum ve birey ile ilişkili birçok bilim dalını ilgilendiren çok disiplinli bir alandır. Sosyal devlet anlayışının ürünüdür. Bütün vatandaşların belli standartlara ve fırsatlara ulaşabilmesi sosyal politikanın amacıdır (Hagenbuch, 1958). Vatandaşları kamusal hizmetler yolu ile toplumsal risklere karşı koruyan politikalardır (Esping-Andersen, 2006). Bu sebeple sosyal politikada, vatandaşların gereksinim ve taleplerinin göz önünde bulundurulması gerekmektedir.

Daha önce belirtildiği gibi vatandaşların iyilik hali, maddi koşullar ve yaşam kalitesi değişkenleri ile ölçülebilmektedir (bkz., OECD, 2011). Aynı zamanda bu iki değişken, ülkelerdeki sosyal politika uygulamalarının da sonuçlarıdır. Maddi koşullar ve yaşam kalitesi değişkenleri sayesinde ülkelerdeki sosyal politika anlayış ve sonuçları analiz edilerek karşılaştırılabilir.

Bu araştırmanın amacı, sosyal politikanın bir göstergesi olarak vatandaşların iyilik hali düzeylerinin ülkelere göre karşılaştırılmasıdır. Bu araştırmada, OECD'nin 38 ülkeye ait daha iyi yaşam indeksi verileri (2017) kullanılarak vatandaşlarının iyilik halinin ülkelere göre karşılaştırmalı analizi yapılmıştır. Sosyal harcamaların daha fazla olduğu gelişmiş ülkelerde, vatandaşların iyilik halinin diğer ülkelere göre daha yüksek olması beklenmektedir.

[161] Öğr. Gör. Dr., Kastamonu Üniversitesi Kastamonu Meslek Yüksekokulu, ozgurongoretr@yahoo.com

2. Vatandaşların İyilik hali

İyilik hali ile ilgili araştırmaların önemli bir kısmı kişilerin psikolojik yani öznel iyilik halini ölçmektedir. Örneğin Dünya Sağlık Örgütü'nün (WHO, 1998) iyilik hali ölçeği, beş madde ile kişilerin psikolojik iyilik halini ölçmektedir. Psikolojik sağlık dışında iyilik hali sosyal ve maddi yönleri olan çok boyutlu bir kavramdır.

OECD'nin (2011) bireylerin iyilik halinin ölçülmesine yönelik maddi koşullar ve yaşam kalitesi adı altındaki iki boyutlu ve kapsamlı yaklaşımı alan yazında kabul görmektedir. OECD'nin iyilik hali yaklaşımında maddi koşullar ve yaşam kalitesi altında yer alan maddeler, bireylerin refahına ilişkin unsurlardır. Böylece belli bir yerde yaşayan vatandaşların refah düzeyi iyilik hali altında ölçülebilmektedir.

OECD'ye üye olan ülkelere ilişkin iyilik hali verilerini "Daha İyi Yaşam İndeksi" (Better Life Index) olarak belli aralıklarla yayınlamaktadır. Bu araştırmada, 2017 yılında yayınlanan OECD'nin iyilik hali indeksine ilişkin verileri ülkelerin karşılaştırmalı analizinde kullanılmıştır.

3. Refah Devleti Modelleri

Refah devleti modellerini incelediğimizde genel olarak liberal model, korporatist (muhafazakar) model ve sosyal demokrat model olmak üzere üç tür modelden bahsedilmektedir (Esping-Andersen, 1990). Refah devletleri toplumun farklı sınıflarının uzlaşısıdır. Ülkeler arasındaki ayrı modellerin var olmasında bu uzlaşının kültürlere göre gösterdiği farklılıklarda yatmaktadır. Tarihsel, toplumsal koşullara, politik güç dengelerine ve sosyal mücadelelerin düzeylerine göre birbirinden oldukça farklı sosyal politika modelleri ortaya çıkmıştır (Çelik, 2010). Sosyal devletin güçlü bir toplumsal desteğe sahip olması, günümüzde de sosyal politikanın öneminin korunmasına yardımcı olmaktadır (Mütevellioğlu, 2006).

Liberal modelde devletin vatandaşların refahına yönelik müdahalesi ancak aile ve piyasanın çözüm olamadığı durumlarda, yoksullara yönelik asgari düzeyde söz konusudur. Sosyal refah piyasa esaslı ve devlet desteği asgari düzeyde olduğundan, sosyal harcamaların milli gelir içindeki payı da düşük düzeyde kalmaktadır (Esping-Andersen, 1996).

Korporatist modelde toplumdaki statü farklılıklarının korunması esastır. Sınıf, statü ve finansal katkılara göre haklar ve refah değişmektedir (Cerami, 2006). Geleneksel aile yapısının korunduğu, sınıf ve statüye dayalı hiyerarşik bir refah anlayışının benimsendiği bir modeldir (Esping-Andersen, 1990).

Sosyal demokrat model, ailenin üzerindeki yükü kaldırmaya ve bireylerin özgürlüğünü arttırmaya çalışması ile diğer modellerden farklılaşmaktadır. Sosyal vatandaşlığın en çok kurumsallaştığı modeldir. Sosyal demokrat modelde, istihdam ve üretkenliği en üst düzeye çıkarmaya odaklanan bir sosyal politika anlayışı sergilenir (Esping-Andersen, 1990; 2002).

Bu araştırmada, bu üç modele örnek olabilecek ülkeler vatandaşların iyilik hali üzerinden karşılaştırılarak, refah devleti modellerinin başarısının sosyal politika açısından tartışılması amaçlanmaktadır.

4. İyilik Haline İlişkin Veriler

OECD'nin 38 ülkeye ait daha iyi yaşam indeksi verileri[162] (2017) incelediğinde, vatandaşların iyilik hali açısından Norveç'in birinci (8.09 puan), Danimarka'nın ikinci (7.95 puan) ve İsveç'in (7.80 puan) dördüncü sırada yer aldığı görülmektedir. Sosyal demokrat modele dahil edebileceğimiz bu İskandinav ülkelerinde iyilik halinin yüksek çıkması, sosyal

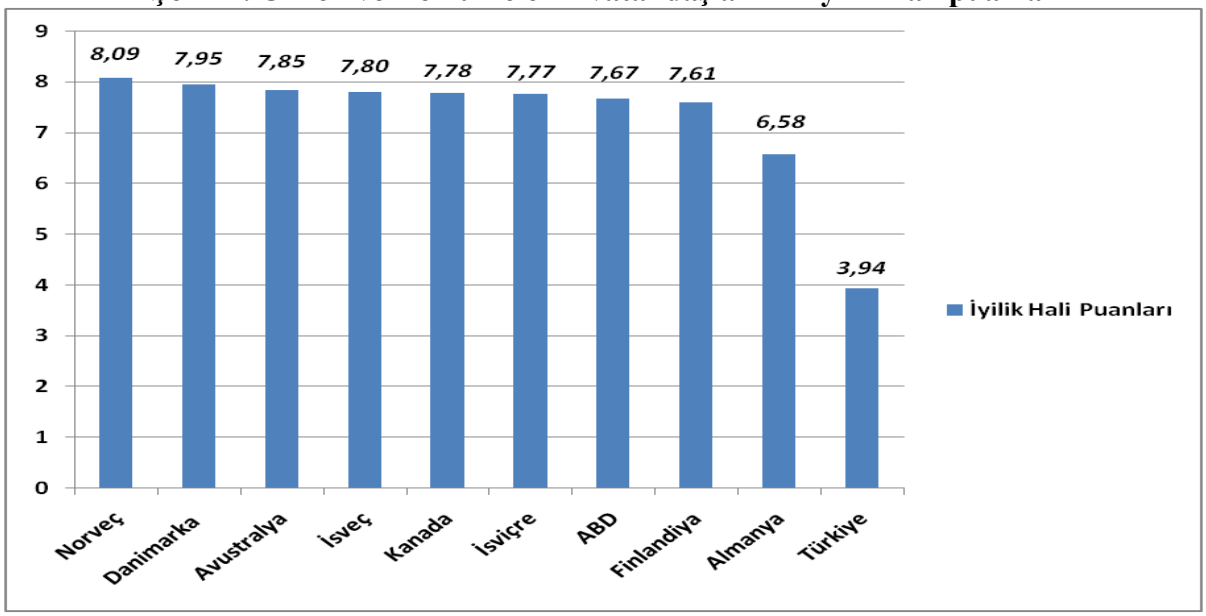
[162] OECD'nin (2017) daha iyi yaşam indeksinde her bir değişken 10 puan üzerinden değerlendirilmekte ve toplamda 11 değişken ile iyilik hali ölçülmektedir.

demokrat modelin bu ülkelerde başarılı bir şekilde vatandaşların refahını arttırmada uygulandığını göstermektedir.

Sosyal vatandaşlığın en çok kurumsallaştığı bu ülkelerde, vatandaşların iyilik halinin yüksek çıkması beklenen bir sonuçtur. Vatandaşlar için yüksek standartlarda bir eşitlik amaçlayan sosyal demokrat modelde, İskandinav ülkelerindeki görece ekonomik kaynakların zenginliği de göz önünde bulundurulduğunda, başarılı bir model olması kaçınılmazdır.

Sosyal harcamalar ile sosyal ve ekonomik haklar sayesinde vatandaşların maddi koşullarının ve yaşam kalitelerinin arttırılması mümkün olabilmektedir. Ekonomilerdeki dar boğaza rağmen sosyal demokrat modelin refah ve iyilik hali açısından başarılı bir örnek model olduğu görülmektedir.

Şekil 1. Örnek verilen ülkelerin vatandaşlarının iyilik hali puanları



Kaynak: OECD, 2017

Liberal devlet anlayışının geçerli olduğu Avustralya, Kanada ve ABD vatandaşlarının iyilik hali açısından sırasıyla üçüncü (7.85 puan), beşinci (7.78 puan) ve sekizinci (7.67 puan) sırada yer almaktadır (OECD, 2017). Sosyal vatandaşlığın en az kurumsallaştığı liberal modelin refah yaratmada başarılı olduğu sonucuna varılabilir.

Sosyal vatandaşlığın zayıf ve bireyselliğin ön planda olduğu bu modelde (Koray, 2008), vatandaşların piyasadan kendi gelirleri ile gereksinimlerini karşılaması beklenmektedir.

Daha önce belirtildiği kültür ve güç ilişkileri ile ilgili olan bu modeller, farklı kültürlerin farklı çözümleri olarak algılanabilir. Liberal modelin de yarattığı refah ve iyilik hali ile kültürel birikimin uygun olduğu ülkelerde başarılı olduğu görülmektedir.

Korporatist refah devleti modeli içerisinde değerlendirebileceğimiz ülkelere baktığımızda İsviçre (7.77 puan) altıncı sırada, Finlandiya (7.61 puan) dokuzuncu sırada, Almanya (6.58 puan) ise on üçüncü sırada yer almaktadır. Liberal ve sosyal demokrat modelin karışımı olarak kabul edebileceğimiz (Çelik, 2010) korporatist model, diğer refah devleti modellerine göre başarı açısından düşük bulunmuştur. Vatandaşlara sağlanan maddi koşullar ve yaşam kalitesinin korporatist modelde görece düşük çıkması, yaratılan refah düzeyinin ve iyilik halinin düşük kalması şeklinde yorumlanabilir.

Türkiye ise daha iyi yaşam indeksinde, sıralamada 38 ülke arasında 3.94 puanla sondan üçüncü ülke konumundadır. Türkiye, Japonya gibi toplulukçu kültürün egemen olduğu bir

ülkedir. Geleneksel aile yapısı ve sınıfsal farkları gözeten hiyerarşik refah anlayışı ile korporatist modele daha yakın olan Türkiye, son yıllarda vatandaşlardan alınan katkı paylarındaki artışlar ve piyasanın daha etkin olması ile liberal modele daha çok yaklaşmıştır.

Piyasanın daha geri planda durduğu korporatist modelde, devletin koruyuculuğu sayesinde daha geniş kitleler tarafından iyilik hali hissedilebilir. Toplulukçu kültürlerde korporatist modele uygun sosyal politika uygulamaları ile kısa vadede vatandaşların refahı ve iyilik hali üzerinde geçici bir olumlu etki yaratması beklenebilir.

Uzun vadede kurumsallaşmış sosyal vatandaşlık anlayışının benimsendiği sosyal demokrat model ile sınırlı refah düzeyi arttırılarak, tüm vatandaşları kapsayan ve risklere karşı önleyici ve süreklilik arz eden bir sosyal politika anlayışı geliştirilebilir.

5. Sonuç

Araştırma sonuçları göstermiştir ki piyasanın egemen olduğu liberal modelde eğer kültür ve toplumsal beklentiler uygunsa, bu model refahı arttırıcı bir etki yaratabilmekte ve vatandaşların iyilik hali yüksek düzeyde çıkabilmektedir. Liberal devlette sosyal harcamaların az, sosyal korumanın ise en riskli gruplar için geçerli olduğu düşünüldüğünde, bu modelin Türkiye gibi ülkelere uygun olmadığı sonucuna varılabilir. Liberal modelin toplumsal kültürle uyuşmadığı ülkelerde dayatılmasının, refahı azalttığı sonucuna varılabilir.

Sosyal demokrat modeli benimsemiş ülkelerde vatandaşların iyilik halinin en üst sıralarda çıkması, sosyal ve ekonomik hak ile özgürlüklerin üst düzeyde tanımlandığı, sosyal harcamaların yüksek olduğu dikkate alındığında doğal bir sonuçtur. Sosyal devletlerde yaşanan aşınmalar sonucunda refahta gerilemeler olsa da sosyal demokrat modelin başarısını devam ettirdiği görülmektedir. Refahın geniş kitlelerle paylaşıldığı sosyal demokrat modelde, maddi koşulların ve yaşam kalitesinin iyi olduğu beklentisi bu araştırma ile doğrulanmıştır.

Günümüzde korporatist modelden liberal modele geçişle birlikte birçok ülkede yetersiz olan sosyal harcamaların daha da azalması söz konusu olmaktadır. Piyasanın egemen kılındığı liberal modelin ancak bireyselliğin öne çıktığı toplumlarda işe yarayabilecek bir model olduğu gözden kaçmamalıdır. Toplumsal ve ekonomik koşullar ile siyasal güç dengeleri ve sosyal mücadeleleri içeren kültürel birikim göz ardı edilerek üretilen sosyal politikaların vatandaşların refahını arttırmada başarılı olacağını düşünmek doğru bir yaklaşım değildir.

Günümüz ülke ekonomilerindeki temel sorun yeterli düzeyde milli gelirin olmaması ve bu sebeple sosyal ve ekonomik haklar ile sosyal harcamaların yetersiz düzeyde kalmasıdır. Sosyal demokrat modelin egemen refah devleti modeli olabilmesi için katma değeri yüksek ürünler üretmek gibi yöntemler ile ekonomik kalkınmanın sağlanmasının ön koşul olduğu unutulmamalıdır.

Anahtar kelimeler: Sosyal politika, İyilik hali, Refah devleti

JEL Kodları: I31, J18, J28

Kaynakça

Cerami, A. (2006). *Social Policy in Central And Eastern Europe: The Emergence of a New European Welfare Regime*. Berlin: LIT Verlag Münster.

Çelik, A. (2010). "Muhafazakâr Sosyal Politika Yönelimi: Hak Yerine Yardım-Yükümlülük Yerine Hayırseverlik". *İstanbul Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, (42), 63-81.

Esping-Andersen, G. (1990). *The Three Worlds of Welfare Capitalism*, Princeton New Jersey: University Press.

Esping-Andersen, G. (1996). "Welfare States without Work: The Impasse of Labour Shedding and Familialism in Continental European Social Policy", *Welfare States in Transition: National Adaptations in Global Economies*, (Ed.) Esping-Andersen, G. London: Sage Publications.

Esping-Andersen, G. (2002). "Towards the Good Society, Once Again?", *Why We Need A New Welfare State*, (Ed.) Esping-Andersen, G., Gallie D., Hemerijck A. & Myles J., Oxford: Oxford University Press.

Esping-Andersen, G. (2006). "Toplumsal Riskler ve Refah Devletleri", *Sosyal Politika Yazıları*, (Der.) Buğra A. & Keyder, Ç., İstanbul: İletişim Yayınları.

Hagenbuch, W. (1958). *Social Economics*, Welwyn: James Nisbet and Company Limited.

Koray, M. (2008). *Sosyal Politika* (3. Baskı), Ankara: İmge Yayınevi.

Mütevellioğlu, N. (2006). "Sosyal Devletin Meşruiyeti". *İş, Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 8(2), 24.

OECD, (2011). *How's life?: Measuring well-being*, Paris: OECD Publishing.

OECD, (2017). *Better Life Index*, http://www.oecdbetterlifeindex.org/#/11111111111, (14.03.2018).

Titmuss, R. M. (1974). *Social Policy: An Introduction* (edited by Brian Abel-Smith and Kay Titmuss), London: Allen & Unwin.

WHO, (1998). "Wellbeing measures in primary health care: The depcare Project", *WHO Meeting Report*, Copenhagen: WHO Regional Office for Europe.

Yalın Düşüncenin Sağlık Kuruluşlarında Uygulanmasına Duyulan İhtiyacın Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma: İzmir İli Özel Medifema Hastanesi Örneği

Mustafa Soba [163] , Fatih Emet [164] , Özlem Taştepe [165]

Full Text

1. Giriş

Günümüzde hizmet sektörü hızlı bir şekilde büyümeye başlamıştır. Büyümenin etkisiyle birlikte sağlık sektörünün hizmet sektörü içerisindeki payında artış meydana gelmiştir. Özellikle son yıllarda meydana gelen değişimler, sağlık hizmetlerinin yeniden ele alınması gerektiğini ortaya koymaktadır. Üst düzey teknolojilerin sağlık hizmetlerinde kullanılmaya başlanmasıyla, hizmetlerde ve kalite düzeyindeki beklentilerde de artış meydana gelmiştir (Yıldız ve Yalman, 2015: 2).

Bu doğrultuda sağlık sektöründe verimliliği sağlamak için israfın önlenmesi ve kaynakların etkin kullanılması zorunlu hale gelmektedir. Bunu elde etmenin yolu ise yalın uygulamalardan geçmektedir (Tepeli, 2012: 1). Yalın uygulamalardaki temel amaç her şeyi hastanın bakışından görebilmek, düşünmek ve yapabilmektir. Uygulamalara bağlı olarak hastanın sağlık sisteminin süreçlerinden süratle geçirilmesi ve mümkün olan her yerde standartlaşmanın gerçekleştirilmesi oldukça önemlidir (M. Işık ve F. Işık, 2016: 2). Sağlık sektöründeki, kalite ve süreçlerdeki etkinliğin iyileştirilmesi ve ortaya çıkan giderlerde azaltılma yapılabilmesi için doğru yöntem ve tekniklerin öğrenilmesi günümüz rekabet ortamında büyük önem arz etmektedir.

2. Kavramsal Çerçeve

Kavramsal çerçevede; yalın düşünce kavramı, sağlık işletmelerinde yalın düşünce ve israfın sağlık kuruluşları açısından ele alınması açıklanacaktır. Ortaya çıkan israfın yok edilebilmesi için israf giderme yöntemlerine de değinilmiştir.

2.1. Yalın Düşünce Kavramı

Yalın işlerin nasıl yapıldığına bakılarak işin yapılış biçimini iyileştirmede farklı yollar bulmayı ve aynı zamanda çalışanların performanslarının en iyi şekilde kullanılmasını isteyen, bununla beraber çalışanlara aşırı yük yüklemeyen bir sistemi ifade etmektedir (Graban, 2011: 58-59). Yalın olmanın ilk şartı yalın düşünce ile başlamaktadır. Yalın kavramı, düşünce ile bir araya getirildiğinde; işe yaramayan israf olarak adlandırılan tüm faaliyetlerden kaçınmayı, doğrudan ana faaliyete yönelmeyi ve en kısa sürede faaliyetlerin etkili ve verimli bir şekilde gerçekleştirilmesini vurgulamaktadır (Maraşlı, Akça ve Kama, 2016: 4).

2.2. Sağlık Kuruluşlarında Yalın Düşünce

Sağlıkta giderek artış gösteren maliyetler ve israfta azaltma yolunu bulmak, kalitede artışı sağlamak, hizmeti bekleyenlerin ve çalışanların memnuniyeti sağlık kuruluşlarında Yalın Düşüncenin ve ilkelerinin kullanılmasıyla mümkün olmaktadır (M. Işık ve F. Işık, 2016: 2).

Tablo 1: Hastanelerde Yalın Düşünce İlkelerinin Uygulanması

163 Doç. Dr., Uşak Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü,, mustafa.soba@usak.edu.tr
164 Öğr. Gör., Uşak Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, fatih.emet@usak.edu.tr.
165 YL Öğr., Uşak Üniversitesi SBE, İşletme ABD, ozlem-tastepe@hotmail.com

Kaynak: Mark GRABAN, Nisan 2011, s. 71

İlke	Yalın Hastane de Yapılması Gerekenler
Değer	Değer, hasta açısından belirlenmelidir.
Değer akışı	Hastanedeki değer katan tüm adımlar belirlenerek, değer katmayan diğer tüm adımlar yok edilmelidir.
Sürekli Akış	Hastanede işlerin toplu yapılmasına bağlı olarak oluşan, işlerde aksamaya neden olan faktörlerin kaldırılması ile sürecin düzgün işlemesi sağlanmalıdır.
Çekme	Olması gereken işler, bir diğer sürece itilmemeli, işlerin ve gereçlerin ihtiyaç duyulduğu anda çekilmesine izin verilmelidir.
Mükemmellik	Devamlı iyileştirme yapılarak hastanede mükemmelliğe ulaşılacaktır.

2.3. İsraf Kavramının Sağlık Kuruluşları Açısından Ele Alınması

Kimsenin istemediği düzeltme gerektiren hataların varlığı, stokların ve gereksiz mal yığınlarının artmasına yol açan mamul üretimi, ihtiyaç duyulmayan işlemlerin varlığı, çalışan ve ürünlerin gereksiz biçimde hareket ettirilmesi büyük zaman kayıplarına yol açmaktadır. Ayrıca bu faktörlerin varlığı önceki faaliyetin zamanında tamamlanamamasına ve sonraki kişilerin iş yapmadan beklemesine yol açtığı için israf olarak adlandırılmaktadır (Womack ve Jones, 2012: 23).

2.4. Sağlık Hizmetlerinde İsraf Giderme Yöntemleri

Sağlık hizmetlerinde israfı giderme yöntemleri; görsel yönetim, 5S (sınıflandır, sırala, sil, standartlaştır ve sürdür) ve kanban yöntemleridir. Aşağıda bu yöntemler kısaca açıklanmaktadır (Yılmaz vd., 2017: 7).

2.4.1. Görsel yönetim

Görsel yönetim temel olarak israfın, meydana gelen sorunların ve anormal koşulların çalışanlar ve yöneticiler tarafından kolayca görünür kılınmasını sağlamaktadır. Görsel yönetimin amacı sorunların gizlenerek işlerin iyi görünmesinden ziyade, sorunları ortaya çıkararak çözmeye çalışmaktır (Graban, 2011: 139-141).

2.4.2. 5S: Sınıflandır, Sırala, Sil, Standartlaştır ve Sürdür

5S sistemi çevrenin temiz, düzenli, sağlıklı ve güvenli olmasını sağlayan ve bunu sürdürmemize yardımcı olan bir uygulamadır. 5S te amaç; ortaya çıkan israfın azaltılması ve beklenmeyen diğer durumlara bağlı şikâyetlerde sıfır noktasına ulaşmaktır (Tepeli, 2012: 38).5S yaklaşımının en önemli özelliği basit olması ve kolay uygulanabilir olmasıdır. Diğer iyileştirme çalışmaları için zemin oluşturan 5S, bu bağlamda işyeri iyileştirmede öncelik taşıyan temel bir kavramdır (Aytaç, 2009: 29).

2.4.3. Kanban

Kanban, "sinyal", "kart" ya da "işaret" olarak çevrilebilen bir Japonca kelimedir. Malzeme ve stok yönetimi için etkili bir yöntem olan kanban, standartlaştırılmış iş, 5S ve görsel yönetim kavramlarını da temel alan bir yalın yöntemdir. Kimden ne miktarda, ne zaman sipariş verileceğini belirlemede kanban yönteminden faydanılmaktadır (Yılmaz vd., 2017: 11).

3. Araştırma

Sağlık hizmetlerinin iyileştirilmesi sürecinde israfın yalın çerçevede değerlendirilerek ele alınması esas hedeftir. Günümüzde sağlık kurumlarında israfın azaltılması için yapılan iyileştirmeler sayesinde, hizmet kalitesinde artışın sağlanması ve maliyetin minimum düzeye indirilmesi giderek önem kazanmaktadır (Sosyal Güvenlik Kurumu[SGK], 2013).

3.1.Araştırmanın Amacı

Çalışmadaki temel amaç; İzmir İlinde faaliyet gösteren özel sağlık kuruluşlarında yalın düşünceye duyulan ihtiyacın sebeplerinin ve yalın uygulamaların sağlayacağı katkıların belirlenmesine yöneliktir.

3.2. Araştırmanın Yöntemi

Günümüzde yalına olan ihtiyacın artmasıyla, sağlık kuruluşlarındaki yöneticilerin doğru değerlendirme yapabilmeleri açısından makale önem arz etmektedir. Araştırmanın evreni İzmir İlindeki tüm özel hastaneler olarak belirlenmiş ve örneklem olarak Özel Medifema Hastanesi seçilmiştir. Çalışmada nitel yöntem tercih edilmiş ve yapılandırılmamış mülakat tekniği kullanılmıştır.

3.3. Araştırmanın Bulguları

Araştırmada veri toplamak için İzmir İli Özel Medifema Hastanesi Destek Hizmetleri Müdürü ile yüz yüze görüşülmüş ve yapılandırılmamış mülakat tekniği uygulanmıştır. Yapılan görüşmede araştırmamızın amacı ve yalın uygulamalar ile ilgili kısa bilgiler verilmiştir. Görüşme sırasında özellikle, sağlık kuruluşlarında yalının uygulanabilir olması için tüm süreçlerde optimizasyonun sağlanması gerektiği üzerinde durulmuştur.

4. Sonuç

Sağlık hizmetlerinde müşteri memnuniyetinin sağlanması son derece önemlidir. Müşterinin istek ve ihtiyaçlarının karşılanması noktasında sunulan hizmetin en uygun zaman ve kalite de gerçekleşmesi için tüm süreçlerde yalın düşüncenin uygulanması gerekmektedir (H. Turan ve G. Turan, 2015: 6).

Yalın düşüncenin sağlık kuruluşlarında uygulanmasına duyulan ihtiyacın belirlenebilmesi için yapılan mülakat sonrasında ulaşılan bilgiler doğrultusunda yeni koşullara uyum sağlamak isteyen sağlık kuruluşlarının, üretim ve hizmet yapılarını bu doğrultuda yeniden yapılandırmak amacıyla yalın dönüşüm çalışmaları yapmaları gerekmektedir (Türkan, 2010: 12).

Hastane yöneticilerinin, yalın uygulamalara gereken önemin verilmesi için yapması gerekenler vardır. Sağlık kuruluşlarında hizmet kalitesinin arttırılması, maliyetlerin en aza indirilmesi ve hasta memnuniyetinin sağlanabilmesi için yalın yöntemlerin kullanılması gerektiği hususunda çalışmalar yapılmalıdır. Bu konuda çalışanlara gereken eğitim programlarının verilmesi ve sağlıkta yalın yöntemlerin uygulanmasının bilincinin oluşturulması sağlanmalıdır. Böylece sunulan hizmetin kalitesinde artış sağlanarak hasta memnuniyetinin de artması mümkün olacaktır (Yılmaz vd., 2017: 14).

Anahtar Kelimeler: Yalın Düşünce, Sağlık Kurumları, İsraf Giderme yöntemleri

JEL Kodu: I1, M11

Kaynakça

Aytaç, Z. (2009). " Hastanelerde Yalın Yönetim Sistemleri," İstanbul Teknik Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Graban, M. (2011). " *Yalın Hastane*,".(Çev. P. Şengözer). İstanbul: Optimist Yayınları

Işık, M. ve Işık, F. (2016). "Tıbbi Tedarik Zinciri Süreçlerinde Yalın Uygulamalar," Research Journal of Business and Management, Cilt 3, Sayı 2: 2.

Maraşlı, H; Akça, C. & Kama, A. (2016), "Yalın Düşünce ve Değer Akış Haritalamasının Dondurma Üretim İşletmesinde Uygulanması", International Journal of Academic Value Studies, Cilt 2, Sayı 4: 4.

Tepeli, F. N. (2012). "Yapı Malzemeleri Üreten Bir İşletmede Yalın Dönüşüm," Selçuk Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Konya.

Turan H. ve Turan G. (2015). "Sağlık sisteminde yalın üretim uygulamaları," Sağlık Akademisyenleri Dergisi, Cilt 2, Sayı 3: 6.

Türkan Ö. U. (2010). "Üretimde Yalın Dönüşümün Temel Performans Kriterleri," Balıkesir Ü. Fen Bil. Enst. Dergisi, Cilt 12, Sayı 2: 12.

Yıldız, S. ve Yalman F. (2015). "Sağlık İşletmelerinde Yalın Uygulamalar Üzerine Genel Bir Literatür Taraması," Uluslararası Sağlık Yönetimi ve Stratejileri Araştırma Dergisi, Cilt 1, Sayı 1: 2.

Yılmaz M; Alıcı H. ve Karaman M. (2017). "Sağlık Kurumlarında İsraf Giderme Yöntemleriyle Yalın Düşünce," İ.Ü. Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu Dergisi, Cilt 5, Sayı 2:7-14.

Womack, J. P. ve Jones, D. T. (2012). " *Yalın Düşünce*,". (Çev. O. Yamak). İstanbul: Optimist Yayınları

Sosyal Güvenlik Kurumu. (2013). Turkuaz Standart Sağlıkta Kalite Standardı, http://turkuazstandart.org.tr/upload/cikti_odakli_saglikta_kalite_www.pdf erişim tarihi; 8.03.2018

Does Work Engagement Mediate the Effect of Servant Leadership on Job Outcomes?

Hasan Evrim Arici

Full Text

1. Introduction

Servant leadership, as one of the most important organizational resource, can help employees overcome stress and reduce burnout (Babakus et al., 2010). When employees' needs and concerns are met by leaders in turn, they will present further level of work engagement (Harter et al., 2002). Servant leaders, according to servant leadership theory (Greanleaf, 2008), can meet these needs; therefore, they enhance followers' work engagement. In addition, in accordance with this theory and social exchange theory (Blau, 1964), servant leaders directly enhance employees' extra role behavior.

Numerous studies regarding Organizational Citizenship Behaviors (OCBs) in tourism and hospitality industry focus on restaurant employees or student employees that work in dining service of universities (Walz and Niehoff, 2000; Cho and Johanson, 2008). However, hotel frontline employees should be more engaged in OCBs because service quality is the first priority in the business (Raub, 2008). The purpose of this empirical study is to fill this gap by investigating how servant leaders can reduce job burnout, and boost extra role behavior of frontline hotel employees through ensuring their work engagement.

Even though, extra role behavior is one of the most important factors in success of every organization (Cheng and Coyte, 2014), there have been a handful of researches that investigate the effect of servant leadership on job burnout and extra-role behavior (Babakus, et al., 2010; Shanafelt et al., 2015). To date, such variables as procedural justice climate, positive service climate, commitment to supervisor, and self-efficacy have been carried out as mediators on the relationship between servant leadership and OCBs in the previous studies (Walumbwa et al., 2010). In addition, Neubert et al., (2008) found servant leadership could increase employees' organizational citizenship behavior via the mediating role of regulatory focus. Yet, limited empirical study has investigated the mediating effect of work engagement on the relationship of servant leadership and extra-role behavior as OCB. This study contributes to the current knowledge by examining how servant leadership affects employees' extra role behavior and job burnout through mediating role of work engagement.

2. Theoretical Background

Servant leadership is a philosophy which is referred to Greenleaf steadily acknowledged by scholars and practitioners due to its distinct approach of leading by serving (Spears, 2002). According to Greenleaf (2008), servant leadership sets outs with a philosophy that tries to meet the needs of others, and through the service, people follow the leader. Servant leadership is separated from other leadership types and with its difference, it provides the potential to affect the organizations and their stakeholders distinctively (Neubert et al., 2008). Two facets of servant leadership give it uniqueness. First, the preliminary stimulant of it is meeting the needs of others (Russell and Stone 2002). Second, servant leader's actions are triggered by the main personal features of honesty and integrity (Russell 2001). Seeing that servant leaders encourage, motivate, inspire and enable their employees in order to make them pose high performance,

previous studies propose servant leadership is crucial for the success of organizations in the hospitality industry (Koyuncu et al., 2014).

Conservation of Resource Theory (COR) (Hobfoll, 1989) is used in this study as a guiding framework. This theory emphasizes on resources to overcome psychological stress and prevents from decreasing or losing valuable resources. Theory believes psychological stress in long term creates burnout. In this study, servant leadership is considered as a valuable organizational resource (Babakus et al., 2010) to prevent burnout. Previous studies correlated with the supportive leadership both directly and indirectly with workers' burnout (Zopiatis and Constanti, 2010), proposing that supportive management could defend workers against burnout by establishing good work environments.

Social Exchange Theory (SET) is based on sociology and humankind study and has broad application in various businesses. Although Fremeaux and Michelson (2011) believe all merciful behaviors are not just based on reasonable and rational reciprocity, Goss (2008) argues a conscious understanding can be useful for improving a business. As the core characteristic of this theory, social life in general is in exchange of tangible or intangible rewards (Homans, 1961). Although there are various perspectives regarding SET, in reality it includes interactions that create social commitment (Emerson, 1976).

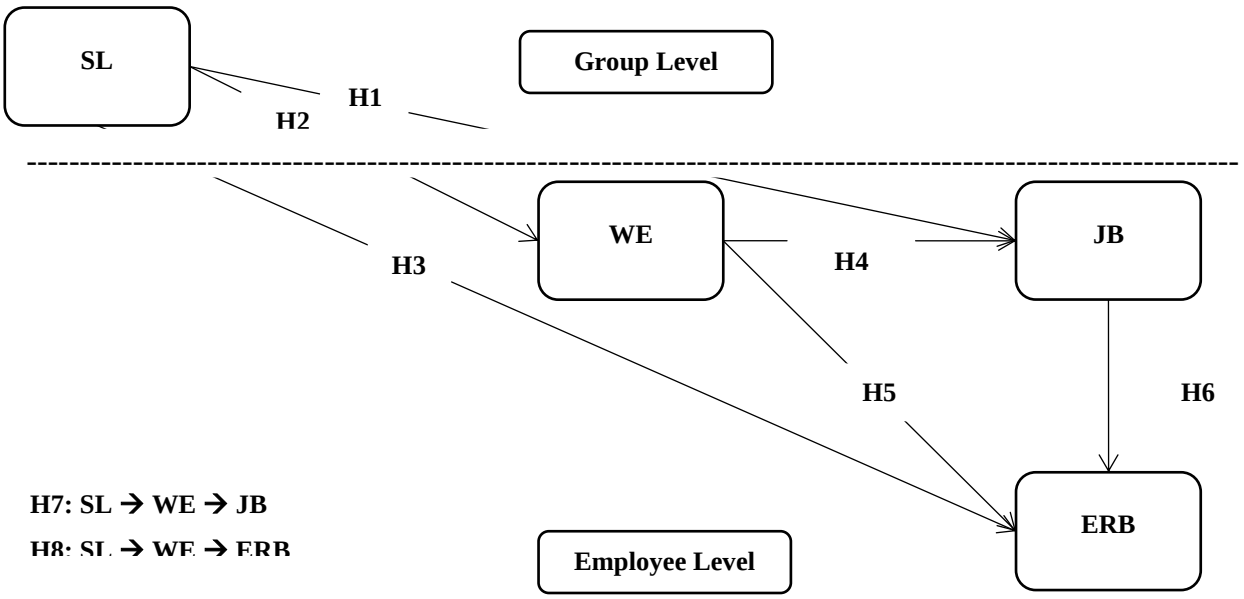
3. Methodology

Research model was tested according to the data collected from frontline hotel employees who were working in 4-star and 5-star hotels in Antalya, Turkey. A permission letter was presented to the star hotel management to cooperate in the distribution and collection of the questionnaires. 12 hotels out of 20 hotels accepted to participate in the research. 7 hotels were 5 star and 5 hotels were 4 star. 300 questionnaires were distributed to the frontline employees working in front office, food and beverage, and housekeeping departments. Accordingly, judgmental sampling method was used as sampling technique. Since the frontline employees have key role in performance of the hotel, they were targeted to investigate their perception regarding the study variables. 255 questionnaires returned and 36 invalid/uncompleted questionnaires were declined. The analysis was conducted by 219 cases. Then, the response rate was 73 %.

The questionnaire items were originally arranged in English and then translated into Turkish through back-translation method (McGorry, 2000). Afterwards, two expert academicians, fluent in both languages, checked the survey instrument to make sure that all item contents were cross-linguistically comparable and created the identical context. Before conducted in the field, to measure the convenience of the study items, the survey instrument was pretested with a pilot sample of 10 frontline hotel employees in Antalya. The pilot study results indicated all items were clear and correct; therefore, no item was removed out of the questionnaire.

This study utilized three analytical approaches to examine the data. First, following Anderson and Gerbing (1988), confirmatory factor analysis (CFA) was conducted to analyze the convergent and discriminant validities of the factors using AMOS 24.0. Internal consistency reliabilities were gauged through the cut-off level of 0.70. Second, Pearson correlation analysis was carried out to clarify the associations among the variables. Third, so as to analyze the multilevel data, Hierarchical Linear Modelling (HLM) was performed by using HLM 7 programme. The guidelines produced by Baron and Kenny (1986) were utilized to test the mediation analysis.

Figure 2. Summary of Model Testing



Note: ***: $p < .001$. SL is servant leadership, WE is work engagement, JB is job burnout, and ERB is extra-role behavior

3. Conclusion

The study demonstrates that servant leadership in the tourism industry increases frontline employees' extra role behavior through ensuring their work engagement. Further, frontline employees' job burnout is directly diminished by servant leadership practices. Moreover, the findings indicate that when frontline employees are engaged in their job, these workers show more extra-role behavior and this positive sense and their attitudes about the organization reduce frontline employees' job burnout. On the other hand, the frontline employees who suffer from burnout syndrome demonstrate less extra role behavior than workers who do not experience the syndrome in the organization. Additionally, the findings pose that work engagement mediates the relationship between servant leadership and frontline employees' job burnout, and between servant leadership and employee extra role behaviour.

In light of the results, the vital managerial implications can be provided to hotel managers and supervisors in the tourism industry, which is a labor-intensive sector. First, the empirical validation of servant leadership model confirms that supervisors' servant behaviors are rational and applicable, given that they result in not only frontline hotel employees' work engagement and high extra-role behavior, but they can also directly reduce workers' job burnout. Second, frontline employees are less-paid by the job, undertrained, and overworked staff (Karatepe and Sokmen, 2006). This case brings about job burnout through depleting the worker's energy and mental resources. Hotel managers can handle this negative discriminatory situation by adopting servant leadership principles, such as listening, healing, and stewardship. Third, hoteliers should ensure frontline employees' engagement in work and organization via displaying servant leadership behaviors, for previous studies defined these workers as being

less motivated and less engaged due to inadequate pay, low job security, limited training, and development opportunities (Pizam and Thornburg, 2000). Forth, hotel managers can obtain a higher-level of employee extra role behavior through ensuring employee work engagement. It leads to not only retain engaged and productive frontline employees in the hospitality organization, but also may reduce high turnover rate, one of the main suffered problems in the industry.

Keywords: Servant leadership, work engagement, extra-role behavior, job burnout, hotel employees

JEL Codes: M10, M12, O15

References

Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological bulletin*, *103*(3), 411-423.

Babakus, E., Yavas, U., & Ashill, N. J. (2010). Service worker burnout and turnover intentions: Roles of person-job fit, servant leadership, and customer orientation. *Services Marketing Quarterly*, *32*(1), 17-31.

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), 1173-1182.

Blau, P. (1964). *Exchange and Power in Social Life*. New York: Wiley.

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.

Cho, S., & Johanson, M. M. (2008). Organizational citizenship behavior and employee performance: A moderating effect of work status in restaurant employees. *Journal of Hospitality & Tourism Research, 20(10),* 1-20.

Emerson, R. M. (1976). Social exchange theory. *Annual Review of Sociology*, *2*, 335-362.

Fremeaux, S., & Michelson, G. (2011). No strings attached: Welcoming the existential gift in business. *Journal of Business Ethics, 99(1),* 63-75.

Goss, D. (2008). Enterprise ritual: A theory of entrepreneurial emotion and exchange. *British Journal of Management, 19(2),* 120-137.

Greenleaf, R. K. (2008). *The Servant as Leader*. Westfield, IN: The Robert Greenleaf Center.

Harter, J. K., Schmidt, F. L., & Hayes, T. L. (2002). Business-unit-level relationship between employee satisfaction, employee engagement, and business outcomes: a meta-analysis. *Journal of Applied Psychology*, *87*(2), 268-284.

Hobfoll, S. E. (1989). Conservation of resources: A new attempt at conceptualizing stress. *American Psychologist, 44(3),* 513.

Homans, G. C. (1961). *Social Behavior: It's Elementary Form*. New York, NY: Free Press.

Karatepe, O. M., & Sokmen, A. (2006). The effects of work role and family role variables on psychological and behavioral outcomes of frontline employees. *Tourism Management, 27(2),* 255-268.

Koyuncu, M., J. Burke, R., Astakhova, M., Eren, D., & Cetin, H. (2014). Servant leadership and perceptions of service quality provided by front-line service workers in hotels in Turkey:

achieving competitive advantage. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 26(7),* 1083-1099.

McGorry, S.Y. (2000). Measurement in a cross-cultural environment: Survey translation issues. *Qualitative Market Research: An International Journal*, *3*(2), 74-81.

Neubert, M. J., Kacmar, K. M., Carlson, D. S., Chonko, L. B., & Roberts, J. A. (2008). Regulatory focus as a mediator of the influence of initiating structure and servant leadership on employee behavior. *Journal of Applied Psychology*, *93*, 1220–1233.

Pizam, A., & Thornburg, S. W. (2000). Absenteeism and voluntary turnover in Central Florida hotels: a pilot study. *International Journal of Hospitality Management*, *19*(2), 211-217.

Raub, S. (2008). Does bureaucracy kill individual initiative? The impact of structure on organizational citizenship behavior in the hospitality industry. *International Journal of Hospitality Management, 27(2),* 179-186.

Russell, R. F. (2001). The role of values in servant leadership. *Leadership & Organization Development Journal, 22(2),* 76-84.

Russell, R. F., & Stone, G. A. (2002). A review of servant leadership attributes: Developing a practical model. *Leadership & Organization Development Journal, 23(3),* 145-157.

Shanafelt, T. D., Gorringe, G., Menaker, R., Storz, K. A., Reeves, D., Buskirk, S. J., & Swensen, S. J. (2015). Impact of organizational leadership on physician burnout and satisfaction. *Mayo Clinic Proceedings*, *90*(4), 432-440).

Spears, L. C. (2002). Introduction: Tracing the past, present and future of servant-leadership. In L. C. Spears (Ed.), *Focus on Leadership* (pp. 1-18). New York: John Wiley & Sons.

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),* 517-535.

Walz, S. M., & Niehoff, B. P. (2000). Organizational citizenship behaviors: Their relationship to organizational effectiveness. *Journal of Hospitality & Tourism Research, 24*(3), 301-319.

Zopiatis, A., & Constanti, P. (2010). Leadership styles and burnout: Is there an association? *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 22(3),* 300–320.

KKTC'nin İleri Yaş Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi

Müjdat ERTÜRK[166]

Full Text

1. Giriş

Akdeniz'in Sicilya ve Sardunya'dan sonra, üçüncü büyük adası olan Kıbrıs, barındırdığı medeniyetlerden taşıdığı tarihi ve kültürel izlerle birlikte, belki de Akdeniz'in yoğun nüfusa ve imara maruz kalmayan son yerleşim yerlerinden biridir. Taşıdığı tarihi ve kültürel değerlerin yanı sıra üç kıtanın kesişim noktasında bulunan Kıbrıs, uygun iklim koşulları ve yılın büyük bölümünde güneşli bir gökyüzüne sahip olması nedeni ile de son derece cazip bir yerleşim yeri olarak dikkat çekmektedir. Özellikle şehir merkezleri dışındaki yerleşim bölgelerinde nüfus yoğunluğunun çok düşük olması, nüfus yoğunlundan kaynaklı kalabalık, trafik, gürültü, hava kirliliği gibi olumsuz yaşam koşullarını barındırmaması Kıbrıs'ı daha da cazip hale getirmektedir.

Araştırmada alternatif turizm çeşitlerinden biri olan sağlık turizmi kapsamında ileri yaş turizminin KKTC'de uygulama olanakları değerlendirilmiştir. Bu değerlendirme yapılırken SWOT analizi yapılmış, ileri yaş turizmi açısından KKTC'nin güçlü yönleri, zayıf yönleri, fırsatlar ve tehditler ortaya konmaya çalışılmıştır.

2. Sağlık Turizmi

Deniz, kum ve güneş imkanlarından faydalanmak amacı ile yapılan turizm faaliyetleri geleneksel turizm, bunlar dışındaki amaçlarla yapılan turizm faaliyetleri ise alternatif turizm olarak tanımlanmaktadır (İnce&Duman, 2007:79). Geleneksel turizmin sadece turizm destinasyonlarının sahil kesimlerinde yapılabilir olması, diğer kesimlerin turizm gelirlerinde faydalanamamasına yol açmaktadır. Ayrıca geleneksel turizmin yıllın sadece belli bölümlerinde yapılabilmesi, deniz, kum ve güneşten faydalanılamayan dönemlerde geleneksel turizm amacı ile kurulan işletmelerin ya kapatılmasına ya da çok düşük doluluk oranları ile faaliyetlerini sürdürmelerine neden olmaktadır. Bu sebeple, ülkelerin ellerindeki turizm potansiyelini tam olarak kullanıp, bunu avantaja çevirebilmeleri için turizm faaliyetlerini çeşitlendirmeleri gerekmektedir (Hacıoğlu&Avcıkurt, 2008:3). Ancak alternatif turizm ürünleri geliştiren ülkeler rakiplerine karşı güçlü olabilmektedir (Öztürk&Yazıcıoğlu, 2002:184)

Alternatif turizm çeşitlerinden biri de sağlık turizmidir. Sağlık turizmi en geniş kapsamla, kendi yaşadığı yerden başka yerlere sağlık amacı ile seyahat eden insanların oluşturduğu turizm çeşidi olarak tanımlanmıştır (Ross, 2001:2). Daha detaylı tanımı ise hava değişimi, kum, güneş, dağ, mağara, kaplıca, içme, çamur gibi doğal imkanlarla veya solunum yolu ile ya da mekanik ve elektrikli gereçler kullanılarak masaj ve beden eğitimine benzer yöntemlerle insan sağlığını koruma ve tedavi amacı taşıyan uygulamalardan birinin veya birkaçının, gerekiyorsa hekim gözetiminde yapıldığı yer veya tesislere yönelik gezi türü olarak yapılmıştır (Aydın, 1990:143).

Son yıllarda sağlık turizmine katılan turist sayısında büyük artış yaşanmış, turist sayısı dünya genelinde 15 milyon kişiyi aşmış ve yaptıkları harcama 20 milyar dolara yaklaşmıştır.

Sağlık turizmi, termal-spa-welness turizmi, medikal turizm ve ileri yaş-erişebilir (engelli) turizmi olarak üç alt kategoriye ayrılmaktadır (Sağlık Bakanlığı, 2010:13). Termal turizm, içeriklerinde erimiş mineral bulunan maden sularının dinlenme, zindeleşme, tedavi ve

166 Dr., Girne Öğretmenevi, mujdate26 @gmail.com

benzeri amaçlara dönük olarak kullanımından doğan bir dizi ilişki olarak tanımlanmaktadır. (Kozak, 2001: 6). SPA (Salus Per Aquam) "su ile gelen iyilik/sağlık" anlamına gelmekte olup, Wellness ise "akıl, vücut, ruh ve ilişkilerde iyi ve zinde olmayı" ifade etmektedir (Özsarı ve Karatana, 2013:139). Medikal (tıbbi) turizm; insanların medikal, dental ve cerrahi tedavi almak için seyahat etmeleri olarak tanımlanmakta olup, medikal turizmde turistlerin önceliği tıbbi tedavi olup, boş zaman geçirme ve rahatlama amacı ikinci plandadır (Caballero vd., 2007:1). Erişilebilir turizm; engelli bireylerin turizm hizmetlerinden ve turizm imkânlarından, etik ve eşitlik çerçevesinde bağımsız şekilde yararlanabilmeleri ve bunları kullanabilmeleri olarak tanımlanmaktadır (Darcy & Dickson 2009:3).

2.1. İleri Yaş Turizmi

İleri yaş turizmi, özel bakıma ihtiyacı olan yaşlı insanlar ve yaşlı insanların sağlık yönünden bakımları ile ilgili faaliyetleri kapsamaktadır. Üçüncü yaş turizmi ile benzerlikler gösterse de, ileri yaş turizmi sadece sağlık ve sağlığı koruma odaklı bir yaklaşıma sahip olduğu için üçüncü yaş turizminden farklılaşmaktadır (Gençay, 2007:177). Yaşam koşullarının iyileşmesi, sağlık imkanlarının gelişmesi, bireylerin yaşam sürelerinin uzamasına neden olmuş, özellikle gelişmiş ülkelerde doğum oranının düşmesi yaşlı nüfusun oranının artmasına yol açmıştır. (Zengingönül vd., 2012:13). Birleşmiş Milletler ve Dünya Yaşlanma Örgütü'ne göre günümüzde dünyada yaklaşık 600 milyon 65 yaş ve üstü birey yaşamaktadır. Bu oranın ise 2050 yılında 2 milyarı bulacağı tahmin edilmektedir. (Aydın, 2014:26).Bu durum gelişmiş ülkelerde sorun yaratmaya başlamış, ülkeler bir yandan yaşlı nüfusları için uygun konut, bakım ve sağlık hizmetleri sağlamaya çalışırken, diğer yandan da artan maliyetleri düşürmenin yollarını aramaya başlamışlardır (Ahmadov ve Orhan, 2008:367-368).

Ülkeler, bakıma muhtaç olan yaşlı bireyleri, bakım maliyetleri daha düşük olan ülkelere göndererek sosyal güvenlik sistemlerindeki giderleri azaltma yoluna gitmeye başlamışlardır. Bugün İspanya'da 5000'den fazla yaşlı bakım merkezinde dünyanın gelişmiş ülkelerinden gelen binlerce yaşlı birey yaşamaktadır. İspanya gibi Yunanistan, Polonya, Maldivler gibi ülkeler de gelişmiş ülkelerden gelen yaşlı bakımını üstlenerek ciddi gelir sağlamaktadır. Bu bağlamda yaşlı bireylerin yaşamlarını bir başka ülkede sürdürmesi ve bakımlarının bir başka ülkede üstlenilmesi yaşlı bakımı ile turizmi bir noktada birleştirmektedir (Çetinkaya ve Zengin, 2009:173-174). İleri yaş turizmi, sağlıklı yaşlı bakımı, kronik hastalıklara sahip yaşlı bakımı, rehabilitasyon ve tedavi öncelikli yaşlı bakımı, termal dönem (palyatif) yaşlı bakımı olmak üzere 4 ana grupta gruplandırılabilir (SATURK:28). Özel bir turizm çeşidi olan ileri yaş turizminin yapılabilmesi için, tesislerin varlığının yanı sıra, yaşlı bakımı eğitimi almış ve yabancı dil bilen personelin varlığı da şarttır.

3. SWOT Analizi

Güçlü Yönler	Zayıf Yönler
• Uygun iklimi • Tarihten gelen kültürel çeşitlilik • Sosyal, laik, hukuk devleti olması • Nüfus yoğunluğun az olması • Hava kirliliği olmaması • Gürültü olmaması • Trafik olmaması • Değişik dinler için ibadet imkanı olması • Bozulmamış çevre ve doğa • Yılın büyük bölümü güneşli olması • Eğitim seviyesi yüksek genç nüfusa sahip olması • Coğrafi konum nedeni ile özellikle Avrupa Ülkelerinden kolay ve kısa zamanda ulaşılabilir olması • Kıbrıs mutfağının yeterliliği ve çeşitliliği • Güvenlik sorunu olmaması • Halkın hoşgörülü olması • Alternatif faaliyetlerin yapılabileceği imkanlara sahip olması • Zengin kültürel ve sosyal yaşam • Cittalow Ağı'na dahil belediyelerin bulunması	• Türkiye dışında diğer ülkeler tarafından tanınmayan bir ülke olması • Ekonomik ambargo altında olması • Türkiye dışında tarifeli direk uçuş bulunmaması • Uçuş sayısındaki azlık • Deniz yolu ile ulaşımın yeterli düzeyde kullanılmaması • Uluslar arası anlaşmalara dahil olmaması • Altyapı imkanlarının bazı bölgelerde yetersiz oluşu • Bilinirliğinin az olması • Yaşlı bakımı konusunda eğitimli personel sayısının azlığı • Yaşlı bakımı konusunda faaliyet gösteren işletme sayısının azlığı • Bazı bölgelerde sağlık hizmetlerinin yetersizliği
Fırsatlar	**Tehditler**
• İleri yaş turizmine olan talep ve ihtiyacın her geçen gün artması • Charter seferleri ile diğer ülkelerden direk uçuşların artması • Rum Kesimi'ndeki havaalanından çok kısa bir yolculukla gelinebilmesi • AB vatandaşlarının vizesiz KKTC'ye geçebilmeleri • Gelişmiş ülkeleri yaşlı bakım masraflarını kısmak istemeleri • Yaşlı bakım masraflarının sosyal güvenlik kurumları ya da sigortalar tarafından karşılanıyor olması • Ambargoya karşı Türkiye üzerinden İşlem Yapılabilmesi • Sağlık ve turizm yatırımlarının devlet tarafından desteklenmesi	• Komşusu Rum Kesimi'nin ciddi bir rakip olması • Şehirleşmeye yeterli özenin gösterilmemesi, her geçen gün doğal çevrenin zarar görmesi • De Facto ülke olması nedeni ile uluslar arası arenada söz sahibi olamaması • Rakiplerin seyahat organizasyonları konusunda şikayetleri ile engelleyici olmaları • Ortadoğu'daki olası çatışmalarda ülkedeki üslerin aktif kullanımı

• Rekabette rakiplerinde göre fiyat açısından avantajlı olması • Ülkedeki üniversitelerde yaşlı bakım eğitimi veren bölümlerin olması • Yaşlı bakım merkezi/köyü kurmaya müsait çok geniş alanlara sahip olması	

4. Sonuç

Dünyada yaşlı nüfusun hızla artması ve yaşlı bakımının maliyetinin çok yüksek olması nedeni ile gelişmiş ülkeler, yaşlı vatandaşlarının bakım hizmetlerini maliyeti daha az olan ülkelere kaydırmaktadır. Üç kıtanın birleşimde noktasında bulunan Kıbrıs Adası; uygun iklimi, bozulmamış doğası, gürültü, hava kirliliği, trafik, kalabalık gibi olumsuz yaşam koşullarından uzak olması, güvenlik sorunu olmaması nedeni ile yüksek kalitede yaşam şartları ile bu hizmetin verilebileceği en iyi yerlerden biridir. Ülkenin sahip olduğu güçlü yönler ve fırsatlar, zayıf yönlerden ve tehditlerden daha fazladır. Öncelikli olarak yaşlı bakımında görev alacak personelin eğitiminden başlamak üzere, planlı bir şekilde bu alana yatırım yapılması, uzun vadede KKTC ekonomisine olumlu katkılar sağlayacaktır. Yaşlı bakımına yönelik işletmelerin yaşlıların sadece sağlık ve fiziki ihtiyaçlarını değil, sosyal ve kültürel ihtiyaçlarını da sağlayacak şekilde planlanıp yapılması rekabette kendilerine avantaj sağlayacak, ürettikleri hizmeti daha kolay ve daha fazla bedelle pazarlayabilmelerine olanak tanıyacaktır.

Anahtar kelimeler: KKTC, Sağlık Turizmi, İleri Yaş Turizmi, Yaşlı Bakım

JEL Kodu: L83, Z33, J14

BRICS Ülkeleri ve Türkiye için Kadın İstihdamı ve Ekonomi Büyüme İlişkisinin Sınanması

Hilmi Zengin[167] , Asiye Tütüncü[168]

Full Text

Giriş

II. Dünya Savaşı döneminde azalan erkek nüfusu nedeniyle genellikle ücretsiz aile işçisi olarak çalışan kadın nüfusunun işgücü piyasasına girişi artmıştır. Devam eden süreçte 1950'li yıllarda ise, hizmet sektöründe yaşanan gelişmeler kadınların işgücü piyasasına girişini hızlandırmıştır. Günümüzde de, BRICS ülkeleri ve Türkiye için kadın istihdamının genel olarak en yoğun olduğu sektör hizmet sektörüdür. Bu oran Uluslararası Çalışma Örgütü 2017 raporuna göre, Brezilya'da %78,2, Çin'de %52,4, Hindistan'da %21,8, Rusya'da %78,6, Güney Afrika'da %81,1 ve Türkiye'de %54,1 olarak gerçekleşmiştir. 1980'li yıllarda gelişen küreselleşme hareketleri ile ülkelerin karşılıklı ilişkilerini arttırması, işgücü piyasasında iyileşme yaşanmasına imkan sağlamıştır. Bu durum işgücü faaliyet alanlarının yanı sıra, işgücü arzının çeşitlenmesine ve özellikle kadınların istihdamda artan oranda yer almalarına neden olmuştur.

Bu çalışma, giriş bölümün ardından sırasıyla literatür, veri seti, yöntem ve bulguların yer aldığı metodoloji ve elde edilen bulguların tartışıldığı sonuç bölümü olmak üzere toplam dört bölümden oluşmaktadır.

2. Literatür

Literatürde kadın istihdamına ilişkin çalışmalar, kadın istihdamını belirleyen faktörler üzerinde yoğunlaşmıştır. Kadın istihdamını belirleyen en önemli faktörler olarak, göç, medeni durum, eğitim, doğurganlık ve yaş olarak gösterilmektedir. Bunun yanı sıra, ekonomik büyüme ile kadın işgücüne katılım oranını ilişkilendiren çalışmalar ise, ekonomik büyümenin yaşandığı ilk dönemlerde kadın işgücüne katılım oranının azaldığı ve ekonomik büyüme belirli bir seviyeye ulaştıktan sonra bu oranının artacağını ileri süren U eğrine dayanmaktadır. Pampel ve Tanaka (1986), 70 ülke için; Goldin (1994), 100 ülke için; Fatima (2009), Pakistan için; Luci (2009), 184 ülke için; Tam (2011), 134 ülke için; Gaddis ve Klasen (2014), OECD ülkeleri için; Tsani vd. (2013), Güney Akdeniz ülkeleri için; Chapman (2015), MENA ülkeleri için ve Tansel (2002) U eğrisini geçerli kabul ederken; Hindistan için Lahoti ve Swaminathan (2013); 16 Gelişmiş Ülke için Olivetti (2013); Orta Doğru ve Kuzey Afrika ülkeleri için Verme (2015) U eğrisini geçerli olmadığını tespit etmiştir.

Ampirik literatürde kadın istihdam oranlarını dikkate alan çalışmaların sayısı kadın işgücüne katılım oranlarını ele alan çalışmalara göre oldukça düşüktür. Türkiye için Özer ve Biçerli (2003), Kılıç ve Öztürk (2014), Zeren ve Kılınç Savrul (2017); 187 ülke için Er (2012) kadın istihdamı ile ekonomik büyüme arasında pozitif ilişki olduğu sonucuna ulaşmıştır. Günsoy ve Özsoy (2012) Türkiye için incelediği eğitim durumuna göre kadın istihdamının büyüme ilişkisinden elde ettiği bulgular, ilk, orta, meslek ve üniversite mezunu kadın istihdamının ekonomik büyümeye etkisi olmadığını göstermektedir.

[167] Prof. Dr., zengin@ktu.edu.tr, Karadeniz Teknik Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Ekonometri Bölümü, Trabzon/Türkiye
[168] Arş. Gör., asiyetutuncu@ktu.edu.tr, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ekonometri Bölümü, Trabzon/Türkiye (Yazışma yapılacak yazar)

Literatür incelendiğinde, 2050 yılında dünyada önemli ekonomiler arasında yer alması beklenen BRICS ülkeleri ve Türkiye için kadın istihdamının ekonomik büyümeye katkısının araştırılmadığı görülmüştür. Bu nedenle çalışmada söz konusu ülke grubu tercih edilmiştir.

3. Metodoloji

BRICS ülkeleri ve Türkiye için kadın istihdamı ve ekonomik büyüme arasında uzun dönemli ilişkiyi incelemek amacıyla, yatay kesit bağımlılığı ve heterojenliği dikkate alan Westerlund ve Edgerton (2007) Panel Eşbütünleşme testi ve kısa dönemli ilişkiyi belirlemek amacıyla ise, Dumitrescu ve Hurlin (2012) Panel Nedensellik testi kullanılmıştır. Kadın istihdamı ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin gücünü ve yönünü tespit edebilmek için ise, Pesaran (2006) tarafından literatüre kazandırılan CCE (Common Correlated Effects) katsayı tahmincisinden yararlanılmıştır. Bu amaçla serilerde birim kökün varlığını belirlemek için ise, Pesaran (2007) tarafından geliştirilen CADF Birim Kök testi uygulanmıştır.

3.1. Veri Seti

Kadın istihdamı ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin incelendiği çalışmada kullanılan veriler dünya bankasından temin edilmiş olup, kadın istihdamı (Kİ) değişkenini 15 yaş üzeri kadın istihdamının nüfusa oranı; ekonomik büyümeyi (GDP) ise, dolar bazında reel gayrisafi milli hasılanın (RGSYİH) logaritması temsil etmektedir. Aynı zaman değişkenler arasındaki ilişki, 1991-2016 dönemi ele alınarak incelenmiştir.

3.2. Bulgular

Serilere hangi birim kök testinin uygulanacağını belirlemek amacıyla, öncelikle bir ülkedeki şokun diğer ülkelerde meydana getirdiğini etkiyi ifade eden yatay kesit bağımlılığı test edilmiştir. Literatürde yer alan yatay kesit bağımlılık testlerinin (Breusch ve Pagan (1980), Pesaran (2004) ve Pesaran vd. (2008)) kullanıldığı çalışmada elde edilen sonuçlara Tablo 1'de yer verilmiştir. Elde edilen bulgulara göre, yatay kesit bağımlılığın olmadığı ifade edilen H_o hipotezi red edilmiştir, değişkenlerin yatay kesit bağımlılığına sahiptir. Aynı zamanda, ele alınan modelin homojen olduğunu ileri süren H_o hipotezi Pesaran ve Yagamata (2008) tarafından geliştirilen test yardımıyla incelenmiş ve %1 anlamlılık seviyesinde red edilmiştir. Böylelikle modelin heterojen olduğu belirlenmiştir.

Tablo 1. Yatay Kesit Bağımlılık Testi

	GDP	Kİ
CD_{LM1}	28,345**	39,490***
CD_{LM2}	2,437***	4,471***
CD_{LM3}	-2,115**	-2,484***
CD_{LM4}	35,399***	45,617***
Δ	19,478***	27,978***
Δ_{adj}	20,660***	29,675***

Not: **, *** sırasıyla %5 ve %1 anlamlılık düzeylerini ifade etmektedir.
Δ ve Δadj değerleri homojenlik testlerini ifade etmektedir.

Smith vd. (2006) çalışmasında, Im vd. (1997) Birim Kök testini yatay kesit bağımlılığını bootstrap yöntemi ile ele alarak geliştirmiştir. Aynı zamanda, panel verilerde zaman boyutunun kısa olduğu durumlarda kullanılabilen bu test için, $\bar{t}_s$, ve $\overline{WS}_s$ istatistiklerinden yararlanılmıştır. Elde edilen sonuçlar, her iki değişkenin sabitli ve sabitli ve trendli modelde I(1) sürecinde durağan olduğunu göstermektedir.

Tablo 2. Smith vd. (2006) Birim Kök Testi Sonuçları

	t-bar İstatistiği		WS İstatistiği	
	Sabitli	Sabitli ve Trendli	Sabitli	Sabitli ve Trendli
GDP	-0,952	-1,819	0,122	-1,851
Kİ	-1,578	-2,125	-1,219	-1,970
ΔGDP	-4,946***	-4,878***	-4,877***	-4,948***
ΔKİ	-3,499***	-3,418***	-3,212***	-3,420***

Not: ***, %1 anlamlılık düzeylerini ifade etmektedir.

Kadın istihdamı ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin incelendiği çalışmada kullanılan veriler dünya bankasından temin edilmiş olup, kadın istihdamı (Kİ) değişkenini 15 yaş üzeri kadın istihdamının nüfusa oranı; ekonomik büyüme (GDP) ise, dolar bazında reel gayrisafi milli hasılanın (RGSYİH) logaritması temsil etmektedir. Aynı zaman değişkenler arasındaki ilişki 1991-2016 dönemi ele alınarak incelenmiştir.

Çalışmada kullanılan panel eşbütünleşme testi, Westerlund ve Edgerton (2007) tarafından McCoskey ve Kao (1989) eşbütünleşme testini bootstrap yaklaşımıyla ele alarak geliştirmesine dayanmaktadır. Bu eşbütünleşme testi, LM istatistiğine kullanmakta ve heterojenliği dikkate almaktadır. Analiz sonucundan elde edilen bulguların yer aldığı Tablo 3'e göre, her iki modelde de değişkenler arasında ilişki olduğunu ileri süren Ho hipotezi red edilememiş olup, değişkenlerin eşbütünleşme ilişkisine sahip olduğu belirlenmiştir, değişkenler uzun dönemde birlikte hareket etmektedir.

Tablo 3. Panel Eşbütünleşme Testi Sonuçları

	GDP = f(Kİ)	Kİ= f(GDP)
LM- İstatistiği	6.082 (0.143)	0.688 (0.706)

Not: Parantez içersindeki değerleri anlamlık düzeyini ifade etmektedir.

Tablo 4. CCE Katsayı Tahmincisi Sonuçları

	GDP = f(Kİ)		Kİ = f(GDP)	
	Katsayısı	t-ist.	Katsayısı	t-ist.
Brezilya	0.03	5.97***	21.39	5.97***
Rusya	0.06	8.68***	13.58	8.68***
Hindistan	0.01	0.51	5.37	0.51
Çin	0.03	0.71	0.89	0.71
G. Afrika	0.01	2.24**	37.09	2.24**
Türkiye	0.01	0.80	6.79	0.80
Panel	0.02	2.35**	14.18	2.61**

Not: **, *** sırasıyla %5 ve %1 anlamlılık düzeylerini ifade etmektedir.

CCE katsayı tahmincisi eşbütünleşme ilişkisine sahip değişkenler arasında her bir kesit için katsayı hesaplanmasına imkan vermektedir. Ortak faktör yapısını dayanan bu tahminci, zaman ve kesit durumları farklı olduğunda da tutarlı sonuç vermektedir. Tablo 4'de yer alan katsayı tahmincisi sonuçlarına göre, panelin geneli dikkate alındığında değişkenlerin birbirlerini %5 anlamlılık düzeyinde ve pozitif olarak etkilediği görülmektedir. Ayrıca ülkeler incelendiğinde, Brezilya, Rusya ve Güney Afrika için ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif olduğu tespit edilmiştir.

Granger nedensellik testine dayanan Dumitrescu ve Hurlin (2012) Panel Nedensellik testinde H_0 hipotezi, homojen Granger nedensellik ilişkisinin olmadığını, en az bir yatay kesitte bu ilişkinin var olduğu ifade eden H_1, hipotezine karşı sınanmaktadır. Literatürde bu nedensellik testinin 1, 2 ve 3 gecikme uzunluklarını dikkate alarak test edildiği ve elde edilen genel sonuca göre karar verildiği görülmüştür. Bu çalışmada da, Dumitrescu ve Hurlin (2012) Panel Nedensellik testi her üç gecikme uzunluğu için sınanmış ve kadın istihdamından ekonomik büyümeye 2 ve 3. gecikme uzunluğunda, ekonomik büyümeden kadın istihdamına doğru ise, 1 ve 2. gecikme uzunluğunda değişkenlerin ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Böylelikle gecikme uzunluklarının geneli dikkate alındığında, değişkenler arasında istatistiksel olarak anlamlı çift yönlü bir ilişki olduğu söylenebilir.

Tablo 3. Panel Nedensellik Testi Sonuçları

İlişkinin Yönü	Gecikme 1	Gecikme 2	Gecikme 3
Kİ → GDP	1.27	4.94***	6.66**
GDP → Kİ	2.23**	5.77***	5.36

Not: **, *** sırasıyla %5 ve %1 anlamlılık düzeylerini ifade etmektedir.

4. Sonuç

Bireylerin ekonomi, siyasi ve sosyal alanlardaki yeri ve katkısı, çalışmalarda incelenmesine rağmen cinsiyetler dikkate alındığında kadınların karşılaştıkları sorunların ve kadınların bu alanlardaki varlığının genel durumlara göre farklılık gösterdiği görülmektedir. Bu nedenle kadın olgusu, yıllar boyunca birçok farklı alanlardaki çalışmalarda ayrıca incelenmektedir.

1991 – 2016 döneminin kullanıldığı çalışmada BRICS ülkeleri ve Türkiye için kadın istihdamı ile ekonomik büyüme arasındaki ilişki Westerlund ve Edgerton (2007) Panel Eşbütünleşme ve Dumitrescu ve Hurlin (2012) Panel Nedensellik Testleri ile incelemiş ve CCE katsayı tahmincisi kullanılarak değişkeler arasındaki ilişkinin yönü belirlenmiştir. Panel Eşbütünleşme testi, değişkenlerin uzun dönemde birlikte hareket ettiklerini göstermektedir. CCE katsayı tahmincisi sonuçlarına göre, Brezilya, Rusya ve Güney Afrika için kadın istihdamı ve ekonomik büyüme birbirlerini istatiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü etkilemektedir. Söz konusu bu ülkeler, BIRCS ve Türkiye içerisinde yabancı yatırımları çeken ve yüksek büyüme oranlarına sahip ülkeler arasındadır. Panel nedensellik testi sonucu ise, değişkenler arasındaki ilişkinin çift yönlü olduğunu göstermektedir. Böylelikle, BRICS ülkeleri ve Türkiye kadın istihdamı ve ekonomik büyüme arasında uzun ve kısa dönemli ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olduğunun belirlenmesi, toplumda dezavantajlı konuma sahip olan kadınların işgücü piyasasındaki önemini göstermektedir.

Özellikle cam tavan ve cam duvar uygulamaları, kadınların işgücü piyasasında yer edinmesini oldukça güçleştirmektedir. Ekonomi yapıcıları tarafından söz konusu bireyler için eşitlik sağlayacak politikaların uygulanabilmesi gerekmektedir. Bu durum işgücü piyasasının daha nitelikli hale gelmesine katkı sağlamakta ve böylelikle ekonomik büyümeye önemli hızlandırmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kadın İstihdamı, Ekonomik Büyüme, Panel Eşbütünleşme, Panel Nedensellik.

Jel Kodlar: J12, O40, C23.

References

Breusch, T.S., & Pagan, A.R. (1980). "The Lagrange Multiplier Test and its Application to Model Specifications in Econometrics", *Review of Economic Studies*, 47: 239-53.

Chapman, K. A. (2015). "Economic Development and Female Labor Force Participation in the Middle East and North Africa: A Test of the U-Shape Hypothesis", *Gettysburg Economic Review*, 8(3): 1-22.

Dumitrescu, E.I. & Hurlin, C. (2012). "Testing for Granger Non-Causality in Heterogeneous Panels", *Economic Modelling*, 29(4): 1450–1460.

Er, S. (2012). "Women Indicators of Economic Growth: A Panel Data Approach", *The Economiic Research Guarrdiian*, 2(1): 27-42.

Fatima, H. S. (2009). "Tracing out the U-Shape Relationship between Female Labor Force Participation Rate and Economic Development for Pakistan", *International Journal of Social Economics*, 36: 182-198.

Gaddis, I. & Klasen, S. (2014). "Economic Development, Structural Change, and Women's Labor Force Participation: A Reexamination of the Feminization U Hypothesis", *J Popul Econ*, 27: 639-681.

Goldin, C. (1994). "The U-Shaped Female Labor Force Function in Economic Development and Economic History", *NBER Working Paper*, 1-40.

Günsoy, G. & Özsoy, C. (2012), "Türkiye'de Kadın İşgücü, Eğitim ve Büyüme İlişkisinin VAR Analizi", Finans Politik & Ekonomik Yorumlar, 49: 21-40.

Kılıç, D. & Öztürk, S. (2014). "Türkiye'de Kadınların İşgücüne Katılımı Önündeki Engeller ve Çözüm Yolları: Bir Ampirik Uygulama", *Amme İdaresi Dergisi*, 47(1): 107-130.

Özer, M. & Biçerli, K. (2003), "Türkiye'de Kadın İşgücünün Panel Veri Analizi", *Sosyal Bilimler Dergisi*, 2003-2004: 55-86.

Luci, A. (2009), "Female Labour Market Participation and Economic Growth", *Int. J. Innovation and Sustainable Development*, 4(2/3): 97-108.

McCoskey, S. & Kao, C. (1998). "A Residual-Based Test of the Null of Cointegration in Panel Data", *Econometric Reviews*, 17: 57-84.

Olivetti, C. (2013). "The Female Labor Force and Long-run Development: The American Experience in Comparative Perspective", *NBER Working Paper*, 19131: 1-53.

Pampel, F. C. & Tanaka, K. (1986). "Economic Development and Female Labor Force Participation: A Reconsideration", *Social Forces, Oxford University Press*, 64(3): 599-619.

Pesaran, M. H. (2004). "General Diagnostic Tests for Cross Section Dependence in Panels", *CESifo Working Papers No*.1233: 255-60.

Pesaran H. M., Ullah, A. & Yamagata, T. (2008). "A Bias-Adjusted LM Test of Error Cross-Section Independence", *Econometrics Journal*, 11: 105-127.

Pesaran, H. M. ve Yamagata, T. (2008). "Testing Slope Homogeneity in Large Panels", *Journal of Econometric*s, 142: 50-93.

Smith, L. V., Leybourne, S., Kim, T. & Newbold, P. (2004). "More Powerful Panel Data Unit Root Tests with an Application to Mean Reversion in Real Exchange Rates", *Journal of Applied Econometrics*, 19: 147-170.

Tam, H. (2011). "U-Shaped Female Labor Participation with Economic Development: Some Panel Data Evidence", *Economics Letters*, 110: 140-142.

Tansel, A. (2002). "Economic Development and Female Labor Force Participation in Turkey: Time Series Evidence and Cross Province Estimates", *ERC Working Papers in Economics*, 01/05.

Tsani, S., Paroussos, L., Fragiadakis, C., Charalambidis, I., & Capros, P. (2013). "Female Labour Force Participation and Economic Growth in the South Mediterranean Countries", *Economics Letters*, 120: 323-328.

Verme, P. (2015). "Economic Development and Female Labor Participation in the Middle East and North Africa: A Test of the U-Shape Hypothesis", *IZA Journal of Labor & Development*, 4(3): 1-21.

Westerlund, J. & Edgerton, D. L. (2007). "A Panel Bootstrap Cointegration Test", *Economics Letters*, 97: 185-190.

Zeren, F. & Kılınç Savrul, B. (2017). "Kadınların İşgücüne Katılım Oranı, Ekonomik Büyüme, İşsizlik Oranı ve Kentleşme Oranı Arasındaki Saklı Koentegrasyon İlişkisinin Araştırılması", *Yönetim Bilimleri Der*gisi, 15(30): 87-103.

Yılbaşı Afişlerinin Satın Alma Niyetine Etkisi: Deneysel Bir Çalışma

Alparslan Özmen[169], Tuba Vural[170], Yasemin Tekinkaya[171], Ali Gün[172]

Full Text

Giriş

Ürün odaklı anlayıştan çıkan ve akıl, duygu ve düşünceleri daha fazla önemsemeye başlayan günümüz pazarlama anlayışı için tüketicinin zihnindeki kara kutuyu açmak ve anlamak tüketicilerin satın alma niyetini etkilediğinden firmalar için son derece önem arz etmektedir. Literatürde tüketicilerin satın alma niyetini ölçen birçok çalışma mevcuttur. Ancak tüketicilerin satın alma niyetini nöropazarlama yöntemlerinden birini (Neurosky Mindwave) kullanarak tüketicilerin satın alma niyetini tüketicilerden gelecek cevaplardan ziyade onların zihinlerini okuyarak en etkili pazarlama aracını keşfetmek henüz çok yenidir. Bu çalışmanın temel amacı Afyon termal otellerinin yılbaşı programı için hazırladıkları reklam afişlerinin Neurosky Mindwave cihazı ile tüketicilerin satın alma niyeti arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır.

Kuramsal Çerçeve

Rekabet ortamında işletmelerin üretmiş olduğu mal ve hizmeti hedef kitlelerine duyurabilmek, satın alma isteği oluşturabilmek ve pazarda rakiplerden farklılaşmak amacıyla kullanabilecekleri en önemli tanıtım araçlarından biri reklamdır (Güllülü ve Dağcı Büyük, 2017: 332). Satın alma niyeti tüketicinin uyaranlara karşı, belirleyici tepkisini ortaya çıkaracak kritik bir aşamadır. (Tek, 1999).Diğer bir ifadeyle, kişinin bir ürünü ya da hizmeti satın alma eğilimidir. Tüketicinin satın alma niyeti satın alma davranışının öncesinde gerçekleşmektedir (Jarvenpaa vd., 2000: 50). Satın alma niyetini davranışa dönüştüren veya satın alma niyeti ve kararı meydana getiren etkenlerin en önemlilerinden biri de reklamdır (Tosun, 2003:88). Tüketiciler satın alma davranışlarına ilişkin karar verirken bireysel, psikolojik ve sosyal faktörlerden etkilendikleri kadar pazarlama iletişimi faaliyetlerinden edindikleri bilgilerden de etkilenirler. Pazarlama iletişim araçlarından biri olan reklam; belirlenen doğru stratejiler, yapılan ilgi uyandırıcı, yaratıcı, orijinal ve kaliteli yapımlarla tüketicilerin satın alma davranışları üzerinde etkili değişiklikler yaratabilir (Kocabaş v.d, 1999:71).

Pazarlama bilimi, ilgi uyandırıcı, yaratıcı, orijinal ve kaliteli reklamlar için beyindeki zihinsel faaliyet alanlarını, sıklıklarını ve zamanlamasını belirlemeye çalışır, bunu yaparken ise nöro bilimcilerden yardım alır. Nöropazarlama, tüketicilerin tercih mekanizmalarını etkileyen faktörleri anlamakta ve aynı anlamı tekrar inşa etmekte kullanılmaktadır. Nöropazarlama araştırmalarının geleneksel anket ve odak grup görüşmeleri yöntemlerine göre en önemli üstünlüğü, tüketicinin sözel olarak verdiği cevap ile gerçekte ne düşündüğü arasındaki farkı

[169] Dr. Öğr. Üyesi, aozmen@aku.edu.tr, Afyon Kocatepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme BölümüTurkey, ***Contact Person***
[170] Doktora Öğrencisi / Öğr. Gör.., tubavural@aku.edu.tr, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Bölümü/ Sandıklı MYO, Afyon/Türkiye, ***Primary Presenter***
[171] Doktora Öğrencisi., yasemintekinkaya@gmail.com, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü , İşletme Bölümü, Afyon/Türkiye, ***Primary Presenter***
[172] Yüksek Lisans Öğrencisi., aligun@usr.aku.edu.tr, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Biyomedikal Mühendisliği, Afyon/Türkiye, ***Primary Presenter***

ortadan kaldırmasıdır. Nöropazarlama, tüketicilerin pazar davranışını anlamak amacıyla nöro bilimde kullanılan tekniklerin tüketicilere uygulanmasıdır (Ural, 2008). İnsan beyni ve sinir sistemi üzerindeki etkenlerin tespiti için kullanılan çeşitli nöro bilim yöntemleri mevcuttur. Bu yöntemleri temelde ikiye ayırmak mümkündür; biyometrik ölçümler (eye- tracking, GSR, PET, facialcoding,) adı altında bilinen birinci grup fizyolojik tepkiler üzerinden algılamanın gerçek cevabını ortaya koymaya çalışırken, beyin tepkilerini ölçümleme (EEG, fMRI ve Neurosky Mindwave) adı altında oluşan ikinci grup ise sadece beyinde oluşan yapılanmalar üzerinden algılamanın sonucunu okumaya çalışmaktadır (Giray ve Girişken, 2013: 611).

Bu çalışmada kullanılan ana donanım Neurosky Mindwave (NeuroSky Mobil Beyin Dalga Algılayıcı) sağlık, eğitim ve araştırma uygulamalarında kullanılan, BlueTooth ile haberleşen, tek kanallı non-invaziv EEG kulaklık setidir. Bu cihazda EEG sinyallerinin algılanması ve filtrelenmesi için iki sensör vardır (Navalyal and Gavas 2014). Cihaz, beyin sinyallerini ölçer ve farklı uygulamalarla etkileşimli olarak bireylerin dikkat ve meditasyon seviyelerini 1'den 100'e kadar e-Sense denilen bir ölçekte gösterir (CheeKeong and Wai Chong Chia 2015).

Araştırma Yöntemi

Bu araştırmada görsel afişlerin tüketici davranışlarına olan etkisi nöro pazarlama yöntemlerinden Neurosky Mindwave (NeuroSky Mobil Beyin Dalga Algılayıcı) ile incelenmiştir. Çalışmada Afyon termal otellerinin 2018 yılbaşı programı için hazırladıkları reklam afişleri kullanılmıştır. Hazırlanan tanıtım afişleri katılımcılara gösterilerek Neurosky Mindwave cihazı ile katılımcıların beyin dalgaları izlenirken; görsele dair odaklanma ve meditasyon düzeyleri ölçülmüştür. Hazırlanan afişlerin satın alma niyetinde etkili olup olmadığı belirlenerek afişleri hazırlamada ne tür katkılar yapılabileceği araştırılmıştır. Bu ana probleme bağlı olarak geliştirilen araştırma konuları ise şu şekilde sıralanmaktadır:

- Afiş tüketiciler tarafından nasıl algılanıyor?
- Tüketiciler afişi incelerken nelere dikkat etmektedir?
- Afişler, amacına hizmet ediyor mu?
- Afişler nasıl iyileştirilebilir?
- Demografik özelliklere göre uyarana yönelik dikkat odaklanması farklı mıdır?
- Demografik özelliklere göre duygulanım düzeyleri satın alma niyetini etkiler mi ?

Yukarıdaki araştırma sorularına yanıt aramak için Afyon Kocatepe Ü. merkez kampüsü içerisinde yer alan 15 fakültenin birinci öğretim ve ikinci öğretim öğrencileri olan 22.120 öğrenci araştırmamızın anakütlesini oluşturmuştur. Örneklem olarak üniversite öğrencilerin seçilmesinin nedeni eğlence sektörleri için gençlerin önemli bir hedef pazar olmasıdır. Çalışma zaman ve maliyet kısıtlarından dolayı tüm üniversite öğrencileri üzerinde yapılamayacak olduğundan örneklem seçilme yoluna gidilmiştir. Çalışmada tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kota örneklemesi kullanılmıştır. Belirlenen kotalara uygun olarak kolayda örnekleme yöntemi ile 20 öğrenci araştırmaya davet edilmiştir. .

Katılımcılara 21" monitör üzerinden beş farklı afiş gösterilmiştir ve incelemeleri için her bir katılımcıya on beşer dakika verilmiştir. Araştırmada konuyla ilgili alanlarda detaylı bir literatür taraması gerçekleştirildikten sonra katılımcıların afişleri incelemesi sırasında beyin dalgaları (EEG odaklanma ve medistasyon) ölçülmüştür. Neurosky Mindwave cihazının kullanımın ardından serinin simetrik olup olmadığını, verilerdeki değişkenliği ve aşırı değerler olup olmadığını görsel olarak ortaya koymak için box plot (kutu grafiği) oluşturulmuştur.

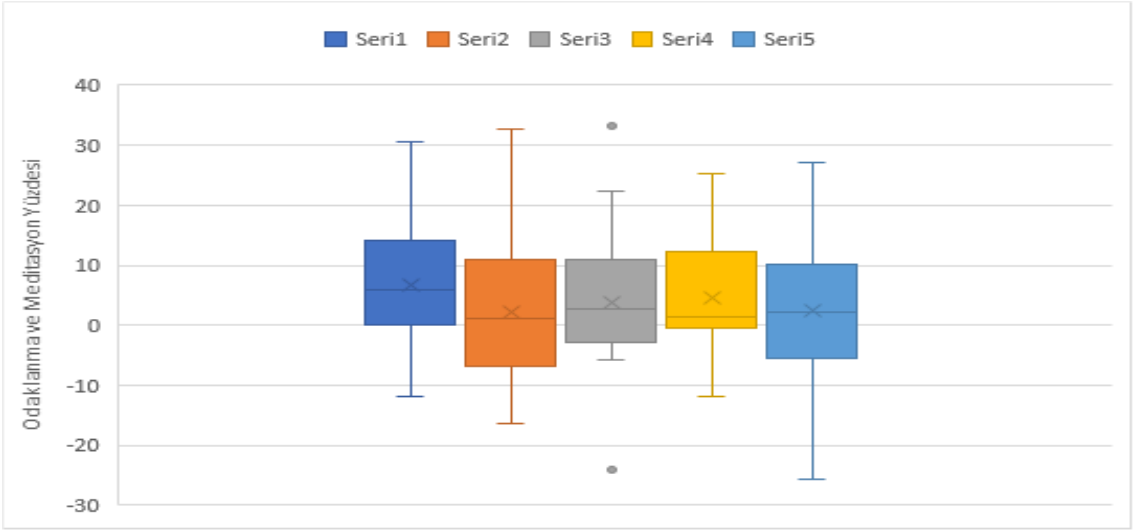
Her bir katılımcı nicel ölçümleme sonrası anket çalışmasına katılmıştır. Gerekli verilerin oluşturulmasında yardımcı olması, kıyaslama yapılabilmesi ve konunun hedef kitlenin

bakış açısına göre daha iyi anlaşılması açısından açık uçlu sorularla derinlemesine mülakat yönteminin kullanıldığı bir nitel araştırma gerçekleştirilmiştir. Araştırma örneklemine uygun olarak seçilen 20 üniversite öğrencisi ile açık uçlu, yapılandırılmış görüşme formu tekniği yöntemi ile derin görüşmeler yapılmıştır. Anket formunda, demografik değişkenler, afiş tasarımıyla ilgili duyguların ölçümü için sıcak ve negatif duygu ölçeği ve satın alma niyetini ölçmeye yönelik açık uçlu sorular yer almaktadır. Derbaix ve Bree (1997) ve Edell ve Burke (1987), tarafından geliştirilen, İşli (2016), tarafından uyarlanan duygu ölçeği kullanılmıştır. Katılımcılar tarafından görselini gördükleri afiş tasarımlarında sıcak ve negatif duygulardan hissettiklerini işaretlemeleri istenmiştir. Üçüncü kısımda ise satın alma niyetini etkileyip etkilemediğini belirlemek ve afişleri hazırlamada ne tür katkılar yapılabileceğini belirleyebilmek için afişe dair satın alma duygusu içerip içermediği, afişte ilk görmek istenilen bilgi gibi açık uçlu sorular yer almaktadır. Elde edilen sonuçlardan ana uygulamanın nicel sonuçlarının yorumlanmasında yararlanılmıştır.

Sonuç

Neurosky Mindwave cihazı ile onbeşer saniye boyunca katılımcıların genel hazır bulunuşluk, odaklanma ve meditasyon seviyeleri kaydedilmiş ve bu sırada beyin dalgalarında oluşan değişimleri kaydedilmiştir. Nicel ölçüm sonucunda beş afişe dair elde edilen veriler Şekil 1'de görülen kutu grafiği (box-plot) ile gösterilmiştir.

Şekil 1. Farklı Afiş tasarımlarının Kişinin Duygusal Durumuna Etkisi



Katılımcıların gösterilen afişlerin etkinliğine dair seçim yüzdeleri birinci afiş için %75, ikinci afiş için %50, üçüncü afiş için %60, dördüncü afiş için %65 ve beşinci afiş için %50'dir.

Yapılan nicel ölçme sonrası katılımcılara her bir afişe dair satın alma duygusu içerip içermediği, afişte ilk görmek istenilen bilgi gibi açık uçlu sorulan sorular neticesinde birinci afişte ünlü bir sanatçı olduğu ve bu sanatçının görselini kullandığı için katılımcıların çoğunda satın alma duygusu oluşturduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ancak satın alma niyetinin en yüksek çıktığı afiş olmasına rağmen katılımcılar afişte fiyat, menü bilgisi gibi bilgiler aramışlardır. Ayrıca birinci afişe dair canlı, neşeli, hareketli, zengin eğlenceli gibi duygular hissedilmiştir. Renkler güveni koruyabilir ya da satın alma niyetini yok edebilir. Pelent ve diğerleri (2011) araştırmalarında genel ton, doyma ve renklilik gibi renk parametrelerin etkisine dikkat çekmişlerdir. Renklilik satın alma niyetiyle ilişkilendirilmiştir. Renklilik orta seviyede olduğunda satın alma niyeti en yüksektir. Yapılan araştırma sonucunda kullanılan geleneksel yöntemler ile nöro pazarlama yönteminin benzer sonuçlar taşıdığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Nöro Pazarlama, Satın Alma Niyeti, Neurosky Mindwave

Jel Kod: M31, M37, M30

Kaynakça

Chee-Keong And Wai Chong (2015). "Analysis Of Single-Electrode EEG Rhythms Using MATLAB To Elicit Correlation With Cognitive Stress." *International Journal Of Computer Theory And Engineering* 7.2: 149.

Derbaix, C. Ve Bree, J. (1997). "The Impact Of Children's Affective Reactions Elicited By Commercials On Attitudes Toward The Advertisement And The Brand", *International Journal Of Research İn Marketing.*

Edell, J. A. Ve Burke, M. C. (1987). The Power Of Feelings İn Understandingadvetising Effects.

Giray, C. ve Girişken, Y. (2013). "Gözün Bilinç Seviyesinde Duyumsayamadığı Uyaranları Beynin Algılaması Mümkün Müdür? Nöropazarlama Yöntemi İle Ölçümleme Üzerine Deneysel Bir Tasarım". *18. Ulusal Pazarlama Kongresi*, 19-22 Haziran 2013, Kars.

Güllülü, U., Dağcı Büyük, H. (2017). "Açık Hava Reklamlarına Yönelik Tutumu Oluşturan İnanç Faktörlerinin Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisi" *Atatürk Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(1): 331-346.

İşli, A. G. (2016). *Pazarlama İletişim Aracı Olarak Bilinçaltı Reklamcılık Ve Tüketicilerin Satın Alma Niyetine Etkisi Üzerine Bir Araştırma*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Muğla: Muğla Sıtkı Koçman Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Jarvenpaa, S. L., Tractinsky, N., And Vitale, M. (2000). "Consumer Trust İn An Internet Store", *Information Technology And Management*,1(12), S. 45-71.

Kocabaş F., Elden M., ve Yurdakul N. (1999). *Reklam Ve Halkla İlişkilerde Hedef Kitle*. İstanbul: İletişim.

Navalyal And Gavas (2014). "A Dynamic Attention Assessment And Enhancement Tool Using Computer Graphics." *Human-Centric Computing And Information Sciences* 4.1: 1.

Pelet, J-E., Papadopoulou, P. (2011). "The Effect Of E-Commerce Web Sites Colors On Customer Trust", *International Journal Of E-Business Research*, 7(3), 1-18.

Tek, Ö. (1999). *Pazarlama İlkeleri Global Yönetimsel Yaklaşım Türkiye Uygulamaları* 8. Baskı, İstanbul: Beta Yayınları.

Tosun, N. B. (2003). "Satın Alma Noktası Reklamlarının Etkisi", *İletişim: Araştırmaları*,1(1): 87-106

Ural, T. (2008). "Pazarlamada Yeni Yaklaşım: Nöropazarlama Üzerine Kuramsal Bir Değerlendirme", *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(2), 421-432.

Sürdürülebilir Kalkınma ve Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri Bağlamında Kalkınma Bakanlığı

Fulya Akyıldız[173]
Full Text

1. Giriş

Küresel ölçekte birçok toplantının ve tartışmanın gündem konusu olan sürdürülebilir kalkınma (SK), özü itibariyle, günümüz toplumunun gereksinimleri karşılanırken gelecek kuşakların gereksinimlerini de gözeten politikaların geliştirilmesini hedeflemektedir. Birleşmiş Milletler (BM) Genel Kurulu tarafından 25-27 Eylül 2015 tarihlerinde Gündem 2030 başlığı altında görüşülen ve 2016-2030 yılları arasında ulaşılması planlanan 17 hedefi içeren Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri (SKH'ler), aralarında Türkiye'nin de olduğu, 193 devlet tarafından kabul edilmiştir.

Devletin hareket etme ve iş görme aracı olarak kamu yönetimi, bir ülkede yaşayan insanların yaşamlarını iyileştirmede önemli ve kritik bir role sahiptir. Kamu yönetimi, sahip olduğu bu misyon yönünde günümüzün ihtiyaçlarını yerine getirirken aynı zamanda herkes için daha iyi bir gelecek kurmak zorundadır. Bu misyon ve vizyona sahip kamu kurumlarının bulunmadığı bir ortamda SK ve SKH'ler önemini yitirmektedir.

SKH'lere ulaşmak için etkili, hesap verebilir ve kapsayıcı kurumlar gereklidir (Svara & Brunet, 2004). Hatta sürdürülebilirlik kamu yönetimine yeni bir boyut olarak eklenebilir. Bu kriterlere, SKH'ler ve 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Gündemi'nde de yer verilmektedir (UN, 2015: 9). Gündem 2030, ayrıca, hükümetlerin SKH'lerin uygulanması ve ulusal, bölgesel ve küresel düzeylerde önümüzdeki 15 yıl boyunca takip ve gözden geçirilmesini sağlama konusunda birinci derecede sorumlu olduklarına vurgu yapmaktadır. Hükümetlerin, Gündem 2030'u uygulamaya koymak için attıkları ilk adımlardan biri, çoğu kez, SKH'lerin uygulanmasını yönlendirmek ve ilerlemeyi gözden geçirmek için kurumsal düzenlemeleri şekillendirmektir (UN, 2015: 11).

Yukarıdaki bağlamda ele alınacak bu çalışmada, ikincil kaynaklardan elde edilen veriler analiz edilmektedir. Çalışma kapsamında, SK ve SKH'ler hakkında bilgi verilerek, Türkiye'nin SK politikası ve stratejisi, Türkiye'de kalkınma politikalarını şekillendiren ve SKH'lerin koordinasyonunu yapan Kalkınma Bakanlığı'nın Stratejik Planı ve 10. Kalkınma Planı (2014-2018) üzerinden analiz edilmektedir.

2. Sürdürülebilir Kalkınma ve Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri

Bir kalkınma modeli olarak SK, toplumun topyekûn kalkınmasından ayrı düşünülemez ve incelenemez. Ortak Geleceğimiz (Brundtland) Raporu'ndan Gündem 21'e kadar, çevre ve kalkınma politikasının ana hedefi ve rehber normu olan SK, 1990'lı yıllarda imzalanan uluslararası antlaşmalarla küresel bir uygulama planı haline gelmiştir.[174] Bununla birlikte, SK

[173] Doç.Dr. Uşak Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Kamu Yönetimi Bölümü, fulya.akyildiz@usak.edu.tr

[174] SK'nın gelişiminde önemli olan uluslararası toplantılar şunlardır: 1972: Stokholm Konferansı/Büyümenin Sınırları, 1987: Ortak Geleceğimiz Raporu/Brundtland, 1992: BM Çevre ve Kalkınma Komisyonu/Rio (Gündem 21, BM İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi, BM Sürdürülebilir Kalkınma Komisyonu), 2000: Binyıl Zirvesi (Binyıl Kalkınma Hedefleri: 2000-2015), 2002: Sürdürülebilir Kalkınma Dünya Zirvesi/Johannesburg, 2012: BM Sürdürülebilir Kalkınma Konferansı (Rio+20), 2015: Gündem 2030 ve Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri: 2015-2030.

fikri yaklaşık yarım yüzyılın retoriğine ve akademik eleştirilerine dayanmaktadır ve esasında, Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu'nun 1987 raporundan çok daha eskidir. Bununla birlikte, yalnızca, Ortak Geleceğimizin (WCED, 1987) yayınlanmasından bu yana, sürdürülebilirlik, "kalkınma" kavramıyla bağlantılı olarak, ortak varlığımız için retorik bir tılsım haline gelmiştir. "Sürdürülemez bir toplum" olma ihtimali, demokratik olmayan bir toplumunki ile paralellik arz etmektedir. Tıpkı II. Dünya Savaşı'ndan sonra her ülke ve ideoloji kendisini "demokratik" olarak tanıtmak istediği gibi bugün de aynı eğilimi "SK" açısından görmekteyiz (Lafferty & Langhelle, 1999: 1).

BM Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu, Ortak Geleceğimiz (Brundtland Raporu, 1987) adlı raporda SK kavramını yeni bir kalkınma modeli olarak tartışmaya açmıştır. Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonuna göre SK; "bugünün ihtiyaçlarını, gelecek kuşakların kendi ihtiyaçlarını karşılayabilme yeteneğinden ödün vermeksizin karşılamaktır" (WCED, 1987). Uzun vadeli küresel kalkınma için yol gösterici ilke olarak görülen SK üç boyuttan oluşmaktadır: ekonomik kalkınma, sosyal kalkınma ve çevre koruma. SK anlayışı, ülkelerin ekonomik ve sosyal gelişme hedeflerinde ortak paydayı "sürdürülebilirlik" olarak belirlemektedir. Sürdürülebilirlik çerçevesi, geleneksel olarak nesiller arası eşitlik, çevre koruma ve ekonomik etkinlik gibi uyumsuz olarak kabul edilen ilkeleri entegre etme fırsatı sunmaktadır (Rao, 2000: 69).

SK konusunda küresel ölçekte kabul edilen son belgelerden biri SKH (Sustainable Development Goals - SDGs)'lerdir. SKH'ler, BM üyesi ülkelerin önümüzdeki 15 yıl içinde hem ulusal hem de uluslararası kalkınma politikalarını çerçevelemek için kullandıkları evrensel hedefler ve göstergelerdir. Hükümetler tarafından 2001 yılında kabul edilen SKH'ler, 2015 yılında sona eren Binyıl Kalkınma Hedefleri (BKH'ler)'nin bir ileri aşamasıdır. BKH'ler, tüm biçimleriyle aşırı yoksulluğu azaltmaya odaklanmışken, SKH'ler, dünya çapında tüm ülkeler için geçerli olan SK'nın sosyal, çevresel ve ekonomik yönlerini kapsayan daha geniş bir gündemi takip etmektedir (Kanuri ve diğerleri, 2016: 8)

SKH'ler, BM 2015 Genel Kurulu'nda 193 ülkenin Devlet ve Hükümet Başkanları tarafından onaylanan 2030 SK Gündemi'nin merkezinde yer almaktadır. 17 hedef ve bunlarla ilgili 169 alt hedefi içeren SKH'ler kısaca şu başlıklardan oluşmaktadır (UN, 2015): Yoksulluğa son, açlığın yok edilmesi, sağlık ve refah, kaliteli eğitim, toplumsal cinsiyet eşitliği, sağlıklı suya erişim, erişilebilir temiz enerji, istihdam ve ekonomik büyüme, sanayi, yenilikçilik ve altyapı, eşitsizliklerin azaltılması, sürdürülebilir şehirler ve topluluklar, sürdürülebilir üretim ve tüketim, iklim değişikliğiyle mücadele, sudaki yaşam, karadaki yaşam, sulh ve adalet, uygulama araçları. Ülke içinde ve ülkeler arasında SKH'lerdeki ilerlemeyi ölçmek için 231 gösterge geliştirilmiştir (Kanuri ve diğerleri, 2016: 8).

2030 Gündemi, bu hedefleri 2030 yılına kadar gerçekleştirmeyi taahhüt etmekte ve bunu, hiç kimseyi ve hiçbir yeri geride bırakmadan herkes için yapar. Hedefler "insanlar, gezegen, refah, barış ve ortaklık" için "bütün ülkeler ve tüm paydaşlar tarafından" ortak eylem için bir çerçeve sunmaktadır. 2030 Gündeminde belirtildiği gibi, "dünya liderleri daha önce hiç böyle ortak ve geniş kapsamlı ve evrensel bir politika gündemi için çaba gösterme vaadinde bulunmamıştır (UN, 2015).

2030 Gündemi, kapsamı bakımından evrenseldir. BKH'lerden farklı olarak, SKH'ler düşük gelirli ve yüksek gelirli ülkeler için de geçerlidir. Bertelsmann Stiftung ve SDSN (www.sdgindex.org) tarafından yayınlanan SDG Endeksi ve Dashboard tarafından gösterildiği gibi, SK'yı başaran henüz tek bir ülke dahi olmadığından tüm ülkeler "gelişmekte olan ülke" statüsündedir (Kanuri ve diğerleri, 2016: 9). SKH'ler SK'nın tüm boyutlarını içermektedir. Her

ülkenin kendi gerçeklerini, kapasitesini, kalkınma düzeyini, ulusal politika ve önceliklerini dikkate alan bir yönü olduğu için tüm ülkelerce uygulanabilir niteliktedir.

3. Sürdürülebilir Kalkınma Bağlamında Kalkınma Bakanlığı

Kalkınma Bakanlığı, planlama deneyimi ve kamu ve özel sektör için yönlendirici ve yol gösterici işleviyle Türkiye'nin kalkınma sürecine 50 yılı aşkın bir süredir önemli katkılar sunmakta olan bir kamu kurumudur. 1960 yılında kurulan DPT, 2011 yılında 641 sayılı Kalkınma Bakanlığı'nın Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname (KHK) ile Kalkınma Bakanlığı'na dönüştürülmüştür (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2013a: 16). Bakanlığın görevleri; Hükümete danışmanlık hizmeti (iktisadi, sosyal ve kültürel politika ve hedeflerin belirlenmesinde hükümete müşavirlik yapma); SK'nın koordinasyonu (danışmanlık, görüş verme ve değerlendirme raporları hazırlama; ve kurumlar arası koordinasyon hizmetleridir (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2013a: 90).

Türkiye'de SK sürecinin koordinasyonu Kalkınma Bakanlığı tarafından yürütülmektedir. Göstergeler ve izleme ile ilgili uluslararası süreci TÜİK takip etmektedir. Kalkınma Bakanlığı tarafından hazırlanan Kalkınma Planları tüm ulusal politika ve öncelikler için makro düzeyde yol gösterici olan en üst belgedir. Türkiye, 1992'de Rio'da düzenlenen BM Çevre ve Kalkınma Konferansı'ndan sonra 1996'da SK kavramını kamusal düzeyde gündemine almış, sonraki yıllarda bu kavramı Kalkınma Planlarına ve birçok politika belgesine yansıtmıştır. Kalkınma Planları ile birlikte sürdürülebilirlik kavramına yer veren sektörel ve tematik ulusal politika ve strateji belgeleri de Türkiye'nin SK gündeminin önemli parçaları haline gelmiştir. Son olarak Onuncu Kalkınma Planı'nda sürdürülebilirlik, planı şekillendiren başlıca kavram ve hakim temalardan birisi olmuştur (Rahmanlar, 2016). Rio+20 Zirvesinin sonuçları Onuncu Kalkınma Planına (2014-2018) entegre edilmiştir. Onuncu Kalkınma Planı'nın temel eksenlerinden biri sürdürülebilir büyüme olarak belirlenmiştir. Onuncu Kalkınma Planı ve SKH'ler arasında bir uyum vardır.

Kalkınma Bakanlığı, 2030 Gündemi'nin uygulanması için atılacak ilk adımları şu şekilde belirlemiştir (Rahmanlar, 2016):

- SKH'lerin Kalkınma Planı, Program, Strateji belgeleri gibi ulusal politika dokümanları ile ilişkisini kurmak,
- SKH'ler Görev Gücü'nün oluşturulması,
- Ülkemizin SKH'ler içindeki önceliklerinin SKH'lerin Onbirinci Kalkınma Planı'nın stratejilerine yansıtılması.

Kalkınma Bakanlığı'nın 2014-2018 yıllarını kapsayan Stratejik Planı'nda Bakanlığın misyonu, "Türkiye'nin ekonomik ve sosyal kalkınmasının hızlandırılması, dengeli ve sürdürülebilir kılınması için kalkınma sürecini katılımcı bir yaklaşımla planlayarak hükümete müşavirlik yapmak"; vizyonu ise, "kalkınmayı bütüncül bir yaklaşımla tasarlayan ve yönlendiren, politika ve strateji üretimine ve koordinasyonuna yoğunlaşmış, uzmanlığa dayalı, yenilikçi ve öncü bir kurum olmak" (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2013a: 6) şeklinde belirtilmiştir. Kısacası, Bakanlığın misyon ve vizyon ifadelerinde kalkınmanın bütüncül ve sürdürülebilir bir temelde ele alındığı söylenebilir. Planda belirtilen amaçlar arasında SK ile ilgili olanlardan bazıları şunlardır (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2013a: 7-8): Küresel ve ulusal gelişmeler ile temel eğilimleri yakından izleyerek, ekonomik ve sosyal kalkınma alanlarında toplumun tüm kesimlerine yol göstermek ve hükümete müşavirlik yapmak üzere; kısa, orta ve uzun vadeli tahmin, analiz ve araştırmalar yapmak. "Tabandan tavana kalkınma" yaklaşımını

güçlendirmek, kapasitelerini ve potansiyellerini değerlendirmek suretiyle bölgelerin rekabet güçlerini artırmak; bölge içi ve bölgeler arası gelişmişlik farklarını azaltmak. Ekonomik, sosyal, çevresel ve mekânsal boyutları ile sürdürülebilir kentleşme politikaları geliştirmektir.

Türkiye'nin son kalkınma planı olan Onuncu Kalkınma Planı dört temel eksen üzerine oturmaktadır (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2013b: 2): Bunlardan ilki, insan odaklı politikaların bir gereği olarak daha güçlü ve müreffeh bir toplum yapısına ulaşmayı ve beşeri sermayeyi güçlendirmeyi amaçlayan "Nitelikli İnsan, Güçlü Toplum" eksenidir. Onuncu Kalkınma Planının ikinci temel ekseni ise, Türkiye'nin büyüme performansını daha ileri seviyelere taşımayı ve yenilikçi bir üretim yapısıyla güçlendirmeyi amaçlayan "Yenilikçi Üretim, İstikrarlı Yüksek Büyüme" eksenidir. Üçüncü ekseni oluşturan "Yaşanabilir Mekânlar, Sürdürülebilir Çevre" başlığı altında ise şehirleşme, çevreye duyarlı yaklaşımlarla sosyal ve ekonomik faydaların artırılması ve bölgeler arası gelişmişlik farklarının azaltılması kapsamındaki hedef ve politikalara yer verilmektedir. Dördüncü eksen olan "Kalkınma İçin Uluslararası İşbirliği" başlığı altında ise uluslararası işbirliğinin kalkınma sürecinde daha etkin kullanılabilmesi için bölgesel, ulusal ve küresel düzeyde birbiriyle tutarlı, tamamlayıcı ve kararlı politikalar geliştirilmesi amaçlanmaktadır.

Kalkınma Bakanlığı tarafından hizmet alımı işi sözleşmesi ile Escarus ve Türkiye Sınai Kalkınma Bankası Sürdürülebilirlik Danışmanlığı A.Ş.'ye "Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri Kapsamında Türkiye'nin Mevcut Durum Analizi Projesi" hazırlatılmıştır. Proje ile Türkiye'nin öncelikleriyle örtüşen hedeflerde politika ve proje eksikliği bulunan alanların tespit edilmesi ve politika önerilerinin geliştirilmesi amaçlanmıştır (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2017). Bu çerçevede, her bir SKH için Türkiye'nin mevcut durumu değerlendirilmiş, elde edilen bulgular ve yapılan tespitler ışığında boşluklar ve iyileştirme ihtiyacı bulunan alanlar ortaya konulmuştur.

Diğer taraftan SKH'lere ulaşılmasının ancak sürecin yerelleştirilmesi ile mümkün olacağı düşüncesiyle Kalkınma Bakanlığı Çevre ve Sürdürülebilir Kalkınma Dairesi Başkanlığı ve Marmara Belediyeler Birliği tarafından 5 Nisan 2018 tarihinde bir etkinlik düzenlenmiş ve SKH'lerin yerelleştirilmesinin önemine vurgu yapılmıştır (MBB, 2018).

4. Bulgular ve Sonuç

Uzun yıllardır gerek Kalkınma Planları gerekse diğer politika dokümanları vasıtasıyla çeşitli sektör ve alanlardaki iyileşmeleri ve gelişme ihtiyaçlarını yakından izleyen Türkiye'nin sahip olduğu bu değerli birikimi kullanarak 2030 Gündemi çerçevesindeki SKH'leri yeni bir gözle değerlendirmesi ve daha sistematik biçimde izlemesi gerekli ve önemli görülmektedir. Türkiye'nin SKH'ler kapsamında kaydedeceği ilerlemelerin değerlendirilebilmesi için, baz yılların tespit edilmesi ve yıllara yayılacak bir izleme sisteminin kurulması gerekmektedir. Bunun sağlıklı bir şekilde yapılabilmesi için de veriye erişimin güçlendirilmesi ve uygun göstergelerin üretilmesi önem taşımaktadır. Bu açıdan, SKH göstergelerinin üretilmesi kapsamında yapılacak çalışmaların yakından takip edilmesi ve geliştirilmesi önerilmektedir. TÜİK'in başlatmış olduğu çalışmalar, Türkiye'nin hem ulusal ilerlemesini takip edebilmesi hem de uluslararası örneklerle kıyaslayarak kendi durumunu değerlendirebilmesi açısından faydalı olacaktır. Bu veri setlerinden de yararlanarak göstergelerin üretilmesi için kurumlar arası koordinasyonun hızlı ve etkin bir şekilde sağlanması da öncelikli bir başlık olarak dikkat çekmektedir. (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2017: 12).

Türkiye'deki kalkınma politikaları SK yönünde gelişim göstermektedir. Tüm paydaşları kapsayıcı bir politika üretme aracı olarak Kalkınma Planlarının varlığı, konunun çıkış tarihi

olan 1992 yılından itibaren Türkiye'nin SK perspektifine uyum sağlamasını kolaylaştırmıştır. SK ilkeleri, çeşitli düzey ve derecelerde ilgili dönemlerin Kalkınma Planlarında yer almış, benzer şekilde bazı alanlardaki politika ve strateji belgelerinde yansıma bulmuştur. Türkiye'nin SKH'lerle uyumlu bir yol haritası belirlemek açısından güçlü bir birikime ve altyapıya sahip olduğu düşünülmektedir (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2017: 8). Türkiye'nin konuya hızlı uyumunun bir sonucu olarak, SKH'lerin büyük bölümünün mevcut politika dokümanlarında doğrudan ya da dolaylı bir şekilde yeraldığı görülmektedir. Bununla birlikte, söz konusu hedeflerin Türkiye'nin öncelikleriyle uyumunun artırılması, hedeflerin tam anlamıyla kapsanmasının, izlemeye uygun bir şekilde içerilmesinin ve kurumsal çerçevenin bu doğrultuda geliştirilmesinin önemli bir ihtiyaç olduğu değerlendirilmektedir (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2017: 29).

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilir Kalkınma, Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri, Kalkınma Bakanlığı, Stratejiik Plan, Kalkınma Planı

JEL Codes: Q01, O20, Q58

Kaynaklar

Kanuri, C., Revi, A., Espey, J. & Kuhle, H. (2016). *Getting Started with the SDGs in Cities A Guide for Stakeholders,* SDSN-Sustainable Developments Solutions Network, http://unsdsn.org/wp-content/uploads/2016/07/9.1.8.-Cities-SDG-Guide.pdf, Erişim Tarihi: 21 Mart 2018.

Lafferty, W. M. & Langhelle, O. (1999). "Sustainable Development as Concept and Norm", (edt. Langhelle, O. & Lafferty, W. M.), *Towards Sustainable Development: On the Goals of Development - and the Conditions of Sustainability*, London, UK: Palgrave Macmillan, ss.1-29.

MBB - Marmara Belediyeler Birliği. (2018). "Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerinin Yerelleşmesi Semineri", *http://marmara.gov.tr/surdurulebilir-kalkinma-hedeflerinin-yerellesmesi-semineri-12964,* Erişim Tarihi: 21 Mart 2018.

Rahmanlar, M. (2016). "Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri ve 2030 Sonrası Kalkınma Gündemi, Ankara: T.C. Kalkınma Bakanlığı Çevre ve Sürdürülebilir Kalkınma Dairesi.

Rao, P. K. (2000). *Sustainable Development: Economics and Policy*, Oxford, UK: Blackwell.

Svara, J. H., & Brunet, J. R. (2004). "Filling in the skeletal pillar: Addressing social equity in introductory courses in public administration". *Journal of Public Affairs Education,* 10(2), 99-109.

T.C. Kalkınma Bakanlığı. (2013a). *T.C. Kalkınma Bakanlığı Stratejik Planı 2014-2018,* Ankara: T.C. Kalkınma Bakanlığı Yayını.

T.C. Kalkınma Bakanlığı. (2013b). *Onuncu Kalkınma Planı 2014-2018,* Ankara: T.C. Kalkınma Bakanlığı Yayını.

T.C. Kalkınma Bakanlığı. (2017). *Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri Kapsamında Türkiye'nin Mevcut Durum Analizi Projesi Ana Rapor*, Ankara: T.C. Kalkınma Bakanlığı Yayını.

UN -United Nations. (2015). General Assembly Resolution A/RES/70/1, *Transforming Our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development,* http:// *www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/RES/70/1&Lang=E,* Erişim Tarihi: 18 Mart 2018.

WCED. (1987). *Our Common Future. World Commission on Environment and Development,* Oxford, UK: Oxford University Press.

Finansal İnovasyonun Bankacılık Sektör Endeksi ile İlişkisi

İsmail Kara[175], Hasan Özgür Coşkun[176], Aylin Yılmaz[177]

Full Text

Özet

Finansal sistemdeki yenilikler, finansal inovasyon kavramı sayesinde hız kazanmıştır. Bankacılık sektöründeki büyüme de, yenilikler sayesinde artmaya devam etmektedir. Araştırmanın amacı, finansal inovasyonun bankacılık sektörünün gelişmesine olan etkisini belirlemek ve önemini yansıtmaktır. Çalışmada; finansal inovasyonun kapsamı verilerek, BİST Banka(XBANK) endeksi ile ilişkisi araştırılmıştır. 2012–2017 yılları arasındaki aylık veriler kullanılmıştır. Analiz yöntemleri olarak; VAR Granger nedensellik testi kullanılmış ve sonuçlar değişkenler arasında nedensellik ilişkisi olduğunu ortaya koymuştur.

Giriş

Bilgiye daha hızlı ve kolay bir şekilde ulaşılması teknolojik ilerleme ile birlikte sağlanmış, bu sayede bilginin ucuz ve etkin bir şekilde kullanabilmesi mümkün olmuştur. Böylece finansal küreselleşme ortaya çıkmıştır. Özelleştirme ve inovasyon kavramları ise finansal küreselleşmeyi etkileyen en önemli faktörlerdir. Finansal piyasanın büyümesi; finansal ürünlerdeki çeşitlilikler ile sağlanmış, katılımcı sayısının artması ve risk tercihlerinin genişlemesi ile gerçekleşmiştir. Bu çeşitlilik ve gelişimin inovasyon ile çok daha hızlı bir şekilde hayata geçmiş olması İnovasyonun önemini finans sektöründe de göstermiştir. Böylece tüm ülkelerin finansal sistemleri birbirine bağlı hâle gelmiştir. Finansal inovasyon, geleceğin finansal sisteminin nasıl şekillendirileceği konusuna da katkı sağlamaktadır. Bankacılık sektörü ise ekonomisi gelişmekte olan Türkiye'de büyük bir paya sahiptir. Avrupa'nın birçok ülkesine kıyasla daha gelişmiş bir bankacılık sektörüne sahip olan Türkiye, bu sektörün gelişimini nasıl sağladığı ve sektör hacminin büyümesindeki faktörleri saptaması ile daha da hızlı bir gelişme sağlayabilecek konumda olacaktır.

Literatür

Suzuki (1984: 2), 1970'lerden itibaren ülkelerin; finansal inovasyona, ortak ekonomik ve teknik şartlardan dolayı ihtiyaç duyduğunu, finanstaki değişim ve gelişimin bu yıllardan itibaren başladığını ifade etmiştir. Uzunses (2012: 1), finansal ürünlerdeki çeşitliliklerin artmasıyla, katılımcı sayısının artarak piyasayı genişlettiğinden ve risk tercihlerinin de arttığını ortaya koymuştur. Boz ve Mendoza (2014: 62), finansal inovasyon ve yeni finansal ürünlere duyulan aşırı güven 2008 deki ABD krizinin arkasındaki anahtar faktörlerden olduğunu söylemişlerdir. Norden, Buston ve Wagner (2014: 43), finansal inovasyonun finansal sistemdeki insanların davranışlarını etkileyen bir kavram olduğunu belirtmişlerdir. Buna rağmen finansal inovasyonun net etkisinin kesin olmadığını ifade etmişlerdir. Laeven, Levine ve Micholopoulos (2015: 24), Schumpeterci adını verdikleri bir model inşa etmişlerdir. Bu model ile her tarama sürecinin teknoloji ilerledikçe daha az etkili olduğunu belirlemişlerdir. Tee ve Ong (2016: 2), beş farklı Avrupa ülke ekonomisinin nakitsiz ödemeye uyum sağladığını ve nakitsiz ödemelerin

[175] Öğr.Gör., Uşak Üniversitesi, Eşme Meslek Yüksekokulu, Bankacılık ve Sigortacılık, ismail.kara@usak.edu.tr.
[176] Uşak Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Bankacılık ve Finans, h.ozgurcoskun@gmail.com.
[177] Uşak Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Bankacılık ve Finans, aylnylmz648@gmail.com.

kısa dönemde birbirlerini etkileyeceğini belirlemişlerdir. Qamruzzaman ve Jianguo (2017: 3), finansal inovasyonun hizmetlere erişimde eşit olanaklar sağladığını, yatırım için sermayenin arttırılmasına ve genel olarak ekonomik büyümeye katkı sağladığını açıklamıştır. Arthur (2017: 3), finans sektöründeki finansal inovasyonu bir bütün olarak anlayabilmek için çok daha fazla çalışmaya ihtiyaç duyulduğu ve inovasyon sürecinin kendi kendini etkilediğini belirlemiştir.

Metodoloji ve Sonuçlar

Çalışmada 2012-2017 dönemine ait aylık BİST Banka endeksi kapanış değerleri kullanılmıştır. Bağımsız değişken olarak kullanılan atm sayısı ve kredi kartı sayısı bilgileri Bankalararası Kart Merkezi'den alınmıştır.

Zaman serisi analizlerinde öncelikle durağanlık incelemesi yapılır. Bu çalışmada durağanlığı incelemek için Phillips-Perron ve ADF (Augmented Dickey-Fuller) birim kök testleri yapılmış değişkenler her iki test sonuçlarına göre 1. fark düzeyinde durağan çıkmıştır. Veriler durağanlaştırıldıktan sonra VAR (Vector Autoregression Estimates) modeli kurulmuştur. VAR modeli sonuçlarına göre Atm, Kredi Kartı ve XBANK olmak üzere üç tane regresyon denklemi oluşmuş ve bu sonuçları yorumlamak için VAR Granger nedensellik testi yapılmıştır. Test sonuçları değişkenler arasında XBANK'dan, Atm ve Kredi Kartına doğru ve Atm'den Kredi Kartı'na doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi olduğunu göstermiştir.

Çalışmadan elde edilen sonuçlar göre, finansal inovatif ürünlerin hisse senedi endeksini etkilediği söylenebilir.

Keywords: Finansal İnovasyon, BİST Banka Endeksi, VAR Granger Nedensellik Testi, Finans.

Jel Kodu: C01, F65, O33

Kaynakça

Arthur, K. N. A. (2017). Financial innovation and its governance: Cases of two major innovations in the financial sector. *Financial Innovation*, *3*(1), 10.

Boz, E., & Mendoza, E. G. (2014). Financial innovation, the discovery of risk, and the US credit crisis. *Journal of Monetary Economics*, *62*, 1-22.

Laeven, L., Levine, R., & Michalopoulos, S. (2015). Financial innovation and endogenous growth. *Journal of Financial Intermediation*, *24*(1), 1-24.

Norden, L., Buston, C. S., & Wagner, W. (2014). Financial innovation and bank behavior: Evidence from credit markets. *Journal of Economic Dynamics and Control*, *43*, 130-145.

Qamruzzaman, M., & Jianguo, W. (2017). Financial innovation and economic growth in Bangladesh. *Financial Innovation*, *3*(1), 19.

Suzuki, Y. (1984). *Financial innovation and monetary policy in Japan.* Bank of Japan Monetary and Economic Studies, 2(1), 1-47.

Tee, H. H., & Ong, H. B. (2016). Cashless payment and economic growth. *Financial Innovation*, *2*(1), 4.

Uzunses, F. (2012). *Finansal Piyasalardaki Değişim Süreci Ve Finansal İnovasyon: 2008 Küresel Finans Krizine Bir Bakış,* Yüksek Lisans Tezi, Bilecik: Şeyh Edebali Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü.

https://bkm.com.tr/pos-atm-kart-sayilari/

https://tr.investing.com/indices/ise-100-historical-data

Altın Fiyatları İle Hisse Senedi Arasındaki Nedensellik İlişkisi

İsmail Kara[178], Ozan Karahan[179], Koray Bulut[180], Merve Soytürk[181], Esra Kılıçdoğan[182]

Full Text

Özet

Finansal piyasalarda son dönemde oluşan krizlerle beraber yatırımcılar için giderek önemi artan altın ön plana çıkmıştır. Bu nedenle, altın piyasasında oluşan yüksek hacim finansal sistemdeki fon akışı üzerindeki etkisini artırmıştır. Bir yatırım aracı olarak kullanılan altın yatırımcılara güvenilirliği ve değerliliği sebebiyle tasarruf araçları arasındaki yerini güçlendirmiştir. Çalışmamızda, hisse senetleri ile altın fiyatları arasındaki nedensellik ilişkisi incelenmiştir. 2008:1-2016:12 döneminde Borsa İstanbul (BİST-100) günlük kapanış değerleri kullanılarak VAR Granger nedensellik testi ile analizler yapılmıştır. Çalışmamızın sonucu olarak hisse senedi fiyatları ile altın fiyatları arasında nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir.

Giriş

Altın ve hisse senetleri dünyanın en eski tasarruf araçlarıdır. Bu iki tasarruf aracı kazançlı yatırım işlemleri sunmaktadır (www.agentisinc.net). 2013 yılında ABD hisse senetleri boğa piyasasında yükseliş göstermiş altın fiyatları ise düşüş kaydetmiştir. Finansal piyasalarda altın fiyatları ile hisse senetleri arasında yaşanan ilişkiye benzer düşüş ve yükselişler meydana gelmiştir. Yatırımcılar için fiyat hareketleri ile ilgili bilgi elde etmeleri yatırımlarının ve gelecek tahminlerinin doğruluğu adına önem göstermektedir. Bu çalışmanın amacı altın fiyatları ile hisse senedi arasında ki nedensellik ilişkisini ortaya çıkartmaktır.

Literatür Taraması

Literatürde altın ve hisse senedi getiri endeksi, gayrimenkul hisse senedi getiri endeksi, arasındaki eş-bütünleşme ve nedensellik ilişkisini test eden birçok çalışma mevcuttur. Altının bir tasarruf aracı olarak hisse senedi karşısındaki değeri literatürde ele alınmıştır.

Ghosh vd. (2002) altın fiyatlarının davranışlarının kısa ve uzun dönemde farklı olabileceğini öngörmüşlerdir. Araştırılan dönem (1976-1999) için altın fiyatlarının enflasyon ile birlikte uzun dönemde yükselme gösterdiği tespit edilmiştir.

Vural (2003) araştırmasında döviz piyasası ve altın fiyatları, faiz oranları, hisse senedi piyasası, gümüş, petrol ve bakır fiyatları arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla 1990 Ocak ayı ve 2003 Mart ayı dönemine ait 157 aylık veri, zaman serileri yöntemiyle test etmiştir.

Hillier, Draper ve Faff (2006), 1976-2004 döneminde altın fiyatları ve gümüş fiyatları için negatif ve küçük bir beta değerini günlük veri kullanarak elde etmişlerdir ve menkul kıymet portföyü için altının korunma özelliği olduğunu belirtmişlerdir.

Aksoy ve Topçu (2013) araştırmalarında bir plasman aracı olarak hisse senedi ile altın, devlet iç borçlanma senetleri, tüketici fiyat endeksi(TÜFE) ve üretici fiyat endeksi(ÜFE) arasında kısa ve uzun süreli bir ilişkinin var olup olmadığını incelemişlerdir. Yöntem olarak Engle-Granger eşbütünleşme testi, Granger nedensellik testi ve Johansen eşbütünleşme testlerini

[178] Öğr.Gör., Uşak Üniversitesi, Eşme Meslek Yüksekokulu, Bankacılık ve Sigortacılık, ismail.kara@usak.edu.tr
[179] Öğr.Gör., Uşak Üniversitesi, Eşme Meslek Yüksekokulu, İşletme Yönetimi, mozan.karahan@usak.edu.tr
[180] Öğr.Gör., Uşak Üniversitesi, Eşme Meslek Yüksekokulu, Muhasebe ve Vergi Uyg., koray.bulut@usak.edu.tr
[181] Uşak Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Bankacılık ve Finans, merveesoyturkk@gmail.com
[182] Uşak Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Bankacılık ve Finans, esrakilic1907@hotmail.com

kullanmışlardır. Sonuç kısmında ise altının hisse senetlerine karşı korunma amaçlı kullanılabileceği, enflasyona karşı önemini koruduğundan güven veren bir plasman aracı olduğu sonucuna varmış oldukları görülmektedir.

Metodoloji ve Sonuçlar

Çalışmada 2008:1-2016:12 dönemine ait günlük BİST-100 kapanış değerleri kullanılmıştır. Altın günlük ons fiyatları Matriks Data'dan alınmıştır. Zaman serisi analizlerinde öncelikle durağanlık incelemesi yapılır. Bu çalışmada durağanlığı incelemek için Phillips-Perron birim kök testi yapılmış değişkenler 1. fark düzeyinde durağan çıkmıştır. Durağanlaştırılan verilere VAR (Vector Autoregression Estimates) modeli kurulmuştur. VAR modeli sonuçlarına göre petrol ve XU100 olmak üzere iki tane regresyon denklemi oluşmuştur. Regresyon denklemlerini yorumlamak için VAR Granger nedensellik testi yapılmış ve test sonuçları petrol ile XU100 arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi olduğunu göstermiştir.

Çalışmadan elde edilen sonuçlar altının, hisse senedi getiri endeksini Granger nedenlerine göre etkilediği söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: Altın Fiyat Endeksi, Hisse Senedi Piyasası, VAR Granger Nedensellik Testi, BİST.

Jel Kodu: C01, C58, F65.

Kaynakça

Aksoy, M., & Topçu, N. (2013). Altın İle Hisse Senedi Ve Enflasyon Arasındaki İlişki. *Atatürk Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, *27*(1)

Contuk, F. Y., Burucu, H., & Güngör, B. (2013). Effect of gold price volatility on stock returns: example of Turkey. *Int J Econ Financ Stud*, *5*(1)

Ghosh, D., E.J. Levin, P. Macmillan, R.E. Wright (2002), "Gold as an inflation hedge?", University of St. Andrews Discussion Paper Series, Department of Economics, No. 21, January.

Hillier, D., Draper, P., & Faff, R. (2006). Do precious metals shine? An investment perspective. *Financial Analysts Journal*, *62*(2), 98-106.

Kaplan, K. (2003). Türkiye'de Kuyumculuk ve Altın, İstanbul Ticaret Odası Yayınları, İstanbul.

Topçu, A. (2010). *Altın Fiyatlarını Etkileyen Faktörler,* Sermaye Piyasası Kurulu Araştırma Dairesi, Ankara, Erişim Tarihi: 11 Mayıs 2012, http://www.spk.gov.tr/yayingoster.aspx?yid=1016&ct=f&action=displayfile

Vural, M. G. (2003), *Altın Piyasası ve Altın Fiyatlarını Etkileyen Faktörler*, Uzmanlık Yeterlilik Tezi.

http://www.agentisinc.net/hisse-senedi-ve-altin-fiyatlari-iliskisi/ Erişim tarihi:15.03.2018

Petrol Fiyatlarının Hisse Senedi Piyasasına Etkisi: Bist Örneği

İsmail Kara[183], Rabia Kırlı[184], Ayça Ağırgez[185]

Full Text

Özet

Petrol fiyatları ve hisse senedi piyasası arasındaki ilişkiyi inceleyen birçok çalışma yapılmıştır. Bu çalışmada petrol fiyatlarının Borsa İstanbul (BİST) üzerindeki etkileri Ocak 2010–Mayıs 2016 dönemi için incelenmiştir. Çalışmamızın sonucunda VAR Granger nedensellik testinde ise petrol fiyatları ile hisse senedi getirileri arasında tek yönlü bir ilişki bulunmuştur. Çalışmanın sonuçları beklentilerle tutarlıdır.

Giriş

Petrol, çeşitli alanlarda geniş kullanımı olan doğal enerji kaynağıdır. Endüstrinin gelişmesiyle petrole olan ihtiyaç daha çok artmıştır. Yenilenemeyen enerji kaynağı olması petrol piyasasında fiyatların değişimlerine neden olmaktadır. Ülkeler için oldukça önemli olan petrol fiyatlarını etkileyen birçok faktör vardır.

Petrol fiyatlarındaki oynaklığın iki türlü etkilenme sebebi vardır. Bunlar petrol arz ve talep eden piyasalardaki değişimlerdir. Ekonomik verilerin gidişatı da petrol fiyatlarının etkilenmesinde önemli role sahiptir. Amerika merkez bankası FED'in parasal genişleme politikasını durdurması, petrol fiyatlarının düşmesine doların değer kazanmasına neden olmuştur. Dünya ekonomisinde yaşanan bu gelişmelerin sonucunda Türkiye ekonomisinde de dolar karşısında Türk lirası değer kaybederken ülkedeki enflasyonu da arttırmıştır. Türkiye'nin ekonomik büyümesini olumsuz etkilemiştir. Bu nedenle petrol ithalatındaki fiyatların değişmesi Türkiye'nin dış ticaret dengesini olumlu veya olumsuz etkiler.

Literatür Taraması

Petrol fiyatlarının, hisse senedi getirilerini olumsuz etkilediğini ve bir ilişki bulunamadığını söylemişlerdir (Jones & Kaul, 1996; Huang, Masulis & Stoll, 1996; İşcan, 2010). Avcı (2000), petrol fiyatları ile hisse senedi piyasası arasında uzun dönemli bir ilişki olduğunu ve petrol fiyatlarından hisse senedi getirilerine doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi olduğunu ortaya koymuştur. Petrol fiyat şokları ve hisse senedi getirileri arasındaki ilişkiyi incelemişler ve petrol fiyatlarının hisse senedini etkilediğini ifade etmişlerdir (Papapetrou, 2001; Hamilton, 2007).

Petrol fiyatlarıyla hisse senedi fiyatını gelişmekte olan piyasaları incelemişler, çalışmalarında negatif ilişki saptamışlardır (Basher & Sadorsky, 2006; Park & Ratti 2008). Güler, Orçun & Tunç (2010), çalışmalarında brent petrol fiyatının hisse senedi fiyatlarında ve elektrik endeksi fiyatlarında önemli bir gösterge olduğunu ortaya koymuşlardır.

Abdioğlu & Değirmenci (2014), hisse senedi fiyatlarından petrol fiyatlarına doğru bir nedensellik ilişkisi olduğunu gösteren bulgulara ulaşmışlardır. Petrol fiyatları ile BIST 100 endeksi kapanış fiyatları arasında uzun dönemli bir ilişki olduğunu ve petrol fiyatlarına doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi ortaya çıkarmışlardır (Özmerdivanlı, 2014; Syzdykova, 2017).

[183] Öğr.Gör., Uşak Üniversitesi, Eşme Meslek Yüksekokulu, Bankacılık ve Sigortacılık, ismail.kara@usak.edu.tr
[184] Uşak Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Bankacılık ve Finans, rabiakirli488@gmail.com
[185] Uşak Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Bankacılık ve Finans, aycaagrgez@gmail.com

Kuzu (2017), çalışmasında incelediği endeks puanlarında, petrol fiyatlarının etkisinin düşük olduğunu ortaya çıkarmıştır.

Metodoloji ve Sonuçlar

Çalışmada kullanılan veriler Ocak 2010-Aralık 2016 dönemine ait günlük BİST 100 kapanış değerleri ile Brent petrol satış fiyatıdır. Zaman serisi analizleri yapılırken öncelikle durağanlık incelemesi yapılması gerekir. Bu çalışmada öncelikle birim kök testi ile durağanlık araştırılmış sonrasında VAR (Vector Autoregression Estimates) modeli kurulmuştur. VAR modelinin sonuçlarını yorumlamak için VAR Granger nedensellik testi uygulanmıştır.

Birim kök testi olarak ADF (Augmented Dickey-Fuller) testi yapılmış değişkenler 1. fark düzeyinde durağan çıkmıştır. Veriler durağanlaştırıldıktan sonra kurulan VAR modeline göre iki tane regresyon denklemi oluşmuştur. Bu VAR modelini yorumlamak için VAR Granger nedensellik testi yapılmıştır. VAR Granger testi sonuçları petrolden XU100'e doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi olduğunu göstermiştir.

Çalışmanın sonuçlarına göre petrol fiyatlarındaki değişimlerin hisse senedi piyasasını etkilediği söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: Petrol fiyatları, Hisse Senedi Piyasası, VAR Granger nedensellik testi, BİST.

Jel Kodu: G12, E44, Q43

Kaynakça

Abdioğlu, Z., & Değirmenci, N. (2014). Petrol fiyatları-hisse senedi fiyatları ilişkisi: bist sektörel analiz. *Kafkas Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, *5*(8), 1-24.

Basher, S. A., & Sadorsky, P. (2006). Oil price risk and emerging stock markets. *Global finance journal*, *17*(2), 224-251.

Güler, S., Tunç, R., & Orçun, Ç. (2010). Petrol fiyat riski ve hisse senedi fiyatları arasındaki ilişkinin belirlenmesi: Türkiye'de enerji sektörü üzerinde bir uygulama. *Atatürk Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, *24*(4).

Hamilton, J. D. (2009). *Causes and Consequences of the Oil Shock of 2007-08* (No. w15002). National Bureau of Economic Research.

Huang, R. D., Masulis, R. W., & Stoll, H. R. (1996). Energy shocks and financial markets.

İşcan, E. (2010). Petrol fiyatının hisse senedi piyasası üzerindeki etkisi. *Maliye Dergisi*, *158*, 607-617.

Jones, C. M., & Kaul, G. (1996). Oil and the stock markets. *The Journal of Finance*, *51*(2), 463-491.

Kuzu, S. (2017). Petrol Fiyatları ve Bazı Makro Ekonomik Değişkenlerin Borsa İstanbul'da Yer Alan Bir Takım Endeksler Üzerindeki Etkisinin Araştırılması. *Yonetim ve Ekonomi*, *24*(2), 579.

Özmerdivanlı, A. (2014). Petrol fiyatları ile bıst 100 endeksi kapanış fiyatları arasındaki ilişki. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, (43).

Papapetrou, E. (2001). Oil price shocks, stock market, economic activity and employment in Greece. *Energy economics*, *23*(5), 511-532.

Park, J., & Ratti, R. A. (2008). Oil price shocks and stock markets in the US and 13 European countries. *Energy economics*, *30*(5), 2587-2608.

Syzdykova, A. (2017). Petrol fiyatlarının hisse senedi piyasasına etkisi: Kazakistan borsası örneği. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (FESA)*, *2*(4), 259-269.

İşkolikler Üzerine Nitel Bir Çalışma: Bal Arısı Mı? Eşek Arısı Mı?

Yunus Yılan[186], Arzu Özkanan[187]

Full Text

Giriş

Toplumumuzda değerli görülen ve çalışkanlık ile karıştırılan işkoliklik kavramı, günümüz çalışma ortamlarında giderek yaygınlaşan bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Sanayi devrimi ile birlikte insan kaynağının önemli hale gelmesi ile çalışanların fazla çalışmaları ilk başlarda fayda sağlar gibi görünmüş olsa da; günümüzde fazla çalışma, işe karşı geliştirilen bir bağımlılık haline dönüşmüştür. Ancak oluşan bağımlılık, zaman içerisinde çalışanların ve dolayısıyla örgütün çalışma verimliliğinin ve kalitesinin düşmesine neden olabilmektedir. İşkolik çalışanların örgütlere fayda mı, yoksa zarar mı sağladıkları tartışılagelen bir konudur. Bu çalışma ile hem fayda mı zarar mı sağladıkları, hem de zararlı olan işkoliklerin nedenleri incelenerek öneriler geliştirilmiştir.

İşkoliklik, kişinin sürekli işi ile meşgul olması, özel hayatında ve dinlenme sürelerinde dahi işini düşünmesi, izinlerinde işi ile ilgilenmeye devam etmesi, kısacası işine karşı bağımlı olmasıdır.

2. Literatür ve Gerekçe

Günümüzde teknolojik değişmeler nedeniyle hem çalışanlar işlerini istedikleri zamanda herhangi bir yerden yapabilmekte, hem de çalışanlara her an kolaylıkla ulaşılabilmektedir. Bu duruma işgücündeki artışların yarattığı rekabet de dahil olunca kişilerin kendilerini ispat edebilmeleri için daha uzun süreler çalışmalarının sonucunda işkoliklik ortaya çıkmaktadır.

İşkoliklik, kişinin işi ile sürekli meşgul olarak çok uzun süreler geçirmesi ve işe bağımlılık duymasıdır. Kişilerin haftada 50 saatten fazla çalışmaları ve çalışmaya yönelik kontrol edemedikleri bir dürtü hissetmeleri işkoliklik olarak değerlendirilmektedir. İşkolik çalışanlar, örgütsel veya ekonomik standartlara ulaşmak amacıyla gereğinden ve çalışma arkadaşlarından daha fazla çalışmaktadırlar. Bu çalışanlar çalışmaya zorlanır veya tahrik edilirler. Kısaca işkolikler kendilerini çalışmaktan, iş yapmaktan alıkoyamamaktadırlar.

İşkoliklik kavramına yönelik fikirler birbirlerinden farklı ve çelişkilidir. İşkoliklik kavramına olumlu bakan fikirler çalışanların memnuniyetini ve verimliliklerini arttırdığını düşünürlerken; işkolikliği olumsuz olarak değerlendirenler ise işkolikliğin bir bağımlılık olduğunu ve işkoliklerin mutsuz, saplantılı, işlerini iyi yapmayan, iş arkadaşlarına zorluk çıkartan, tükenmişlik yaşayan, ailesi ile çatışmalar yaşayan kişiler olduğunu düşünmektedirler.

Literatürdeki çelişkili ifadelere bakıldığında bu çalışma tam da bu duruma açıklık getirecektir. Faydalı işkolikler bal arısı gibi sürekli ancak verimli çalışarak örgüte katkıda bulunurken aynı zamanda ailesi ve çalışma arkadaşları ile uyum içerisindedirler. Ancak zararlı işkolikler ise eşek arıları gibi sürekli çalışan ancak sürekli de şikayet eden genel olarak memnuniyetsiz, ailesi ve çalışma arkadaşları ile sorunlar yaşayan kişilerdir.

3. Metot

3.1. Araştırmanın Çalışma Grubu ve Veri Toplama Tekniği

[186] Öğr.Gör., yyilan@aku.edu.tr, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sandıklı Meslek Yüksekokulu, Büro Hizmetleri ve Sekreterlik Bölümü Afyonkarahisar/Türkiye
[187] Öğr.Gör.Dr., arzuozkanan@gmail.com, Süleyman Demirel Üniversitesi, Uzaktan Eğitim Meslek Yüksekokulu, Büro Hizmetleri ve Sekreterlik Bölümü Isparta/Türkiye

Araştırma kapsamında işkolik çalışanların örgüt için yararlı mı yoksa zararlı mı oldukları nitel metotla tespit edilmiştir. Bu amaçla Afyon Sandıklı Belediyesinde görev yapmakta olan işkolik olduğu düşünülen kişiler ile önceden hazırlanmış yarı yapılandırılmış görüşme formları ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Katılımcılar kartopu örnekleme yöntemi ile belirlenmiştir. Katılımcılar ile yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen veriler Nvivo programı ile analiz edilmiştir. Araştırmanın çalışma grubunu Afyon Sandıklı Belediyesi'nde görev yapan 14 personel oluşturmaktadır. Çalışmada amaçlı örnekleme yöntemlerinden kartopu örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Belediyede görev yapan personellerden "En çok kimler bilgi sahibi olabilir, bu konuyla ilgili olarak kimlerle görüşülmelidir?" (Miles & Huberman, 1994, s. 28) soruları sorularak görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu durum araştırmanın geçerliliği açısından güven unsurunu sağlayıcı etkide bulunmuştur. Görüşmelerde benzer cümleler kurulmaya başlanması ile birlikte görüşmeler sonlandırılmıştır. Araştırmada nitel verileri elde edebilmek amacıyla görüşme tekniği kullanılmıştır. Görüşmeler, yarı yapılandırılmış görüşme formları ile gerçekleştirilmiştir. Görüşme formları oluşturulduktan sonra, uzman görüşüne başvurulmuş ve pilot uygulamalar ile sınanmış, gerekli güncellemeler yapılmıştır. Daha sonra görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Kayıtlar elle tutulmuştur. Görüşmeler, Afyon Sandıklı Belediyesinde görev yapan personeller ile Mart 2018'de gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya dahil edilemeyen 3 görüşme olmuş ve 14 görüşme tamamlandıktan sonra benzer cümleler kurulmaya başlanması ile birlikte görüşmeler sonlandırılmıştır.

3.2. Bulgular

Tablo 1. Katılımcıların Seçilmiş Değişkenlere Göre Dağılımı

Değişkenler	**f**	**%**
Yaş		
27 – 36	3	21,43
37 – 46	6	42,86
46 +	5	35,71
Çalışma yılı		
1 – 10	2	14,29
11 – 20	6	42,86
21 – 30	4	28,58
31 +	2	14,29
Günlük Çalışma Süresi		
10 saat altı	2	14,29
10 saat ve üzeri	12	85,71

Katılımcıların yaş dağılımları 27 ile 57 arasında değişmekte olup yaş ortalamaları 43'dür. Toplam çalışma yıllarına bakıldığında en az 4 en çok 35 yıl olmak üzere ortalama 19 yıldır görev yaptıkları bulunmuştur. Katılımcıların günlük çalışma süreleri ise 8 saat ile 12 saat arasında değişmekte olup ortalama 10 saat 20 dakika çalışmaktadırlar. Ancak günlük çalışma sürelerinde kişileri saat ifadelerinin yanı sıra mesai kavramlarının olmadığı vurgusu dikkati çekmiştir.

Katılımcıların işkolik davranışlarına yönelik ilk bulgu haftalık çalışma süreleri olmuştur. Katılımcıların ortalama olarak haftada 51 saat çalıştıkları tespit edilmiştir. Bu durum çalışanların işkolik davranış sergilediklerini ortaya koymaktadır. Diğer taraftan işkoliklik davranışının varlığına yönelik dikkati çeken diğer durumu çalışanların yıllık izin kullanmaları konusundaki tutumları oluşturmaktadır. Katılımcıların büyük çoğunluğu hastalık ve ailevi nedenler dışında yıllık izinlerini kullanmamaktadırlar. Bu durumu belirten ifadeler şu şekildedir:

"Çok fazla izin kullanmam. Resmi tatiller yeterli oluyor. Gerekli durumlarda 10 günlük izin kullanıyorum." (Halil Bey, 55 yaşında, Toplam çalışma yılı 35, Günlük çalışma süresi 10 saat)

"2004-2009 yılları arasında 15 gün izin kullandım." (Osman Bey, 57 yaşında, Toplam çalışma yılı 33, Günlük çalışma süresi 12 saat)

"2007'den beri 2 kez izin kullandım." (Ramazan Bey, 50 yaşında, Toplam çalışma yılı 28, Günlük çalışma süresi 10 saat)

Diğer bir dikkati çeken bulgu izin dönemlerinde de çalışanların 7/24 ulaşılabilir olmalarıdır. Katılımcılar özellikle iş ile ilgili her konuda izinde dahi olsalar görevlerini yerine getirdiklerini, hatta iş yerine geldiklerini ifade etmektedirler.

Aynı zamanda çalışanların ailelerinden aldıkları tepkiler işkoliklik davranışının yoğunluğunu bize ifade etmektedir. Bir katılımcı bu tepkiler sonucunda yıllık izinlerini kullanmaya karar verdiğini dahi belirtmiştir.



Şekil 1. İşkolik Çalışanların Ailelerinden Aldıkları Tepkiler

İşkoliklik davranışının neden oluştuğuna bakıldığında literatürü destekler nitelikte daha çok aşırı iş yükünün varlığı dikkati çekmektedir. Aynı zamanda katılımcıların ortak ifadelerinde çalışmayı ve işlerini sevmeleri ve çalışmaktan zevk almaları da yer almaktadır. Diğer taraftan "Vatandaşa hizmet" anlayışı da işkoliği tetiklemiş durumdadır.

Vurgulanması gereken bir diğer bulgu işkoliklik davranışının oluşmasında Belediye Başkanının kendisinin de işkolik olması çalışanların da ona ayak uydurma istekleridir. İfadeler şu şekildedir:

"Başkan her işe öncelik verdiği için her işi aynı anda yapmaya çalışıyoruz." (Hasan Bey, 32 yaşında, Toplam çalışma yılı 11, Günlük çalışma süresi 10 saat)

"Başkandan önce işyerinde olmaya çalışırım." (İbrahim Bey, 43 yaşında, Toplam çalışma yılı 19, Günlük çalışma süresi 10 saat), (Mustafa Bey, 41 yaşında, Toplam çalışma yılı 21, Günlük çalışma süresi 12 saat),

"Herkesin aşırı çalışmasının etkisi var." (Mehmet Bey, 27 yaşında, Toplam çalışma yılı 4, Günlük çalışma süresi 10 saat)

"İşveren değer verdiği için daha fazla iş yapmak istiyorum." (Hasan Bey, 32 yaşında, Toplam çalışma yılı 11, Günlük çalışma süresi 10 saat)

Çalışanlar işkolik davranışı sergilemekte ve tutumları ise bu yönde oluşmaktadır. Katılımcılarından elde edilen bulgular şu şekildedir:

"Ev=iş" (Halil Bey, 55 yaşında, Toplam çalışma yılı 35, Günlük çalışma süresi 10 saat)

"İzinde bile olsam işe gelirim." (İsmail Bey, 42 yaşında, Toplam çalışma yılı 17, Günlük çalışma süresi 9 saat)

"Rahatlamak için iş yerini tercih ederim. Hatta akşamları iş yerine gelirim." (İbrahim Bey, 43 yaşında, Toplam çalışma yılı 19, Günlük çalışma süresi 10 saat)

"İşte boş durmayı sevmem. İşsiz geçirdiğim bir gün olamaz. Aklım her zaman iştedir." (Ali Bey, 37 yaşında, Toplam çalışma yılı 18, Günlük çalışma süresi 10 saat)

"Yetişmesi gereken iş varsa gece bile olsa işyerine gelir işi bitiririm. İş yoksa mutlaka kendime bir iş bulurum. Yoksa suçlu hissederim." (Ahmet Bey, 34 yaşında, Toplam çalışma yılı 6, Günlük çalışma süresi 12 saat)

Çalışanlar işkolik davranışlarından duydukları hazzı "işe yaradığımı hissediyorum. Sorumluluk almak beni mutlu ediyor" ifadeleri ile belirtmektedirler.

Diğer taraftan katılımcıların büyük çoğunluğu işkolik davranışı sergilemekte iken bunlardan bazıları gerçekten iş yapan ve bundan keyif alan, şikayetçi olmayan bal arısı işkolikler; bazıları ise zorunlu oldukları için iş üstlenen ve çok çalışmak zorunda olan, keyif almayan, çok fazla bir şey üretemeyen ve sürekli söylenen eşek arısı işkoliklerdir.

Bal arısı işkoliklerin ifadeleri şu şekildedir:

"Belli bir tempo olduğu için çalışmadığımda mutsuz olurum." (Ömer Bey, 42 yaşında, Toplam çalışma yılı 16, Günlük çalışma süresi 10 saat)

"İnsanlar sosyal medyaya bakarken, ben mevzuat takibi yarım. Arayış içine girerim." (Mustafa Bey, 41 yaşında, Toplam çalışma yılı 21, Günlük çalışma süresi 12 saat)

"Hızlı bir şekilde hatasız iş yapmaya çalışırım. Yetişmesi gereken iş varsa gece bile olsa işyerine gelir işi bitiririm. Yoksa suçlu hissederim. Çalışmak huzur veriyor." (Ahmet Bey, 34 yaşında, Toplam çalışma yılı 6, Günlük çalışma süresi 12 saat)

"İş yapmadığım zaman mutsuz olur ve boşluğa düşerim. Bu sebeple iş üretmeye çalışırım." (Hüseyin Bey, 40 yaşında, Toplam çalışma yılı 12, Günlük çalışma süresi 10 saat)

"Kendi birimimde iş yoksa. Diğer birimlere yardımcı olurum." (Hasan Bey, 32 yaşında, Toplam çalışma yılı 11, Günlük çalışma süresi 10 saat)

Eşek arısı işkoliklerin ifadeleri ise şu şekildedir:

"Çok iş istemem bana verilen işi yaparım. Her zaman sorumluluk almam. Şikayet ederim bir türlü işler bitmedi." (Mehmet Bey, 27 yaşında, Toplam çalışma yılı 4, Günlük çalışma süresi 10 saat)

"İşimi bitirdiğimde mutsuz olmam. Gazete, kitap okurum. Sosyal medyaya bakarım." (Halil Bey, 55 yaşında, Toplam çalışma yılı 35, Günlük çalışma süresi 10 saat)

"Her işi ben alayım demem. İş verilirse bitme zamanını söylerim. Ona göre yaparım." (İsmail Bey, 42 yaşında, Toplam çalışma yılı 17, Günlük çalışma süresi 9 saat)

Ayrıca bu çalışmada dikkat çeken bulgulardan birisi de yöneticinin olaylara karşı gösterdiği tavırların çalışanlar tarafından da gösterilmesidir. Örneğin, yönetici saat 8'de işe geliyor ise çalışanlar da 8'de geliyor. Yöneticinin sorunların hemen çözülmesi, isteklerin anında yerine getirilmesi gibi olaylara yaklaşımının olması sebebiyle çalışanlar da bu davranışları sergilemektedir. Kısacası yöneticinin de işkolik olduğu, bunun çalışanlar tarafından algılanması ile beraber, çalışanlar da işkoliklik tavırları sergilemektedirler. Aynı zamanda bu tavırları sergilemelerinin temel sebepleri sorumluluk duygusu, işlerini sevmeleri ve vatandaşa hizmet etmeleridir.

4. Sonuç

Bu çalışmanın sonuçları ile işkolik çalışanların durum tespitleri yapılmış, bu çalışanlara yönelik uygulanabilecek iyileştirme teknikleri belirlenmiştir. Bulgulardan hareketle işkoliklerin bal arısı işkolikler ve eşek arısı işkolikler olarak bir sınıflandırılması yapılmıştır. Çalışmanın sonucunda işkoliklerin çoğunlukla eşek arısı oldukları tespit edilmiştir. Eşek arısı işkolikler sürekli çalışan ve çalışırken söylenen ancak ortaya verimli bir iş koyamayan, hem ailesi ve hem de çalışma arkadaşlarıyla problem yaşayan kişiler olarak tanımlanabilir. Bal arısı işkolikler ise sürekli çalışan, bundan keyif alan, sürekli üreten verimli kişiler olarak tanımlanabilir. Çalışmadan hareketle eşek arısı işkolikleri daha fazla üretmeye sevk etmek, belki iş yüklerini azaltarak kendilerini kontrol etmelerini sağlamak faydalı olabilecektir. Bal arısı işkolikler literatürde yer alan sürekli, zevk alan ve gerçek işkoliklere; eşek arısı işkolikler ise sözde işkoliklere benzetilebilir. İşkolik kişilerin kurumlarına ve diğer çalışma arkadaşlarına etkileri bakımından ise bal arısı işkolikler faydalı işkolikler iken, eşek arısı işkolikler zararlı işkoliklerdir denilebilir. Diğer taraftan kişilerin özel hayatlarının varlığı ve dinlenmeleri gereğini belki de onlara hatırlatmak gereklidir. Düzenlenecek etkinliklerle (belki bir piknik, bir gezi, bir yemek) aile ve işi bir araya getirmeleri çalışanları bu konuda düşündürebilecek ve hassasiyet oluşabilecektir.

Son olarak bu çalışmayla, işkolik çalışanların örgüte katkıları açısından bakıldığında faydalı ve zararlı işkolikler oldukları ortayı çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: İşkoliklik, İşkolik Türleri, Nitel Araştırma, Verimlilik

JEL Codes: J24, J28, J63, M12, O15

Kaynakça

Andreassen, C. S., Hetland, J., & Pallesen, S. (2012, December). Coping and Workaholism. Results From A Large Cross-Occupational Sample. TPM, 19(4), 281-290.

Andreassen, C. S., Ursin, H., & Erikcen, H. R. (2007). The Relationship Between Strong Motivation to Work, "Workaholism", and health. Psychology and Health, 22(5), 615-629.

Aslantaş, M., Soybaş, İ., & Yalçınsoy, A. (2016). İşkoliklik ile Tükenmişlik Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Avukatlar Üzerine Bir Araştırma. International Journal of Innovative Strategical Social Research, 1(1), 11-18.

Bayraktaroğlu, S., Yılmaz, S. E., & Çetinel, E. (2015). İnsan Kaynakları Yönetimi Bağlamında İşkoliklik Davranışı Üzerine Bir Değerlendirme. AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 15(3), 107-129.

Beek, I., Hu, Q., Schaufeli, W. B., Taris, T. W., & Schreurs, B. H. (2012). For Fn, Love, or Money: What Drives Workaholic, Engaged, and Burned-Out Employees at Work? Applied Psychology: An International Review, 61(1), 30-55.

Bonebright, C. A., Clay, D. L., & Ankenmann, R. D. (2000). The Relationship of Workaholism With Work-Life Conflict, Life Satisfaction, and Purpose in Life. Journal of Counseling Psychology, 47, 469-477.

Brady, B. R., Vodanovih, S. J., & Rotunda, R. (2008). The Impact of Workaholism on Work-Family Conflict, Job Satisfaction, and Perception of Leisure Activities. The Psychologist-Manager Journal, 11, 241-263.

Burke, J. R., Burgess, Z., & Fallon, B. (2006). Workaholism Among Australian Female Managers and Professionals, Job Behaviors, Satisfactions and Psychological Health. Equal Opportunities International, 25(3), 200-213.

Burke, J. R., Burgess, Z., & Oberklaid, F. (2003). Predictors of Workaholic Behaviors Among Australian Psychologists. Career Development International, 8(6), 301-308.

Burke, R. J. (2000). Workaholism in Organizations: Concepts, Results and Future Research Directions. International Journal of Management Reviews, 2, 1-16.

Burke, R. J. (2001). Workaholism in Organizations: The Role of Organizational Values. Personel Review, 30(6), 637-645.

Burke, R. J., Matthiesen, S. B., & Pallesen, S. (2006). Personality Correlates of Workaholism. Personality and Individual Differences, 40, 1223-1233.

Burwell, R., & Chen, C. P. (2002). Applying REBT to Workaholic Clients. Counselling Psychology Quarterly, 15(3), 219-228.

Douglas, J. E., & Morris, J. R. (2006). Workaholic or Just Hard Worker? Career Development International, 11(5), 394-417.

Günbeyi, M., & Gündoğdu, T. (2010). Polis Teşkilatının "İşkolik" Çalışanları. Doğuş Ü. Dergisi, 11(1), 56-63.

Harpaz, I., & Snir, R. (2003). Workaholism: Its Definition and Nature. Human Relations(56), 291-319.

Kesen, M. (2015, Ekim). Örgütsel Bağlılığın işkoliklik Üzerindeki Etkisi: Görgül Bir Araştırma. Niğde Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 8(4), 53-68.

Libano, M. D., Llorens, S., Salanova, M., & Schaufeli, W. (2010). Validity of a Brief Workaholism Scale. Psicothema, 22(1), 143-150.

Malinowska, D., & Tokarz, A. (2014). The Structure of Workaholism and Types of Workaholic. Polish Psycohological Bulletion, 45(2), 211-222.

Malinowska, D., & Tokarz, A. (2014). The Structure of Workaholism and Types of Workaholic. 45(2), 211-222. Polih Psychological Bulletin.

McMillan, L. H., & O'Driscoll, M. P. (2006). Exploring New Frontiers to Generate an Integrated Definition of Workaholism. R. Burke içinde, Research Companion to Working Time and Work Addiction (s. 89-107). Cheltenham: Edward Elgar.

McMillian, L., O'Driscoll, M., Marsh, N., & Brady, E. (2001). Understanding Workaholism: Data Synthesis, Theoretical Critique, and Future Design Strategies. International Journal of Stress Management, 69-91.

Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). An Expanded Sourcebook Qualitative Data Analysis. New Delhi: Sage Publications.

Morgan, G. (1998). Yönetim ve Örgüt Teorisinde Metafor. (G. Bulut, Çev.) İstanbul: Mess Yayınları.

Müller, W., & Schotter, A. (2010). Workaholics and Dropouts in Organizations. Journal of The European Economic Association, 8(4), 171-743.

Naktiyok, A., & Karabey, C. N. (2005). İşkoliklik ve Tükenmişlik Sendromu. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 19(2), 179-198.

Pan, S.-Y. (2018). Do Workaholic Hotel Supervisors Provide Family Supportive Supervision? A Role Identity Perspective. International Journal of Hospitality Management, 68, 59-67.

Porter, G. (1996). Organizational Impact of Workaholism: Suggestions for Reseaching The Negative Outcomes of Excessive Work. Journal of Occupational Health Psychology, 1, 70-84.

Porter, G. (2006). Profiles of Workaholism Among High-Tech Managers. Career Development International, 11(5), 440-462.

Robinson, B. (2000). Workaholism: Bridging The Gap Between Workplace, Sociocultural, and Family Research. Journal of Employment Counseling, 37, 31-47.

Russo, A. J., & Waters, E. L. (2006). Workaholic Worker Type Differences in Work-Family Conflict, The Moderating Role of Supervisor Support and Flexible Work Scheduling. Career Development International, 11(5), 418-439.

Samuel, R. J., & Wilson, L. M. (2007). Is Presenteeism Hurting Your Workforce? Employee Benefit Plan Review.

Schaufeli, W. B., Shimazu, A., & Taris, T. W. (2009). Being Driven to Work Exceptionally Hard: The Evaluation of a Two-Factor Measure of Workaholism in The Netherlands and Japan. Cross-Cultural Research, 43, 320-348.

Scott, K. S., Moore, K. S., & Miceli, M. P. (1997). An Exploration of The Meaning and Consequences of Workaholism. Human Relations, 50, 287-314.

Shapiro, F. R. (1984, Winter). Coinage of Workaholic. American Speech, 59(4), 375.

Snir, R., Harpaz, I., & Burke, R. (2006). Workaholism in Organizations: New Research Directions. Career Development International, 11(5), 369-373.

Souckova, M., Vaculik, M., & Prochazka, J. (2014, December). Personality Traits and Workaholism. International Journal of Humanities and Social Science, 4(14), 70-79.

Spence, J. T., & Robbins, A. S. (1992). Workaholism: Definition, Measurement, and Preliminary Results. Journal of Personality Assesment, 58(1), 160-178.

Temel, A. (2006, Haziran). Organizasyonlarda İşkolizm ve İşkolik Çalışanlar. "İş, Güç" Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi, 8(2), 104-127.

Ulukök, E., & Akın, A. (2016, Aralık). İşkoliklik ve Kariyer Tatmini. Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi, 1(2), 62-71.

Vodanovich, S. J., Piotrowski, C., & Wallace, J. C. (2007). The Relationship Between Workaholism and Health: A Report of Negative Findings. Organization Development Journal, 25(1), 70-75.

Yüksekbilgili, Z., & Akduman, G. (2015). Kuşaklara Göre İşkoliklik. Adıyaman Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 8(19), 415-440.

Yüksekbilgili, Z., & Akduman, G. (2016). Bireysel Mutluluk ve İşkoliklik İlişkisi. KOSBED, 31, 95-112.

Zohar, D. (2006). On The Vicissitudes of the Study of Workaholism: A Construct at a Crossroad. Career Development International, 11(5), 478-482.

Algılanan Aşırı Niteliklilige İki Yönlü Bakış: Çalışan – Amir Değerlendirmesi

Arzu Özkanan[188]

Full Text

Giriş

Örgütlerin verimliliklerinin sağlanmasında ve varlıklarını devam ettirebilmelerinde işgücü önemli bir paya sahiptir. Bu öneme binaen çalışanların işe en uygun kişiler olmaları bu amacın gerçekleşmesinde önemli hale gelmektedir. Çalışanlar işe uygun kişiler olsalar dahi zamanla kendilerindeki gelişimlerle birlikte daha nitelikli duruma gelebilmektedirler. Bu durum literatürde aşırı niteliklilik olarak adlandırılmaktadır. Aşırı niteliklilik algısı ise çalışanların kendilerinin, yöneticilerinin veya çalışma arkadaşlarının çalışanın niteliklerini işin gereklerinden fazla olarak algılamaları, çalışanların gelişim olanaklarının olmadığı yönündeki algısıdır. Bu çalışma ile algılanan aşırı niteliklilik kavramına kendini nitelikli olarak algılayan kişiler ile çalışanının aşırı nitelikli olarak algılayan amir açısından bakılmış, kendini aşırı nitelikli olarak algılayan kişilerin aslında amiri tarafından aşırı nitelikli olarak görülmediği tespit edilmiştir.

2. Literatür ve Gerekçe

Genel olarak aşırı niteliklilik kişilerin eğitim durumları, yetenekleri gibi sahip oldukları niteliklerin işin gerektirdiklerini aşması durumunu ifade etmektedir. Literatürde aşırı nitelikliliğin, objektif aşırı niteliklilik ve algılanan (sübjektif) aşırı niteliklilik arasındaki ayrım dikkati çekmektedir. Objektif aşırı niteliklilik, çalışanın eğitim düzeyi, deneyimleri, bilgisi, yetenek ve becerilerinden oluşan fiili niteliklerinin işin gerektirdiklerini aşması durumu iken, algılanan aşırı niteliklilik çalışanın, sahip olduğu niteliklerinin işin gerektirdiklerinden fazla olduğu algısıdır.

Algılanan aşırı niteliklilik çalışanın iş gereklerinden fazlasına sahip olduğu veya işi ile ilgili yeni beceriler kazanmasındaki olanakların sınırlı olduğu yönündeki bireysel algısı olarak tanımlanabilir. Çalışanlar ya kendi niteliklerini işin gerekleri ile kıyaslarlar, ya da gelişim fırsatlarının bulunmayışı ve işlerinde özgür olmadıklarını düşünmeleri sebebiyle aşırı niteliklilik algısına sahip olurlar.

Aşırı nitelikli olduğunu algılayan kişi kendi bilgi, beceri ve deneyimlerini düşündüğünde daha fazla beklenti içine girmekte ve bu beklentilerini karşılayamadığında işe karşı olumsuz tutum ve davranışlar sergilemektedirler. Aşırı niteliklilik algısı iş tatminini olumsuz yönde etkilemekte, bilişsel gerilemelere sebep olmakta, örgüte olan bağlılığı azaltmakta hatta işten ayrılmalara neden olabilmektedir. Tüm bu örgütsel sonuçların yanı sıra çalışanlarda stres, depresyon, konsantrasyon bozukluğu, sağlıklı düşünememe gibi kişisel olumsuzluklarda beraberinde yaşanmaktadır.

Bu çalışmanın sonuçlarından hareketle, aşırı niteliklilik algısına sahip çalışanlar, belirli süre sonra gelişimlerini durdurarak, artık durağan bir iş anlayışına bürünmektedirler. Aynı zamanda bu çalışanlar amirleri tarafından nitelikli olarak değerlendirilmemektedirler.

[188] Öğr.Gör.Dr., arzuozkanan@gmail.com, Süleyman Demirel Üniversitesi, Uzaktan Eğitim Meslek Yüksekokulu, Büro Hizmetleri ve Sekreterlik Bölümü Isparta/Türkiye

3. Metot

3.1. Araştırmanın Çalışma Grubu ve Veri Toplama Tekniği

Araştırmanın amacı, algılanan aşırı niteliklilik kavramını kendini aşırı nitelikli olarak algılayan kişilerden ve amirlerinden elde edinilen bulgular ışığında değerlendirmektir. Kişiler kendilerini aşırı nitelikli olarak değerlendirirken amirleri tarafından da aynı şekilde değerlendirilip değerlendirilmediğini ortaya koymaktır.

Araştırma, algılanan aşırı niteliklilik kavramının yeteri kadar araştırılmamış olması ve sadece çalışanların kendilerini değerlendirmelerinin yanı sıra amirlerinin de görüşlerinin alınması bakımından önemlidir. Bu kapsamda araştırma iki yönlü bir bakış açısı sunmaya çalışmaktadır. Araştırma kapsamında çalışanların hem kendi algıları hem de amirlerinin algıları nitel metotla tespit edilmiştir. Bu amaçla Süleyman Demirel Ü.'nde görev yapmakta olan, aşırı niteliklilik algısı bulunduğu düşünülen 11 kişi ve bu kişilerin amirleri ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Toplamda 22 görüşmede katılımcılar kartopu örnekleme yöntemi ile belirlenmiş olup, verilerin doygunluğa ulaşması ile görüşmeler sonlandırılmıştır. Elde edilen veriler Nvivo programı ile analiz edilmiştir.

3.2. Bulgular

Katılımcıların amirleri ile birlikte çalıştıkları süreler en az 1 en çok 27 yıl olmak üzere ortalama 12 yıldır. 12 yıl amirlerin çalışanlarını değerlendirmeleri ve tanıyabilmeleri için yeterli görülmektedir.

Görüşmeler sonucunda aşırı niteliklilik algısına yönelik hem çalışanlardan hem de amirlerinden elde edilen veriler şu şekildedir:

Tablo 1. Aşırı Niteliklilik Algısı Verileri

Çalışan	Çalışanın Aşırı Niteliklilik Algısı	Amir	Amirin Çalışana Yönelik Aşırı Niteliklilik Algısı	Çalışanın Amirine Yansıttığı Aşırı Niteliklilik algısı	Birlikte Çalışma Yılı
Ömer Bey	Niteliklerim çok fazla.	Fatma Hanım	Niteliksiz bir çalışan. Zor anlar ve yönlendirmeden iş yapamaz.	Kendini çok çok nitelikli görür. Ama hiç de değildir. En basiti bir izin isteyecek birlikte gidelim, daha iyi ifade ederim der.	9 yıl
Hülya Hanım	Burada çoğu niteliğim atıl durumda	Hanife Hanım	İş yapabilir kapasitede ama kendini yetersiz görür.	Kendini yetersiz görür ve sürekli sızlanır.	1 yıl
Kadir Bey	Fazlasıyla nitelikliyim.	Sultan Hanım	İyidir ama tam nitelikli değildir. Ama kendini fazlasıyla nitelikli görür.	Kendini yeterli görür.	25 yıl

Havva Hanım	Yaptığım işin gerektirdiği kadar niteliğim yok. Çok gerideyim.	Fatma Hanım	Nitelikleri yaptığı işi için yeterlidir.	Kendini üstün bile görür. Başkalarını eleştirir.	11 yıl
Melek Hanım	Kesinlikle buraya fazlayım. Çok çok iyiyim.	Zehra Hanım	Yaptığı iş için yeterli bile değildir.	Kendini nitelikli görür.	4 yıl
Yasemin Hanım	Yaptığım işten fazla niteliğe sahip değilim.	Şerife Hanım	Deneyimli bir personeldir. Çok çok yeterlidir.	Nitelikli görür.	15 yıl
Zeliha Hanım	Niteliksizim.	Fatma Hanım	Yeterlidir. Fazla niteliğe sahip denilemez ama iş için yeterli niteliktedir.	Ben az iş yapıyorum. Ben vasatım der ama daha çok iş yapar. Kendini niteliksiz görür.	12 yıl
Esra Hanım	Hazırbulunuşluluğum gayet iyi. Nitelikliyim. Ancak burada az iş var. Çoğu niteliğimi kullanamıyorum. Kendimi işe yaramaz gibi hissediyorum.	Hatice Hanım	Her konuda nitelikli demek yanlış olacaktır. Eğitimli ancak çok fazla gelişime açık bir çalışan değildir.	Kendisini aşırı nitelikli görür. Sürekli ben yükseklisans yaptım, herkesten daha eğitimliyim, der. Bize hesap sorar.	3 yıl
Recep Bey	Normalin üstünde iş yapıyorum. Fazlayım burası için	Elif Hanım	Mükemmel bir çalışan. Yaptığı iş için fazla niteliklidir.	Niteliklerinin farkındadır.	27 yıl
Fadime Hanım	Kurumdaki sayılı kişilerdenim. Uzmanım artık. Buraya niteliklerim fazla geliyor.	Hatice Hanım	Nitelikli, deneyimli bir çalışandır. Ancak herşeyi bildiğini düşündüğünden bilmediklerini kaçırır. Gelişime kapatmıştır kendini.	Herşeyi doğru bildiğini düşünür.	20 yıl
Mahmut Bey	İşe başladığımda yeterli değildim. Eğitimim vardı ancak herşeyi burada öğrendim. Nitelikli oldum denilebilir. Yaptığımız iş ile ilgili bilgi almak için başka birimlerde aynı işi yapanlar beni ararlar.	Elif Hanım	Nitelikleri tamdır. Gelişimini devam ettirir. Öğrenir, araştırır. Niteliklerini arttırır.	Kendini nitelikli görür ve bunu benimle paylaşır.	3 yıl

Tablo 1'de görüldüğü gibi sadece 4 çalışan, amiri ve amire yansıttığı aşırı niteliklilik algısı aynı yönde, 4 çalışan kendini aşırı nitelikli görürken, amirleri tarafından niteliksiz olarak tanımlanmış ve bu kişiler amirlerine kendilerini aşırı nitelikli olarak yansıtmaktadırlar. 1 kişi kendini niteliksiz olarak tanımlarken, amiri tarafından nitelikli olarak tanımlanmakta ve çalışan dışarıya kendini nitelikli olarak yansıtmaktadır. 1 çalışan ve amiri aşırı nitelikli algısına sahipken, çalışan kendini niteliksiz olarak yansıtmaktadır. Son olarak 1 çalışan kendini niteliksiz olarak tanımlayıp, dışarıya da bu şekilde yansıtırken, amiri tarafından aşırı nitelikli olarak değerlendirilmektedir.

Çalışanlara ve amirlerine performansların nasıl olduğunu sorduğumuzda çalışanlar ve amirlerden 5 tanesi performans değerlendirmesini aynı şekilde yapmışlar diğerleri ise şu şekildedir:

Tablo 2. Çalışanların Performans Verileri

Çalışan	Çalışanın Kendi Performansını Değerlemesi	Amir	Amirin Çalışan Performansını Değerlemesi	Birlikte Çalışma Yılı
Fadime Hanım	% 100'den fazla	Hatice Hanım	% 60	20 yıl
Zeliha Hanım	Çok kötü her şeyi yapamam, beceremem.	Fatma Hanım	Gayet iyi performansı vardır. Birçok kişiden daha iyi çalışır.	12 yıl
Esra Hanım	Performansım iyidir. Verilen her işi yaparım.	Hatice Hanım	Yetersizdir. Çok fazla iş yapmaz. İşten önce molaları düşünür.	3 yıl
Ömer Bey	Ben kendi reklamımı yapmayayım. Ama amirlerim iyi olduğumu söylerler.	Fatma Hanım	Eğer yönlendirirseniz ve hatırlatırsanız işi yapar. Kendisi tek başına iş yapamaz.	9 yıl
Havva Hanım	Performansım kötüdür. Çok fazla işlere adapte olamıyorum. Anlamakta dahi güçlük çekiyorum.	Fatma Hanım	Performansı iyidir. Başkalarına dahi bir şey anlatsak hemen gelir öğrenmeye çalışır. İsteklidir, hızlıdır.	11 yıl

Katılımcılardan elde edilen diğer bir bulgu ise çalışanların işlerinden ve işyerlerinden memnuniyetleri olmuştur. Bu noktada 7 çalışan ve amiri aynı görüş bildirerek memnun olduğunu, 1 çalışan ve amiri aynı görüş bildirerek memnun olmadığını belirtmişlerdir. 3 çalışan memnun olduğunu belirtirken, amirleri memnun olmadığını belirtmişlerdir.

Amirin dikkati çeken ifadesi şu şekildedir:

"Kadir Bey, kendini yeterli görüp de yeterli bulunmadığı için memnun değildir." (Sultan Hanım, Birlikte çalışma yılı 25)

"Esra Hanım, aslında işinden ve işyerinden memnun. Ancak memnun olmadığını söyler." (Hatice Hanım, Birlikte Çalışma Yılı 3).

Son olarak çalışanlara ve amirlerine kişilerin kendilerini geliştirme durumları sorulmuştur. Bu konudaki görüşler aşağıdaki tabloda belirtilmiştir.

Tablo 3. Çalışanların Kendilerini Geliştirme Verileri

Çalışan	Çalışanın Kişisel Gelişim Değerlendirmesi	Amir	Amirin Çalışanın Gelişimini Değerlendirmesi	Birlikte Çalışma Yılı
Ömer Bey	Kendimi geliştiririm. En basiti dilekçelere bile yeni yeni örnekler hazırlarım.	Fatma Hanım	Geliştirme şurada dursun ses çıkarmasam geriler bile.	9 yıl
Hülya Hanım	Artık gelişmek dahi zor geliyor. Bildiklerim ile yetiniyorum.	Hanife Hanım	Kendini çok fazla geliştirmez. Olan nitelikler ile yetinir.	1 yıl
Kadir Bey	Burada işler rutin olduğu için gelişme fırsatım yok.	Sultan Hanım	Eksiği araştırmaz. Yeni bir şeyler dahil etmez. Yenilikçi değildir. Sorumluluk almaz.	25 yıl
Havva Hanım	Öğrenmek ve gelişmek gibi çabam yok.	Fatma Hanım	Geliştirir. Öğrenmeye çaba gösterir.	11 yıl
Melek Hanım	Çok gelişiyorum.	Zehra Hanım	Kendini geliştirir. Hırslı ve azimlidir. Gitmesi gereken çok yolu var. Ancak özgüveni fazla olduğu için eksikliklerini göremez.	4 yıl
Yasemin Hanım	Geliştiriyorum.	Şerife Hanım	Çok yenilikçi değildir. Verilen işi yapar o kadar.	15 yıl
Zeliha Hanım	Kendimi geliştiremedim.	Fatma Hanım	Geliştirir. Öğrenmek ister sürekli takip eder.	12 yıl
Esra Hanım	Burası benim için sadece deneyim oldu. Ama ben burada yaptığım tüm işleri zaten biliyordum.	Hatice Hanım	Kendini geliştirir. Ama kendisi bu konuda istekli değildir.	3 yıl
Recep Bey	Kesinlikle çok geliştim.	Elif Hanım	Bilmediği bir şey varsa işin uzmanını bulur, öğrenir ve yapar.	27 yıl
Fadime Hanım	Artık gelişmiyorum. Aynı yerde duruyorum. Gelişecek durumda kalmadı. Benden daha iyi bilen yok. Herşeyi biliyorum.	Hatice Hanım	Geliştirir kendini. Çaba gösterir.	20 yıl
Mahmut Bey	Kesinlikle çok fazla geliştim. Burada birçok nitelik kazandım.	Elif Hanım	Hemen araştırır, öğrenir.	3 yıl

4. Sonuç

Aşırı niteliklilik algısına sahip çalışanlar, amirleri tarafından aşırı nitelikli olarak görülmemektedirler. Aynı zamanda bu algıya sahip olan çalışanlar, belirli süreler sonunda kendilerini geliştirmeyip, küskünlük yaşayarak durgun duruma gelmekte ve amirleri tarafından düşük performanslı olarak görülmektedirler. Diğer taraftan amirleri tarafından aşırı nitelikli olduğu düşünülen ancak kendisini tam anlamıyla nitelikli olarak değerlendirmeyen çalışanlar da bulunmaktadır. Bu durumda çalışanların kişilik özellikleri ve gelişmeye olan istekleri ile açıklanabilmektedir.

Diğer taraftan bu durumda yaşanan olumsuzlukları ortadan kaldırabilmek için öncelikle önemi bilinmesine ve uygulamada yapılıyormuş gibi olmasına rağmen her zaman tam uygulamaya geçirilemeyen iş analizleri hayata geçirilmeli ve işlevsellik kazandırılmalıdır. Böylelikle iş gereklerine uygun olan kişilerin istihdamı ve gelişimi daha kolay olabilecektir. Bu durum aynı zamanda verimi artıracak ve işgörenler ile amirleri arasındaki uyumu artıracaktır. Kendini aşırı nitelikli olarak algılayan kişilerin eksiklikleri olması halinde bunun farkına varmaları sağlanmalıdır. Böylece işgörenlerin durağan duruma gelmeleri engellenebilecek ve amirlerin bu kişilerden en üst düzeyde verim alabilmeleri sağlanacaktır. Amirlerin görüşleri doğrultusunda iş görenin yaptığı işin üzerinde bir niteliğin olması durumunda iş gören niteliği doğrultusunda bir göreve verilebilecektir. Bu durum çalışanın kariyer gelişimi olanaklarının var olduğunu görmesi ile birlikte hem kendinin hem çalışma arkadaşlarının motivasyonunu artıracaktır.

Anahtar Kelimeler: Algılanan Aşırı Niteliklilik, Aşırı Niteliklilik Türleri, Çalışan – İş Uyumu, Kendini Geliştirme, Nitel Araştırma

JEL Codes: J24, J28, J63, J64, M12, O15

Kaynakça

Akın, A., & Ulukök, E. (2016). Fazla Nitelikliliğin Bireysel ve Örgütsel Sonuçlarının İncelenmesine Yönelik Kavramsal Bir Değerlendirme. İşletme Araştırmaları Dergisi, 8(4), 71-86.

Aksoy, C., Aslantaş, M., & Arslan, V. (2016). Adaletin Çalışma Hayatındaki Yansıması: Örgütsel Adalet. International Journal of Innovative Strategical Social Research, 1(1), 19-32.

Bracke, P., Pattyn, E., & von dem Knesebeck, O. (2013). Overeducation and Depressive Symytoms: Diminshing Mental Health Returns to Education. Sociology of Health&Illness, 35, 1242-1259.

Brynin, B., & Longhi, S. (2009). Overqualification: Major ve Minor Mismatch? Economics of Education Review, 28(1), 114-121.

Burke, R. J. (1997). Correlates of Under-Employment Among Recent Business School Graduates. International Journal of Manpower, 18, 627-635.

Büchel, F. (2002). The Effects of Overeducation on Productivity in Germany: The Firms' Viewpoint. Economics of Education Review, 21, 263-275.

Büchel, F., & Battu, H. (2002). The Theory of Differential Overqualification: Does It Work? Discussion Paper Series, 511, 1-24.

Erdogan, B., & Bauer, T. N. (2009). Perceived Overqualification and Its Outcomes: The Moderating Role of Empowerment. Journal of Applied Psychology, 94(2), 557-565.

Erdogan, B., Bauer, T. N., & Karaeminogullari, A. (2017). Overqualification in the Workplace. Oxford Research Encyclopedia of Psychology, 1-32.

Erdogan, B., Bauer, T. N., Peiro, J. M., & Truxillo, D. M. (2011). Overqualified employees: Making The Best of a Bad Situation For Individuals and Organizations. Industrial and Organizational Psychology: Perspectives on Science and Practice(4), 215-232.

Feldman, D. C. (1996). The Nature, Antecedents and Consequences of Underemployment. Journal of Management, 22, 385-407.

Fine, S., & Nevo, B. (2008). Too Smart for Their Own Good? A Study of Perceived Cognitive Overqualification in the Workforce. The International Journal of Human Resource Management, 19, 346-355.

Frank, R. H. (1978). Why Women Earn Less: The Theory and Estimation of Differential Overqualification. American Economic Review, 68(3), 360-373.

Freeman, R. (1976). The Overeducated American. Academic Press.

Green, F., & Zhu, Y. (2010). Overqualification, Job Dissatisfaction, and Increasing Dispersion in The Returns to Graduate Education. Oxford Economic Papers, 62, 740-763.

Hu, J., Erdogan, B., Bauer, T., Jiang, K., Liu, S., & Li, Y. (2015). There are Lots of Big Fish in This Pond: The Role of Peer Overqualification on Task Significance Perceived Fit and Performance for Overqualified Employees. Journal of Applied Psychlogy, 100(4), 1228-1238.

Hultin, H., Lundberg, M., Lundin, A., & Magnusson, C. (2016). Do overeducated Individuals Have Increased Risks of Ill Health? A Swedish Population-Based Cohort Study. Sociology of Health&Illness, 38, 980-995.

Johnson, G. J., & Johnson, W. R. (1996). Perceived Overqualification and Psychological Well-Being. Journal of Social Psychology, 136, 435-445.

Johnson, G. J., & Johnson, W. R. (1997). Perceived Overqualification, Emotional Support, and Health. Journal of Applied Social Psychology, 27(21), 1906-1918.

Johnson, G. J., & Johnson, W. R. (2000). Perceived overqualification, positive and negative affectivity, and satisfaction with work. Journal of Social Behavior & Personality, 15(2), 167-184.

Johnson, G. J., & Johnson, W. R. (2000a). Perceived Overqualification and Dimensions of Job Satisfaction: A Longitudinal Analysis. Journal of Psychology, 134, 537-555.

Johnson, W. R., Morrow, P. C., & Johnson, G. J. (2002). An Evaluation of a Perceived Overqualification Scale Across Work Settings. The Journal Of Psychology, 136(4), 425-441.

Johnston, R., Khattab, N., & Manley, D. (2015). East Versus West? Overqualification and Earnings Among The UK's European Migrants. Journal of Ethnic and Migration Studies, 41, 196-218.

Khan, L. J., & Morrow, P. C. (1991). Objective and subjective underemployment relationships to job satisfaction. Journal of Business Research, 22(3), 211-218.

Lobene, E., & Meade, A. W. (2010). Perceived Overqualification: an Exploration of Outcomes. 25. Annual Meeting of the Society for Industrial and Organizational Psychology (s. 1-7). Atlanta: GA.

Luksyte, A., & Spitzmueller, C. (2011a). Overqualified Women: What Can Be Done About This Potentially Bad Situation? Industrial and Organizational Psychology, 4, 256-259.

Luksyte, A., Spitzmueller, C., & Maynard, D. C. (2011). Why do overqualified incumbents deviate? Examining Multiple Mediators. Journal of Occupational Health Psychology, 16, 279-296.

Maltarich, M. A., Reilly, G., & Nyberg, A. J. (2011). Objective and Subjective Overqualification: Distinctions, Relationships, and a Place For Each in the Literature. Industrial and Organizational Psychology: Perspectives on Science and Practice(4), 236-239.

Maynard, D. C., & Parfyonova, N. M. (2013). Perceived Overqualification and Withdrawal Behaviours: Examining The Roles of Job Attitudes and Work Values. Journal of Occupational and Organizational Psychology, 86(3), 435-455.

Maynard, D. C., Brondolo, E. M., Connelly, C. G., & Sauer, C. E. (2015). I'm Too Good for This Job: Narcissism's Role in the Experience of Overqualification. Applied Psychology: An International Review, 64(1), 208-232.

McKee-Ryan, F. M., Virick, M., Prussia, G. E., Harvey, J., & Lilly, J. D. (2009). Life After The Layoff: Getting a Job Worth Keeping. Journal of Organizational Behavior, 30, 561-580.

Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). An Expanded Sourcebook Qualitative Data Analysis. . New Delhi: Sage Publications.

Roh, Y. H., Chang, J. Y., Kim, M. U., & Nam, S. K. (2014). The Effects of Income and Skill Utilization on the Underemployed's Self-Esteem, Mental Health, and Life Satisfaction. Journal of Employment Counseling, 51, 125-141.

Szydlik, M. (2002). Vocational Education and Labour Markets in Deregulated, Flexibly Coordinated and Planned Societies. European Societies, 4, 79-105.

Ünsal Akbıyık, B. S. (2016). Otelcilik Sektöründe Algılanan Aşırı Nitelikliliğin Görev Perpormansına Etkisi: Alternatif İş Fırsatlarının Biçimlendirice Değişken Rolü. Journal of Tourism Theory and Research, 2(1), 19-29.

Wald, S. (2005). The Impact of Overqualification on Job Search. International Journal of Manpower, 26(2), 140-156.

Yıldız, B., Özdemir, F., Habip, E., & Çakı, N. (2017). Aşırı Nitelikliliğin İşten Ayrılma Niyeti Üzerindeki Etkisinde Kolektif Şükranın Moderator Etkisi. Örgütsel Davranış Araştırmaları Dergisi, 2(2), 40-61.

Avrupalılık Kimliğinin 3'lü Sacayağı: Hristiyanlık, Yunan Bilimi Ve Roma İmparatorluğu

Büşra Avşar

Full Text

GİRİŞ

Doğu-Batı medeniyetlerinin ilişkisini oluşturan olay ve olgular, kültürel kimliklerin derinleşmesinde vücut bulmuş ve günümüze kadar süren etkileşimlerinde olumlu-olumsuz yönde birbirlerini etkilemiştir. Yüzlerce yıl savaşlar, mücadeleler, diplomasi ilişkilerinin yer aldığı Avrupa-Doğu ilişkileri politik psikolojide açıklanan "kimlik" ve "öteki" kavramlarının konumlandırılmasıyla açıklanacaktır. Bu medeniyetlerde ele alacağımız konu Avrupa-Türkler kapsamında değerlendirilecek olup, bu ikilinin tarihsel algısını oluşturan Avrupalılık kimliğinin varlığı, etkisi sorgulanacaktır. Osmanlı-Bizans topraklarının kültürel mirasçısı olan bu iki medeniyet temsilcisinin bugünkü ilişkilerinde yatan derin tarihsel algının içinde Avrupalılık kimliğinin yeri tartışılacak ve bu kimliğin oluşumunda etkili olan argümanlar analiz edilecektir. Bugün Türkiye-Avrupa Birliği ilişkilerinin sosyolojik değerlendirmelerine de çerçeve oluşturan ötekilik kavramında Avrupalılık kimliğinin yeri, çalışmanın konusunu oluşturmaktadır. Yapılan literatür taramasıyla Avrupalılık kimliğinin günümüz Doğu ilişkilerindeki yeri değerlendirilecektir.

Doğu-Batı İlişkilerinde Avrupalılık Kimliği'nin Yeri

Politik psikolojinin çalışma alanı olarak kimlik oluşumunu belirleyen "öteki"lik olgusu, günümüzde dünya düzenini belirleyen önemli parametrelerden biridir. Kendini merkezileştirmeyle oluşturulan "öteki"yi belirlemede, en üstün etmen kimlik olduğu için siyasetin sosyolojik ve psikolojik yönden önemli bir çalışma alanında yer almaktadır. Devletlerin iç ve dış politikalarında belirleyici niteliğe sahip olan "kimlik" argümanı, Doğu-Batı konumlandırılmasında da önemli yer tutmuş ve popülerliğini korumuştur. Türkiye-Avrupa Birliği (AB) ilişkilerinde hukuksal ve iktisadi kriterlerin yanı sıra toplumsal entegre sorununun temelinde *kimlik* yer almaktadır. Bireylerin üst kimliğini belirleyen ortak çıkarlar, ortak geçmiş, ortak travma ve seçilmiş zaferler, "biz"i ve "öteki"ni şekillendirmede en etkili araç olarak karşımıza çıkmaktadır. Vamık Volkan'ın tanımladığı "öteki"lik olgusunu açıklayan Çevik, mağduriyet psikolojisi, seçilmiş travma ve zaferler aracılığıyla nesilden nesile aktarılan üst kimliğin sürecine değinmiş ve Türkler-Avrupalılar arasında yaşanan örnekler vermiştir. (Çevik, 2010:53,59)

Avrupalılık kimliğinin 3 argümanı olarak açıklanan Hristiyanlık, Yunan Bilimi ve Roma İmparatorluğu etkisi aşama aşama etkileşim haline girmiş ve bu üst kimliğin oluşmasında yer almıştır. Avrupa'nın coğrafî olarak merkeziyet algısıyla beraber Avrupalılık kimliği, sosyo-psikolojik olarak analiz edildiğinde *onlar* ve *biz*i keskin bir biçimde ayrıştıran argümandır. Bu üst kimliği belirleyen argümanlar da yüzlerce yıl öncesine dayanan ve kıtada ortak değerlerin

oluşmasında etkili olan Roma İmparatorluğu, Hristiyanlık ve Yunan bilimi şeklinde ifade edilmektedir. Avrupa tarihinin gelişiminde bu 3 argümanın birleşmesi, Rönesans döneminde kendi içlerinde yüzleşmesi, Haçlı seferlerindeki etkisi ve günümüz Avrupa –özellikle Batı Avrupa ve Avrupa Birliği- ülkelerinin dış politika anlayışında zaman zaman komplo teorisi olarak algı yaratılsa da psikopolitik anlayışta Avrupalılık kimliğinin öteki'yi belirlemesinde önemli yer tutmaktadır. Bu karışımı oluşturan argümanlar Roma İmparatorluğu'nu istila eden Cermenler Savaşçıları'nın Yunan ve Roma Bilimi'ni muhafaza eden Roma Hristiyan Kilisesi'ni desteklemesi öncülüğünde 15. yüzyıla kadar devam etmesiyle derinleşmiştir. (Hirst, 2011;34) Akıl çağının etkisiyle sorgulanan dini değerlerin etkisi 15. yüzyılla birlikte "gözle görülür" şekilde dağılsa da tarihsel algının nesilden nesile aktarılması ve üst kimliğin diri tutulması "gözle görülmeyen" bu etmenlerin Avrupalılık kimliğindeki etkisini göstermektedir. Avrupa'da birlik fikrinin var olduğu 16. yüzyılda çizilen haritada kadın figüranın kafası ve gövdesi Batı Avrupalı temelli bir Birliği temsil etmektedir. Türkiye'nin Birliğe alınma sorunsalının Rönesans'tan bu yana sorgulandığını ifade eden Ortaylı, birliği dini miras şeklinde yorumlamıştır. (Ortaylı, 2017:1, 114) Çalışmada din faktörünün etkisi üzerinde daha fazla durulmakla birlikte Batı Avrupa'nın yüzlerce yıl önce de hayalini kurduğu "Hristiyan Birliği İdeası" bugün kendi içindeki ikilemini Rusya ile olan ilişkilerinde göz önüne sermektedir. Avrupalılık kimliğinde din faktörü önemli yer tutarken; dünyanın önemli Hristiyan nüfusunu barındıran Rusya, Hristiyanların Köylüsü olarak görülmüş; Şark ülkesi ve eski güçlerden biri olduğu için bu birliğin dışında kalmış, "öteki" olarak konumlandırılmıştır. Burada "öteki"nin sadece İslam olmaması, din birliğinin de tam anlamıyla bu sac ayağında bir derinlik kazanamadığının göstergesi olarak ifade edilebilir. Diğer bir deyişle, sadece Hristiyan Birliği olarak ifade edilemeyeceği; sacayağını oluşturan 3 argümanın Avrupalılık kimliğinde derinleştiği görülmektedir.

Sonuç

Türkiye'nin yarım asırı geçen Avrupa Birliği üyelik serüveninde Batı medeniyeti ile kültürel miras sahibi olduğu medeniyetlerin bin yıla yakın ilişkileri dikkate alındığında üst kimliği belirleyen seçilmiş travma ve zaferler, Doğu-Batı arasındaki "öteki"lik kavramını ortaya koymuştur. Bizans-Osmanlı dönemi süren diplomatik süreçler medeniyetlerin birbirlerini tehdit olarak görmesi ile Batı içinde Avrupalılık kimliğinin oluşumunda derinleşen Yunan Bilimi, Hristiyanlık ve Roma İmparatorluğu olmuştur. Bu argümanlar 1400lü yılların ardından gözle görülür şekilde ayrışsa da toplum içindeki üst kimlikte diri kalmış ve bugün Birliğe kabul edilmemenin tarihsel algı sebebi olarak görülmektedir. Hristiyan Birliği olarak yorumlansa da Rusya'nın bu birliğin dışında kalma sebebinin aslında Avrupalılığı oluşturan faktörlerin etkisi olduğu sonucuna erişmek mümkündür.

Anahtar Kelimeler: Avrupalılık, Kimlik, Öteki, Hristiyanlık.

KAYNAKÇA

Çevik, A. (2010).*Politik Psikoloji*,4. Baskı, Ankara:Dost Yayınevi.

Delanty, G. (2014).*Avrupa'nın İcadı: Fikir, Kimlik, Gerçeklik*, 4. Baskı,(Çev.)İnaç, H., Ankara: Adres Yayınları.

Geary, P.J. (2017)*Uluslar Miti Ve Avrupa Kimliği*,(Çev.) Sümer, Ç., İstanbul: Yazılama Yayınevi.

Habermas, J. (2017).*Öteki Olmak Ötekiyle Yaşamak*, 9. Baskı, (Çev.) Aka, İ., İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Hirst, J.(2011).*Kısa Avrupa Tarihi*, (Çev.) Doğan, M.,İstanbul: Say Yayınları.

Kalın, İ. (2013).*İslâm Ve Batı*, 4. Basım, İstanbul:İSAM Yayınları.

Ortaylı, İ. (2017).*Avrupa Ve Biz*, 13. Basım,İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Effect of Big Data and Data Analytics on Continuous Auditing Applications

Adnan Sevim[189]

Full Text

Introduction

Businesses want to see the results of their research shortly and use their benefits immediately because today's sense of competition never accepts backing away from competitors and requires constant change and transformation. In this context, opportunities can be captured, business processes improved and research and development activities can be tracked faster with the help of big data. In addition, analyzing such data and using it in strategic decisions increases business performance and makes risks more manageable. As a result of these efforts, significant increases in firm value can be achieved by achieving significant gains in terms of revenue growth, cost reduction, innovation and productivity. However, accounting staff with analytical thinking and technical skills who can apply the data analysis will also guide all these applications in the future and have a share in the strategic decisions of the business. Therefore, in this case, the data will be handled with expert system software, will be handled on the frame that will affect the results, the effect on the decision making process will be evaluated and the data sets will be subjected to the enriched review processes and continuous audit will be provided.

Data Analytics in Businesses

Thanks to the possibilities offered by big enterprises, enterprises have gained considerable ease of control both in terms of internal control and audit. Especially with budget preparation and accuracy in estimates, resource utilization has become more efficient. In addition, thanks to the software used, making different analyzes, understanding the predictions about the future and monitoring the audit processes ensures that the information produced by the operator is of better quality and that this information can be presented at the desired place at any time. In addition, it is easy to avoid malicious uses, to prevent misuse of assets, and to make tricks easier to detect with digital applications. For example; In order to measure the risks of the auditors in advance, it is necessary to examine the serious amount of files. Nowadays, by performing the data analysis, both the risks can be measured more easily and quick solutions with technical superiority are produced. This is made possible by the configuration of the information technology of the advanced information technologies and the enrichment of the data with their own expert systems.

Data Analytics and Continuous Auditing

Data analysis refers to structuring financial and non-financial data in decision-making processes. The meaning here is far more than the preparation and presentation of financial statements is the product of an approach that includes detailed analysis of the future that shows the performance of the businesses and targets value maximization. In this context, the development of models from financial information, taking strategic management decisions and

[189] Anadolu Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Muhasebe ve Finansman Anabilim Dalı, asevim@anadolu.edu.tr

focusing on productivity enhancing activities constitute the cornerstones of the data analysis. In addition, redesigning the information processing processes is an important factor that reduces both the cost of obtaining reliable and timely information and the need for transformation. By shortening the processing time of the data, analyzing the real time data and analyzing the automatic system software, the information and documents that are essential to be obtained can be easily obtained and the inspection time. Hence, thanks to intelligent technologies; As the activities such as comparison, confirmation, observation, modeling and decision making are carried out rapidly, the possibility of continuous supervision is also easily established.

To acquire targeted real-time data through continuous auditing and to realize this automatically with information systems. The results of these transactions affect the financial performance of the operator and are directly reflected in the financial reports. For this reason, businesses should first monitor their performance and improve their processes. Furthermore, thanks to the managers who can use the information analytically, they should formulate future predictions and support the estimates in the closest way by analyzing statistics. Enterprises that use data analytics, value transparency and accountability, support evidence at a reasonable level of assurance and better define risks will both stand out from their competitors who will implement continuous auditing.

The best way to achieve continuous auditing is to implement and use its methodology. Performing data analysis, making the best use of the system and getting data about the events requires the existence of an integrated system. Businesses that allow simultaneous data generation and can process and use these data instantaneously can easily predict the basic results with the help of modeling of the data and foresee the results.

Impact of Data Analytics on Continuous Audit Practices

The impact of data analysis on continuous audit practices is manifested in many areas of the operator. In addition, the presence of a well-designed system will be a factor in increasing the utility of the data analysis. Many of today's technological processes and feedback methods are incredibly transferring data to businesses, and what an operator needs to do is to process this data and include it in the best. The obtained data can provide quality information to the internal and external auditors to understand the risks of the operator and to determine their problems (Yichuan, 2018). Big data analysts are configuring data for business managers and moving from there instantly via e-mail, social networks, videos and voices.

Businesses can bring significant losses if they face problems in purchasing and payment systems and missed errors and tricks. For example, the use of data analytics for defective payment records, multiple payments, billing errors, unusual increases in fees, manipulation of payroll data, unauthorized payments to suppliers, and incidents that cause employees to pay more than one salary is sufficient to minimize all these. In addition, statistical techniques such as regression, trend analysis, account reconciliation, and ratio analysis can be made easier by using the existing data and can be delivered instantly to the managers by being supported visually.

Databases are one of the most important sources of information that businesses have. The customer information held here, market research results, sales and profitability information of the past periods and determinations related to the situation of the competitors can be easily

revealed and used by means of continuous audit techniques. In addition, past data are supported by online data, making it possible to make the best predictions about the current situation and the future in the best way possible. Thus, it will be possible to determine the customers' satisfaction and the preferences of the customers according to the characteristics of the accounts and the sales, the instant control of the customer limits, the characteristics of the customer or service. In addition to this, customer groups that provide great support to profitability are identified and policies towards them can be applied and customer loyalty is being tried to be increased.

Collecting, processing and reporting information facilitates the control of business processes and supports the production of quality information by taking on a role that enhances data security. In this context, data analytics can also be used to identify possible losses or societies that may arise in the operational processes of enterprises. Therefore, thanks to the continuous audit, it is possible to manage the sensitivity of the financial situation of the company to the economic development and risks to be managed in the best way, and it is easier to prevent the abuses. In the same way, analysis of the past and current structure helps to better plan for the future, makes it easier to make accurate estimates, and helps improve business processes. Because, it is one of the critical success factors to manage the processes in operation in a planned and careful manner, to determine special policies for the users in the system and to eliminate the information needs with authorized accessibility.

Data analytics, risk management and monitoring of activities provide significant benefits to businesses. Thanks to the signs that can be expressed as early warning systems, both business managers and employees will be able to respond instantly to changes in development. This will help change priority issues and prevent significant losses that can be experienced under continuous supervision. Thus, ongoing audit quality will change the way business is done and will allow personal and financial information to be accessed at any time and place. The transfer of reports, images and voices to the other side via the Internet is instantaneous and reliable information source with real time data transfer system. Continuous auditing will help ensure that audit evidence can be continuously monitored, monitored, analyzed and transmitted quickly, helping to achieve predefined goals by increasing operational performance.

The close relationship between data analytics and artificial intelligence allows instant supervision of the operator with the help of completion ratios in the control of raw materials, semi-finished products and products. Besides, the technical problems that occur in production are eliminated immediately and the continuity without causing any trouble is passed through intelligent production systems. In addition, capacity utilization has become possible with the technological development of internet and intelligent machines, control of technical and practical capacities, real-time transmission of the warnings from these machines, and ensuring the sustainability of the system with the fastest and most suitable production facilities. At the heart of all these developments and developments, it should not be forgotten that the human factor is the reason that the system gives attention to the importance of the human factor in the control of the system to transfer information to the people and to have instant access to this information. Therefore, managers are always informed of the operations of the company and continuous monitoring of the system with intelligent technologies ensures that the audit activities are carried out in the most economical and appropriate manner, but they also make important contributions to efficiency and efficiency in the activities.

Keywords: Big Data, Data Analytics, Information Technologies, Continuous Auditing

JEL Codes: C88, C81, C82, M42

Conclusion

The technological advancement and machine learning possibilities enable enterprises to control all operations under the continuous supervision without controlling their core areas of activity. In this context, smart systems provide important opportunities for big data and data analytics businesses, in order to protect the assets, but also to increase the efficiency of the activities. In addition, unstructured data becomes more useful in the direction of business needs, and information technologies are used to direct the unstructured data to managers, which in turn increases the competitiveness of the operator and increases its continuity. It is possible to recognize new opportunities immediately and pass the decisions through decision making processes and make decisions with the best possible evaluation of the possibilities. The use of big of data, data analysis and their reflection into operational activities provides important advantages in the identification and management of the risks of using these real-time data in decision support systems. Therefore, the fact that the data analytics methodology is used in business applications and the system is continuously supported with smart technologies will contribute to productivity increase by providing continuous control of business activities.

References

ACCA. (2016). The Big Data effect. http://www.accaglobal.com/gb/en/student/sa/features/big-data.html

Acito, F. Ve Khatri, V.(2014). Business analytics: Why now and what next?, Business Horizons**,** Volume 57, Issue 5, September–October 2014, Pages 565-570, https://doi.org/10.1016/j.bushor.2014.06.001

Ciğer, A.,Kınay, B. Ve Angı, G.G.(2018). Büyük Verinin Muhasebe Uygulamaları ve Muhasebe Eğitimi Üzerindeki Etkileri, TÜRMOB Muhasebe ve Denetime Bakış Dergisi, 53,215-234

Comito, J. (2016). Big Data and the World of accounting: How will the emergence of Big Data affect.the.CPA.Profession?.https://www.picpa.org/docs/site/future_cpasdoc/StudentWritingDoc/shane-grey-third-place-paper.pdf?sfvrsn=f860d191_0

CPA. (2016). Audit Data Analyitcs alert. Chartered Professional Accountants, Canada, 1-16.

Earley, C.E.(2015). Data Analytics in Auditing: Opportunities and Challenges, Business Horizons, Volume 58, Issue 5, September–October 2015, Pages 493-500, https://doi.org/10.1016/j.bushor.2015.05.002

Erturan, İ:E: ve Ergin, E.(2017). Muhasebe Denetiminde Nesnelerin İnterneti: Stok Döngüsü, Muhasebe ve Finansman Dergisi, Temmuz

ICAEW . (2016). Data analytics for external auditors. Audit&Assurance Faculty, 1-28.

Özhan, T. (2016), Makinelerin Evrimi 4. Sanayi Devrimi, Ekitap Projesi. https://play.google.com/books/reader?id=ftSHCwAAQBAJ&printsec=frontcover&output=reader&hl=tr&pg=GBS.PT6

Sharma, R. (2015). Big Data and Analytics in the Audit process.

Stedman, C.(2016). IT teams take steps to simplify big data analytics process.http://searchbusinessanalytics.techtarget.com/feature/IT-teams-take-steps-to-simplify-big-data-analytics-process

Vasarhelyi, M.A., Alles, M, Kuenkaikaew, S, ve Littley, J.(2012). The acceptance and adoption of continuous auditing by internal auditors: A micro analysis, International Journal of Accounting Information Systems, Volume 13, Issue 3, September 2012, Pages 267-281, https://doi.org/10.1016/j.accinf.2012.06.011

Yichuan, W, Lee, A.K. ve Byrd, T.A.(2018). Big data analytics: Understanding its capabilities and potential benefits for healthcare organizations, Technological Forecasting and Social Change, Volume 126, January 2018, Pages 3-13, https://doi.org/10.1016/j.techfore.2015.12.019

Sağlık Kurumlarında Tedarik ve Malzeme Yönetimi

Mustafa Bekmezci[190]
Full Text

1. Giriş

Sağlık kurumlarının performansı diğer tüm kurumlarda olduğu gibi tedarik zincirinin doğru yönetilmesine bağlıdır. Tedarik zincirinin performansını etkileyen en önemli husus, talebin doğasının anlaşılmasından geçer. Her ürünün farklı bir tedarik zinciri vardır (Waters, 2003: 10). Sağlık kurumları da ilaçlar, ilaç dışındaki pamuk, şırınga, bandaj gibi tıbbi malzemeler, çarşaf, çamaşır, kırtasiye gibi tıbbi olmayan malzemeler, buzdolabı, tıbbi cihaz ve araç gibi ekipmanlar olmak üzere çok farklı özelliklere sahip çeşitli malzemelerin tedarikini gerçekleştirmek zorundadır. İnsan sağlığının hatta hayatının söz konusu olduğu sağlık kurumlarının tedarik faaliyetleri aksatılmadan yürütülmelidir. Bu çalışmada; sağlık kurumlarında hemşire ve doktorların performansını, hasta memnuniyetini, maliyeti ve performansı etkileyen malzeme yönetimi hakkında bilgi verilmiş ve bu konuda problemlerin yaşanmaması için neler yapılabileceği tartışılmıştır.

2. Sağlık Kurumlarının Özellikleri ve Sağlık Kurumlarında Malzeme Yönetimi

Sağlık kurumları, faaliyetlerini çok dinamik bir ortamda sürdüren karmaşık örgütlerdir. Bu karmaşıklık tedavi edilmesi gereken çok fazla ve hatta çoğu zaman kişiden kişiye farklılık gösteren hastalıklar ile bu hastalıklar için farklı tedavi yöntemlerinin kullanılmasından, çok fazla iş bölümü, uzmanlaşma ve profesyonelleşmeden, pek çok meslek mensubunun bir arada çalışmasından kaynaklanır. Her bir faaliyet her bir birimi hatta her bir bireyi önemli ölçüde etkiler; uzmanların ve profesyonellerin görevini yapması destek personeli ve yardımcı hizmetler personelinin görevini her zaman aynı titizlikte, doğru ve hatasız yapmasına bağlıdır (Ak, 1990: 26-27). Destek personeli ile yardımcı hizmetler personeli; malzeme planlama, satınalma, stok yönetimi, depolama, taşıma/dağıtım/kontrol ve atıkların değerlendirilmesi işlemi olarak tanımlanan malzeme yönetimi (Tengilimoğlu & Yiğit, 2017: 63) sorumluluğu olan personeldir. Sağlık kurumlarının çıktısı muayene, teşhis ve tedavi neticesinde hastanın sağlık durumundaki olumlu gelişmedir (Ağırbaş, 2016: 18). Dolayısıyla kullanılan malzemenin kalitesi önem arz etmektedir.

Hastane harcamalarının %30'undan fazlasının lojistik süreçlerle ilgili olduğu ifade edilmekte (Feibert vd., 2017: 1), bu oranın Kuzey Amerika'da %40 olduğu belirtilmektedir (Landry & Beaulieu, 2013: 469; Tengilimoğlu & Yiğit, 2017: 20). Lojistik faaliyetlerin iyileştirilmesi veya bu konudaki mevcut en iyi uygulamaların maliyetleri yarı yarıya düşürebileceği iddia edilmektedir (Feibert vd., 2017: 1). Kalitesinden taviz verilemediği için planlama aşamasından dağıtımına kadar olan süreçte malzemenin yönetimi çok büyük önem arz etmektedir.

Tedarik, satın almadan daha geniş bir kavramı ifade etmektedir. Tedarik, satın alma sürecinin yanında; ihtiyacın tanımlanması ve ticari açıdan yorumlanması, potansiyel tedarikçilerin araştırılması, uygun kaynağın seçimi, tedarikçiler ile sipariş veya sözleşme detayları üzerinde anlaşmaya varılması, ürün veya hizmetin teslim alınması ve tedarikçilere

190 Doç. Dr., Toros Üniversitesi, mustafa.bekmezci@toros.edu.tr

ödeme yapılması ile ilgilidir (Erdal, 2014: 9). Tedarik faaliyetinin tamamlanmasını müteakip, malzemenin uygun bir şekilde ve doğasına uygun bir ortamda muhafaza edilmesi, zamanında dağıtılması, uygun şekilde kullanımının sağlanması ve gerekli bakımının yapılması gerekir. Bu kapsamda malzemenin kurum içinde depolanması ve hareketi olarak tanımlanabilecek malzeme yönetimi tedarik faaliyetinin devamıdır ve tedarik faaliyeti ile birlikte değerlendirilmelidir. Bu kapsamda dikkat edilmesi gereken hususlar aşağıda belirtilmiştir.

Hastanede kullanılan malzemelerin çeşidi göz önüne alındığında bu malzemelerin; öncelikle tıbbi malzemeler ve tıbbi olmayan malzemeler şeklinde sınıflandırılması ve kodlanması gerekir. Bu malzemelerin tanınması, tedarik süreci ve şeklinin tespiti, depolanması ve kontrolünün etkin bir şekilde yürütülmesini sağlayacaktır.

Tedarik planının başarılı bir şekilde uygulanması ihtiyaçların sağlıklı bir şekilde tespit edilmesine bağlıdır. İhtiyaçların tespitini müteakip tedarik usulü ve tedarik zamanı belirlenmelidir. Her malzeme için farklı bir tedarik planı yapılmalı ve farklı yöntemler uygulanmalıdır. Şöyle ki; ilaçlar ve tıbbi sarf malzemeleri, demirbaş ve kırtasiye ile cihazların ve araçların bakım ve onarımı için gerekli yedek parça, temizlik ve iaşe faaliyetleri aynı kapsamda değerlendirilmemelidir. Genel bütçe veya döner sermayenin hangi ihtiyaçlar için kullanılacağı, hangi satın alma yöntemi ile tedarik edileceği, ekonomik miktarı ve süresi belirlenmelidir.

Tedarik zinciri yönetimi daha düşük maliyetle, daha yüksek katma değer sağlayabilmek için tedarikçiler ile müşteriler arasındaki sürecin yönetilmesidir (Christopher, 2005: 5). Satın alma profesyonelleri, seçilen tedarikçi stratejisine göre satın alma sürecini standartlaştırma, tedarikçileri ile etkili bir bilgi ağı kurma ve tedarikçi performansını geliştirme konusunda gayret sarf etmeli (van Weele, 2014: 5), doğru kalitedeki ürünü, doğru tedarikçiden, doğru zamanda, doğru maliyetle temin etmelidir. Dolayısıyla satın alma profesyonellerinin tedarikçilerini doğru yönetme sorumluluğu bulunmaktadır (Lysons & Farrington, 2006: 9; Aptel & Pourjalali, 2001: 68). Bu durum insan hayatı ile ilgili operayonların yürütüldüğü sağlık kurumlarında büyük önem arz etmektedir.

Satın alma faaliyeti kurum içindeki ihtiyaç sahibi birim veya kişinin talebi ile başlamaktadır. Satın alma departmanında görevli personel, satın alma faaliyeti dışında talebin doğru tespit edilip edilmediğini kontrol etmelidir. Bu kapsamda geçmiş yıllarda yapılan alımlar ve istatistiksel yöntemlerden yararlanılmalıdır.

Satın alma faaliyetinin son aşaması verilen siparişlerin takibi, tedarikçi tarafından teslim edilen malların miktar ve kalite bakımından kontrolünü kapsar. Siparişlerin zamanında getirilmesi için gerekli tedbirler sözleşme maddelerinde belirtilir. Siparişler; zamanında, istenen miktar ve kalitede teslim edilmediğinde, tedarikçinin katlanması gereken yaptırımlar caydırıcı olmalıdır. Diğer taraftan kabul edilen malzemenin bedelinin makul bir süre içinde ödenmesi tedarikçiler için önemli olduğu kadar, maliyetlerin düşürülmesi açısından da önem arz eder.

Envanter, herhangi bir gereksinim olma ihtimaline karşı minimum miktarda malın tutulmasıdır. Ortalama bir hastane, ilaçlardan üç aylık, tıbbi cerrahi malzeme ve diğer kalemlerden iki aylık envanter tutabilir (Eren, 2016). Ayrıca stok düzeyleri sürekli izlenmelidir. Envanter takip yöntemleri etkin bir şekilde kullanılmalıdır. Bunlara ilave olarak; kullanılan malzemelerde standartlık sağlanmalı, cihaz ve araçların bakım ve onarımı yetkili servise yaptırılmalı, depodaki malın da son kullanma tarihinin takibi ve bakımı yapılmalıdır.

3. Sonuç ve Öneriler

Sağlık kurumları karmaşık bir yapıya sahiptir. Diğer sektörlerde olduğu gibi sağlık sektöründe de rekabet yoğun bir şekilde yaşanmakta, her geçen gün maliyetler artmaktadır. Sağlık kurumlarının diğer kurumlardan farkı insan sağlığı hatta hayatının söz konusu olduğu bir sektör olmasından kaynaklanır. Dolayısıyla sağlık kurumlarının lojistik faaliyetleri diğer kurumlarla karşılaştırıldığında daha fazla önem arz eder, çünkü sağlık kurumlarında lojistik faaliyetlerinden kaynaklanan hataların telafisi yoktur. Herhangi bir malzemenin eksikliği veya herhangi bir cihazın arızasından kaynaklanan sorun, doktor ve hemşirelerin performansını etkiler. Bu tür aksaklıklar insan hayatına mal olabilir. Diğer taraftan sağlık kurumlarının lojistik faaliyetleri oldukça zordur. Çünkü sağlık kurumlarında kullanılan malzemelerin çeşidi çok fazladır, bu malzemeler çok pahalıdır ve zamanında tedarik edilmelidir. Hastalarla bizzat ilgilenen hemşire ve doktorların da performansını etkileyen malzemelerin zamanında tedarik edilmesi gerekir. Bu kapsamda; sağlık kurumlarının başarısı lojistik faaliyetlerin aksaksız yürütülmesine bağlıdır. Malzemenin kurum içinde depolanmasını ve hareketini ifade eden malzeme yönetimi titizlikle takip edilmeli, konuyla ilgili personel eksiklik ve aksaklıklara karşı gerekli tedbiri zamanında alacak şekilde eğitilmelidir.

Kurumlarda satın alma faaliyetleri çerçevesi belirlenmiş satın alma politikaları ve prosedürler çerçevesinde yapılmaktadır (Erdal, 2014: 29). Satın alma faaliyetlerinde hataları azaltmak için satın alma sürecinin nasıl işlediği konusunda bu politika ve prosedürlerin temel safhaları sadece satın alma departmanında görevli personel tarafından değil, kurum içindeki tüm personel tarafından bilinmeli, ihtiyaç duyulan malzemelerin ortalama tedarik süresi, maliyeti gibi konularda herkesin bir fikri olmalıdır. Amerikan Management Association'ın yaptığı bir araştırmada, etkin bir satın alma ve malzeme yönetimi neticesinde yıllık %2'lik bir tasarrufun, işletme karlılığında %10'luk bir artış sağladığı, malzeme giderlerinin %10 oranında düşürülmesi durumunda ise karlılığın %52 oranında arttığı tespit edilmiştir (Tengilimoğlu &Yiğit, 2017: 71). Hastanede kullanılan malzemeler için; birinci bölümünde kullanılan malzemelerin cinsi, ikinci bölümünde bu malzemelerin teknik şartnamelerinin bulunduğu "tıbbi sarf malzeme bilgi bankası"nın oluşturulması gibi basit bir uygulama bile temin süresinde %20, iş gücünde de %15 tasarruf sağlayabilir (Kumru & Kumru, 2010).

Sağlık kurumlarında tedarikçiler çok dikkatli seçilmelidir (Aptel & Pourjalali 2001: 68). Tedarikçilerin seçiminde, tedarikçi performansının değerlendirilmesi ve tedarikçi yaşam döngüsü satın alma departmanının dikkate alması gereken iki önemli konudur (Koçoğlu & Avcı, 2007: 5). Tedarikçinin performansı; maliyet, kalite ve teslimat, siparişi gerçekleştirme süresi, esneklik, yenilik gibi kriterler dikkate alınarak değerlendirilebilir. Kurumun taleplerini karşılama yeteneğini yitirmiş tedarikçiler de mutlaka değiştirilmelidir.

Talep alınıp değerlendirildikten sonra ihtiyaç sahibi birimler ile son koordine yapıldıktan sonra; kaynakların daha etkin ve verimli kullanılabilmesi, rekabetin sağlanabilmesi, ihtiyaçların zamanında karşılanabilmesi maksadıyla satın alma metodunun belirlenmesi gerekir. Satın alma metodu; malzemenin kim tarafından nasıl alınacağını ve ortalama tedarik süresini etkiler. Bazı ilaçlar ve aşılar gibi ihtiyaç duyulan malzemelerin toplu alınması uygun olmayabilir, bunların hangi periyotlarla alınacağı belirlenmelidir. Mali yıl başında yapılacak bir planlama ile alım yönteminin yanı sıra hangi malzemelerin hangi miktarda ve hangi periyotlarla alınacağı da belirtilmelidir.

Anahtar kelimeler: Sağlık kurumu, Hastane, Lojistik, Tedarik, Malzeme Yönetimi.

JEL Kodu: I19, M11.

Kaynakça

Ak, B. (1990). Hastane Yöneticiliği, Ankara: Özkan Matbaacılık.

Aptel, O. & Pourjalali, H. (2001), "Improving activities and decreasing costs of logistics in hospitals - A comparison of U.S. and French hospitals", *The International Journal of Accounting*, 36: 65-90.

Christopher, M. (2005). Logistics and Supply Chain Management: Creating Value-adding Networks, London: Prentice Hall Press.

Erdal, M. (2014). Satınalma ve Tedarik Zinciri Yönetimi, 3.b., İstanbul: Beta.

Eren, B. (2016). Hastane Hizmetlerinde Malzeme Yönetimi, https://www.academia.edu/5394565/Hastane_Hizmetlerinde_Malzeme_Yönetimi (12.03.2018).

Feibert, D., Jacobsen, P. & Wallin, M. (2017). Improving Healthcare Logistics Processes, Denmark: DTU Management Engineering.

Koçoğlu, C. & Avcı, M., (2014). "Satın Alma Yönetimi: Teorik Bir Çalışma", Kastamonu University Journal of Economics & Administrative Sciences Faculty, 13(2): 33-47.

Kumru, M. & Kumru, P. Y. (2010). "Hastanelerde Satın Alma Sürecinin İyileştirilmesi: Bir Örnek Uygulama" II. Uluslararası Sağlıkta Performans ve Kalite Kongresi, 28 Nisan-01 Mayıs 2010, Ankara.

Landry, S. & Beaulieu, M. (2013). "The challenges of hospital supply chain management from central stores to nursing units", Handbook of Healthcare Operations Management Methods and Applications (Ed.)/ (Çev.) Denton, B. T., New York: Springer, ss.471-482.

Lysons, K. & Farrington, B., (2006). Purchasing and Supply Chain Management, 7th ed., London: Prentice Hall.

Tengilimoğlu, D. & Yiğit, V. (2017). Sağlık İşletmelerinde Tedarik Zinciri ve Malzeme Yönetimi, 3.b., Ankara: Nobel.

Van Weele, A. J. (2014). Satın Alma ve Tedarik Zinciri Yönetimi, (Çev./Trans.)/ (Ed.) Çancı, M., İstanbul: Literatür.

Waters, D. (2003). Logistics: An Introduction to Supply Chain Management, New York: Palgrave Macmillan.

Doğrudan Yabancı Yatırımlar Bibliyografyası: Türkiye'deki Lisansüstü Tezlerin Künye Analizi

Serhat Ata[191], Ramazan Nacar[192]

Full Text

1. Giriş

1980'li yıllardan günümüze kadar küreselleşmenin artması ile birlikte gelişmekte olan ülkelerdeki ulusal şirketler karlılıklarını arttırabilmek için uluslararası alanda faaliyetlerini geliştirerek çok uluslu bir yapıda şekillenmiştir (Eker ve Koçtürk, 2012). Bu şekillenmedeki temel etkenler dünya genelinde kaynak kıtlığı yaşanması, teknolojik anlamda yaşanan bütün gelişmelerin ülkeleri birbirine yakınlaştırması ve yüksek karlılık amacıyla küreselleşme olgusunun artmasıdır. Artan küreselleşme olgusu doğrudan yabancı yatırımları gerek gelişmekte olan ülkeler gerekse de gelişmiş ülkeler için çekici hale getirmiştir (Yılmaz, Kaya ve Akıncı, 2011). Ekonomik ve politik istikrar ile jeopolitik konumlarının elverişliliği vb. nedenlerden dolayı doğrudan yabancı yatırımlar daha çok gelişmiş ülkelere yönelmiştir. 1990'lardan itibaren ise gelişmekte olan ülkeler de yabancı yatırım ve sermayelerden gerekli payı alma gayretine girmiştir. Türkiye ise, yer aldığı gelişmekte olan ülkeler kategorisinde etkin jeopolitik konumuna, gelişmekte olan ekonomik yapısına ve artmakta olan nüfus gücüne rağmen doğrudan yabancı yatırımlardan istediği payı alamamıştır. Fakat bu durum 2003 yılından sonra değişmeye başlamıştır. 2003 yılında gerçekleştirilen yasal düzenlemelerle birlikte doğrudan yabancı yatırım tutarlarında kayda değer artışlar görülmüştür.

Bu çalışmanın amacı doğrudan yabancı yatırımlara ilişkin Yükseköğretim Kurumu Tez Merkezi'nde yer alan lisansüstü tezlerin bir bibliyografyasını sunmak ve veri tabanında yer alan künye bilgileri üzerinden doğrudan yabancı yatırımlarla ilgili çalışmaların Türkiye'deki durumu hakkında genel bir resim ortaya koymaktadır. Bu değerlendirmeler neticesinde Türkiye'de yapılmış çalışmaların eksi ve artı yönleri vurgulanarak gelecekte bu alanda yapılacak çalışmalara yön gösterilmesi hedeflenmektedir.

2. Literatür ve Araştırmanın Sorunsalı

Doğrudan yabancı yatırımların literatürde çeşitli tanımları bulunmaktadır. Farklı tanımlarda doğrudan yabancı yatırımların farklı özellikleri ön plana çıkarılsa da genel olarak tanımlar ortak yapıdadır.

Doğrudan yabancı yatırım, bir ülkede yeni bir firmanın satın alınması veya kurulma aşamasındaki bir şirket için sermaye girdisi sağlamak ya da var olan bir şirketin kaynaklarını artırmak yoluyla aynı ülkede faaliyet gösteren şirketlerin başka bir ülkede faaliyet gösteren şirketlere yapılan ve mevcut şirketin yeni ülkeye teknoloji, işletme yönetim ve becerisi getirerek rekabet ortamı oluşturan bir yatırım türüdür (Karluk, 2001). Chen'e (2000) göre doğrudan yabancı yatırım bir şirketin, ülke dışındaki bir şirketin sermayesinin kayda değer bir çoğunluğuna sahip olması (% 10 ya da üzeri) veya yabancı ülkede bir şirket kurarak faaliyet göstermesi şeklinde yapılan yatırım türüdür.

[191] Araş. Gör., serhatata@duzce.edu.tr, Düzce Üniversitesi, Uluslararası Ticaret Bölümü, Türkiye, ***İrtibat Kurulacak Kişi, Sunum Yapacak Kişi***
[192] Doç.Dr, ramazan.nacar@btu.edu.tr, Bursa Teknik Üniversitesi, İşletme Bölümü, Türkiye.

Farklı tanımlardan da anlaşılacağı üzere doğrudan yabancı yatırımlar şirketler için oldukça önemlidir (Yılmaz, 2007). Günümüzde de yoğun rekabet ortamında pazar paylarını korumak ya da genişletmek isteyen çokuluslu büyük ölçeğe sahip şirketler ucuz emek faktörüne sahip olan, maliyet avantajı sağlayabilecek ülkeleri tercih etmektedir (Asiedu, 2002).

Doğrudan yabancı yatırımların ev sahibi ülkenin ekonomik gelişimine faydası oldukça fazladır. Doğrudan yabancı yatırım yapan firmalar ev sahibi ülkenin taşımacılık ve iletişim şebekelerini geliştirme, hammadde üretimi ve dağıtım faaliyetleri hızlandırma, diğer yabancı firmalar ile birlikte yerel firmalara karşı rekabet gücü oluşturma ve ülkenin üretim ağının gelişimine katkıda bulunmaktadır. Benzer biçimde doğrudan yabancı yatırımların insan sermayesinin kalitesini arttırma, firmaların yönetimsel yeteneklerini geliştirme, daha yoğun bir rekabet ortamında bulunmalarını teşvik etme, teknolojik yeniliklerin tüm firmalarca benimsenmesini sağlama vb. katkıları da bulunmaktadır (Borensztein, 1998; Bengoa ve Sanchez-Robles, 2003).

Türkiye'de doğrudan yabancı yatırımların gelişimi incelendiğinde 1923–1932 ve 1933–1939 dönemlerinde Türkiye'ye yabancı yatırımların gelmesi oldukça kısıtlı gerçekleşmiştir (Saatçioğlu, 2002). Bunun sebebi dış yatırımcıların Osmanlı döneminde olduğu gibi kapitülasyonlar sayesinde elde ettikleri ayrıcalıkları artık bulamamalarından kaynaklanmıştır (Bozdağlıoğlu, 2014). 1954 yılına kadar yabancı yatırım ve sermayeyi teşvik edecek yasal düzenlemelerin olmayışı yabancı yatırımcının ilgisizliğini arttıran diğer sebeplerdendir. 1954 yılında 18.01.1954 tarihli ve 6224 Sayılı *Yabancı Sermayeyi Teşvik Kanunu* ile birlikte Türkiye'de yabancı sermayenin teşviki gerçek anlamda yasallaştırılmıştır. Bu liberalleşme hareketi ile birlikte yabancı yatırımlarda 1954 yılından itibaren canlanma görülmeye başlanmıştır. 6224 Sayılı yasaya rağmen 1954–1980 arası doğrudan yabancı sermaye akışında Türkiye istenen seviyeye ulaşamamış ve yasal liberal ortam yabancı yatırım çekmek için tek başına yeterli olamamıştır. Hatta yabancı kuruluşların bir kısmı Türkiye'nin potansiyeline rağmen ülkede gerekli ortamı bulamadıkları için piyasayı terk etmiştir.

1980 sonrası dönemde ise Türkiye'de dış kaynak ihtiyacı hızla artmakta olduğundan kısa dönemli dış sermayenin ithaline ihtiyaç duyulmuş ve yabancı yatırımlar ile sermaye üzerinde mevcut bulunan çeşitli miktar kısıtlamaları kaldırılmıştır. Türkiye Cumhuriyeti Hazine Müsteşarlığı verilerine göre 1980 yılından 2002 yılına kadar Türkiye'ye gerçekleşen fiili yabancı yatırım ve sermaye girişi 16.372 milyon Amerikan dolarını bulmuştur. 1980 yılında Türkiye'ye giren yabancı sermayeli yatırım şirketi sayısı 78 iken 2002 yılında bu rakam 6.511'e ulaşmıştır (TCHM, 2005).

1954 tarihli 6224 sayılı *Yabancı Sermayeyi Teşvik Kanunu*'nun, 2003 tarihli 4875 sayılı *Doğrudan Yabancı Yatırımlar Kanunu* ile yürürlükten kaldırılması doğrudan yabancı yatırım ve sermayeler açısından dönüm noktası olmuştur. Bu kanun ile yabancı yatırımcıların önünde var olan yapay duvarlar kaldırılmış ve yabancı yatırımlar uluslararası pazara paralel hale getirilmiştir. Böylece Türkiye yurtdışı piyasasında etkin rol almaya başlamış, yabancı yatırımcıyı ülkeye çekmeye başladığı gibi ülke dışına ihraç olunan yatırım sayısının artışı bir hayli hızlanmıştır.

Benzer durum doğrudan yabancı yatırımlar literatüründe de yaşanmıştır. Doğrudan yabancı yatırımlar konusunda yapılan akademik çalışmalar arttığı gibi doğrudan yabancı yatırımları ifade eden terimlerin çeşidi ve sayısında da artış meydana gelmiştir. Bu terim enflasyonunun kavramın ele alınış şeklini geçmişte yapılmış çalışmalarda etkilediği gibi gelecekte yapılacak olan çalışmalarda da doğrudan ya da dolaylı olarak etkilemesi muhtemeldir.

3.Yöntem

Bu araştırmada Türkiye'de DYY konusunda yürütülen lisansüstü tez çalışmalarının danışman, yıl, lisansüstü türü, üniversite, enstitü, anabilim dalı, yazın dili, başlık, sayı, konu, dizin, tür ve tam metin kısıtı durumu dâhil künye bilgileri üzerinden detaylı bir şekilde analiz edilmesi amaçlanmaktadır. YÖK Ulusal Tez Merkezi veri tabanında yer alan tezlerin genel resminin (bibliyografyasının) ortaya konulabilmesi amacıyla künye bilgileri üzerinden bibliyometrik analizler gerçekleştirilmiştir.

3.1. Verilerin toplanması

Araştırma kapsamında incelenecek olan tezler Yükseköğretim Kurulu (YÖK)'ün tez erişim sayfasında (http://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi) yer alan "Doğrudan Yabancı Yatırım" konusunda yazılmış lisansüstü tezlerinden seçilmiştir. YÖK Ulusal Tez Merkezi internet sayfasında "*Doğrudan Yabancı Yatırım, Doğrudan Sermaye Yatırımı, Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımı, Yabancı Sermaye Yatırımı, Dolaysız Sermaye Yatırımı, Dolaysız Yabancı Yatırımı, Foreign Direct Investment, Foreign Capital Investment*" anahtar kelimeleri ile tez adı ve özet olarak yapılan taramada, Mayıs 2016 tarihi itibariyle 462 adet yüksek lisans, 132 adet doktora tezi olmak üzere toplamda 594 adet lisansüstü tezin sistemde mevcut olduğu saptanmıştır. Aşağıda raporlanan analizler söz konusu 594 tez üzerinden gerçekleşmiştir.

3.1.1. Yazara ve Danışmana göre DYY tezleri

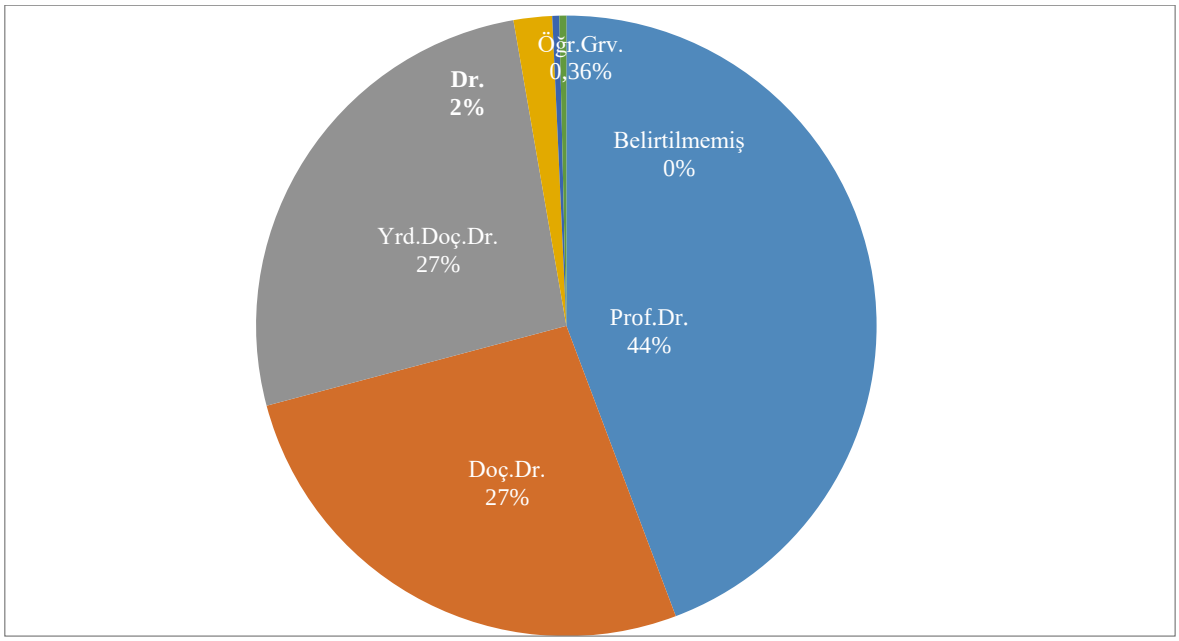
Türkiye'de DYY ile ilgili toplam 591 öğrenci 594 adet yüksek lisans veya doktora tezi hazırlamıştır. 459 öğrenci yüksek lisans düzeyinde, 129 öğrenci doktora düzeyinde, 3 öğrenci ise hem yüksek lisans hem de doktora düzeyinde DYY konusu ile ilgili tez yazmıştır.

Tablo 1: Danışman Unvanına Göre Tez Sayıları

Unvan	Sayı
Prof.Dr.	243
Doç.Dr.	146
Yrd.Doç.Dr.	145
Dr.	11
Öğr.Grv.	2
Belirtilmemiş	2
Toplam	**549**

546 tez tek danışman gözetiminde, sekiz tez iki danışman gözetiminde ve iki tez de üç danışman gözetiminde hazırlanmıştır. Danışmanların DYY konusunda uzmanlaşmasının bir göstergesi olarak danışmanların DYY konusunda kaç farklı teze danışmanlık yaptıkları da incelenmiştir. Buna göre, 513 danışman DYY konusunda sadece tek teze danışmanlık yapmıştır. 28 danışmanın her birinin ikişer teze danışmanlığı bulunurken, 7 danışmanın ise üçer adet DYY konusunda teze danışmanlığı bulunmaktadır. Sadece bir danışman DYY konusunda 4 teze danışmanlık yapmıştır.

Grafik 1: Danışman Unvanının Yüzdesel Dağılımı



DYY tez danışmanları unvana göre değerlendirildiğinde danışmanların 249'u Profesör Dr. unvanına sahip olup ve toplam tez sayısının %44' ünü oluşturmaktadır. Tezlerin neredeyse yarısına profesör düzeyinde danışmanlık yapılmıştır. Bu rakam Doçent Dr.'lar için 146'dır ve tezlerin %27'sine denk gelmektedir. Doç.Dr. ve Dr. Öğr. Üyesidanışman sayısı birbirine oldukça yakındır (146-145). Diğer unvanlara göre danışmanlık sayıları Tablo 1'de özetlenmiştir.

3.1.2. Yıllara göre DYY tezleri

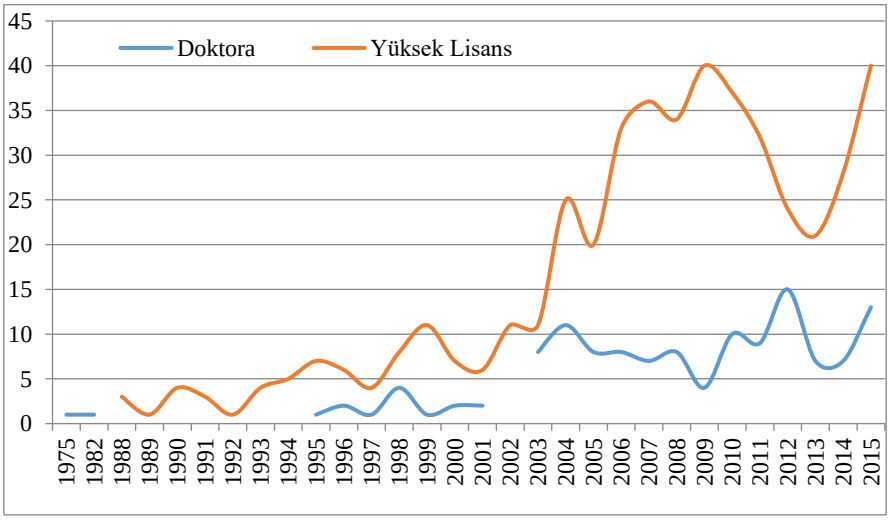
Türkiye'de DYY konusunda ilk tez çalışması 1975 yılında ekonomi alanında Atatürk Ü.'nde hazırlanan "*Türkiye'de Yabancı Sermaye Yatırımları*" başlıklı doktora tezidir. İkinci tez çalışması 1982 yılında yine Atatürk Ü.'nde hazırlanan doktora tezidir.

Tablo 2: Yıllara ve Lisansüstü Türüne Göre DYY Tezleri

Yıllar	Doktora	Yüksek Lisans	Toplam
1975	1	-	1
1982	1	-	1
1988	-	3	3
1989	1	1	2
1990	-	4	4
1991	-	3	3
1992	1	1	2
1993	-	4	4
1994	-	5	5
1995	1	7	8
1996	2	6	8
1997	1	4	5
1998	4	8	12
1999	1	11	12
2000	2	7	9

2001	2	6	8
2002	-	11	11
2003	8	11	19
2004	11	25	36
2005	8	20	28
2006	8	33	41
2007	7	36	43
2008	8	34	42
2009	4	40	44
2010	10	37	47
2011	9	32	41
2012	15	24	39
2013	7	21	28
2014	7	28	35
2015	13	40	53
Toplam	**132**	**462**	**594**

Grafik 2: Yıllara ve Lisansüstü Türüne Göre DYY Tezleri

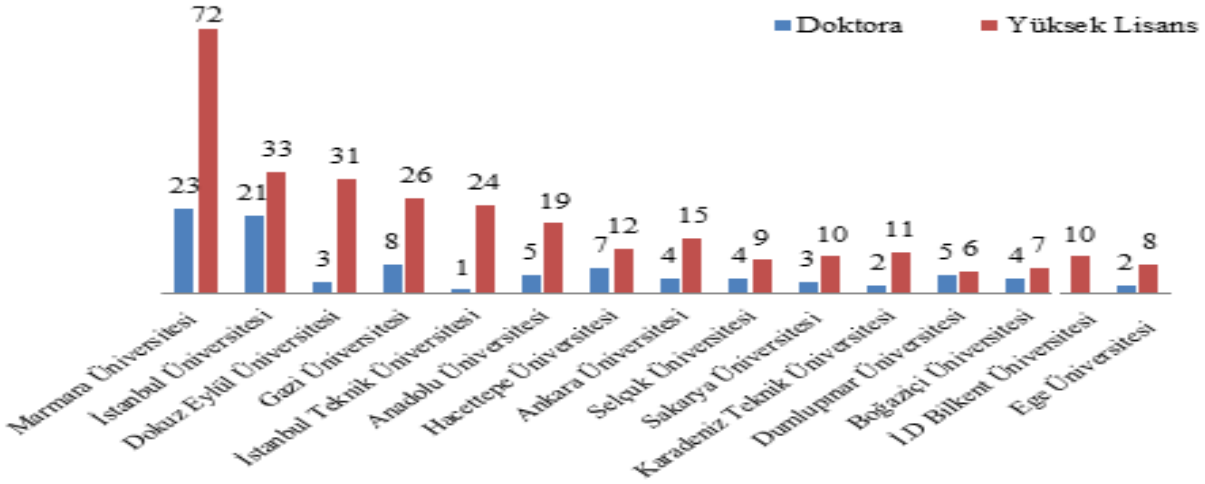


1975 yılından 2000'li yıllara kadar fazla çalışılmayan DYY konusu yukarıdaki tablo ve grafikte görüldüğü gibi 2002 yılından sonra lisansüstü tez çalışmalarında ciddi artış göstermiştir ve hala günümüzde önemini artırarak sürdürmektedir. 2015 yılında DYY konusunda 53 tez çalışması yapılmıştır. Önümüzdeki yıllarda bu sayının artarak devam etmesi beklenmektedir.

3.1.3. Üniversiteye göre DYY tezleri

DYY konusunda yurtiçinde 69 üniversitede (ayrıca bir adet de Polis Akademisi'nde hazırlanan tez bulunmaktadır) 584 adet tez çalışması yapılmıştır. Türk öğrencilerin ve/veya akademisyenlerin eğitim gördükleri sekiz yurtdışı üniversitede ise 10 adet tez çalışması yapılmıştır.

Grafik 3: Üniversitelere ve Lisansüstü Türüne Göre DYY Tezleri



Üniversite düzeyinde incelemede 69 üniversiteden en yüksek tez sayısına sahip olanlar yukarıdaki grafikte sıralanmıştır. Grafikte görüldüğü gibi en yüksek tez sayısına çeşitli anabilim dallarında 95 tez ile Marmara Ü. ulaşmıştır. Bunu 54 tezle İstanbul Ü., 34 tezle Dokuz Eylül Ü. ve Gazi Ü. takip etmektedir.

DYY ile ilgili en fazla tez 537 tez ile Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde yazılmıştır. Bankacılık ve Sigortacılık, Fen Bilimleri Enstitüsü, yurtdışındaki üniversitelerde yazılmış tez sayıları sırasıyla 18, 16 ve 9'dur. Bunlar dışında Ekonomi ve Sosyal Bilimler[193], Ortadoğu Araştırmaları, Ortadoğu İslam Ülkeleri, Avrupa Birliği, Eğitim Bilimleri, Türkiye Araştırmaları, Atatürk İlke ve İnkılâpları, İşletme ve Güvenlik Bilimleri Enstitülerinde de DYY ile ilgili hem konu olarak yazılmış hem de özet ve içerikte değinilmiş tezler mevcuttur.

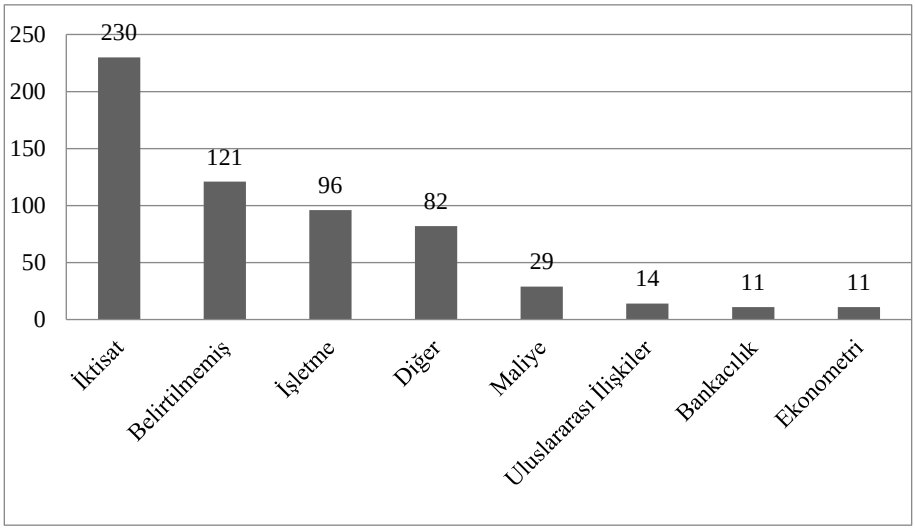
Tablo 3: Enstitülere Göre Tez Sayısı

Enstitü Adı	Tez Sayısı
Sosyal Bilimler Enstitüsü	537
Bankacılık ve Sigortacılık	18
Fen Bilimleri Enstitüsü	16
Yurtdışı	9
Ekonomi ve Sosyal Bilimler Enstitüsü	3
Ortadoğu Araştırmaları Enstitüsü	2
Ortadoğu ve İslam Ülkeleri Enstitüsü	2
Avrupa Birliği	2
Eğitim Bilimleri Enstitüsü	1
Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü	1
Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi	1
İşletme	1
Güvenlik Bilimleri Enstitüsü	1
Toplam	**594**

[193] Bilkent Üniversitesi'ndeki İşletme Enstitüsü 1996 yılında tez yayınlamış, şu anki adı Ekonomi ve Sosyal Bilimler Enstitüsü'dür.

DYY konusunda tez çalışmaları en çok iktisat anabilim dalında gerçekleştirilmiştir. Ekonomik göstergeler dışında DYY stratejik yönetimsel planlama ve kararları içerdiğinden dolayı ikinci olarak en çok işletme anabilim dalında tez çalışmaları mevcuttur.

Grafik 4: Anabilim Dallarına Göre Tez Sayısı



3.1.4. Genel özeliklerine göre DYY tezleri

DYY konusundaki yazılan tezlerin 487 tanesi (%82) Türkçe yazılmıştır. Bu tezlerin 106 tanesi (yaklaşık %18) İngilizce yazılmıştır. En çok Türkçe tez (79) ve en çok İngilizce tez (16) Marmara Ü.'nde yazılmıştır. İlk İngilizce tezler 1990 yılında Ortadoğu Teknik Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde ve Marmara Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde yazılmıştır. Fransızca yazılan tek tez ise Galatasaray Ü.'nde 2008 yılında Fen Bilimleri Enstitüsü'nde yazılmıştır.

Tablo 4: Dillere Göre Tez Sayısı

Dil	Tez Sayısı
Türkçe	487
İngilizce	106
Fransızca	1
Toplam	**594**

DYY konusunu en çok çalışan anabilim dallarının iktisat ve işletme olması nedeniyle konu olarak de en çok ekonomi ve işletme konusunda tez yazılmıştır. Konu alarak ele alınan diğer alanlar ekonometri, bankacılık, uluslararası ilişkiler, hukuk, maliye, turizm, sosyoloji, çalışma ekonomisi ve endüstri ilişkileri, siyasal bilimler, sigortacılık, ziraat, tarih, endüstri ve endüstri mühendisliği, mühendislik bilimleri, gazetecilik, bilgi ve belge yönetimi, gıda mühendisliği, coğrafya, din, bilim ve teknoloji ve sivil havacılıktır.

3.1.5. Türüne Göre DYY tezleri

Tezlerin incelemesi yapılırken konusuna ve özetine göre tezler Türkiye'ye gelenler (Inward) ve Türkiye'den gidenler (Outward) olarak sınıflandırılmıştır. Türkiye'den giden DYY'ler ile ilgili ilk tez çalışması 1991 yılında İstanbul Ü.'nde yazılan ''Yabancı sermaye yatırımları ve Avrupa Topluluğu'' başlıklı Yüksek Lisans tezidir. Yıllara göre incelendiğinde ise gelen DYY ile ilgili tez çalışmalarının 2003 yılından sonra ciddi artış gösterdiği görülmektedir. 2003 yılında 8 olan

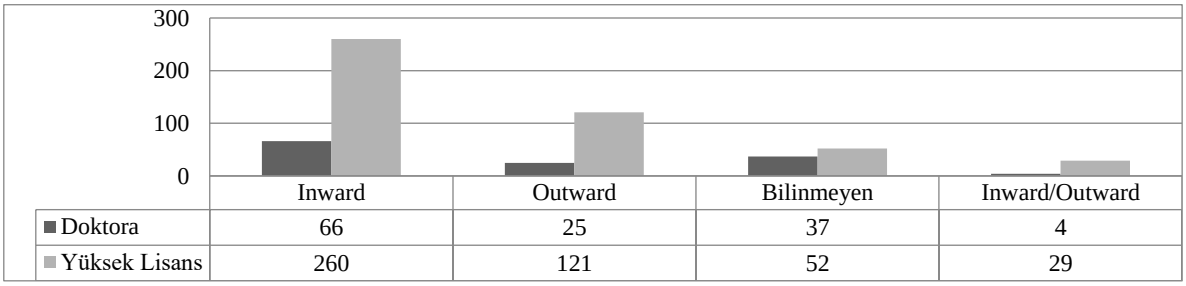
tez sayısı 2004 yılında 17'ye ulaşmaktadır. 2015 yılında ise bu sayı 26'yı bulmuştur. Giden DYY için ise 2006 ile 2012 yılları arasında yoğun çalışılmış olup en yüksek sayı 21 tez ile 2015 yılında gerçekleştirmiştir.

Tablo 5: Türüne Göre Tez Sayısı

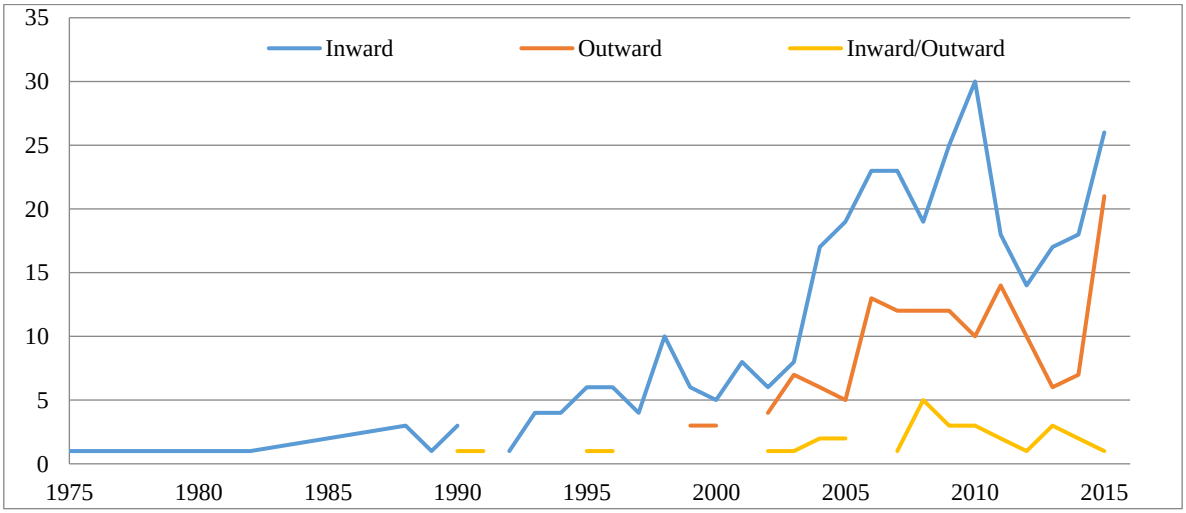
DYY türü	Sayı
Gelen (Inward)	326
Giden (Outward)	146
Bulunmayanlar	89
Gelen/Giden (Inward/Outward)	33
Toplam	**594**

Lisansüstü türüne göre gelen ve giden DYY'ler değerlendirildiğinde DYY türünün gelenler açısından 260 tez ile en çok yüksek lisans düzeyinde çalışıldığı görülmektedir. Doktora düzeyinde bu sayı 66'dır. Giden DYY açısından yüksek Lisans düzeyinde yazılan tez sayısı 121 iken, bu sayı doktora düzeyinde 25'te kalmıştır.

Grafik 5: Lisansüstü Duruma Göre DYY Türü

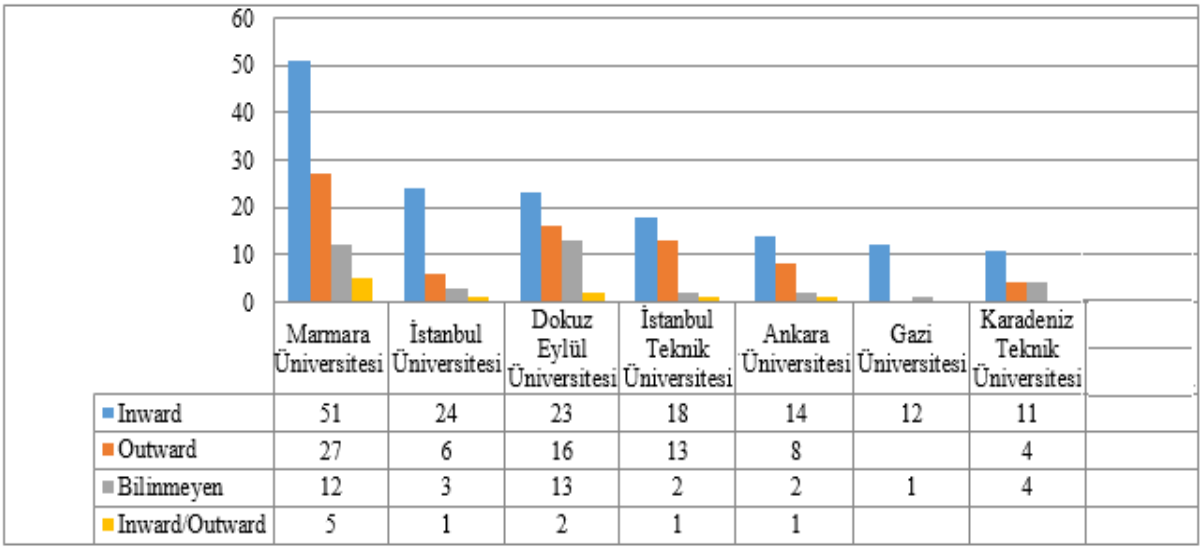


Grafik 6: Yıllara Göre DYY türünün dağılımı



Üniversiteler bazında DYY türleri değerlendirildiğinde sayı olarak en çok tez çıkan üniversite 51 gelen DYY, 27 giden DYY olmak üzere toplam 95 tez ile Marmara Ü. olmuştur. En fazla giden DYY türünde tez yazılan üniversite 27 tez ile yine Marmara Ü. olmuştur.

Grafik 7: Üniversitelere Göre DYY türü



3.1.6. Kısaltmasına Göre DYY tezleri

Lisansüstü tezlerde doğrudan yabancı yatırımlar terimi birden fazla şekilde ve kısaltmayla kullanılmıştır. Toplam 594 tane tezin 188 tanesi "Doğrudan Yabancı Yatırımlar (DYY)", 149 tane tez ''Foreign Direct Investment (FDI)'', 133 tanesi "Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları (DYSY)", 90 tanesi "Yabancı Sermaye Yatırımları (YSY)", 26 tanesi "Foreign Capital Investment (FCI)", 4 tanesi "Doğrudan Sermaye Yatırımları (DSY)", 3 tanesi "Dolaysız Yabancı Yatırım (DsYY)", 1 tanesi "Dolaysız Sermaye Yatırımı (DsSY)" olarak kullanılmıştır.

1975 yılında yazılan ilk tezde kısaltma olarak Yabancı Sermaye Yatırımları (YSY) kullanılmıştır. 1990 yılına kadar Yabancı Sermaye olarak ele alınan kavram 1990 yılında yazılan iki İngilizce tez ile literatüre Foreign Direct Investment - Doğrudan Yabancı Yatırımlar (FDI) olarak kazandırılmıştır. 1993 yılında DYY ilk kez Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları olarak sınıflandırılmıştır. 1998 yılında artmaya başlayan bu kavram 2015 yılına kadar DYY yerine kullanılan bir kavram haline gelmiştir. Fakat son yıllarda DYY olarak kavram gerçek kullanım şekline dönüştürülmeye başlamasına rağmen bu durum hala devam etmektedir.

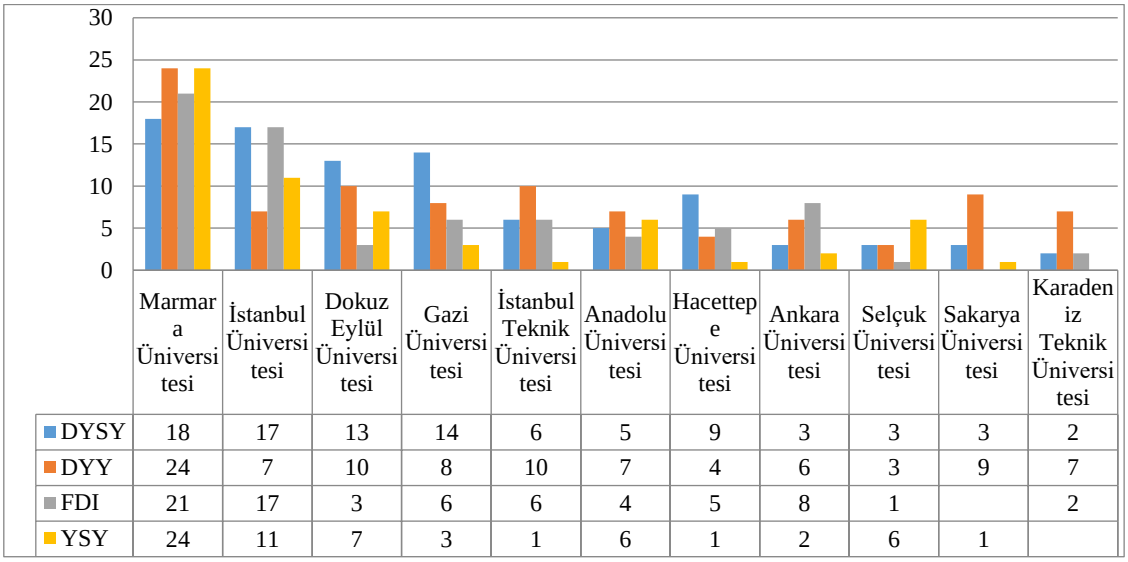
Tablo 8: Lisansüstü Türüne Göre DYY kısaltması

Kısaltma	Doktora	Yüksek Lisans	Toplam
DsSY	1		1
DSY	2	2	4
DsYY	1	2	3
DYSY	28	105	133
DYY	36	152	188
FCI	7	19	26
FDI	47	102	149
YSY	10	80	90
Toplam	**132**	**462**	**594**

Marmara Ü. gerek tez sayısı bakımından gerek yapılan çalışmaların içeriği bakımından farklı kategorilerde DYY ile ilgili en çok tez çalışmasının yapıldığı üniversite olmuştur. Üniversitede DYY adı geçen 45 tez bulunmaktadır. Bunun dışında 24 tez Yabancı Sermaye Yatırımları adı

geçen, 18 tez Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları adı geçen tezler olmuştur. Benzer biçimde diğer üniversitelerde de kavram ve kısaltma farklılıkları bulunmaktadır.

Grafik 10: Üniversiteye Göre DYY kısaltması



	Marmara Üniversitesi	İstanbul Üniversitesi	Dokuz Eylül Üniversitesi	Gazi Üniversitesi	İstanbul Teknik Üniversitesi	Anadolu Üniversitesi	Hacettepe Üniversitesi	Ankara Üniversitesi	Selçuk Üniversitesi	Sakarya Üniversitesi	Karadeniz Teknik Üniversitesi
DYSY	18	17	13	14	6	5	9	3	3	3	2
DYY	24	7	10	8	10	7	4	6	3	9	7
FDI	21	17	3	6	6	4	5	8	1		2
YSY	24	11	7	3	1	6	1	2	6	1	

4. Sonuçlar

Gerek yazar, gerek danışman, gerekse de danışman unvanına göre DYY konusunda uzmanlaşmanın ülkemizde yeterli düzeyde olmadığı görünümü ortaya çıkmaktadır. 594 tez 591 farklı kişi tarafından çalışılmıştır. Benzer biçimde 513 danışman ise bu alanda sadece tek teze danışmanlık yapmıştır. Bazı çalışmalara birden fazla akademisyen danışmanlık yaptığı gibi aynı danışman tarafından aynı konu üzerine birden fazla yazılan tezler de bulunmaktadır. Öyle ki aynı isimle yazılmış tezler dahi bulunmaktadır. Bu durum doğal netice olarak aynı bulguların tekrarlanması anlamına gelebilmektedir. Çalışmanın çok net bir biçimde ortaya koyduğu gibi DYY alanında gerek yüksek lisans gerekse de doktora tezlerinin sayısı istikrarlı bir artış göstermektedir. Ancak DYY alanında Türkiye'de ilk tezin yayınlandığı 1975 yılından bugüne doktora tezlerinin sayısı istenilen/beklenilen düzeyde değildir. Her ne kadar danışman sayısı açısından Prof.Dr. unvanları sevindirici düzeyde olsa da doktora tezlerinin azlığı bu durumu gözden geçirmeye yol açmaktadır. Bu alanda farklı bulgular ortaya koyabilen çok daha fazla sayıda doktora tezinin hazırlanması büyük önem arz etmektedir. DYY alanındaki tezlerin %90'ı Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde, %39'u İktisat Anabilim Dalında ve %25'i ise Marmara veya İstanbul Ü.'nde yazılmıştır. Bu durum her ne kadar enstitü, anabilim dalı ve/veya üniversite düzeyinde de olsa bir uzmanlaşma var gibi bir durum ortaya koysa da burada da farklı problemler bulunmaktadır. Örneğin tezlerin %82'si Türkçe yazılmıştır. Bu durum her ne kadar ülke olarak DYY literatürüne katkı sağlamış gibi görünse de temelde iki problemi de beraberinde getirmektedir. Bunlardan ilki konu itibariyle uluslararası olan DYY tezlerinin uluslararası literatürle bütünleşememesi riski taşımasıdır.

Bir diğer problem ise uluslararası ve/veya İngilizce literatürle bütünleşememiş ülkemiz DYY alanındaki *terim enflasyonu ve kavram karmaşasıdır.* Öyle ki uluslararası/İngilizce literatürde Foreign Direct Investment adı ve FDI kısaltmasıyla yer bulan DYY terimiyle ilgili olarak ülkemizde tam yedi farklı terim üretilmiştir. Hatta bu terimlerden birisi olan Foreign Capital Investment terimi ve FCI kısaltmasının ise uluslararası literatürde bir karşılığı bulunmamaktadır. Bu terimin Türkiye'de yaygın olarak kullanılagelmiş olan yabancı sermaye yatırımı teriminin İngilizceye hatalı çevirisi olduğu düşünülmektedir. 2003 yılında yürürlüğe giren yasada da adının geçtiği gibi ve İngilizce FDI teriminin Türkçe'deki doğrudan karşılığı olan DYY adının ve kısaltmasının kullanılması çok daha yerinde ve uygun olacaktır. Böylece kavram karmaşası sona erecek yapılan çalışmalarda birbirini tekrar etmeyen bulgular elde edilebilecektir. Bu tarz çalışmaların incelenmesi konu ile ilgili eksikliklerin saptanmasında oldukça yardımcı olmaktadır. Dolayısıyla ilerleyen çalışmalarda gerek tezlerde gerekse de diğer akademik çalışmalarda "*Doğrudan Yabancı Yatırım*" adı ve "*DYY*" kısaltmanın kullanılması daha yerinde olacaktır.

Son olarak, ülkemizde DYY ile ilgili yapılan çalışmalar çoğunlukla ülkemize gelen DYY üzerine odaklanmıştır. İncelenen tezlerin %55'i ülkemize gelen DYY üzerinedir. Ülkemizden giden DYY konusunu irdeleyen tezlerin oranı ise sadece %25'tir. Bunun neticesinde 2015 senesi haricinde ülkemizden giden DYY ile ilgili mevcut tez çalışmaları oldukça yetersiz kalmıştır. Giden yatırımların üzerine düşülmemesinin bir sebebi kavram karmaşası olduğu gibi bir diğer sebebi de ülkemizden dışarıya yapılan yatırım sayısının geçmiş yıllarda oldukça kısıtlı olmasıdır. Bu durum içinde bulunduğumuz yıllarda yavaş yavaş değişmeye başlamıştır. Bu sonuç yapılan çalışmaların sayısı ve kalitesi ile doğru orantılı olduğu görülmektedir. Daha çok iktisat alanıyla ilgili olan DYY konusundaki çalışmaların büyük oranda gelen DYY üzerinde durmaları ve ekonomik büyümeyi ve istihdamı gelen DYY üzerinden açıklamaları günümüz ekonomik çevresi açısından artık yetersiz kalmaktadır. Türkiye'nin mevcut ihracat ve uluslararasılaşma hedefleri dikkate alındığında gelen DYY konusundan ziyade giden DYY konusu üzerinde durulması çok daha uygun olacak ve gerek Türkiye ekonomisine gerekse de bu alandaki literatüre önemli katkılar sağlayacaktır.

Kaynakça

Asiedu E.(2002).“On the Determinants of Foreign Direct Investment to Developing Countries: Is Africa Different?, *World Development*, 30 (1), s.s:111.

Borentzeın, J., De Gregorıa, J., & Lee, J. (1998). How Does Foreign Direct Investment Affetct Economic Growth. *Journal of International Economics* (45), 115-135.

Bozdağlıoğlu, E.Y. (2014).Türkiye'de Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Tarihsel Süreçte Göstediği Gelişim:Hukuksal ve Ekonomik Yansımaları. *Dicle Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,11, 6*

Chen, J. (Ed).2000. Foreign Direct Investment, Palgrave Publisher, New York.

Doğrudan Yabancı Yatırımlar Kanunu, Resmi Gazete, Sayı:25141, 17 Haziran 2003

Erisim:www.dtm.gov.tr, 22.01.2005.

Karluk, R.(2001).Türkiye'de Yabancı Sermaye Yatırımlarının Ekonomik Büyümeye Katkısı, Ekonomik İstikrar, Büyüme ve Yabancı Sermaye, TCMB Yayınları. Ankara. 59

Koçtürk, O.Ve Eker, M. (2012). Dünyada ve Türkiye'de Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları ve Çok Uluslu Şirketlerin Gelişimi. *Tarım ve Ekonomi Dergisi* , 35-42.

Saatçioğlu, C; "Doğrudan Dış Yatırımlar ve Türkiye" başlıklı makale,2002, Erişim tarihi:16.05.2016

http://archive.ismmmo.org.tr/docs/malicozum/61MaliCozum/1861%20CEM%20SAAT%C3%87%C4%B0O%C4%9ELU.doc

T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı, Yabancı Sermaye Genel Müdürlüğü, 2005 Yılı Raporu

Yılmaz, Ö., Yılmaz, V.Ve Akıncı, M. (2011). Türkiye'de doğrudan yabancı yatırımlar ve ekonomik büyümeye etkisi. *Atatürk Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi , 25*, 3-4.

Siyasal Tercihlerin Oluşmasında Değerlerin Rolü

Murat Sezgin[194], Hüsna Yılmaz[195]

Full Text

1. Giriş

Ahlâk felsefesi ve sosyolojinin önemli konularından biri olan değer kavramı sosyal bilimler alanında üzerinde sıkça durulan bir kavramdır. Üzerinde sıkça durulmasının sebebi; değerlerin insan davranışlarına kaynaklık etmesi ayrıca değerlerin hem bireysel hem de grup olarak bilgi sağlayan, yönlendiren bir kavram olmasıdır. Soyut bir kavram olan değerin net bir tanımı yoktur, araştırmacılar yaptıkları çalışmalar sonucunda birçok değer tanımı ortaya koymuşlardır. Yapılan tanımların ortak noktası ise; değerlerin insan davranışlarına kaynaklık etmesi ve yönlendirmesidir.

Değerler ve değer kavramı gibi insanlığın var olduğu günden bu yana varlığını sürdüren bir diğer kavram olan siyaset kavramının tarihi de insanlığın tarihi kadar eskidir. Toplumsal bir varlık olan insanın hayatını düzenleyen, belirleyen genel kurallar bütünü olan siyaset, insanlık için kaçınılmazdır.

Siyasetin en somut şekli belirli aralıklarla yapılan seçimlerdir. Demokrasi ile yönetilen toplumlarda belirli aralıklarla yapılan seçimlerde halkın yönetime katılmasını sağlayan unsur oy verme davranışıdır. Halkın siyasal anlamda oy verme davranışını etkileyen birçok faktör bulunmaktadır bunlar genel olarak; seçmenlerin demografik özellikleri, kitle iletişim araçları, ülkenin genel sosyo-ekonomik durumu ve siyasal liderlerin özellikleridir diyebiliriz.Bu çalışmanın temel amacı, siyasal tercihlerin oluşmasında değerlerin rolünü ortaya koymaya yönelik bir literatür araştırması yapmaktır.

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. Siyaset Kavramı

Siyaset insanın var olduğu ve topluluk halinde yaşadığı ilk günden bu yana var olan bir olgudur. Topluluk halinde yaşamaya başlayan insan, topluluğun devamı ve huzuru için yönetilmeye ihtiyaç duymuştur ve bu ihtiyaç sonucunda topluluğun yönetimini idare edecek kişi ve gruplar meydana gelmiştir. Toplulukları yöneten grup ya da kişilerin izlediği yola siyaset denmektedir. Siyaset, kavramı genel itibariyle ülkenin idare edilmesi, politika ve diplomasi kavramlarını kapsar. Siyaset kelimesi köken itibariyle Arapça'dan gelmektedir. Arapça'da "siyasa" olarak kullanılan siyaset kelimesi, yönetmek, eğitmek, yetiştirmek anlamına gelmektedir (Temel, 2011: 27-28).

Siyaset, toplumsal bir varlık olan insanın yarattığı ortak değerler tarafından şekillenen, toplumdan topluma değişen, aynı toplumda bile zamanla değişebilen, güç ve yaptırım içeren bir kavramdır. Siyasal partiler siyaset kavramının en somut ve en etkin aracıdır. İnsanlığın var olduğu günden bu yana varlığını farklı şekillerde sürdüren siyaset, zaman zaman belli grupların baskı aracı ya da belli kişi ve grupların çıkarı için kullanılan bir araç olduysa da günümüz

194 Doç. Dr., Uşak Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık, murat.sezgin@usak.edu.tr
195 Yl. öğr., Uşak Üniversitesi, Uşak Üniversitesi SBE, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık ABD, husnayilmaz.h2@gmail.com

demokrasisinde bireylerin yönetime katılmaya başlamasıyla birlikte gerçek anlam ve önemine kavuşmuştur (Çetinkuş, 2010: 5).

2.2. Siyasal Tercih Kavramı

Siyasal tercih, bireylerin kendi hür iradesiyle birçok siyasi seçenekten birini tercih etmesi eylemidir. Tercih eyleminin gerçekleşebilmesi için birden fazla seçeneğin olması ve aynı zamanda hür bir ortamda olması gerekmektedir (Işık, 2011: 135-138).

2.2.1. Siyasal Tercihleri Etkileyen Faktörler

Bireyler belirli aralıklarla demokrasilerin en somut yönü olan seçimlere katılarak kendi yönetilmelerine katkı sağlarlar. Bireyler yaptıkları tercihlerle kendilerini yönetmelerini istedikleri kişilere yetki verirler. Bireyler tercihlerini belirlerken birçok faktörün etkisi altında kalmaktadırlar. Bireyleri etkileyen bu faktörler hem yerel seçimlerde hem de yapılan diğer genel seçimlerde de etkilidirler. 1940'lı yılların başlarından itibaren bireylerin siyasal tercihlerini etkileyen faktörlere yönelik araştırmalar yapılmaya başlanmıştır. Fakat değişen ve gelişen dünya şartları seçmenleri ve seçmenlerin etkilendiği koşulları da değiştirmektedir. Bu sebepten dolayı seçmen tercihlerine yönelik yapılan araştırmaların düzenli aralıklarla tekrar yapılması gerekmektedir (Türel, 2011: 34-39). Bireyler, demografik özellikler, kamuoyu ve kitle iletişim araçları, genel ekonomik durum ve değerler gibi birçok faktörün etkisi altında siyasal tercih yapmaktadır**.**

2.2.2. Değer Kavramı

Ahlak felsefesinin üzerinde sıkça durduğu kavramlardan biri olan değer kavramının literatür de birçok tanımı bulunmaktadır. Çoğu düşünüre göre "tanımlanamaz olan" değer kavramının tanımlarına bakacak olursak; en genel tanımıyla "davranışlarımızı belirleyen ilke" olarak tanımlamak mümkündür. Değere bu tanım çerçevesinden bakacak olursak, bütün davranışlarımızın bir değere bağlı olduğu, her davranışımızın mutlaka bir değer temelli olduğunu ve değerler tarafından yönlendirildiğini söylemek mümkündür. Örneğin benim dürüst olma çabam dürüstlüğe verdiğim değerden kaynaklanmaktadır, dürüstlüğe verdiğim değerde içinde yaşadığım toplum ve aileden aldığım değerlerden kaynaklıdır.

2.2.2.1. Değer Kavramının İlişkili Olduğu Kavramlar

Değerlerin ilişkili olduğu ve anlaşılmasını sağlayan birçok kavram bulunmaktadır. Değerlerin ilişki içinde bulunduğu bu kavramlar değerlerin anlaşılmasını ve uygulanmasını kolaylaştırmaktadır. Çoğu zaman değerlerin ilişki içinde olduğu bu kavramların sınırları kesin çizgilerle belirlenmediği için birbirinin alanına girip yanlış anlaşılabilmektedir. Fakat bu kavramlar her ne kadar benzerlik gösterse de literatürde farklı özellik ve işlevleri olduğu açıkça görülmektedir. Değerler; kültür, inanç, norm, etik, vizyon, tutumlar ve ihtiyaç gibi kavramlarla ilişki içindedir.

2.3. Seçmen Tercihlerinin Oluşmasında Değerlerin Rolü

Demokrasilerin en somut ve en belirgin özelliği seçimlerde seçmenlerin özgür iradeleri ile oy kullanabilmeleridir. Seçmenler siyasal tercihte bulunurken birçok faktörden etkilenmektedirler. Seçmenleri etkileyen faktörlerin önemli bir kısmını sahip oldukları değerler oluşturmaktadır. Modern toplumlarda yapılan araştırmalar seçmen tercihleri üzerinde değerlerin etkisinin artış gösterdiğini göstermektedir (Türel, 2011: 48-50).

Değerlerin siyasal tercihlere etkisinin belirlenmesinde son dönemde en sık kullanılan ölçek geniş PVQ"dur. PVQ ölçeği ile yapılmış birçok çalışma mevcuttur. Örneğin bu çalışmalardan birinde Caprara ve Schwartz ile diğer araştırmacılar 2001 yılında yapılan İtalya genel

seçimlerinde kişisel değerlerin siyasi tercihe olan etkisini değerlendirmişlerdir. Çalışma sonucunda merkez solda yer alan seçmenlerin merkez sağda yer alan seçmenlere göre siyasi tercihte bulunurken evrensellik, hayırseverlik ve kendini yönetme değerlerine bağlılıklarının daha fazla olduğu ortaya konulmuştur. Diğer taraftan, aynı araştırmada, merkez sağda yer alan seçmenlerin siyasi tercihlerinde ise güvenlik, güç, başarı, gelenek gibi değerlerin baskın olduğu belirlenmiştir (Türel, 2011: 48-50).

Schwartz ve diğer araştırmacılar 2001 yılındaki çalışmanın benzerini 2006 yılındaki İtalya genel seçimleri için de yapmışlardır. Bu çalışmada da temel kişisel değerlerin seçmen tercihine etkisinde 2001 yılındaki çalışma ile örtüşen sonuçlar elde etmişlerdir (Türel, 2011: 48-50).

Bir başka çalışma ise Hırvatistan Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde görevli Ivana Feric‟e aittir. Feric 1130 kişi üzerinde yaptığı çalışmada Hırvatistan ‟da seçmen tercihinde özellikle geleneğin etkili olduğunu ortaya çıkarmıştır (Türel, 2011: 48-50). Değerlerin siyasal tercihlere etkisinin araştırılmasında Türkiye ‟de de çalışmalar yapılmıştır. Bu çerçevede "Bahar Eroğlu Yalın" yapmış olduğu araştırmada siyasal iletişim sürecinde siyaset ve değer ilişkisini esas alarak değerlerin siyasal düşünce ve tercih üzerindeki etkisini ortaya koymayı amaçlamıştır.

3. Sonuç

Seçmenlerin siyasal tercihlerinin oluşmasında, toplumsal, kültürel, ideolojik, dinsel, ekonomik ve psikolojik unsurlar gibi birçok unsur etkilidir. Bu saydığımız unsurların oluşmasında belirleyici unsur ise şüphesiz değerlerdir. Davranışlarımıza kaynaklık eden değerlerin toplumsal ve bireysel anlamda birçok işlevi bulunmaktadır. Toplumdan toplumda bireyden bireye hatta aynı bireyde duruma ve zamana göre değişiklik gösteren değerler toplum ve birey için kaçınılmazdır.

Toplumlar var olmalarıyla birlikte maddi ve manevi birçok değer yaratırlar ve yaratılan bu değerler tıpkı siyaset gibi toplumsal yaşamın refahı ve devamı gereklidir. İnsanların topluluk halinde yaşamaya başlamasıyla birlikte var olan siyaset insanlık var olduğu müddetçe devam edecek olan bir olgudur. Siyaset toplumsal yaşamın devamı için zorunludur işte bu yüzden de siyaset her daim önemsenen bir olgu olacaktır.

Değerler bireysel ve toplumsal anlamda davranışları belirleyen unsurlardan biridir. Bu doğrultuda grupların oylarını hedefleyen siyasal parti ve liderlerin, siyasal iletişim süreçlerinde etkin olabilmek için grupların siyasal tercihini etkileyen hatta belirleyen (nasıl düşündüğü, nasıl davrandığı, neleri önceliğini tanımlayan) değerlerini bilmeye gereksinim vardır. Değerlerin, davranışı etkilediği gerçeğinden yola çıkarak, bu etkinin bireyin siyasal düşünce ve tercihlerine nasıl yansıdığı bu çalışmada ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Değerler, siyaset ve siyasal tercih kavramı.

JEL Kodu: M0, M48

Kaynakça

Çetinkuş, H. (2010). " Niğde'nin Sosyolojik Yapısının Seçmenlerin Siyasal Tercihlerinde Etkisi," Niğde Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Niğde

Işık, C. (2011). " Etnik Kimliklerin Siyasal Tercihler Üzerindeki Etkisi: Kars İli Kağızman İlçesi 2009 Yerel Seçim Sonuçları Üzerine Ampirik Bir Çalışma," Kafkas Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Siyaset Bölümü ve Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Kars

Temel, F. (2011). "Siyasal Tercihlerin Oluşumunda Baskının Rolü," Selçuk Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Konya

Türel, E. (2011). "Değerlerin Siyasal Düşünce ve Siyasal Tercih Üzerine Etkisi: Antalya Konyaaltı İlçesi Uygulaması," Akdeniz Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Antalya.

Turizm Eğitiminde Modüler Eğitim Sistemi: Hayaller & Gerçekler

Serkan Çalışkan[196]

Full Text

1. GİRİŞ

Bu çalışmada, mesleki orta öğretimde 2004 yılı sonrası uygulamaya konulan Mesleki Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi (Megep) modüler eğitim sistemi ile öncesinde uygulanan geleneksel ünitelendirilmiş eğitim sisteminin turizm eğitimi açısından öğretmen görüşleri doğrultusunda karşılaştırılmaktır. Bu araştırma, Megep sistemi ile öncesinde uygulanmakta olan geleneksel eğitim sistemini öğretmen görüşleri doğrultusunda karşılaştıran ilk çalışma olması açısından önemlidir.

Günümüze kadar modüler eğitim sisteminin hedef, içerik, öğrenme-öğretme süreci ve değerlendirme etkinliklerini incelemek (Yıldız ve Kaya, 2013); eğitim programının öğretmen ve idareci görüşleri doğrultusunda etkinliğini tespit etmek (Seçilmiş ve Ünlüönen, 2011); projenin uygulanmasının getirdiği yararlar ve uygulama sırasında ortaya çıkan olumsuzlukları belirlemek (Bay, 2010); modüler öğretim programlarının otelcilik ve turizm meslek liselerindeki uygulamalarını değerlendirmek (Seçilmiş ve Ünlüönen, 2010); öğrenci görüşleri doğrultusunda modüler öğretimin uygulanmasında karşılaşılan güçlükleri tespit etmek (Gömleksiz ve Erten, 2010); modüler sistem uygulamalarını öğretmen görüşleri doğrultusunda değerlendirmek (Adıgüzel ve Berk, 2009); modüler eğitim sistemi uygulamalarının tam olarak yerine getirilip getirilmediğini ortaya koymak (Seçilmiş ve Ünlüönen, 2009); yönetici ve öğretmenlerin Megep'in mesleki yeterlikler, sanayi-eğitim işbirliği, modüler eğitim, eğitim araç-gereç desteği ve Hizmet İçi Eğitim boyutlarının etkililiğine ilişkin görüş ve önerilerini saptamak (Dursun, 2008) ve ticaret meslek liselerinde verilen muhasebe eğitiminden beklenenleri ve karşılaşılan sorunları tespit etmek (Süer, 2007) amacıyla öğretmen, idareci ve öğrenci görüşlerinden yararlanılarak çeşitli araştırmalar yapılmıştır. Öğretmenin bu işin uygulayıcısı olarak önemli bir porsiyonda bulanmasına rağmen, her iki sistemin öğretmen nezdinde karşılaştırılmasına, avantaj ve dezavantajlarının belirlenmesine ve bu doğrultuda öneriler geliştirilmesine yönelik bir çalışma bulunmamaktadır.

[196] Uzman Öğretmen, Balıkesir Üniversitesi, serkancaliskan06@gmail.com

Çalışmada, turizm eğitimi veren öğretmenlerin klasik eğitim sistemiyle modüler eğitim sistemine yönelik bakış açılarını ortaya çıkarmak ve her iki sistemi karşılaştırma yapmalarını sağlamak amacıyla yarı yapılandırılmış görüşme formlarından oluşan nitel araştırma modeli kullanılmıştır. Bu kapsamda Bursa'da bulunan 3 turizm otelcilik meslek lisesinde Megep öncesi ve sonrası görev yapmış 8 öğretmen ile görüşmeler yapılmıştır. Bu görüşmeler 2017 yılı yaz seminer döneminde, katılımcıların belirlediği tarihte, görevli oldukları okullarda gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların seçiminde yargısal örneklem yöntemi kullanılmıştır. Elde edilen veriler içerik analizine tabi tutulmuştur. Elde edilen veriler dört tema altında toplanmıştır.

2. ORTA ÖĞRETİMDE MESLEKİ TURİZM EĞİTİMİ

Eğitim, önceden saptanmış amaçlar doğrultusunda insan davranışlarında belli gelişmeler sağlamaya yarayan planlı etkiler dizgesi olarak ifade edilebilmektedir (Hacıoğlu vd., 2008: 4). Mesleki eğitim ise, milli eğitim sisteminin bütünlüğü içinde endüstri, tarım ve hizmet sektörleriyle birlikte her türlü mesleki ve teknik eğitim hizmetlerinin planlanması, araştırılması, geliştirilmesi, organizasyonu ve eşgüdümü ile yönetim, denetim ve öğretim etkinliklerinin bütününden oluşmaktadır(Aksu ve Bucak, 2012: 8).

Mesleki turizm eğitimi, turizm sektörünün ihtiyaç duyacağı, bilgili, becerili, üretken, dinamik insanları yetiştirmek amacıyla uygulama ve verimlilik esaslarına göre bilimsel metotlarla yapılan bir eğitim şeklini ifade etmektedir (Hacıoğlu vd., 2008: 12).

1961–62 öğretim yılında Ankara Otelcilik Okulu'nun açılması, planlı dönemin hazırlık safhasında gerçekleşen gelişmelerdir (Ünlüönen ve Boylu, 2009: 956). 1975-76 döneminde resepsiyon-servis-mutfak bölümlerinde verilmeye başlanan eğitime, 1987-88 döneminde kat hizmetleri, 1993-94 döneminde seyahat acentacılığı bölümü eklenmiştir. 2005-2006 yılından itibaren bu okulların yapısında önemli değişiklikler yapılarak Mesleki Eğitimin Güçlendirilmesi Projesi ile "yeterliliğe dayalı modüler çerçeve öğretim programları" uygulamasına geçilmiştir.

Türkiye'de Megep 2004-2005 eğitim ve öğretim yılından itibaren 145 pilot okulda uygulanmaya başlanmış (Seçilmiş ve Ünlüönen, 2010: 249), 2006-2007 öğretim yılından itibaren ise tüm Türkiye'de mesleki ve teknik eğitim kurumlarında uygulamaya konulmuştur (Adıgüzel ve Berk, 2009: 223). Proje ile mesleki ve teknik eğitim sisteminde baştan sona yeniden yapılanmaya gidilmiştir (Altın, 2008: 163).

3. YÖNTEM

Nitel araştırmalar katılımcıların bakış açılarını ve anlam dünyalarını, duygu ve düşüncelerini derinlemesine ortaya çıkarmayı amaçlar (Kuş, 2003: 87). Çalışmada, yarı yapılandırılmış görüşme formlarından oluşan nitel araştırma modeli kullanılmıştır.

Bu bağlamda, 2016 – 2017 öğretim yılında Bursa il merkezinde bulunan turizm ve otelcilik eğitimi veren 3 mesleki ve teknik Anadolu lisesinde görev yapan konaklama ve seyahat hizmetleri alanı ile yiyecek içecek hizmetleri alanı öğretmeni olan 8 katılımcı araştırmanın çalışma grubunu oluşturmaktadır. Çalışmada yargısal örneklem yöntemi kullanılmıştır. Bu çerçevede, her iki eğitim sistemini karşılaştırabilmeleri için, turizm ve otelcilik eğitimi veren okullarda görev yapan öğretmenler arasından 2003 ve daha öncesi yıllardan itibaren görev yapan, klasik ve modüler eğitim sisteminin her ikisini de öğretmenlik hayatında uygulayan öğretmenler araştırmaya dâhil edilmiştir.

Görüşmelerin tamamlanmasının ardından, kayıt edilen görüşmelerin her biri ayrı ayrı yazıya aktarılmıştır. Verilerin analizinde, her bir cevap formunda yer alan benzer ifadeleri aynı kategori altında gruplandırmak amacıyla içerik analizi yöntemi kullanılmıştır (Weber, 1990). Elde edilen veriler neticesinde 4 tema ortaya konmuştur.

4. SONUÇ VE TARTIŞMA

Bu çalışmada, turizm ve otelcilik eğitiminde modüler eğitim sistemine geçiş ile yapılan köklü değişikliğin öğretmenler tarafından nasıl değerlendirildiği incelenmiştir. Araştırma bulguları neticesinde 4 ana tema ortaya çıkarılmıştır: Geleneksel eğitime ilişkin görüşler, Megep sistemine geçiş sürecine ilişkin görüşler, Megep sistemine ilişkin görüşler, geleneksel sistem ile Megep sisteminin karşılaştırılmasına ilişkin görüşler.

Araştırma ile elde edilen bulgular çerçevesinde şu önerilerde bulunulmaktadır:

- Megep sistemi ile birlikte ön görülen sertifika sistemi getirilerek öğrencilerin diledikleri seviyeden sektöre geçmeleri ve sonrasında kaldıkları yerden okula devam ederek seviyelerini yükseltebilecekleri bir uygulama hayata geçirilmelidir.
- Yabancı dil eğitimi konusunda öğrencilere yoğunlaştırılmış olarak verilen dil eğitimi sonrası sınıf düzeyinde mesleki yabancı dil eğitimi verilmelidir.
- Öğrencilere turizm otelcilik sektörünün tamamında karşılaşabilecekleri konuları kapsayan bir mesleki eğitim verilmelidir.

Anahtar kelimeler: Turizm Eğitimi, Megep**,** Geleneksel Sistem

Jel kodu: I21, L83,

KAYNAKÇA

Adıgüzel, O. C. ve Berk, Ş. (2009). Mesleki ve teknik ortaöğretimde yeni arayışlar: Yeterliğe dayalı modüler sistemin değerlendirilmesi. *Yüzüncü Yıl Ü. Eğitim Fakültesi Dergisi, 6*(1): 220-236.

Aksu, Murat ve Bucak, Turgay. (2012). Mesleki turizm eğitimi. *Aksaray Ü. İİBF Dergisi*, 4 (2), 9-18.

Altın, R. (2008). *Mesleki Eğitim Sisteminde Yeni Eğilimler ve Modüler Sistem*. Ankara: Mesut Matbaacılık.

Hacıoğlu, N., Kaşlı, M., Şahin, S. Tetik, N. (2008). Türkiye'de Turizm Eğitimi. Ankara: Detay Yayıncılık.

Kuş, E. (2003). Nicel - Nitel Araştırma Teknikleri, Sosyal Bilimlerde Araştırma Teknikleri: Nicel mi? Nitel mi?. Ankara: Anı Yayıncılık.

Seçilmiş, C. ve Ünlüönen, K. (2010). Anadolu otelcilik ve turizm meslek liselerinde uygulanan modüler öğretime ilişkin öğretmen görüşlerinin değerlendirilmesi. *Ahi Evran Ü. Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, *11*(2): 247-265.

Ünlüönen, K. ve Boylu, Y. (2009). Türkiye'deki Örgün Turizm Eğitimine İlişkin Rakamsal Gelişmelerin Değerlendirilmesi. *10. Ulusal Turizm Kongresi*, Mersin.

Küçük Ve Orta Boy İşletmelerin (Kobi'lerin) Halkla İlişkiler Ve Reklam Algısı

Oylum Ekşi[197]

Full Text

1. GİRİŞ

Pazar koşullarının değişimi,işletmelerin sayısındaki çoğalma sonucu rekabetin artması,günümüzdereklamın ve halkla ilişkilerin önemini artırmıştır. Birçok ülkede olduğu gibi ülkemizde de güngeçtikçe sayısını artan küçük ve ortaboyişletmeler, reklam ve halkla ilişkiler faaliyetlerinde olması gereken paya sahip değildirler. Bizim çalışmamızın amacı; Kocaeli ilin'deki küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin reklam ve halkla ilişkiler faaliyetlerine yönelik tutumları ve iki faaliyetin farklılığına yönelik farkındalıklarının belirlenmesidir. Reklam ve halkla ilişkilere yönelik tutumlar ve farkındalık düzeyleri açısından herhangi bir farklılık olup olmadığını belirlemek hedeflenmiştir. Bu amaç doğrultusunda, ön çalışma olarak Kocaeli ili Aslanbey OSB'de ve GOSB'de varlıklarını sürdüren 20 Kobi'nin yöneticileri ile derin görüşmeler yapılmıştır. Bu görüşmeler sonrası, edinilen izlenimler sonrası literatürde daha önceden hazırlanmış olan ölçeklerden anketler oluşturulmuş, anketlere yeni değişkenler eklenmiştir ve çalışmanın son aşamasında eklenen değişkenlerle birlikte son hali oluşturulan anketler yine Kocaeli ilinde aynı OSB'lerde varlığını sürdüren 200 firmaya dağıtılmıştır.

2. REKLAM

2.1. Reklamın Tanımı

Genel olarak reklam;birmalın,bir hizmetin veya bir kişinin kamutarafından benimsenmesinin sağlanması eylemidir.Bu eylem para karşılığı yapılmaktadır.

'Reklambirişin,bir malın veya bir hizmetin para karşılığında,genel yayın araçlarında,tarif edilerek genişhalk kitlelerine duyurulmasıdır'(Ünsal,1984:s12).

Classer, reklamın üreticiyle tüketici arasındaki bir iletişim biçimi olduğunu vurgulamaktadır. (www.tml.web.tr)

'Tüketicileri bir mal veya markanın varlığı konusuna uyarmak ve mala ve markaya, hizmet ve kuruluşa doğru eğilim yaratmak amacıyla göze veya kulağa hitap eden mesajların hazırlanması, bu mesajların yayılmasıdır' (Kurtuluş, 1981: s.27).

'Reklam kavramı,insanları kendi istekleriyle belirli birdavranışta bulunmaya iknaetmeyi,belirli bir düşünceye yönelmeyi ya da bir ürüne,bir hizmete, fikre ve kuruluşa dikkat çekmeyi kapsamaktadır.Reklam, dikkatleri çekerken, hedef kitlesine vermek istediği bilgiyi, mesajı da aktarmakta;hedef kitlesinin görüş ve alışkanlıklarını değiştirmeyi;belirli bir görüş ya da tutumu benimsemelerini sağlamayı hedeflemektedir' (Gülsoy,1999).

[197]Doktora Öğrencisi, KocaeliÜniversitesi, oylumeksi@gmail.com

2.2. Reklamın Amaçları

Reklam, belirlenen yaklaşım ile tüketicileri mal ve hizmet satın almak için motive eder.Üretici firmanın prestij kazanmasını sağlayarak ürünün uzun vadede satışını sağlar. (Butterfield 2001:35).

Reklamın temel amacı; farklılık yaratarak işletmelerin ürün ve hizmetlerinisatmalarınısağlar.Önemli bir amacı olan "etkili bir biçimde iletmek" işletmelerce fark edilmeyebilir.Bu nedenle pazar içinde farklılık yaratabilmek için gerekli olan verilecek mesajın istenen anlamda uygun bir dille anlatılmasıdır (Kotler,1989:438).

2.3.Reklamın Özellikleri

- Reklam, reklam verenden tüketiciye doğru akan bir iletiler bütünüdür.
- Reklam bir kitle iletişimidir ve reklam ile tüketici bilgilendirilmeye ve ikna edilmeye çalışılır.
- Reklam mesajlarında mallar, hizmetler, vaatler, ödüller, sorunlara çözümler vardır.
- Reklam diğer pazarlama elemanları ile birlikte pazarlama stratejisi doğrultusunda, hedeflere ulaşmak amacı ile koordineli çalışır.

3. HALKLA İLİŞKİLER

3.1. Halkla İlişkilerin Tanımı

Halkla ilişkilerin çeşitli tanımları yapılmıştır. Literatürde, kullanılan tanımlaranaliz edildiğinde çoğunlukla"yönetimfonksiyonu"ve ''iletişim yönetimi"kavramları üzerinde odaklandığı görülmektedir. (Kalender A.(2008)s.21).Halkla ilişkiler, ''Bir işletme ile hedef kitle arasında karşılıklı iletişimi,anlayışı oluşturmaya ve sürdürmeye yardımcı olan ayrıcalıklı bir yönetim görevidir."sonucu ortaya çıkmıştır(Halkla ilişkiler com.tr).

"Kişi ya dakuruluşun amaçlarını gerçekleştirmesineyardımcıolan,önem sırası kimi zaman tüketici,kimi zaman dağıtımcı ve çalışanlar gibikuruluşun yapısına göre değişkenlik gösteren, hedef kitlelerle gerçekleştirilen stratejik iletişim yöntemidir(F.BaltaPeltekoğulları, 2016).

Genel anlamdahalklailişkiler;hizmet veya mal üreten işletmelerle müşterilerarasındaki ilişkilerin olumlu sonuçlanması için yapılan iletişim ağırlıklı çalışmalardır.

3.2. Halkla İlişkilerin Amaçları

- Sempati ve güven duygusu yaratarak bunun devam ettirebilmek,
- Kamuoyunu örgütsel amaçlar doğrultusunda etkilemek,
- İşletmede marka değeri yaratabilmek,
- Tüm kamuoyuna hitap etmek,
- İşletmenin imaj değerini yükseltebilmek için kamuoyunu hareketlendirmek

4. Küçük ve Orta Büyüklükte İşletmeler

Küçük ve Orta Büyüklükteki işletmelerin (KOBİ'lerin) tanımını ve niteliklerini belirleyen yönetmelik,4 Kasım 21012 tarihli resmi gazetede yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Yönetmelik kapsamında yapılan değişiklikler arasında ,kobi tanımının kriterlerinden ''yıllık

net satış hasılatı"ve"mali bilanço" üst limiti 25 milyon TL'den 40 milyon TL'ye yükseltilmiştir.Personelsayısıüst limiti ise 250 olarak korunmuştur.

Mikro İşletmeler:10 kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı veya mali bilançodan herhangi biri 1 milyonu aşmayan işletmelerdir.

Küçük İşletmeler.50 kişiden az yıllık çalışan bulunduran ve yıllık hasılatı veya bilançodan biri 8 milyon Türk lirasınıaşmayan işletmelerdir.

Orta Büyüklükteki İşletmeler:250çalışandan az, yıllık çalışan istihdam rakamı ve yıllık satış hasılatı veya mali bilançosundan herhangi biri25 TL'yi aşmayan işletmelerdir.5 milyon satış hasılatı veya mali bilanço üst limiti 8 milyon TL olmuştur.(TOBBTürkiye Odalar Ve Borsalar Birliği KOBİ Bilgi Sitesi).

5. Kobilerde Reklam Ve Halkla İlişkiler Algısı Üzerine Bir Araştırma

5.1. Araştırmanın amacı

Bu çalışmanın amacı; Kocaeli ilindeki kobilerinreklam ve halkla ilişkiler faaliyetlerine yönelik tutumlarının ve iki faaliyetin farklılığına yönelik farkındalıklarının belirlenmesi amaçlanmıştır.Reklam ve halkla ilişkilere yönelik tutumlar ve farkındalık düzeyleri açısından herhangi bir farklılık olup olmadığını belirlemek hedeflenmiştir.

5.2. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırları

Araştırmanın ana kütlesini; Kocaeli ilinde varlıklarını sürdüren kobiler oluşturmuştur. Araştırmanın kapsamına tüm kobiler dahil edilmiştir. Örnekleme yöntemi olarak tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme seçilmiştir. Araştırma kapsamının Kocaeli İli Arslanbey OSB ve Gebze OSB'lerinde varlığını sürdüren kobiler ile sınırlandırılmıştır.

5.3.Araştırmanın Yöntemi

Kocaeli İli Arslanbey OSB ve Gebze OSB'lerinde varlığını sürdüren bazıkobilerin yöneticileri ile derin görüşme yapılmış, sonrasına literatürdeki ölçeklerdenanket formlarıoluşturulmuştur. Yeniden düzenlenen anketler OSB'lerdeki diğer firmalara dağıtılmıştır. Dağıtılan anketler iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, tanımlayıcı sorular yer almıştır. İkinci bölümde ise iki grup soru bulunmaktadır. Birinci gruptareklama yönelik tutum ve farkındalığı belirlemek üzere hazırlanan ölçek (Atala Sinan.2008), ikinci grupta ise halkla ilişkilere yönelik tutum ve farkındalığı belirlemek üzere hazırlanan ölçek yer almıştır (Özen & Kılınç, 2015:169).

5.5. Bulgular ve Analiz

Araştırma iki aşamalı çalışmadan oluşmuştur. Birinci aşamada, literatür taraması yapılmış, reklam ve halkla ilişkiler faaliyetleri açıklanmaya çalışılmıştır. Bu bölümde, iki faaliyetin farklılıkları ortaya konularak, işletmeler tarafından genel olarak uygulanış biçimlerine değinilmiştir. Araştırmanın ikinci aşamasında alan araştırması için ön çalışmalar

yapılmıştır. Öncelikle anket formunun hazırlanabilmesi için ölçekler belirlenmiştir. Bu ölçeklerden hareketle, ana kütleyi temsil edecek özellikte 20 kobiyöneticisi ile derin görüşmeler yapılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre, kobi yöneticilerinin halkla ilişkiler ve reklam kavramları ve uygulamalarına yönelik bilgi ve farkındalık düzeylerinde karmaşıklıklar olduğu belirlenmiştir. Bu karmaşıklıklar ve teorideki ölçekler dikkate alınarakbu çalışmada iki ayrı anket formu oluşturulmuştur.Hazırlanan anket formaları, literatürde var olan farklı 2 kaynaktan alınmıştır. Literatürdeki hali ile başlangıçta 37 değişkenden oluşan Halkla İlişkilere yönelik tutum ve farkındalıkları belirlenmesinde kullanılacak Ölçek ön çalışma sonrası eklenen değişkenlerle 39 ifade olarak güncellenmiştir. (Bu değişkenler:1. Halkla İlişkilerde başarılı olabilmek için kurum kültürüne sahip olmak önemlidir.2. Halkla ilişkiler çalışmasını yürüten departman çalışanları ya da danışman firma çalışanları firmamızı, misyonumuzu ve vizyonumuzu iyi anlamalıdır.) Başlangıçta 23 olan Reklama yönelik tutum ve farkındalık ölçeği ise ön çalışma sonrası eklenen değişkenlerle 25olarak güncellenmiştir (1.Reklama ayrılan bütçe her yıl sabit midir? 2.Reklama ayrılan bütçe yıllara göre farklılık gösteriyorsa, bu değişim neye göre belirleniyor?). Örnek kütlenin ana kütleyi temsil yeteneğini arttırmak amacı ile çalışmanın son aşamasında eklenen değişkenlerle birlikte güncellenen anketler yine Kocaeli ili Arslanbey OSB'de ve GOSB'de varlığını sürdüren 200kobiye dağıtılmıştır.

6. SONUÇ

Günümüz pazarlarındahem endüstriyel hem de nihai tüketiciler oldukça yüksek beklenti ve bilinç düzeyine sahiptirler. Dolayısı ile firmalar açısından var olma, varlığını sürdürebilme, rakiplerineüstünlük sağlayabilmek güçleşmiştir. Dolayısla, fark yaratarak öne çıkabilme, kendini gösterebilme, tüketiciye kendisini anlatabilme, güven kazanabilme yetisine sahip olmaları için çok daha fazla çaba göstermeleri gerekmektedir. İletişimin hızlı ve yaygınlaşması ile birlikte özellikle, tutundurma faaliyetlerindeki çabalar öne çıkmaktadır. Tutundurma çabalarından en çok bilinen reklam ve halkla ilişkiler çalışmaları da işletmeleri, bu hedeflerine ulaşmada oldukça önemli yere sahip olduğu görülmüştür. Dolayısıyla, bu araştırmada Kocaeli ili Arslanbey OSB ve GOSB'de,kobilerin reklam ve halkla ilişkiler faaliyetlerine yönelik tutumları ve farkındalık düzeylerinin belirlenmesinin alana önemli katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Buradan hareketle,araştırmada OSB'lerde bulunan 20 firmanın yöneticisi ile yapılan derin görüşmelerin sonuçlarına göre, halkla ilişkiler ve reklamlara yönelik tutum ve farkındalık ölçümü için anketler hazırlanmıştır. Anketler, aynı OSB'lerde varlığını sürdüren 200 firma yöneticisine cevaplandırılmak üzere dağıtılmıştır.

Anahtar kelimeler: Reklam,Halkla İlişkiler, Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler (Kobi'ler)

Jel Kodu: M31, M37, M39

KAYNAKÇA

Atala S. (2008).İnternet Üzerinden Reklam, Yüksek Lisans Tezi, Bursa: Uludağ Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü.

ButtrefieldL.(2001), Reklamda Mükemmele Ulaşmak, İstanbul: Reklamcılık Vakfı Yayınları

Çelik C. & Karada lM.( ) '' Kobilerin Sorunları ve Çözüm Stratejilerinin Algılanan Performans Üzerine Etkileri'', Çukurova Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 2007,16/2.

Elden M. & Ulukök Ö.&YeygelS.(2005). Şimdi Reklamlar, 1.Baskı, İstanbul: İletişim Yayınları

Kalender A. & Fidan M.(2008) Halkla İlişkiler : Kavramlar, Tanımlar ve Uygulama Alanları, 3.Baskı, İstanbul:Tablet Yayınları

kosgep.gov.tr KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı (2015-2018).

Özen E&Kılınç F. (2015) '' İşletmelerde Finansal Performansın Artmasında Halkla İlişkilerin Rolü ve Halkla İlişkiler Algısı'', Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi,2(1): 147-170.

Özkanal B. (2017) '' Kobilerde Kurumsal İetişim'' , İstanbul Ü. İletişim Fakültesi Dergisi, 1: 109:119.

Peltekoğlu F.B.(2016). Halkla İlişkiler Nedir, 9.Baskı, İstanbul: Beta Basım

Reklamcılık ve Boyutları www.tml.web.tr

Sumak E. (2011). Küçük ve Orta Boy İşletmelerin İletişim Yöntemi Faaliyetleri Üzerine Teorik Bir Çalışma, Doktora Tezi, Selçuk Ü. Hakla İlişkiler Anabilim Dalı.

İşletmelerde Halkla İlişkiler (Prof.Dr. Dilaver Tengi)

Tolga Gümüşay,Brick Ajans Başkanı,Kobi .TREND,23Eylül2014 KOBİ'ler ve Reklam).

Topsümer F. & Elden M.(2015), Reklamcılık,14. Baskı,İstanbul: İletişim Yayınları

(TOBB_TürkiyeOdalar Ve Borsalar Birliği KOBİ Bilgi Sitesi).

Ek 1: Reklam Algısı için Anket Soruları

Sayın İşletme Yetkilisi , Reklamla ilgili aşağıdaki ifadeleri ölçek üzerinde işaretleyiniz.				
1.İşletmemiz reklama bütçe ayırmaktadır.				
Kesinlikle katılmıyorum( )	2.Katılmıyorum()	3.Fikrim yok()	4.Katılıyorum()	5.Kesinlikle katılıyorum( )
2.Reklama ayrılan bütçe her yıl sabit midir?				
3.Reklam ayrılan bütçe yıllara göre farklılık gösteriyorsa, bu değişim neye göre belirleniyor?				
4.İşletmemiz, geleneksel reklamı daha etkin bulmaktadır.				
5.İşletmemiz, internet üzerinden reklamı daha etkin bulmaktadır.				
6.İşletmemiz, reklamın tüketiciyi etkilemediğini düşünmektedir.				
7.İşletmemiz, reklamın tüketiciyi etkilediğini düşünmektedir.				
8.Reklamı yeni müşteriler kazanmak amacıyla kullanmaktayız.				
9.Reklamı mevcut müşterilerin devamlılığını sağlamak amacıyla kullanmaktayız.				
10.İnternet üzerinden reklamı rakiplerimize göre farklılık sağlamak amacıyla kullanmaktayız.				
11.İnternet üzerinden reklamı düşük maliyetli kurumsal tanıtım gerçekleştirmek için kullanıyoruz.				

12.Reklamı marka bilinci yaratmak amacıyla kullanmaktayız.
13.İnternet üzerinden reklamı tüketiciyi doğrudan satışa yönlendirmek amacıyla kullanmaktayız.
14.Reklamı şirket imajı yaratmak için kullanıyoruz.
15.İnternet üzerinden reklamı yeni müşteriler bulmak için kullanıyoruz.
16.İnternet reklamını, teknolojik yenilikleri kaçırmamak amacıyla kullanıyoruz.
17.İnternet reklamını ,geleneksel reklama tercih ediyoruz.
18.Gelecekte Türkiye'de internet üzerinden reklamın daha çok kullanılacağına inanıyorum.
19.Aşağıda yer alan internette reklam yöntemlerinden en çok hangisini veya hangilerini kullanıyorsunuz? Banner( ) E-posta( ) Kendiliğinden açılan pencereler( )Pop-up Windows( ) Başka sitelere link vermek( ) Arama motorlarını kullanmak( ) Diğer( ) belirtiniz.
20.Cinsiyetiniz: Erkek( ) Kadın( )
21.Eğitim durumunuz: İlkokul( ) İlköğretim( ) Ortaokul( ) Lise( ) Ön Lisans ( ) Üniversite( ) Lisansüstü( )
22.Yaşınız: 18-24 ( ) 25-29 ( ) 30-34 ( ) 35-39( ) 40 ve üstü( )
23.İşletmedeki konumunuz: Müdür( ) İşletme sahibi ( ) Diğer( )
24.İşletmedeki işçi sayısı: 10 kişiden az ( ) 50 kişiden az( ) 250 kişiden az( )
25.İşletmenin çalışma alanı:

Kaynak: Atala S. (2008).İnternet Üzerinden Reklam, Yüksek Lisans Tezi, Bursa: Uludağ Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Ek 2: Halkla İlişkiler Algısı Anket Soruları

	Kesinlikle Katılıyorum	**Katılıyorum**	**Ne katılıyorum ne de katılmıyorum**	**Katılmıyorum**	**Kesinlikle Katılmıyorum**
1.Firma imajının önemli olduğuna inanırım.					
2.Müşteri memnuniyetinin önemli olduğuna inanırım.					
3.Çalışanların memnuniyetinin önemli olduğuna inanırım.					
4.Kurumsal kimlik çalışmalarının firma imajı için önemli olduğuna inanırım. (logo, kartvizit, binanın dış ve iç görüntüsü vb)					
5.Halkla ilişkiler çalışmalarının markalaşmaya yararlı olduğuna inanırım.					
6.Sponsorluk çalışmalarının firmamın yararına olacağına inanırım.					
7.Ürünlerimin tanıtımı için fuarlara katılmanın önemli olduğuna inanırım					
8.Firmamın karşılaşabileceği kötü durumlara karşı kriz yönetim planlarının olması gerektiğine inanırım.					

9.Yöresel festivallere ve şenliklere katılmanın firmam için yararlı olacağına inanırım.
11.Halkla ilişkiler çalışmalarının kamunun (halkın) yararına yapılması gerektiğine inanırım.
12.Halkla ilişkiler çalışmalarının tüketicinin güvenini sağladığına inanırım.
13.Halkla ilişkiler çalışmalarının, işletmenin tümü hakkında olumlu izlenim yarattığına inanırım.
14.Halkla ilişkiler çalışmalarında kişisel ilişkilerin önemli olduğuna inanırım.
15 Halkla ilişkiler çalışmalarının pazarlama faaliyetlerine olumlu katkı yaptığına inanırım.
16 Halkla ilişkilerin uzmanlık isteyen bir çalışma olduğuna inanırım.
17 Halkla ilişkiler çalışmalarında lobiciliğin (kulis faaliyetlerinin) firmam için önemli olduğuna inanırım.
18 Halkla ilişkiler çalışmalarında sivil toplum örgütlerinden (kadın örgütleri, sendikalar, üniversiteler) destek alınması gerektiğine inanırım.
19 Halkla ilişkiler çalışmalarında internetin pratik ve ekonomik haberleşme imkanı sağladığına inanırım
20 Halkla ilişkiler çalışmalarının rekabet avantajı sağladığına inanırım.
21 Çevre sorunları, eğitim sorunları gibi sosyal sorumluluk gerektiren konularda işletmenin duyarlı olması ve sosyal sorumluluk projeleri üretmesi gerektiğine inanırım.
22 Halkla ilişkiler çalışmalarının karlılığımı arttıracağına inanırım.
23 Firmamızın kamuoyu tarafından iyi tanındığını Düşünmekteyiz
24 Firmamızın toplum tarafından daha iyi tanınması için neler yapılması gerektiğini bilmekteyiz.
25 Halkla ilişkiler saygınlık kazandırır.
26 Halkla ilişkiler kalite anlayışını getirir.
27 Halkla ilişkiler iç ve dış çevredeki değişimlere uyumu kolaylaştırır.
28 Halkla ilişkiler çalışanların problemlerinin çözümünü kolaylaştırır.
29 Tüketiciler işletmemiz hakkında yeterli bilgiye sahiptir.
30 Firmamız çalışanlarına önem veren bir işletme olarak bilinir.
31 Firmamız müşteri istek ve şikâyetlerine önem veren bir kuruluş olarak bilinir.
32 Firmamız saygın bir kuruluş olarak bilinir.
33 Firmamız kaliteli bir kuruluş olarak bilinir.
34 Kamuoyu işletmemiz hakkında bilgi sahibidir.
35 Firmamız faaliyetleri ile ilgili bilgi ve haberleri medyaya iletir.
36 Yerel medyada işletmemiz hakkında yeterli derecede haber yayınlanır.
37 Yaptığımız sosyal sorumluluk (Toplum yararına yapılan) faaliyetlerinden kamu oyu haberdardır.
38 Halkla ilişkiler çalışmalarının başarılı olabilmesikurum kültürüne sahip olabilmekle başlar.
39 Halkla ilişkiler departmanı ya da çalışılan danışman şirket, firmanın vizyonunu ve misyonunu iyi anlamalıdır.

Kaynak:Özen E&Kılınç F. (2015) '' İşletmelerde Finansal Performansın Artmasında Halkla İlişkilerin Rolü ve Halkla İlişkiler Algısı'', Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi,2(1): 147-170

Pazarlama İletişimi ve Deneyimsel Pazarlama Çerçevesinde Artırılmış Gerçeklik

Kenan Aydın[198], Songül Bilgili Sülük [199]

Full Text

1. Giriş

Rasyonel karar alan, fayda odaklı bireylerin yer aldığı tüketici pazarlarında (Odabaşı, 2007, Schmitt, 1999a) 21. yüzyıl boyunca pazarlama yöneticileri, marka yöneticileri, ve pazarlama akademisyenlerinin benimsediği ve uygulamaya geçirdikleri "Klasik Pazarlama Disiplini", değişen pazar koşulları ile birlikte yerini farklı uygulamalara bırakmaktadır. Günümüz tüketicileri işletmelerin onlara sağladıkları ürün ya da hizmetin yalnızca fonksiyonel değeriyle ilgilenmemekte, bu değerle beraber işletmelerin onlarda uyandırdıkları hoş duygularla ve hafızalarında yaratacakları unutulmaz anılar gibi ek değerlerle da ilgilenmektedirler (Walls ve Diğ.,2011, Pine ve Gillmore, 1999). Öte yandan, sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçilmesiyle birlikte ticari iletişim araçlarının ve bütünleşik pazarlama iletişiminin gelişmesi hızlanmıştır. Teknoloji günümüz toplumunda insan yaşamının her alanında yer almakta ve giderek önemi artmaktadır. Bu gelişmelerle birlikte müşteri portföyünün demografik özellikleri, hayat stilleri, tüketim alışkanlıkları, talep ve beklentileri vb. her veriye sahibi olma imkanı doğmuştur (Dilenshneider, akt. Bozkurt, 2000:29-30).

Günümüzde hemen her sektör, yoğun bir rekabet ortamı içerisinde varlığını sürdürmeye çalışmaktadır. Bu yoğun rekabet ortamında, diğer rakiplerinden ayrılabilmek ve üstünlük kazanabilmek adına, farklılaşmak zorundadır. Bu farklılıklar yaratılırken işletme, müşterilerinin beklenti ve isteklerini göz önüne alarak, bu doğrultuda mal ve hizmetler geliştirmek durumundadır (Bazarcı ve Hassan, 2017:77). İşletmeler değer beklentisine odaklanan tüketicilere yönelik ürün ya da hizmet sunumunun her aşamasında farklı deneyim sunan stratejilere odaklanmışlardır. Çünkü, bilgi teknolojilerindeki gelişim, markanın üstünlüğü, tüketici refahının ve bilgisinin artması, tüketici taleplerindeki değişimler, hizmet sektöründe rekabetin artması, iletişim ve eğlencenin iç içe geçmesi gibi gelişmeler deneyimin öneminin anlaşılmasına neden olmuştur (Schmitt, 1999; Tümer Karadayı ve Koçak Alan, 2014, s.204).

Değişen ve gelişen tüketici yapısı işletmeleri dijital bir evrilme sürecine doğru yönlendirmektedir. Bilginin eş zamanlı olarak paylaşımını kolaylaştıran sosyal medya ile bireylerin sahip oldukları özgür alanın genişlemesi, markaların kendilerini daha iyi anlatabilmeleri için sosyal medya platformlarını aktif olarak kullanmalarını zorunlu kılmaktadır. Günümüzde markaların tüketici beklentilerine cevap verebilmek adına hız ve etkileşim odaklı pazarlama iletişim çabalarını bünyelerine eklemeleri önemlidir. Yeni iletişim teknolojileri hayatın tüm noktalarında kullanıcıların deneyim ve düşüncelerini şekillendiren önemli bir unsurdur (Bazarcı ve Hassan, 2017:178). Tüketiciye deneyim yaşatarak, değer sunmak olarak da tanımlanabilen deneyimsel pazarlama kavramı, yeni iletişim teknolojilerinin yoğun olarak kullanıldığı alanların başında gelmektedir. Tüketicilere sadece okuma, bilgi alma

198 Prof.Dr.., Yıldız Teknik Üniversitesi, İ.İ.B.F., kenanaydin@gmail.com
199 Yüksek Lisans Öğrencisi., Yıldız Teknik Üniversitesi, songulbilgili90@gmail.com (Yazışma yapılacak yazar)

ve alışveriş eyleminin ötesinde eğlence, anı gibi deneyim aracılığıyla birçok değer sunan mobil teknolojiler gibi uygulamalar yaygınlaşmaya başlamıştır. Dijital dünya ile iç içe olan yeni nesil tüketicilerin olduğu pazarlarda söz konusu uygulamalar çok daha fazla önem kazanmaya başlamıştır. İşletmeler tüketici pazarlarında bilgi teknolojileri ile birlikte gelen bu hızlı değişime ayak uydurabilmek, hedef kitlelerine kolayca ulaşabilmek ve mesajlarını etkin bir şekilde iletebilmek için geleneksel tutundurma yöntemlerini değiştirmek durumunda kalmışlardır. Bu bağlamda, yeni teknolojiler ile oldukça farklı mobil ve dijital uygulamalar ortaya çıkmıştır. Dijital teknoloji uygulamalarını kullanarak tüketicilere deneyim yaşatmak için günümüzde önemli araç haline gelmiş olan uygulamalardan biri de artırılmış gerçeklik (AG) uygulamalarıdır. Sanal nesneler kullanılarak oluşturulmuş zenginleştirilmiş gerçek dünyalar olarak tanımlanan (AG); deneyimsel amaçlarla yerleştirilmiş sanal nesnelerle oluşturulan gerçek ve sanal nesnelerin bütününden oluşan ortamlardır (Erbar ve Demirer, 2014).

Bu araştırmada AG uygulamaları, deneyimsel pazarlama ve yeni teknolojiler ile gerçekleştirilen pazarlama iletişimi çerçevesinde deneysel bir uygulama ile ele alınmıştır. Çalışmada, Türkiye'de indirilme sayısı 2 milyonun üzerinde olan, bir duvar boya markasının AG mobil uygulaması kullanılmıştır. Deney kapsamına İstanbul ilinde yaşayan tüketiciler, boya ustaları ve iç mimarlar dahil edilmiştir. AG mobil uygulaması, denek kapsamına alınan gruplara deneyimlettirilecektir. Tüketicilerin oluşturduğu grubun markaya yönelik tutumları ve satınalma niyeti; boyacılar ve mimarların tüketicileri satınalmaya yönlendirme eğilimleri AG mobil uygulaması olmayan diğer rakip markalara yönelik tutumlar ile karşılaştırılacaktır. Araştırmada, AG mobil uygulamalarının bu üç grup arasında, diğer markalara göre tutum ve satınalma niyetleri açısından farklılık olup olmadığının belirlenmesi amaçlanmıştır. Böylece, AG uygulamalarının pazarlama iletişiminde, deneyimden kaynaklanan memnuniyet düzeyinde ve satınalma niyetine etkisindeki önemi farklı gruplar açısından belirlenmeye çalışılacaktır. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda, pazarlama uygulamacılarına strateji önerileri sunulacaktır. Araştırmanın literatür taraması yapılmış, araştırma yöntemi ve ölçekler belirlenmiştir. Anketler, halen uygulamada olup, bu makalede ön araştırma sonuçlarına yer verilmiştir.

2. Literatür Özeti

2.1.Pazarlama İletişimi

Teknolojinin hızla gelişmesiyle iletişim pazarlama faaliyetlerinin merkezinde konumlanmıştır. Ürünü sadece bir kez satmakla değil, tüketiciyi her zaman satın almaya yöneltecek, sadık bir müşteri grubu oluşturacak doğru bir iletişim kanalı ile tüketiciye ulaşmak önemli bir hal almaktadır.

Müşteri beklentileri, istekleri, ihtiyaçları, sahip olmayı istediği kimliğin ne olduğu gibi noktalarda özellikle takip edilmeli ve pazarlama bileşenleri ile ilgili kararlar bu bağlamda değerlendirilmelidir (Elden ve ark. 2005: 44) Bu sürecin doğal bir sonucu olarak firmaların iletişim konusundaki ihtiyaçları doğrultusunda "Pazarlama İletişimi" kavramı ortaya çıkmıştır.

Pazarlama iletişimi: "*Bir kuruluşun var oluşuyla ürün ve hizmetleriyle ilişkide bulunduğu ve bulunacağı kesimlere neler vadettiği, neler sağlayabileceğini anlatmasını sağlayacak iletişim çabalarının tümüdür*" (BOZKURT, 2000)

2.2.Deneyimsel Pazarlama

Günümüz dünyasında tüketici ürünün fiziksel özellikleri yerine duygusal değerlerine ve hafızalarında bıraktıkları deneyimlere daha fazla önem vermektedir. Tüketici ihtiyaçlarının önceliğinin bu yönde değişmesi deneyim pazarlaması kavramını ortaya çıkarmıştır.

Deneyim kavramı pazarlama literatüründe pek çok akademisyenin dikkatini çekmesine neden olmuş ve deneyimle ilgili farklı tanımlamalar yapılmıştır. Tablo 1'de literatürdeki deneyim tanımlamaları derlenmiş biçimde sunulmaktadır.

Tablo 1: Deneyim Tanımları Tablosu

Yazar	Yıl	Tanım
Lashley	2008	Deneyim, ev sahibi ve konuk arasında misafirperver ilişki oluşturmak ve hatıra yaratmak için duygularla birleşen bakış açısıdır.
Titz	2007	Deneyimsel tüketim kapsamlı bir biçimde tüketici davranışlarını anlamanın merkezidir.
Mossberg	2007	Deneyim, pek çok unsurun bir araya gelerek karışması sonucu oluşan; tüketiciyi duygusal, fiziksel, entelektüel ve ruhsal olarak etkileyen bir kavramdır.
Oh et al.	2007	Tüketici bakış açısına göre deneyimler; tüketim esnasında oluşan eğlenceli, bağlayıcı ve unutulmaz karşılaşmalardır.
Andersson	2007	Deneyim üretim ve tüketiminin buluştuğu an ortaya çıkmaktadır.
Uriely	2005	Deneyim, tüketici tarafından oluşturulan anlaşılması güç ve farklı bir olaydır.
Berry et al.	2002	Deneyim, tüketicinin satın alma sürecinde topladığı tüm bilgilerin düzenlenmesidir.
Lewis ve Chambers	2000	Deneyim, tüketicinin satın aldığı ürün ve hizmet ile çevrenin birleşimi sonucu oluşan tüm çıktıdır.
McLellan	2000	Deneyim yaratılmasının amacı; fonksiyonel, bağlayıcı, inandırıcı ve unutulmaz unsurların düzenlenmesidir.
Schmitt	1999a	Deneyimler kendiliğinden oluşmayan tam aksine kimi etkiler sayesinde oluşan özel olaylardır.
Gupta ve Vajic	1999	Deneyim, hizmet sağlayıcısı tarafından oluşturulan farklı öğeler ile tüketicinin etkileşimi sonucunda tüketicide oluşan algılar ve bilgilerdir.
Pine ve Gilmore	1998, 1999	Deneyim, ürün ve hizmetten farklı belli ekonomik çıktılardır. Başarılı deneyimler, tüketici tarafından eşsiz, unutulmaz, zaman içerisinde sürdürülebilir olmakta ve olumlu ağızdan ağza iletişimi desteklemektedir.
O'Sullivan ve Spangler	1998	Deneyim, tüketim esnasında bireyin katılımı ile fiziksel, ruhsal, duygusal, sosyal veya zihinsel unsurlarla birleşmesidir.
Carlson	1997	Deneyim, fikirlerin ve duyguların bilinçli olarak oluşmasıdır.
Merriam-Webster	1993	Deneyim; doğrudan gözlem veya katılım yoluyla, bireyin etkilenme veya bilgi kazanma yoludur.
Arnold ve Price	1993	Deneyimler, yüksek seviyede duygu yoğunluğu oluşturmaktadır.

Denzin	1992	Hoş deneyimler, rutinliği bozmakta ve kendini yeniden tanımlamaya neden olmaktadır.
Mannell	1984	Deneyim bireyselseldir ve hayatlarımızın boş vakitlerinde, niceliğine kıyasla niteliği ilgiyi hak etmektedir.
Hirschman ve Holbrook	1982	Deneyim, tüketicinin ürünle ilgili duyusal, duygusal ve düşsel yaklaşımıyla ilgilidir.
Maslow	1964	En üst düzeydeki deneyim, bireyin sıradan gerçekliğinin çok üstündedir. Bu deneyimler kısa süreli ve olumlu duygular ile beraberdir.
Thorne	1963	En üst düzeydeki deneyim, kişinin hayatında yaşayabileceği hayatın en dikkat çekici, eğlenceli, değerli ve tatmin edici deneyimdir.

Kaynak: Walls ve Diğ., 2011 çalışmasının genişletilmiş halidir.

Müşteriler bir ürünü ya da hizmeti sadece onlarda sağladığı faydalardan dolayı satın almamakta, o ürün ya da hizmetin hafızalarında bıraktıkları hoş deneyimlerle de ilgilenmektedir (Pine ve Gilmore, 1999).

Müşteri deneyimi kavramını ilk öne sürenlerden olan Pine ve Gilmore (2012), deneyimi, ürün ve hizmetlerden farklı bir ekonomik sunu olarak ortaya koymuşlar ve her bir müşteri için farklı, sıra dışı ve kişiselleştirilmiş deneyimlerin yaratılması gerekliliğini ifade etmişlerdir.

Deneyim pazarlaması kavramını ele alan ilk araştırmacılardan biri de Bernd Schmitt'tir. Schmitt (1999)'e göre geleneksel pazarlamada müşteriler, fonksiyonel özellikler ve faydalarla ilgilenen rasyonel karar alıcılar olarak görürken; deneyimsel pazarlamada müşteriler, keyif veren deneyimlerle ilgilenen rasyonel ve duygusal insanlar olarak ifade edilmektedir. Schmitt (1999) deneyim pazarlaması kavramını ele alırken beş tip deneyimden söz etmektedir. Bunlar; duyusal deneyim (sense), duygusal deneyim (feel), yaratıcı bilişsel deneyim (think), davranışsal deneyim (act) ve ilişkisel deneyim (relate) şeklindedir. İşletmelerin ortaya koyduğu deneyim sağlayıcıların beş duyuya hitap etmesi "duyusal", hislerine ve duygularına hitap etmesi "duygusal", yaratıcılıklarını ortaya çıkarması ve bilişlerine hitap etmesi "yaratıcı bilişsel", fiziksel aktivite yoluyla alternatif yaşam tarzı ve etkileşim sunması "davranışsal", kültürel ve sosyal gruplara hitap etmesi ise "ilişkisel" deneyimleri ifade eder. Böylelikle işletmelerin deneyim sağlarken bütünsel bir bakış açısıyla hareket etmesini destekleyen deneyim odaklı organizasyon yaratılması yönünde yardımcı deneyim modülü stratejisi oluşturulmuştur.

2.2.Artırılmış Gerçeklik

Literatürde arttırılmış gerçeklik ile ilgili ilk çalışmalar 1950'li yıllarda görülmektedir. Amerikalı fotograf yönetmeni, ve sanal gerçekligin yaratıcısı olarak tanınan Morton Heilig, sinemanın izleyicinin tüm duyularına etkin bir şekilde hitap ederek izleyiciyi ekrana kenetleyebilecegi görüşünden yola çıkarak AG uygulamasının ilk adımını atmıştır. 3D film ve Cinerama tabanlı tekniklerin resim, fotograf ve sinemaya insan gözüyle gördügümüz görsel dünyanın kapılarını aralama imkanı tanıdıgını belirten Heilig (1992, s. 244), 1955'te yayınladıgı "Sinemanın Gelecegi" isimli makalesinde Sensorama olarak adlandırdıgı ilk prototipi teorik olarak tanıtmıştır. Daha etkili sanat adına ve yeni gerçekligi insanogluna tüm canlılıgıyla takdim etmek için havalandırma sistemlerinden belirli kokuların püskürtülmesi, periferik görüşün genişletilmesi, steryofonik seslerin çoklu hoparlör aracılıgıyla iletilmesi gibi

öneriler ileri sürmüştür (Heilig, 2001, s. 251). Sesli 3D film engeli ve yeterli sayıda finansör bulamamasıyla proje prototip aşamasında kalsa da sanal gerçekligin fikir babası, AR uygulamasının fikir tohumlarını Morton Heilig atmıştır.

1997 tarihinde bilgisayar grafikleri, VR ve AR üzerine uzmanlaşmış, alanında öncü ve mucit olarak tanınan Amerikalı bilimadamı Ronald Azuma AR hakkında tarihe geçen ilk araştırmayı yapmış ve bu araştırma kapsamında kısa zamanda geniş çevrelerce kabul gören ilk AR tanımını sunmuştur (Gervautz, Hildebrand ve Schmalstieg, 1999). Bu tanıma göre AR gerçek ve sanal ortamların içiçe geçirilerek 3D ve gerçek zamanlı etkileşimli olarak sunulmasıdır. 2005 yılında Horizon Report AR teknolojilerinin 4 ile 5 yıl içerisinde gelişip kamera görüşü arayüzü aracılıgıyla fiziksel ortamları gerçek zamanlı tanımlayabilecegini ve konuma göre içeriklerin kullanıcıya arttırılmış gerçek olarak yansıtılabilecegini önermiş, gündemde büyük bir yankı uyandırmıştır (Nmc, 2005). 2008 yılından itibaren gelişen teknoloji ile akıllı cihazların üretilmesi firmaların ürün ve hizmetlerini pazarlaması için mobil AR uygulamaları önemli bir iletişim kanalını oluşturmaya başlamıştır.

3. Artırılmış Gerçeklik Uygulaması Üzerine Bir Alan Araştırması

3.1. Araştırmanın Önemi, Amacı ve Yöntemi

Bilgi teknolojilerindeki gelişmeler, pazarlama iletişiminde teknoloji yoğun yeni uygulamaların yaygınlaşmasına neden olmuştur. Günümüz pazarlarındaki tüketicilerin memnuniyet kriterleri, geleneksel pazarlama prensibi çerçevesindeki ürünün fonksiyonel özellikleri ve hizmet sunumunun ötesinde kendilerine sunulacak değer yaratan deneyimlere yönelmiştir. Özellikle, dijital dünya ile iç içe olan yeni nesil tüketicilerin haz aldıkları deneyimler de çoğunlukla mobil uygulamalar gibi dijital teknolojilerin olduğu ortamlarda yoğunlaşmaktadır. Dolayısıyla, pazarlamacılar tüketicilere değer yaratacak deneyimsel pazarlama iletişimi stratejilerini dijital araçlar kullanarak gerçekleştirmek durumunda kalmışlardır. Son yıllarda eğitim, tıp, turizm, eğlence gibi birçok sektörde yaygın olarak kullanılan sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik uygulamaları, pazarlama iletişiminde kullanılan önemli araçlar durumuna gelmişlerdir. Bir devrim niteliğinde ifade edilen dijital ortamlarda gerçekleşen değişim ve farklılaşma toplumsal değişime de etki etmektedir. Bu değişim tüketicilerin satınalma süreçlerindeki bütün kararlarını etkilemek üzere AG uygulamalarının bir iletişim aracı olarak kullanılmasına neden olmuştur. Pazarlamacıların özellikle artan rekabet koşullarında doğru tüketicilere doğru zamanda ulaşabilmek için, AG gibi dijital teknolojileri pazarlama iletişimi uygulamalarında doğru stratejiler ile uygulamak durumunda bırakmıştır. Dolayısıyla, pazarlama iletişiminde kullanılan ve tüketicilere çeşitli deneyimler yaşatan AG uygulamalarının tüketicilerin tutumları üzerindeki etkilerinin incelenmesi önem taşımaktadır.

Bu araştırmada, AG uygulamalarının deneyimsel pazarlama ve pazarlama iletişimi çerçevesinde ele alınarak tüketicilerin markaya yönelik tutumları, memnuniyetleri ve satınalma niyetleri üzerindeki etkisinin araştırılması amaçlanmıştır. Araştırmada, AG uygulaması kullanan markalar ile kullanmayan rakip markalara yönelik tutumlarda farklılık olup olmadığının belirlenmesi hedeflenmektedir. Buradan hareketle, Türkiye'de AG mobil uygulaması kullanan bir duvar boyası şirketi deneysel araştırma kapsamına alınmıştır. Araştırmanın anakütlesini İstanbul ilinde yaşayan tüketiciler, boya ustası olarak çalışanlar ve iç mimarlar oluşturmaktadır. Örneklem yöntemi uygulanmış olup, %99 güven sınırları ve 0.05 önem düzeyine göre 384 tüketici ile deneysel çalışma yapılacaktır. Araştırmanın ikinci grubunu

oluşturan mimarlar için mimarlar odasından liste alınmış, araştırmaya gönüllü olarak katılacak olanlar ile deney gerçekleştirilecektir. Üçüncü grupta yer alan boyacılar için ise inşaat şirketlerinden destek alınarak gönüllü olanlar ile deney gerçekleştirilecektir.

Araştırma deneyi için öncelikle bir anket formu hazırlanmıştır. Anket formunda yer alan deneyimsel pazarlamaya yönelik tutum soruları hazırlanırken Hirschman ve Hollbrook, 1982; O'Sullivan ve Spangler, 1998; Schmitt, 1999; Pine ve Gilmore, 2012'nin çalışmalarından yararlanılmıştır. AG uygulamasına yönelik pazarlama iletişiminin etkinliğinin belirlenmesinde hazırlanan tutum soruları ise Bozkurt, 2000; Elden ve ark., 2005, Odabaşı, 2007'nin çalışmalarından yararlanılarak hazırlanmıştır. Memnuniyet ve Satınalma niyeti ölçeği Chaudhuri (1999) ve Johnson, Herrmann ve Huber (2006)'in çalışmalarından alınmıştır. Anket uygulamasından önce Türkiye'de indirilme sayısı 2 milyonun üzerinde olan, bir duvar boya markasının AG mobil uygulaması deneklere izlettirilecektir. Daha sonra, diğer rakip markalar ile karşılaştırmalı olarak markaya yönelik tutum, uygulamadan duydukları haz ve memnuniyet, satınalma niyetine yönelik soruların yer aldığı anket uygulanacaktır. Araştırmadan elde edilecek verilere, AG mobil uygulamalarının bu üç grup arasında, diğer markalara göre memnuniyet, tutum ve satınalma niyetleri açısından farklılık olup olmadığının belirlenmesine yönelik farklılık ve ilişki analizleri yapılacaktır. Böylece, AG uygulamalarının pazarlama iletişiminde, deneyimden kaynaklanan memnuniyet düzeyinde ve satınalma niyetine etkisindeki önemi farklı gruplar açısından belirlenerek, pazarlama uygulamacılarına strateji önerileri sunulacaktır.

Araştırmanın literatür taraması yapılmış, araştırma yöntemi ve ölçekler belirlenmiştir. Anketler, halen uygulamada olup, bu makalede ön araştırma sonuçlarına yer verilmiştir.

3.2.Bulgular ve Yorum

-Bilgi teknolojilerindeki gelişmeler ve değişimler ile birlikte, pazarlama iletişiminde dijital uygulamalar uygulanmaktadır.

- Tüketicilerin istek, ihtiyaç ve beklentileri ürünlerin ve hizmetlerin fonksiyonel özelliklerinden, birlikte sunulan değerlere odaklanmıştır. Ürün ve hizmet satınalma süreçlerinde, tüketicilerin haz, eğlence ve deneyimlerden elde ettikleri değerler; markalara yönelik tutum ve satınalma niyetini daha fazla etkilemektedir.

-Pazarlamacılar, tüketicilerine değer yaratabilmek için dijital teknolojiler ve mobil uygulamaları pazarlama iletişiminde kullanmaya başlamışlardır. Böylece, tüketicilere hem deneyim yaşatarak değer üretmekte hem de dijital teknolojiler ile iç içe olan yeni nesil tüketiciler ile daha kolay iletişim kurmayı hedeflemektedirler.

-Gerçeğin zenginleştirilmesi olarak adlandırılan Artırılmış Gerçeklik uygulamaları, hem etkin bir pazarlama iletişim aracı, hem de deneyim yaşatmak amacıyla pazarlamacılar tarafından kullanılmaktadır.

-Araştırma anketleri ön test için uygulamaya gönderilmiş, halen süreç devam etmektedir.

4. Sonuç

Araştırma ikincil kaynak veriler ve birincil kaynak verilerden oluşmaktadır. İkincil kaynak taraması üç konu üzerine gerçekleştirilmiştir. Birincisi pazarlama iletişimi ve günümüz bilgi teknolojilerine göre gelişimi üzerine hazırlanmıştır. İkinci olarak deneyimsel pazarlama konusu ele alınmış, dijital uygulamalara göre uygulama örnekleri incelenmiştir. Son olarak, deneyimsel pazarlama kapsamında pazarlama iletişimi aracı olarak kullanılan, artırılmış gerçeklik uygulamaları konusu incelenmiştir.

Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre, deneyimsel pazarlama ve pazarlama iletişiminde dijital uygulamaların tüketicilerin satınalma niyeti üzerindeki etkisinin incelenmesinin oldukça önemli olduğu belirlenmiştir. Dolayısıyla, günümüzde pazarlamacıların gerçekleştirdiği dijital uygulamaların etkinliğini belirlemek üzere benzer araştırmaların yapılması önem taşımaktadır. Doğru zamanda, doğru hedef kitleye, doğru mesajı, doğru araçlar ile iletmek, kaynak tasarrufu sağlarken, etkinlik ve verimliliği de artıracaktır. Markaların ulusal ve uluslararası pazarlarda rekabet edebilmesi ve fark yaratabilmesi için güncel bilgi teknolojileri ile geliştirilmiş pazarlama stratejilerine yönelmeleri gerekmektedir. Benzer araştırmalar, bu alandaki boşluğa önemli katkı sağlayabilecektir.

Anahtar kelimeler: Artırılmış Gerçeklik, Deneyimsel Pazarlama, Pazarlama İletişimi, Mobil Uygulama

JEL Kodu: M, M3, M31,

Kaynakça

Journals/Periodicals;

Chaudhuri, Arjun, 1999, "Does Brand Loyalty Mediate Brand Equity Outcomes?" *Journal of Marketing Theory and Practice,* V:7, 2, p.136-146.

Erbar, Ç. & Demirer, V. (2014). "Eğitimde Artırılmış Gerçeklik Uygulamaları: Google Glass Örneği", *Journal of Instructional Technologies & Teacher Education*, 3(2): 8-16.

Holbrook, M. B., & Hirschman, E. C. (1982). "The experiential aspects of consumption: Consumer fantasies, feelings and fun", *Journal of Consumer Research*, 9(2), 132-140.

Johnson, M. D., Herrmann, A., & Huber, F. (2006). The evolution of loyalty intentions [Electronic version]. *Journal of Marketing*, 70(2), 122-132. Retrieved [10.01.2018], from Cornell University, School of Hospitality Administration site: http://scholarship.sha.cornell.edu/articles/435/.

Kabadayı, E.T., Alan, A.K., 2014. "Deneyimsel Pazarlama: Pazarlamadaki Artan Önemi", *İşletme Araştırmaları Dergisi,* 6/1: 203-217.

Pine, J., Gilmore, J.H. (1999). "The Experience Economy: Work is Theatre and Every Business a Stage", *Harvard Business School Press,* Boston

Schmitt, B. H. (1999a). "Experiential Marketing", *Journal of Marketing Management*, 15,53-67.

Walls, A.R., Okumus, F., Wang, R.Y., Kwun, D.J.W. (2011). "An Epistemological View of Consumer Experiences". *International Journal of Hospitality Management,* 30,10–21.

Books;

Elden M, Ulukök Ö ve Yeygel S (2005) *Şimdi Reklamlar,* İstanbul: İletişim Yayınları

Heilig, M. (2001). *"The Cinema of the Future." In Multime- dia: From Wagner to Virtual Reality,* edited by Randall Packer and Ken Jordan, 160-172. New York: W.W. Norton & Company Ltd

O'Sullivan, E., & Spangler, K. (1998). *Experience Marketing: Strategies for the New Millennium.* State College, ABD: Venture Publishing Inc.

Odabaşı, Y., Barış, G.(2007), *Tüketici Davranışı,* 7.Baskı, İstanbul: MediaCat

Pine, J., & Gilmore, J. (2012). *Deneyim Ekonomisi*. İstanbul: Optimist Yayınları.

Conference Papers;

Bazarcı, S. ve Mutlu, B. (2015). "Yeni Bir Pazarlama İletişimi Yaklaşımı Olarak Gerçek Zamanlı Pazarlama: Markaların Sosyal Medyadaki Paylaşımları Üzerine Bir İnceleme", *1st International Conference on New Trends in Communication,* 4-5 Mayıs 2017, İstanbul.

Gervautz, M., Hildebrand, A. & Schmalstieg D. (1999). "*Virtual Environments '99: Proceedings of the Eurographics Workshop in Vienna", May 31-June 1 1999*. Viyana

Internet Sources;

Heilig, M. (1992). El Cine Del Futuro: The Cinema of the Future. https://gametechdms.files.wordpress.com/2014/08/w6_thecinemaoffuture_morton.pdf (12.03.2018)

Nmc. (2005) The Horizon Report. Erişim tarihi: 12 Mart 2018, http://www.nmc.org/pdf/2005_Horizon_Report.pdf

İşletmelerde Etkin İç Kontrol Sisteminin Verimliliğe Etkisi

[1]Habib Akdoğan [2]Neşegül Parlak

Abstract

Özet

İç kontrol sistemi, işletmenin amaçlarını gerçekleştirmesi, iş süreçlerinin düzenli ve hızlı sonuçlanması, işletme varlıklarının korunması, kayıt güvenliğinin sağlanması olmak üzere birçok işlemi kapsar. İşletmelerde, iç kontrol sisteminin etkin kullanılması muhtemel zararları önleyerek verimliliği önemli ölçüde arttırmaktadır. İşletmelerin eldeki mevcut kaynaklarla daha fazla üretim yapması ve satışları arttırarak karlılığı arttırmayı arzulaması verimlilik sağlama noktasında yetersiz kalmaktadır. Kaliteyi esas almadan gerçekleştirilen her işlem uzun vadede verimliliği düşürmektedir. Sürekli büyüyen ve daha karmaşık hale gelen işletmelerin, verimliliği arttırması ve kaliteli iş ve hizmet üretmesi için iç kontrol sistemini etkin kullanması son derece önemlidir. Bu çalışmada, iç kontrol sisteminin verimliliğe etkisi incelenmiştir.yapılan incelemeler, iç kontrol sisteminin etkin kullanımının verimliliğe önemli ölçüde katkı sağlayacağını göstermiştir. Bu kapsamda, iç kontrol sisteminin etkin kullanımıişletmenin amaçlarını gerçekleştirilmesinde sürdürülebilirliği sağlamakta ve rekabet avantajı elde etmesine imkân sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: İç Kontrol Sistemi, Verimlilik

Stratejik Yönetim Kapsamında Maliyetler Ve Bist'e Kote Bir Gıda İşletmesi Üzerine Araştırma

Rabia Kübra Tünel[200], **İlker Gülençer**[201]

Abstract

Özet

Küreselleşme, teknolojik gelişim, işletmeler arasındaki rekabetin farklı boyutlara ulaşması, yeni pazarların doğması ve müşteri beklentilerinde görülen değişimler, işletme dünyasında yeni yaklaşımların ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. İşletmelerin bu değişimler karşısında ulusal ve uluslararası piyasalarda rekabet gücü kazanabilmek ve belirlenen hedeflere ulaşabilmek için yeni yaklaşımları kendi işletmelerinde başarılı bir şekilde uyarlamaları gerekmektedir. Dünyadaki değişimlerden hızlıca etkilenen gıda işletmeleri de rekabetçi ortamda ayakta kalabilmeleri zorlaşmıştır. Gıda sektöründe yaşanan bu rekabetçi yapı artarak devam etmektedir. Bu çalışma, artan rekabet ve müşteri isteklerinin daha önemli hale geldiği ortamda gıda işletmelerinin stratejik yönetim kapsamında kârlılıklarını araştırmak amacıyla hazırlanmıştır. Stratejik maliyet yönetimi ve kârlılık arasındaki ilişki bist'de (borsa istanbul) işlem gören bir gıda işletmesi üzerinde çalışılmıştır. Çalışma çerçevesinde, stratejik maliyet yönetimi incelenmiş ve stratejik maliyet yönetim yaklaşımlarından toplam kalite yönetimi sistemlerinin kârlılığa etkisine yer verilmiştir. Uygulama yapılan işletme toplam kalite yönetimi'ni uygulayarak kârlılığın artırıldığını yani geleneksel maliyetleme yöntemine karşılık stratejik yönetim yaklaşımlarının kârlılık üzerine olumlu etkisi olduğunu göstermiştir. Stratejik maliyet yönetimi yaklaşımlarından hedef maliyetleme sisteminin daha avantajlı olacağı tespit edilmiştir. Hedef maliyetleme sisteminin fiyatlara ve müşteriye odaklanması, değer zincirleriyle ilgilenmesi ve kaliteye verilen önemi ile stratejik yönetimin tam olarak göz önüne alındığı sonucuna varılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Stratejik Yönetim, Stratejik Maliyet Yönetimi, Kârlılık

[200] Arş. Gör.., r.kubraa@hotmail.com, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi, İşletme Bölümü
[201] Arş. Gör.., ilker.gulencer@gmail.com, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi, İşletme Bölümü

Topsis Yöntemi İle Personel Seçimi: Lojistik Sektörü Üzerine Bir Uygulama

Oya Korkmaz[202]

Abstract

Özet

Günümüzde tüm işletmelerin kullandığı; üretim araç ve gereçleri, bilgi sistemleri alt yapısı ve teknolojik yeterlilikleri aynı olduğu için işletmelerin sürdürülebilir rekabet avantajı sağlamasında ve fark yaratmasında etkili olan tek unsurun insan kaynağından kaynaklandığı görülmektedir. İşletmeler için son derece önemli olan bu kaynağın seçiminde objektif olunması yani uygun işe uygun adayın yerleştirilmesinde bilimsel yöntemlerin kullanılması gerekmektedir. Bu yöntemler aday sayısının fazla olduğu durumlarda karar vericiye kolaylık sağlamakta, bin bir emek ve çabayla elde edilen personelin işletmede kalmasına neden olmakta ve devir oranını düşürmektedir. Böylece işletme zaman ve maliyet avantajı kazanmaktadır. İşte bu gibi sebeplerden dolayı personel seçimi birçok nitel ve nicel karar verme kriterlerinin bir arada kullanıldığı çok kriterli karar verme tekniği ile yapılmaktadır. Bu düşünceden hareketle bu çalışmada uygulanmasının kısa, kolay ve daha iyi sonuç vermesi nedeniyle personel seçiminin çok kriterli karar verme tekniklerinden biri olan topsis yöntemi ile yapılmasına karar verilmiştir. Çalışmada birtakım üstünlüğünden dolayı tercih edilen bu metot lojistik sektöründe faaliyet gösteren kurumsal bir işletmeye uygulanmıştır. Bu lojistik firmasının açmış olduğu lojistik operasyon elamanı pozisyonu için 20 aday işletmeye başvurmuş, ön eleme sonucunda geriye kalan 9 aday altı kriter ve altı yöneticiden oluşan karar verici bir grup tarafından değerlendirmeye alınmıştır. Tercih edilen seçim metodu ile adayların ilk dokuz sıralaması yapılmış ve işe en uygun olan adaylar seçilmiştir. Uygulanan seçim yöntemine göre altıncı adayın birinci sırada, dokuzuncu adayın ikinci sırada, beşinci adayın üçüncü sırada, üçüncü adayın dördüncü sırada, birinci adayın beşinci sırada, dördüncü adayın altıncı sırada, sekizinci adayın yedinci sırada, yedinci adayın sekizinci sırada ve ikinci adayın ise dokuzuncu sırada işe alınması gerektiğine karar verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Personel Seçimi, Çok Kriterli Karar Verme, TOPSIS

[202] Doç. Dr., oyakorkmaz@yahoo.com, Mersin Üniversitesi Tarsus Uygulamalı Teknoloji ve İşletmecilik Yüksekokulu, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü

Türkiye Ekonomisinde Rekabet İhlalleri Ve Yoğunlaşma

Hakan Saribaş[203], **İbrahim Tekiner**[204]

Abstract

Özet

Amaç

Bu makale türkiye ekonomisinde rekabeti bozucu davranışların hem ülke genelinde hemde sektörel düzeyde yaygınlığını incelemekte ve sektörlerin yoğunlaşma derecesini analiz etmektedir.

Literatür Taraması Ve Çalışmanın Literatüre Katkısı

Özel mülkiyet esasına dayalı ekonomilerde üretim, dağılım ve bölüşümde etkinliğin sağlanması onların mevcut kurumsal alt yapısıyla çok yakından ilişkilidir. Piyasa ekonomisine ait kurumsal alt yapıya sahip olmayan ekonomiler ticaretten elde edilen kazançları tam manasıyla elde edememektedir. Ayrıca, kurumlarla desteklenmediği sürece büyümenin yakın sebebleri olan yatırım (tasarruf), beşerî sermaye ve nüfus (işgücü) işlevsiz kalabilmekte, büyüme azalmakta ve yakın sebeplerle uyumlu kişi başı gelir seviyesi elde edilememektedir. Kısaca, özel mülkiyet ekonomisinin kurumsal yapısı refah düzeyini etkilemektedir.

Anaakım iktisat, pareto etkin piyasa analizinde kurumsal yapıyı analiz dışında bırakmıştır. Piyasa yapıları rekabetten tekele doğru ilerledikçe refah kayıpları görülmekte ama piyasadaki şirketlerin karı artmaktadır. Bu yüzden kar maksimizasyonu amaçlayan şirketlerin motivasyonu en yüksek karın söz konusu olduğu tekele doğru olmaktadır. Piyasa ekonomileri rekabetle iyi işlediğinden rekabeti bozucu davranışlar cezai yaptırımlara uğramaktadır.

Bu çalışma türkiye'de görülen rekabeti bozucu davranışları sektör bazında tespit ederek kurumsal iktisat literatürüne ampirik bir katkı sunmakta ve politika yapıcıların daha iyi karar almalarına imkân sağlamaktadır.

Yöntem

Türkiye ekonomisinin nace revision 1.1 temelinde sektörlerel yoğunlaşma dereceleri cr4, cr8 ve herfindahl-hirschman indeksi (hhı)'yle incelenmektedir. 1998-2018 yılları arasında rekabet kurumu'nda açılan rekabet ihlalleri davalarının sektörlere dağılımı yapılmakta ve her bir sektördeki rekabet ihlalleri araştırılmaktadır.

Sonuç

Elde edlen bulgulara göre son 20 yılda rekabet kurumu'nda açılan dava sayılarının %80'ni şirketler aleyhinde sonuçlanmış ve rekabet ihlallerine karar verilmiştir. Motorlu taşıtların satışı, ekmek-taze fırın ürünleri kek imalatı, çimento imalatı ve sürücü kursu faaliyetleri rekabet ihlallerinin en çok olduğu sektörlerdir. Türkiye ekonomisinde yoğunlaşma görülmekle birlikte sektörlerin yoğunlaşma derecelerinde ciddi farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Rekabet, Rekabet İhlalleri, Yoğunlaşma, Rekabet Kurumu

[203] Prof. Dr., hakan.saribas@beun.edu.tr, Bülent Ecevit Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü, İrtibat yazarı.
[204] Arş.Gör., ibrahimtekiner@gmail.com, Bülent Ecevit Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü, Sunum yapacak.

Bankacılık Sektöründe Öznel Kariyer Başarısına İlişkin Bir Araştırma

Hatice Çoban[205], Mehtap Sarikaya[206]

Abstract

Özet

Genel Bakış

Geleneksel kariyer yaklaşımına göre kariyer başarısı dış perspektif odaklıdır. Belirli bir meslekteki kariyer başarısı için izlenmesi gereken adımlar, toplum ya da meslektaşlar tarafından ortak kabul edilen ve uygulanan objektif bir ilerlemeyi ifade eder. Bu ilerlemeler yatay (iş güvenliği koşullarının iyileştirilmesi, daha uzun süreli tatiller) veya dikey (terfi, farklı bir iş unvanı vs.) Olabilir. Kariyer başarısı, bir insanın mesleğindeki hiyerarşik süreç olarak tanımlanmaktadır. Bu kavram nesnel kariyer başarısı olarak ifade edilmektedir. Ancak meydana gelen değişimler örgütleri geleneksel kariyer yaklaşımdan ziyade yeni kariyer yaklaşımlarını benimsemeye zorlamaktadır. Yeni kariyer yaklaşımları daha çok iç perspektif odaklıdır. Başka bir ifadeyle kişinin kendini değerlendirmesi ve ona göre hareket etmesi üzerine kuruludur. Bu gelişmeler ve değişmeler ışığında gündeme gelen öznel kariyer başarısı kavramı çalışmanın konusunu oluşturmaktadır.

İlgili Yazın Ve Araştırmanın Amacı

Çalışanların bireysel başarıları, örgütlerin başarılı olmalarındaki en önemli katkılardan biridir. Bu nedenle kariyer başarısı sadece bireyleri değil aynı zamanda örgütleri de ilgilendirmektedir. Kariyer başarısı, bireyin iş tecrübeleri sonucu elde ettiği olumlu birikimler ve psikolojik sonuçlar olarak tanımlanır. Literatürde yaygın olarak kariyer başarısı, nesnel ve öznel olmak üzere sınıflandırılmaktadır. Nesnel kariyer başarısı, toplumun başarıya olan bakış açısı ile ilgili olup; başarı ölçüsü maaş, terfi veya statüdür. Başka bir ifade ile nesnel kariyer başarısı, objektif ve dışsal başarı değişkenlerini içerir. Başarı göstergeleri, bireyin kariyerindeki maaş kazanımları veya terfilerin sayısı gibi başkaları tarafından görülebilen ve nesnel olarak değerlendirilebilen unsurlardan oluşur. Öznel kariyer başarısı ise sübjektif ve içsel başarı değişkenlerini içerir. Bu değişkenler, iş ve kariyer memnuniyeti gibi bireylerin kendi kariyer becerileriyle ilgili öznel değerlendirmelerini yansıtır. Bu bağlamda öznel kariyer başarısı, çalışanın kendi belirlediği standartlara, yaş/kariyer aşamasına, isteklerine, önemli olarak gördüğü düşüncelerine göre kendi kariyer başarısını değerlendirmesini ifade eder. Öznel kariyer başarısı, çalışanın hayattan aldığı tatmin, elinden geleni yapmasından dolayı duyduğu gurur, iş yaşam dengesinin sağlanması gibi göstergeleri içermektedir.

İş hayatındaki değişimler, çalışma hayatındaki kuşağın x kuşağından y ve z kuşağına doğru kayması, dolayısıyla çalışma yaşamına ve kariyer başarısına ilişkin algıların değişmesi, sınırsız kariyer kavramının pratikte yer bulması gibi nedenlerle öznel kariyer başarısı da nesnel kariyer başarısı kadar önemli hale gelmiştir. Buna karşın kavramla ilgili türkçe literatürde yalnızca bir çalışmaya rastlanmıştır. Bu nedenle araştırmanın amacı; literatürde göz ardı edilmiş olan öznel kariyer başarısı kavramını mercek altına almaktır.

[205] Araştırma Görevlisi, haticecoban@pau.edu.tr, Pamukkale Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye.
[206] Araştırma Görevlisi, mehtaps@pau.edu.tr, Pamukkale Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye, ***İletişim Kurulacak Yazar.***

Metodoloji

Çalışmanın evrenini denizli ilinde faaliyet gösteren bankaların çalışanları oluşturmaktadır. Türkiye bankalar birliği 2016 yılı verilerine göre denizli'de faaliyet gösteren bankaların toplam çalışan sayısı 1989'dur. Alan araştırmasında kolayda örnekleme yöntemiyle yaklaşık olarak 180 çalışana ulaşılmış, %80 geri dönüş oranıyla geçerli bulunan 143 anket çalışmaya dahil edilmiştir. Araştırmada Shockley ve arkadaşları (2015) tarafından geliştirilen, budak ve gürbüz (2017) tarafından türkçeye uyarlanan ve geçerlenen öznel kariyer başarısı ölçeği kullanılmıştır. Tanınma, işin anlamlılığı, etki, işin niteliği, otantiklik, kişisel yaşam, büyüme ve gelişme, tatmin olmak üzere sekiz boyuttan oluşan ölçeğin geçerliliği ve güvenilirliği (α=0,93) analiz edilmiştir. Araştırmaya katılan örneklem grubundan elde edilen verilere uygulanan analizlerde öncelikle tanımlayıcı istatistikler; öznel kariyer başarısı boyutları ile demografik değişkenler arasındaki olası ilişkileri belirlemek için ise bağımsız örneklem t testi ile anova testi yapılmıştır.

Sonuç

Bankacılık sektöründe öznel kariyer başarısını incelemeye yönelik olarak yapılan bu çalışmada, çalışanlara kendi kariyerlerini değerlendirdikleri ifadeler içeren anketler sunulmuştur. Çalışanların öznel kariyer başarısına ilişkin değerlendirmelerinde kendilerini 5'li likert ölçümünde ortalama 3,60 seviyelerinde gördükleri sonucuna ulaşılmıştır. Çalışanlar, kariyerlerini değerlendirirken belirtilen ifadelere en çok tanınma boyutunda ($\bar{x}$=4,17), en az ise kişisel yaşam boyutunda ($\bar{x}$=3,03) katılmaktadırlar. Cinsiyet, medeni durum, yaş ve mesleki deneyim ile öznel kariyer başarısına ilişkin boyutlar arasında herhangi bir ilişki olup olmadığını belirlemek üzere yapılan bağımsız örneklem t testi ile anova testi sonuçları ise şöyle özetlenebilir: cinsiyet ile "işin niteliği" ve "kişisel yaşam" boyutları arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Erkek çalışanlar, işlerini yüksek standartlarda yapabilme konusunda kadınlara göre nispeten daha yüksek katılım gösterirken; kadın çalışanlar iş dışındaki yaşamları için yeterince vakit ayıramamaları hususunda erkeklere oranla daha fazla katılım göstermişlerdir. Medeni durum ile öznel kariyer başarısının herhangi bir boyutu arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Yaş ile "işin anlamlılığı" boyutu arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiş; çalışanların yaşları arttıkça yaptıkları işin anlamlılığı ve farklılık yaratması hususunda daha yüksek katılım gösterdikleri ortaya çıkmıştır. Öznel kariyer başarısının boyutlarıyla en fazla ilişkili olan demografik değişken ise mesleki deneyimdir. Mesleki deneyim ile öznel kariyer başarısının "tanınma", "işin anlamlılığı", "etki" ve "tatmin" boyutları arasında anlamlı ilişkiler olduğu belirlenmiştir. Genel olarak mesleki deneyim arttıkça, tanınma, işin anlamlılığı ve etki boyutlarında katılımın da arttığı gözlenmiştir. Mesleki deneyimi 6-8 yıl olan çalışanlarda ise boyutlara katılım oranının artıştan ziyade azalış gösterdiği anlaşılmıştır. Bu durumun bir sebebi, çalışanların kariyerlerinin durgunluk döneminde olduklarını hissetmeleri, başka bir deyişle kariyer platosunda olduklarını düşünmeleri olabilir. Tatmin boyutu ile mesleki deneyim arasında ise negatif yönlü bir ilişki bulunmuştur. Bu durum, mesleki deneyim arttıkça işin tatmin ediciliği ve çalışanları heyecanlandırıyor oluşu azalıyor, şeklinde yorumlanabilir. Diğer boyutlarda olduğu üzere tatmin boyutunda da en düşük değerler, mesleki deneyimi 6-8 yıl olan çalışanlarda gözlenmiştir. Deneyimle birlikte monotonluğun ve işten beklentilerin artması tatmin boyutundaki azalmanın bir nedeni olabilir.

Anahtar Kelimeler: Kariyer Başarısı, Öznel Kariyer Başarısı, Bankacılık Sektörü

Game Based Entrepreneurship Education

Selva Staub[207]

Abstract

Entrepreneurship training has been a challenge around the world. No matter how developed a country is, it still requires sustainable economic development. The key to this continuous development is through new entrepreneurial initiatives.

Entrepreneurs, in general, make significant contributions to the development process of the society. Advantages of entrepreneurial developments include increased productivity; greater employment; restructuring and diversification of the economy; reduction in the concentration of economic power; diminished market inefficiencies by making the marketplace more dynamic and competitive; improved social welfare of a country by harnessing dormant, previously overlooked talent; commercialized innovative products and services; and identification of new markets.

For some time now, research has tried to answer the question on whether or not entrepreneurship can be taught. While educators argue "yes," the business world counters with, "it depends on what you mean by entrepreneurship." Even still, the field of entrepreneurship has progressed beyond evaluating and describing the entrepreneur. As an area of study, entrepreneurship essentially covers prestart-up and beyond, from intellectual property to initial public offering.

Entrepreneurship is a process of identifying an opportunity, understanding resource requirements, acquiring resources, planning, and implementing. However, one should not consider it as a process in manufacturing; it is more of a method to develop skills techniques. Therefore, teaching entrepreneurship should be in more line with a method that implies helping students to understand, develop, and practice the skills and techniques needed for productive entrepreneurship. Entrepreneurship training as a method goes beyond understanding, knowing, and talking and demands using, applying, and acting. It focuses on the method which requires practice.

The best method for practice is though learning-by-doing, meaning playing the games that would prepare future entrepreneurs for real life experiences. Game-based learning is seen as a convenient way to experience the complex and uncertain life-world of the entrepreneur. Before going under a major risk of starting a business, learners are protected from key risks, such as bankruptcy or emotional trauma, funding, and employment through the iterative game play.

This research adopts a qualitative method of research by participant observation and focus groups studies. The purpose of choosing a qualitative method is that in exploratory research, the use of open-ended questions and probing gives participants the opportunity to respond in their own words, rather than forcing them to choose from fixed responses. Open-ended questions have the ability to evoke responses that are meaningful and culturally salient to the participant, unanticipated by the researcher, rich and explanatory in nature. Participant observation is appropriate for collecting data on naturally occurring behaviors in their usual

[207] Asst. Prof. Dr., sstaub@bandirma.edu.tr, Bandırma Onyedi Eylül University, School of Applied Sciences, International Trade and Lojistics Department, Turkey, ***Contact Person***

contexts. And focus groups are effective in eliciting data on the cultural norms of a group and in generating broad overviews of issues of concern to the cultural groups or subgroups represented.

The study findings will contribute to academicians, entrepreneurs and educators to look at entrepreneurship education from a different perspective, as well as developing different hands-on-training for creating critical thinkers to be more active in the economic development of their societies.

Keywords: Training, Entrepreneurship, Game Base Education

Moving Companies Compatibility to Fourth Industrial Revolution and Employability

Selva Staub[208]

Abstract

Fourth industrial revolution or in other words, the internet of things (iot) has a major impact in our future and on the daily life of the individuals. We are part of a world where everything has the potential to be connected.

The forth industrial revolution is advancing at extraordinary speed, driven by technologies developing at an exponential rate. Therefore, technology will have a very broad impact on companies. It will affect business strategies and risk management by transforming the businesses to more technologically interconnected world. Fourth industrial revolution or in other words, the internet of things (iot) combines the physical and digital worlds. This connection shifts demographics and unprecedented global connectivity not just technological but also socially and economically. The increasing of total number of internet of things devices has an economic impact in the way of cost saving, general economic growth, productivity improvement and value creation.

When we look at the recent studies about fourth industrial revolution, the main area of interest is on manufacturing and logistics where high quality employment in high demand. The smart transport and mobility represent the connection of vehicles to the internet in order to create new possibilities and applications which bring new functionalities to the individuals and making transport safer and easier. In most studies, internet of things represents an inherent part of the vehicle control and management system, enables new transport scenarios and enables traffic management and control.

However, when we look at the second layer of the sectors such as moving or transport industry the research is locking. A moving company, is a company that helps people and businesses move their goods from one place to another. It offers all inclusive services for relocations like packing, loading, moving, unloading, unpacking, arranging of items to be shifted. Therefore it is more unskilled base employee intensive sector. Here a two-dimensional employment emerges: the promotion of high-quality employment and the creation of new jobs by preventing the loss of employment, which can arise in unskilled labor, through social policies. Therefore in the field of forth industrial revolution, it is necessary to determine the qualified employment capacity needed and take measures for unskilled labor force.

This study is focused on moving companies' a) strategies for looking at the future of the forth industrial revolution and b) employees who are unskilled labor force and their perspective the future of the moving sector.

This research adopts, qualitative method of research by participant observation and focus groups studies. The purpose of choosing qualitative methods is that in exploratory research use of open-ended questions and probing gives participants the opportunity to respond in their own words, rather than forcing them to choose from fixed responses, as quantitative methods do. Open-ended questions have the ability to evoke responses that are meaningful and culturally salient to the participant, unanticipated by the researcher, rich and explanatory in nature.

[208] Assist. Prof. Dr., sstaub@bandirma.edu.tr, Bandırma Onyedi Eylül University, School of Applied Sciences, International Trade and Lojistics Department, Turkey, ***Contact Person***

Participant observation is appropriate for collecting data on naturally occurring behaviors in their usual contexts. And focus groups are effective in eliciting data on the cultural norms of a group and in generating broad overviews of issues of concern to the cultural groups or subgroups represented.

The study findings will contribute to academicians to produce practical solutions to help the industry to adapt to the future technological developments and moving related industry to think and look closely to the development of the future and implement strategies to adapt to coming technological changes for sustaining their business as well as helping unskilled labor force to develop skills for the future employability.

Keywords: Training, Entrepreneurship, Game Base Education

İnsan Kaynakları Politikalarının İşletme Başarısındaki Önemi: İSO İlk 30 Örneği

Mesut ATASEVER

Abstract

Özet

İşletme başarısında en önemli unsurun insan kaynakları olduğunu söylemek abartı olmayacaktır. Özellikle büyük işletmeler uzun vadeli başarı ve rekabet gücü için tutarlı insan kaynakları politikaları uygulamaları gerekmektedir.Bu çalışmanın amacı, üretimden satışlar konusunda başarısı kanıtlanmış işletmelerde ne tür insan kaynakları politikalarının uygulandığını anlamak ve yorumlamaktır. Çünkü bu politikaların işletme başarısındaki payının büyük olduğunun düşünülmesi doğaldır.

Çalışmada yöntem olarak nitel analiz yöntemi belirlenmiştir. İso her yıl üretimden satışlar konusunda ilk 500 işletmeyi belirlemektedir. Bu belirlenen işletmeler içinde ilk 30 işletmenin insan kaynakları politikalarını ele alarak, nitel analize tabi tutmak, politika türlerini sistematik olarak kategorize edip yorumlayıp değerlendirilmiştir. İso nun seçtiği mal üreten ilk 500 işletme evren olarak alınmış, örneklem olarak bu ilk 500 içinde ilk 30 işletme ele alınmıştır. Bu çalışmada işletmelerin web sitelerinde ilan ettikleri insan kaynakları politikalarının, işletme içinde gerçek uygulanan politika olup olmadığını test etme imkânının olmaması sınırlılık olarak ortaya çıkmaktadır. Bu çalışmanın, işletme başarısı, insan kaynakları konularında çalışan akademisyenlere ışık tutması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: İnsan Kaynakları, Yönetim, İnsan Kaynakları Politikaları

İnsan Kaynakları Yönetiminde İşe Alım Süreci: Bir Durum Analizi

Mehtap Sarikaya[209], **Sabahat Bayrak Kök**[210]

Abstract

Özet

Genel Bakış

Örgütlerin uzun dönemde varlıklarını devam ettirebilmeleri için sürdürülebilir rekabet üstünlüğünü elde etmeleri gerekmektedir. Sürdürülebilir rekabet üstünlüğü sağlanmasında örgütleri başarıya götürecek en önemli faktör ise sahip olduğu insan kaynağıdır. Örgütler için insan kaynağının sahip olduğu bilgi ve deneyimlerinin rekabette üstünlük sağlamada önemli olmasının nedeni; çalışanların, örgütlerin izledikleri strateji ve yenilikleri yaratan ve uygulayanlar olmasıdır. Çalışanların stratejik amaç ve hedeflere ulaşmak için nasıl daha etkin bir şekilde yönetilebilecekleri ise insan kaynakları yönetimin ana işlevini oluşturmaktadır. İnsan kaynakları yönetimi, örgütlerin belirlenen hedefler doğrultusunda verimliliğini ve etkinliğini arttırmak için insan kaynağının en iyi şekilde motive edilmesi, yönetilmesi ve geliştirilmesini içerir. İnsan kaynakları yönetiminin temel fonksiyonları; insan kaynakları planlaması, işgören tedariki, seçme ve yerleştirme, eğitim, performans değerlendirme, ücretlendirme ve kariyer geliştirmedir. Doğru insanın, doğru yer ve zamanda istihdamı örgütsel etkinliğin temel şartıdır. Bu nedenle insan kaynakları tedarik ve seçim işlevi diğer işlevlerin başarılı olması için hayati öneme sahiptir. İşgören tedariki ve seçim işlevi literatürde "insan kaynakları temin ve seçimi", "kadrolama", "personel temin ve seçimi", "seçme-yerleştirme", "insan kaynakları tedariki" gibi farklı isimlerle incelenmektedir. Bu çalışma kapsamında işgören tedariki ve seçme-yerleştirme işlevleri bir arada ele alınarak işe alım süreci olarak ifade edilecektir.

İlgili Yazın ve Araştırmanın Amacı

Örgütlerin etkinlik ve verimlilik gibi iki önemli amacı örgütün insan kaynağının kendine verilen görevlerde başarılı olmalarıyla ilişkilidir. Bu bağlamda işe alım süreci, örgütlere istedikleri, bilgi, beceri ve kabiliyete sahip olan çalışanları elde edebilmelerini ve gelecekteki yetenekleri ile ilgili olarak doğru tahminlerde bulunulabilmelerini sağlamaktadır. İşe alım süreci, yöneticilerin ve diğer çalışanların yönetim hedefleri ve yasal gereklilikler göz önünde bulundurularak, istenilen işte başarılı olma olasılığı daha yüksek olan kişi veya kişilerden bir başvuru havuzu oluşturulmasını ve bu havuzdan da en doğru adayın seçilmesi için belirli araçların kullanılmasını ifade eder. Örgütler, işe alım süreci aracılığıyla işgücü pazarındaki nitelikli adayların örgütteki mevcut pozisyonlara başvurmalarını teşvik etmeyi ve onlar arasından doğru seçim yapmayı amaçlamaktadır. Başka bir ifadeyle örgütte aranılan iş özelliklerine uygun bireylerin bulunarak, örgüte kazandırılması bu sürecin örgütsel işleyişe önemli bir katkısıdır. İşe alım süreci, çalışan gereksinimin olduğu işin gerekleri ve koşulları ile bu işe girmek için başvuruda bulunan adayların özelliklerini bağdaştırma sürecidir.

İşe alım süreci, diğer insan kaynakları fonksiyonlarının etkinliği ve verimliliğinin belirleyicisi konumunda olması nedeniyle çalışmanın konusunu oluşturmaktadır. Araştırmanın amacı ise

[209] Araştırma Görevlisi, mehtaps@pau.edu.tr, Pamukkale Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye, ***İletişim Kurulacak Yazar.***
[210] Prof. Dr., sbayrak@pau.edu.tr, Pamukkale Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye.

kurumsallaşma yolunda önemli yol kat etmiş örgütlerin en temel insan kaynakları işlevi olan işe alım süreçlerini analiz etmektir. Bu bağlamda çalışmanın araştırma sorusu "denizli'de faaliyet gösteren firmaların işe alım süreçleri nasıl gerçekleşmektedir?" Şeklindedir.

Metodoloji

Çalışmanın evrenini istanbul sanayi odası tarafından belirlenen ilk 500 ve ikinci 500 büyük firma listesinden denizli ili içerisinde faaliyet gösteren firmalar oluşturmaktadır. Toplamda on dokuz firma yer almaktadır. Hepsine ulaşılmaya çalışılmış ancak dokuzundan olumlu cevap alınmıştır. Çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Firmalara yirmi dört sorudan oluşan yarı yapılandırılmış online görüşme formları gönderilmiştir. Firmaların insan kaynakları yetkililerince cevaplanarak gelen görüşme formlarından elde edilen verilere nvıvo 10 programı kullanılarak içerik analizi yapılmıştır.

Sonuç

Denizli ilinde faaliyet gösteren büyük firmaların işe alım süreçlerinin analiz edilmeye çalışıldığı çalışmada çıkan çarpıcı sonuçlar şu şekildedir. İşten ayrılma nedenlerinde ilk sırada "ücret" gelmektedir. Personel ihtiyaçlarını, stratejiler, yıllık planlar ve bütçeye göre belirlemektedirler. Firmalar işe alım süreçlerinde daha çok yapılandırılmış bire-bir ve grup mülakatlarını uygulamaktadırlar. İşe alma kararlarının ise çoğunlukla insan kaynakları ve ilgili birim müdürü tarafından ortak verildiği ifade edilmektedir. İşe alım süreçlerinin etkinlik takibini genel olarak işgören devir oranıyla takip etmektedirler. Katılan firmalara göre işe alım sürecinde yapılan hataların başında zaman baskısı nedeniyle işe uygun olmayan adayların seçimi yer almaktadır. Firmalar mevcut devir oranlarının yüksekliğinin yeni kuşak beklentilerinden kaynaklandığını ifade etmektedirler. Kişi-örgüt uyumunu sağlamak için ise ağırlıklı olarak çalışanlarına eğitim aldırdıklarını belirtmektedirler.

Anahtar kelimeler: insan kaynakları yönetimi, işe alım süreci

BİST-100 Ve BİST Sürdürülebilirlik (XSURD) Endeksleri Arasındaki Volatilite Etkileşiminin Analiz

Veysel Kula[211] **Ender Baykut**[212]

Özet

Bu çalışmanın amacı, borsa istanbul'da en yoğun işlemlerin yapıldığı bist-100 endeksi ile kurumsal yönetim ve sürdürülebilirlik ilkelerine uyum gösteren şirketlerin oluşturduğu bist sürdürülebilirlik endeksi arasındaki volatilite etkileşimini ortaya çıkarmaktır. Uzun vadeli değer yaratmak amacıyla, ekonomik, çevresel ve sosyal faktörlerin kurumsal yönetim ilkeleri ile birlikte şirket faaliyetlerine ve karar mekanizmalarına uyarlanması ve bu konulardan kaynaklanabilecek risklerin yönetilmesi amacıyla kurulan sürdürülebilirlik endeksi (xsurd) 2014 yılında hesaplanmaya başlanmıştır. Xsurd endeksi, şirketlere kurumsal sürdürülebilirlik performanslarını yerel ve küresel anlamda karşılaştırma imkanı vermesinden dolayı, özellikle yabancı yatırımcılar tarafından yakından takip edilen ve yatırım yapılan endeksler arasında yer almaktadır. Xsurd endeksi'nin tüm bu özelliklerinden dolayı işlem hacmi ve yabancı ilgisi yoğun olan bist-100 endeksi ile arasındaki volatilite yayılım etkisi bu araştırmanın konusu olmuştur. 2014 yılından 2017 yılı sonuna kadar olan günlük verilerin kullanıldığı çalışmada, iki endeks arasındaki volatilite etkileşiminin tespiti amacıyla çok değişkenli (multivariate) garch modellerinden bekk-garch modeli kullanılmıştır. Çalışmadan elde edilen sonuçlara göre, xsurd endeksi kendi gecikme değerlerinin yanında bist-100 endeksi ile de volatilite etkileşimi içerisindedir. Bist-100 endeksi'ne ilişkin analizler sonucunda ise ilgi endeksin kendi gecikme değerlerinin yanında xsurd endeksi ile de volatilite etkileşimine sahip olduğu belirlenmiştir. Dolayısıyla xsurd endeksi ile bist-100 endeksleri arasında bekk-garch modeline göre volatilite yayılım etkisi vardır. Elde edilen bu sonuçlar istatistiksel olarak anlamlı düzeydedir ve incelemeye konu olan endekslerden herhangi birinde meydana gelen oynaklık diğer endeksi de etkilemektedir.

Anahtar Kelimeler: Finansal Ekonometri, BİST-100 Endeksi (XU100), Volatilite Yayılım Etkisi, Çok Değişkenli GARCH Modelleri, BİST Sürdürülebilirlik Endeksi.

JEL Sınıflandırması: G21, C22, C01, C51

211 Prof. Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi, Uluslararası Ticaret ve Finansman Bölümü , kula@aku.edu.tr
212 Yrd. Doç. Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi, İngilizce İşletme Bölümü, ebaykut@aku.edu.tr (Sorumlu yazar)

S&P 500 Endeksi Ile BİST100 Endeksi Arasındaki Etkileşimin MGARCH Modeliyle Analizi

Letife Özdemir[213] **N.Serap Vurur**[214]

Özet

Gelişmiş ekonomilerin diğer ekonomileri etkilediği ve onlara yön verdiği teoride kabul edilmektedir. Bu açıdan bakıldığında dünyanın en büyük ekonomisi amerika birleşik devletleri (abd)'nin diğer ekonomileri etkilediği düşünülmektedir. Bu çalışmanın amacı, amerika borsasında yer alan s&p500 endeksi ile borsa istanbul pay endeksleri içerisinde yer alan bist100 endeksi arasındaki getiri ve volatilite yayılımını belirlemektir. 04.01.2010 - 28.02.2018 dönemine ilişkin toplam 1989 günlük gözlem değerlerinin kullanıldığı çalışmada öncelikle getiri serileri oluşturulmuş ve serilerde değişen varyans (arch etkisi) olup olmadığı arch-lm testi ile ölçülmüştür. Arch etkisi taşıdığı belirlenen her iki endeks arasındaki etkileşimi ölçmek için çok değişkenli genelleştirilmiş otoregresif koşullu değişen varyans (mgarch) modeli analiz edilmiştir. Analizde endeksler arasındaki karşılıklı getiri ve volatilite yayılımı araştırılmıştır. Endeksler arasındaki getiri yayılımı açısından, s&p500 endeksinden bist100 endeksine tek yönlü bir yayılım söz konusudur. Endeksler arasındaki volatilite yayılımının sonuçları ise, şokların s&p500 endeksinden bist100 endeksi volatilitesine tek yönlü yayıldığını göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: S&P500 Endeksi, BİST100 Endeksi, Volatilite Yayılımı, MGARCH Modeli

Jel Code: C15, G15, F37

[213] Yrd. Doç. Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi, Bolvadin Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, letifeozdemir@aku.edu.tr
[214] Yrd. Doç. Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi, Bolvadin Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Muhasebe Bölümü, serapvurur@aku.edu.tr

S&P500 Ve BİST100 Endekslerinin Getiri Volatilitesinin Karşılaştırılması

Letife Özdemir[215]

Özet

Bu çalışmanın amacı, amerika borsası ile türkiye borsası pay endeksleri içerisinde yer alan ve işlem hacmi yüksek olan s&p500 ile bist100 endeksleri getiri volatilitesi yapılarını karşılaştırmalı olarak ortaya çıkarmaktır. 04.01.2010 - 28.02.2018 dönemine ilişkin toplam 1989 günlük gözlem değerlerinin kullanıldığı çalışmada öncelikle getiri serileri oluşturulmuş ve serilerde değişen varyans (arch etkisi) olup olmadığı arch-lm testi ile ölçülmüştür. Arch etkisi taşıdığı belirlenen her iki serinin volatilite yapısını modellemek için, serilerde olması muhtemel kaldıraç etkisininde ortaya çıkarılması amacıyla iki simetri (arch ve garch) modeli ve iki asimetrik (egarch ve tgarch) modeli kullanılmıştır. Model uygulamaları sonucunda en uygun model olarak s&p500 getiri endeksi için egarch(2,1) ve bist100 getiri endeksi için garch(1,1) modeli tespit edilmiştir. Çalışmanın bulgularına göre, s&p500 endeksi kaldıraç etkisine sahipken, bist100 emdeksi kaldıraç etkisine sahip değildir. Elde edilen en uygun modelin katsayıları kullanılarak volatilite hesaplamaları yapılmıştır. Volatilite hesaplamaları neticesinde ortaya çıkan volatilite ısrarcılığına göre, s&p500 endeksinin volatilite ısrarcılığı, bist100 endeksine göre daha düşük belirlenmiştir. S&p500 endeksinin volatilite ısrarcılığı gün bazında 7,46 gün olarak hesaplanırken, bist100 endeksinin volatilite ısrarcılığı 11,80 gün olarak hesaplanmıştır. Volatilite ısrarcılığına göre, endeksler üzerine gelen bir şokun etkisi s&p500 endeksinde 7,46 günde etkisini kaybederken, bist100 endeksinde bu etki ancak 11,80 gün sonra kaybolmaktadır. Bu sonuçlara göre, bist100 endeksinde yer alan şirketlerin getirileri, s&p500 endeksinde yer alan şirketlerin getirilerinden daha volatil bir yapıda olduğu söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: S&P500 Endeksi, BİST100 Endeksi, GARCH Modelleri, Volatilite Israrcılığı

[215] Yrd. Doç. Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi, Bolvadin Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, letifeozdemir@aku.edu.tr

BIST Elektrik Endeksi'ndeki (XELKT) İşletmelerin Finansal Performansının Fuzzy TOPSIS Yöntemiyle Değerlendirilmesi

Tuğrul Kandemir[216], **Arif Arifoğlu**[217]

Özet

Ülkemizde, endüstriyel kalkınma ve teknolojinin gelişip yaygınlaşmasıyla beraber enerji talebi giderek artmaktadır. T.C. Enerji ve tabii kaynaklar bakanlığı verilerine göre, türkiye'de elektrik enerjisi tüketimi 2016 yılında 278,4 milyar kwh olarak gerçekleşirken 2017 yılı temmuz ayı itibariyle bir önceki yılın aynı dönemine göre %4,7'lik artış olmuş, elektrik üretimimiz de yine 2017 yılı temmuz itibariyle önceki yılın temmuz ayı sonuna kıyasla %6,7'lik bir artış göstermiştir. 2023 baz senaryosuna göre, elektrik tüketiminin 385 milyar kwh olması beklenmektedir. Öte yandan, türkiye'nin elektrik üretimine ilişkin kurulu gücü içerisinde serbest üretim şirketleri %61,5'lik bir paya sahiptir. Serbest üretim şirketlerinin elektrik üretimindeki bu konumu göz önüne alındığında, artan elektrik ihtiyacına kesintisiz karşılık verebilmesi ve üretime yönelik yatırımların artış göstermesi açısından bu işletmelerin finansal yapılarının ve performanslarının güçlü olması önem taşımaktadır. Nitekim gerek endüstriyel kullanım gerekse hane kullanımı açısından bakıldığında, bu işletmelerin reel ekonominin kalkınması açısından kritik bir alanda faaliyet gösterdikleri aşikardır. Aynı zamanda, reel ekonominin en önemli faaliyet alanlarından biri olan enerji sektöründe yaşanan gelişmeler yatırımcıları ve finansal piyasaları da doğrudan etkilemektedir. Şubat 2018 itibariyle, elektrik üreticisi konumundaki şirketlerden ak enerji, aksa enerji, aksu enerji, ayen enerji, enerjisa enerji, odaş enerji ve zorlu enerji borsa istanbul a.ş. (bıst) elektrik endeksi'nde (xelkt) işlem görmektedir. Çalışmada, bıst elektrik endeksinde faaliyet gösteren bu işletmelerin finansal performanslarının fuzzy topsıs yöntemiyle değerlendirilmesi amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda, söz konusu 7 işletmenin 2013-2016 dönemini kapsayan 4 yıllık faaliyet raporlarından edinilen finansal bilgileri baz alınarak bulanık ortamlarda çok kriterli karar verme yöntemlerinden biri olan fuzzy topsıs yöntemi ile analiz gerçekleştirilmiştir. Analiz sonucunda, bıst elektrik endeksi'nde işlem gören en iyi performansa sahip olan enerji işletmesinin odaş enerji olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Finansal Performans Değerlendirme, BIST Elektrik Endeksi, Çok Kriterli Karar Verme, Fuzzy TOPSIS

[216] Prof. Dr., kandemir@aku.edu.tr, Afyon Kocatepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü
[217] Arş. Gör, arifoglu@aku.edu.tr, Afyon Kocatepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İngilizce İşletme Bölümü

Kurumsal Yönetim Uygulamaları Ile Hisse Senedi Performansı Arasındaki İlişki: BIST XKURY Örneği

Tuğrul Kandemir[218], Arif Arifoğlu[219], Ender Baykut[220]

Özet

Temel olarak, şirket yönetimi, hissedarlar ve diğer paydaşlar arasındaki ilişkilerin dizaynı üzerine kurulan kurumsal yönetim, günümüzde yatırımcıların yatırımlarını geri alabilmeleri için güvence sistemi sunmaktadır. İlk örnekleri 1820 yılında ingiltere'de ortaya çıkan kurumsal yönetim uygulamaları, asıl çıkışını ise 2000'li yıllarda yaşanan şirket skandalları ile göstermeye başlamıştır. Türkiye'de ilk olarak 1999 yılında tbb tarafından hazırlanan "bankalarda kurumsal yönetim" isimli çalışmada geçen bu kavram günümüzde spk ve tüsiad tarafından hazırlanan düzenlemeler ile daha da işlerlik kazanmıştır. Kurumsal yönetim kapsamında türkiye'de yapılan bir diğer önemli adım da 2007 yılında kurumsal yönetim endeksi'nin (xkury) kurulmasıdır. Kurumsal yönetim ilkelerini benimseyen şirketlerin yer aldığı xkury endeksi, 2007 yılı ağustos ayında 5 şirketin başvurusu ile hesaplanmaya başlanmış ve mart 2018 itibariyle 53 şirketin işlem gördüğü bir endeks konumuna gelmiştir. Bu çalışmada, xkury bünyesinde işlem gören bu 53 şirketin, endekse girdiği ve endekse girmeden önceki finansal performanslarının karşılaştırılması amaçlanmıştır. 2007-2017 arası döneme ilişkin yıllık verilerin kullanıldığı çalışmada, şirketlerin piyasa değeri, piyasa defter değeri, hisse başına karı, fiyat/kazanç oranı, aktif karlılığı ve özsermaye karlılığı oranları bağımlı değişken olarak ele alınmış iken, şirketlerin 2007-2017 arası dönemde endekste yer alma durumları ile kurumsal yönetim derecelendirme notları bağımsız değişken olarak analizlere konu olmuştur. Havuzlanmış dengesiz panel veri analizi tekniğinin kullanıldığı çalışmadan elde edilen bulgulara göre, incelemeye konu olan şirketlerin endekste olduğu dönem ile endekste olmadığı dönemler arasındaki piyasa değerinde ve hisse başına kar oranında %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı farklılık mevcuttur. Buna göre şirketlerin piyasa değeri ve hisse başına kar oranı xkury endeksi'ne girdikten sonra anlamlı bir şekilde artış trendine girmektedir. Elde edilen bir diğer sonuca göre de, kurumsal yönetim derecelendirme notları artan şirketlerin hisse başına kar oranları, aktif ve özsermaye karları da artış göstermektedir. Bu sonuç %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak da anlamlıdır. Analiz kapsamında incelemeye konu olan değişkenlerden fiyat/kazanç oranı ile piyasa/defter değeri oranları, şirketlerin endekste olduğu dönem ile olmadığı dönem arasında ve kurumsal yönetim derecelendirme notlarındaki artış ile azalışlardan istatistiksel olarak anlamlı düzeyde etkilenmemektedir. Çalışma sonucunda da elde edildiği üzere, kurumsal yönetim uygulamaları ile şirketler yatırımcıları etkilemenin yanında finansal performanslarını da belirli değişkenler üzerinden arttırmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal Yönetim, Kurumsal Yönetim Endeksi, Dengesiz Panel, Hisse Senedi Performansı.

[218] Prof. Dr., kandemir@aku.edu.tr, Afyon Kocatepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü
[219] Arş. Gör, arifoglu@aku.edu.tr, Afyon Kocatepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İngilizce İşletme Bölümü
[220] Dr. Öğretim Üyesi, ebaykut@aku.edu.tr, Afyon Kocatepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İngilizce İşletme Bölümü

Tüketim Toplumunda Muhafazakâr Tüketiciye Bir Bakış

Gülnihal Topay[221], **Nil Esra Dal**[222]

Özet

Ekonomik, kültürel, psikolojik ve toplumsal bir olgu olan tüketim; mal ve hizmetlerin insanın ihtiyacını karşılamak amacıyla kullanılması olarak sade bir şekilde ifade edilebilir. Postmodern eğilimler çerçevesinde tüketime de yüklenen anlamlar farklılık kazanmaktadır. Kapitalist tüketim kültürü gün geçtikçe, toplumların kültürlerinde baskısını da arttırmaktadır ve bunun için her türlü yöntemi kullanarak tüketicileri kuşatmaktadır. Muhafazakârlık ile tüketim kültürü arasındaki ilişkinin hem sosyolojik açıdan hem de pazarlama açısından incelenmesi önem arz etmektedir. Günümüzde muhafazakâr kesimin tüketim eğilimi kapitalizm ve islam çerçevesinde ele alındığında tartışmalı bir durum ortaya çıkmaktadır.

Çalışmanın amacı tüketim toplumunda muhafazakâr tüketicinin dönüşümünü ele almaktır. Çalışmada, muhafazakâr tüketici, değişen tüketim toplumu ve tüketim kültürü kavramlarına yönelik değerlendirmeler üzerinde durulmaktadır.

Dünyada büyüyen bir muhafazakâr pazarın yanı sıra, ülkemizde de ekonomik durumu gittikçe iyileşen muhafazakâr bir kesimin olduğunu söylemek mümkündür ve bu muhafazakârların sosyal hayatları da tüketim kültürü çerçevesinde yeniden şekillenmektedir. Aslında dini inançlarını ve gelenekleri ön planda tutan muhafazakâr tüketicilerin adeta tüketim toplumunun önemli bir öğesi haline gelmesi dikkat çeken bir durumdur. Bu anlamda tüketim ve din arasında diyalektik bir ilişki olduğu görülmektedir. Tüketim kültürünün dindarları da dünyevileştirdiği söylenebilirken; aslında lüks tüketim, gösteriş tüketimi ve hazcı tüketim gibi kavramların dindarlık ile örtüşmediği; dinin bile metalaştırılarak, tüketim nesnesi haline gelmesinin kapitalist tüketim kültürünün bir başka zaferi olarak kabul edilmesi mümkündür.

Anahtar Kelimeler: Muhafazakâr Tüketici, Tüketim Toplumu, Tüketim Kültürü

[221] Öğretim Görevlisi., gulnihaltopay@akdeniz.edu.tr, Akdeniz Üniversitesi, Manavgat Meslek Yüksekokulu, Pazarlama Ve Reklamcılık Bölümü, Antalya/Türkiye
[222] Dr. Öğretim Üyesi Nil Esra Dal., nilesradal@mehmetakif.edu.tr Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Bucak İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, Burdur/Türkiye

Semavi Dinlerde Maliyet Muhasebesi

Süleyman Yükçü[223], Canan Yükçü[224], Emre Kaplanoğlu[225]

Abstract

Özet

Amaç

Bu çalışmanın amacı, günümüz maliyet muhasebesindeki uygulamaların insan topluluklarınca ne kadar zamandan beri kullanıldığını araştırmak, bu uygulamaların dinlerle ilişkini kurmaya çalışmak ve özellikle semavi dinlerde çok net olarak oluşturulmuş olan gelir veya hasılat dağıtımını görmektir.

Literatür Ve Araştırmanın Gerekçesi

Sonsuz gibi görünen uzay boşluğundaki her cismin sorunsuz bir şekilde aynı ortamı paylaşması, ihtiyacı kadar yer ayrılması ve bunun kusursuz bir dağıtım işlemi neticesinde olması en önemli maliyet muhasebesi uygulamasıdır. Dünya kaynaklarının insanlar tarafından bölüşülmesinde ortaya çıkan dağıtım anahtarı ilk olarak "insan" dır. İnsan topluluklarının kendi kuralları neticesinde oluşturdukları dağıtım anahtarları adaletsiz olunca semavi dinler olan islamiyet, musevilik ve hıristiyanlığın kutsal kitaplarında ve sözlü aktarımlarında zekât, sadaka, miras, ganimet ve kurban etinin paylaşılması gibi hükümler yol gösterici olmuşlardır. Dolayısıyla semavi dinlerde günümüz maliyet muhasebesinin izlerinin araştırılması gerekmektedir.

Araştırmanın Yöntemi

Maliyet muhasebesinin izlerine rastlama ihtimali olan zekâtın, sadakanın, mirasın, ganimetin ve kurbanın dağıtılmasındaki dağıtım anahtarları semavi dinlerin kutsal kitaplarında ve sözlü aktarımları içinde araştırılmıştır.

Sonuç

Maliyet muhasebesinde dağıtım sürecine ilişkin bilginin bir işletme için olduğu kadar bunun temellerinin yer aldığı metinlerden de bulunarak tespit edilmesi çok önemli bir konudur. Maliyet dağıtım sürecine ilişkin bilgilerle evrenin yaratılmasında bile karşılaşılmaktadır. Ayrıca dağıtım süreci ilk insanın nimet ve getirileri paylaşmasında yer almaktadır. Semavi dinlerin kutsal kitaplarında ve sözlü aktarımlarında maliyet muhasebesinin dağıtım sürecinin benzerlerinin olduğu dikkat çekmektedir. İslam'da, zekâtın, ganimetin, mirasın, sadakanın dağıtılmasına ilişkin çok somut oran ve süreçlere yer verilmiştir. Eski ahitte ise ondalık konusu dağıtımı tamamen maliyet muhasebesi uygulamalarını akla getirmektedir. Yeni ahitte de çok az da olsa bazı dağıtım oranlarının olduğu ifade edilebilir. Eski ahit ve yeni ahitte dağıtım oranı ve anahtarları kuran'la karşılaştırıldığında kuran'a göre daha az yer bulmaktadır. Bunun nedenini kronolojik olarak islam'ın son din olması, insanlığın matematik ve muhasebe konusundaki bilgisinin o tarihler itibariyle daha fazla olmasıyla ilişkilendirilebilir.

[223] Prof. Dr., suleyman.yukcu@deu.edu.tr, Dokuz Eylül Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, Muhasebe ve Finansman A.B.D. İzmir/Türkiye. ***Yazışma Yapılacak Yazar***

[224] Öğr. Gör., canan.yukcu@ege.edu.tr, Ege Üniversitesi, Ege Meslek Yüksekokulu, Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Programı, İzmir/Türkiye.

[225] Doç. Dr., emre.kaplanoglu@ege.edu.tr, Ege Üniversitesi, Bergama Meslek Yüksekokulu, Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Programı, İzmir/Türkiye.

Anahtar Kelimeler: Maliyet Muhasebesi, Dağıtım Anahtarları, Semavi Dinler.

Cost Accounting In Divine Religions

Abstract

Overwiev

The purpose of this study is to investigate how long the practices of today's cost accounting have been used by human communities, try to relate these practices to religions, and to see the distribution of income or revenue, especially those created very clearly in divine religions.

Literature And The Rationale Of The Study

It is the most important cost accounting application that every object in space, in the seemingly infinite space, shares the same environment with having adequate space it needs and this is the result of a perfect distribution process. The first allocation key that emerges when sharing the resources of the world is "human". When the allocation keys created by human communities on the basis of their own rules were unfair, provisions such as zakat, charity, inheritance, charity and sharing of sacrifice were guided in the sacred book of islam, judaism and christianity and their oral transmission. Therefore, it is necessary to investigate the traces of today's cost accounting in divine religions.

Methodology

The allocation keys for the distribution of zakat, capture, inheritance, charity and sacrifice, which are likely to be followed by the tracks of cost accounting, have been explored in the sacred books and verbal heritage of divine religions.

Conclusion

It is a very important matter to determine the information on the allocation process in the cost accounting as well as for the enterprise as well as from the texts in which the foundations of these are found. Even the creation of the universe is encountered with information on the cost allocation process. In addition, the allocation process takes place in sharing the first person's blessings and gifts. The allocation process of cost accounting is similar in sacred books and verbal passages of divine religions. In islam, there are very concrete ratios and processes concerning the distribution of zakat, charity, inheritance, and sacrifice. In the old testament, the distribution of the decimal implies completely cost accounting practices. In new testament, it can be said to have some allocation ratios, but not many. Compared to the qur'an, the allocation ratios and keys of the old testament and new testament are less than the qur'an. The reason of this is the last religion of islam in chronological order and the fact that mankind had more knowledge of mathematics and accounting in those days than testament's days.

Keywords: Cost Accounting, Allocation Keys, Divine Religions.

Türk Turizm Sektöründe İstihdamın Düzgün İş (Decentwork) Çerçevesinde Değerlendirilmesi

Ali Erbaş[226]**Cesim Behremen**[227]

Özet

Düzgün iş (decentwork), bireylerin çalışma ve istihdam haklarına, iş sağlığı ve güvenliği koşullarına, sosyal güvenlik olanaklarına ve sendikalar ya da diğer temsil ve katılım mekanizmaları aracılığıyla kendilerini ifade etme haklarına atıfta bulunan genel bir kavramsal çerçeveyi ifade etmek üzere kullanılmaktadır. Literatürde "insana yakışır iş", "uygun iş", "saygın iş", "insan onuruna yakışır iş" kavramları ile de nitelendirilmektedir.bu olgu ilk kez uluslararası çalışma örgütü (uçö-ılo) tarafından 1999 yılında isviçre'nin cenevre kentinde gerçekleştirilmiş olan 87. Uluslararası çalışma konferansı'nda, "insana yakışır iş" başlığını taşıyan bir rapor aracılığı ile "evrensel bir hedef olarak" dünya kamuoyuna takdim edilmiştir.bu bağlamda, bu çalışmada türk turizminde istihdam konusu düzgün iş çerçevesinde ele alınacaktır. Bu çalışmanın temel amacı, turizm sektöründe istihdam edilen işgörenlerin sorunlarına düzgün iş kapsamında çözüm önerileri geliştirmektir.

Turizm, özellikle kadınlar ve gençler için iş olanağı yüksek potansiyele sahip bir sektör konumundadır. Ayrıca, son zamanlarda turizm,çeşitlilik ve genişleme bakımından en dinamik ve en hızlı büyüyen ekonomi sektörlerinden biridir. Buna rağmen, istihdam yaratma ve kurumsal olarak gelişme rolüturizm geliştirme politikaları ve stratejilerinde göz ardı edilmektedir. Diğer taraftan, gerek devlet gerekse işverenler, turizm sektörünün iş yaratma ve ekonomik kalkınma potansiyeli avantajından tam olarak faydalanabilmeleri için, düzgün iş hedefleri bağlamında işgörenleri istihdam etmelidirler. Bunu sağlamak için ülke genelinde bölgesel ve yerel düzeylerde turizm mesleklerinin kanun çerçevesinde kurulmalıdır. Ilo'nun turizm sektöründe çalışanların kaydının olması gerektiğini ifade etmekle birlikte bu kayıtın nasıl yapılacağı ile ilgili bilgi verilmemektedir. Buna karşın, turizm yazınında adı geçmekle birlikte nasıl ve kimlerden oluşturulacağı varış yeri yönetiminin mutlaka kurulması gerektiği belirtilmektedir. Böyle bir örgütün işlevsel olabilmesi için diğer sosyal sistemlerde olduğu gibi kendi mesleklerine dayandırılması gerekmektedir. Bu şekilde türkiye'de turizm sektöründeki mevcut bütün çalışanlar ılo'nun ön gördüğü gibi yerel meslek şubelerine kaydı yapılmalıdır. Ve ayrıca diğer mesleklerde olduğu gibi çıkartılacak olan mevzuatla turizm unvanları tespit edilerek bu unvanlarla ilgili ilke ve koşullar belirlenmelidir. Böylece, kayıt dışı çalışanlar(türkiye'de üç buçuk milyon) kayıt altına alınmış olacak ve bunun sonucunda da ılo'nundüzgün iş hedefine ulaşılmış olacaktır.

Yapılan bu çalışma ile literatüre katkı sağlanacağı gibi geliştirilen önerilerle sektöre büyük katkılar sağlanacağı düşünülmektedir. Çünkü yapılan araştırmalar sonucunda turizm sektöründe işgörenlerin sektörde uzun süre çalışmak istemedikleri ortaya çıkmıştır. Bunun temel nedenleri olarak; insan onuruna yakışmayan iş koşulları, uzun süreli çalışma saatleri, ücretlerin zamanında ya da hiç ödenmemesi, ücretlerin düşük olması, turizmin mevsimsel özellik taşıması, işgörenler kayıt dışı çalıştırılmasından dolayı sigorta yapılmaması, sendikalaşma ve toplu iş sözleşme oranlarının oldukça düşük olmasıdır.türkiye'de gelişen sektörlerin başında gelen turizm sektörü, ihracattan sonra ikinci büyük döviz kaynağı olması,

[226] Prof. Dr.,aerbas@ogu.edu.trEskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Eskişehir/TÜRKİYE
[227] Doktora Öğrencisi, cesim.behremen@gmail.com, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir/TÜRKİYE

cari açık ve dış ticaret açıklarını kapatması, emek yoğun bir sektör olmasından kaynaklı istihdamı artırması ve bunun sonucunda da işsizliği azaltması ve ödemeler dengesi açığını iyileştirmesi gibi önemli özelliklere sahip bir sektör olmasından dolayı belirtilen sorunların giderilmesi gerekmektedir. Bu sorunların giderilmesi için işgörenler kayıt altına alınmalı ve çalışma koşulları sürekli olarak yetkili merciler tarafından kontrol edilmelidir.

İhracat Performansına Etki Eden Değişkenlerin Tobit Regresyon Ile Analizi: BİST-100 Örneği

Veysel Kula[228] **Ender Baykut**[229]

Özet

Bu çalışmanın amacı, bist-100 endeksi'nde yer alan üretim işletmelerinin ihracat performanslarını tobit regresyon yöntemiyle analiz etmektir. Tobit regresyon yöntemi genel olarak sansürlenmiş örneklem olarak da adlandırılmakta ve bağımsız değişkenin bilinen değerlerine karşılık, bağımlı değişkenin gözlemlerinin bazılarının gözlenememesini ele almaktadır. Çalışma kapsamında incelemeye konu olan bist-100 endeksi'nde yer alan hizmet işletmeleri analiz dışına alındıktan sonra, üretim işletmesi statüsünde bulunan 46 şirketin ihracat verileri elde edilmiştir. Bu şirketlerden sekizinin ihracat yapmadığı geriye kalan 38 şirketin ise çeşitli büyüklüklerde ihracat rakamlarına sahip oldukları belirlenmiştir. Çalışmanın bağımlı değişkeni olan ihracat rakamlarının yanı sıra beş adet de bağımsız değişken belirlenmiştir. Bu değişkenler, şirketin yaşı, kurumsal yönetim endeksi'nde yer alma durumu, şirketteki yabancı ortaklık yapısı, şirketin piyasa değeri ve satış büyüklükleridir. 2017 yılı sonu itibariyle bist-100 endeksi'nde yer alan üretim işletmeleri için belirlenen bağımlı ve bağımsız değişkenlere ait tüm bilgiler, herbir şirketin yatırımcı ilişkileri sayfasındaki yıllık faaliyet raporu ve konsolide mali tablolardan elde edilmiştir. Üç şirkete ait tüm verilerin temin edilememesinden dolayı analiz kapsamı dışına alınmasından dolayı çalışmanın analizi 46 şirketin verilerine göre yapılmıştır. Sekiz şirkete ait ihracat rakamının olmaması, bu şirketlere ait ihracat rakamlarının sansürlü gözlem olmasına neden olmuştur. Çalışmadan elde edilen sonuçlara göre, şirketlerin yaşları ile ihracat performansları arasında %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak pozitif yönlü bir ilişki mevcuttur. Bu sonuca göre, şirketlerin yaşı arttıkça, ihracat rakamları da artmakta buna karşın yaş olarak küçük veya nispeten yeni kurulan şirketlerin ihracat rakamları da düşük olarak tespit edilmektedir. Benzer şekilde, şirketlerin ihracat rakamları ile satış büyüklüğü arasında da istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır. Satış büyüklükleri artan şirketlerin ihracat rakamları da aynı doğrultuda artmakta, satış büyüklüğü düşen şirketlerin ihracat rakamları da gerilemektedir. Buna karşın şirketlerin kurumsal yönetim endeksi'nde yer alıp almamaları, yabancı ortaklık payları ve şirketin piyasa değeri ile ihracat rakamları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin varlığı söz konusu değildir.

Anahtar Kelimeler: Tobit Regresyon, BİST-100, Yabancı Ortaklık, Kurumsal Yönetim Endeksi, İhracat Performansı.

JEL Sınıflandırması: G21, C23, B17, F37

[228] Prof. Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi, Uluslararası Ticaret ve Finansman Bölümü , kula@aku.edu.tr
[229] Yrd. Doç. Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi, İngilizce İşletme Bölümü, ebaykut@aku.edu.tr (Sorumlu yazar)

Türkiye Ekonomisinde Taylor Kuralının Doğrusal Olmayan Yöntemle Analizi: Markov Rejim Değişim Modeli

Özge Filiz Yağcıbaşı[230] **Mustafa Ozan Yıldırım** [231]

Abstract

Özet

TCMB'nın enflasyon hedefleme rejimi süresince yürüttüğü para politikası pek çok akademisyen ve politika çevresince isteğe bağlı olarak nitelenmektedir. Bu çalışmanın amacı, Türkiye'de 2003-2017 döneminde uygulanan para politikasının basit bir para politikası kuralı ile ifade edilip edilemeyeceğini irdelemektir. Söz konusu dönemde kullanılan değişkenlerde mevcut olan doğrusal olmayan yapı, doğrusal olmayan analiz yöntemlerinin kullanılmasını gerekli kılmaktadır. Bu kapsamda, orijinal Taylor kuralı ve döviz kurunun da dâhil edildiği genişletilmiş Taylor kuralı, 2003:1-2017:12 dönemini kapsayan aylık veriler kullanılarak Markov rejim değişim modeli ile tahmin edilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen bulgular, Türkiye'nin bu süreçte yüksek faiz oranlarıyla karakterize edilen yüksek rejim ve düşük faiz oranlarıyla şekillenen düşük rejim olmak üzere iki farklı rejim altında hareket ettiğini ortaya koymaktadır. Her iki para politikası kuralı da görece kalıcıdır ve rejim değişim tarihi olarak 2009 yılı öne çıkmaktadır. Yüksek rejimde enflasyona verilen tepki, düşük rejimdeki tepkiye kıyasla daha büyüktür. Çalışmanın bir diğer önemli bulgusu ise, yüksek rejimde, çıktı açığına tepkinin enflasyona karşı reaksiyondan çok daha güçlü olmasıdır. Bu bulgu, TCMB'ye göre, çıktı açığı stabilizasyonunun enflasyon istikrarından daha önemli olduğunun bir göstergesi sayılabilir.

Anahtar kelimeler: Para Politikası, Taylor Kuralı, Rejim Değişim Modelleri

JEL Kodları: E43, E58, C34

Abstract

This study examines the monetary policy rules during inflation targeting regime in Turkey within the frame of alternative Taylor rules. The nonlinear structure present in the used variables required the utilization of nonlinear modeling techniques. Original Taylor rule and Taylor rule augmented with exchange rate are estimated using the Markov regime switching model. We use monthly data between the period 2003:1-2017:7. Our findings indicate that the Turkish economy operates in two different regimes: high-interest rate regime (high regime) and low-interest rate regimes (low regime). In both models, 2009 is the clear cut year of transition between the two regimes. Both regimes tend to be permanent in both models. The response to inflation in the high regime is larger compared to the response in the low regime. A key finding is that, in the high regime the reaction to output gap is much stronger than the reaction to inflation. This implies that, according to CBRT, output gap stabilization is more important than inflation stabilization.

Keywords: Monetary Policy, Taylor Rule, Regime Switching **JEL Classification: E43, E58, C34**

[230] Department of Economics, Pamukkale University, Denizli, Turkey. Corresponding Author: moyildirim@pau.edu.tr
[231] Department of Economics, Katip Çelebi University, İzmir, Turkey

Beklenti Ve Güven Endekslerinin Sektörler Üzerine Etkisi:Borsa İstanbul Uygulamasi

N.Serap Vurur[232], H.Gonca Diler[233]

Abstract

Özet

Güven endeksleri pek çok sosyo ekonomik faktörden etkilenen üretici ve tüketicilerin geleceğe ilişkin beklentilerini göstermektedir. Buradan hareketle; türkiye'de tüketici, finansal kesim ve reel kesim güven endekslerindeki değişimlerin Mayıs 2012 - Ocak 2018 döneminde borsa istanbul'da yer alan finans, hizmet, kağıt, kimya, metal, sanayi, tekstil, turizm, yiyecek sektör endekslerine etkisini ortaya koymak çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Güven endeksleri ve sektör endeksleri arasındaki etkiyi araştırmak için ekonometrik analiz yapılmıştır. Analizde ardl eş bütünleşme testi kullanılmıştır. Bu yöntemin kullanılmasının nedeni; yiyecek ve metal sektörü endekslerinin ı(0) diğer sektör ve güven endekslerinin ı(1) düzeyinde durağan olmasıdır. Ardl eş bütünleşme analizinden elde edilen bulgulara göre tüketici, finansal kesim ve reel kesim güven endeksleri ile borsa istanbul'daki sektör endeksleri arasında kısa ve uzun dönem ilişkisi bulunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Güven Endeksleri, Sektör Endeksleri, ARDL.

[232] Afyon Kocatepe Üniversitesi, BUBYO, Muhasebe Bölümü
[233] Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü

Bilinmeyene Yolculukta 'Kadın' Olmak: Mülteci ve Siğinmaci Kadınların Deneyimleri

***Ayşenur Gönülaçan**

Özet

Göç olgusu, tarihin her döneminde var olan bir olgudur. Ancak özellikle küreselleşme sürecinden sonra göçlerin niteliğinde büyük değişimler olduğu gözlenmektedir. Daha çok iş bulma, iyi eğitim ve iyi yaşam olanaklarına kavuşma amacıyla yapılan göçlere, son dönemlerde özellikle ortadoğu'da yaşanan karışıklıklar sebebiyle hayatta kalma amacıyla yapılan kitlesel göçler eklenmiştir. Hayatın her alanında dezavantajlı olan kadınlar göç olgusunda da 'kadın olma' sebepli birçok sorunla karşılaşmaktadır. Özellikle eş ya da babaya bağlı olarak göç etmek durumunda kalan kadın, göç sürecinin eve bağlı tüm sorunlarını da yüklenmektedir. Genellikle gidilen ülkenin dilini, kültürünü bilmeden yapılan göçlerde, kadının eğitimsizliği, vasıf düşüklüğü sebebiyle işgücü piyasasına katılamaması, dil bilmiyorsa dışarı dahi çıkamaması, onların eve kapanmasına ve dış dünyayla çok az bağlantı halinde kalmasına sebep olmaktadır. Bu da kadınların sosyal hayatta zaten az olan varlıklarını daha da yok etmekte, kadınların görünürlüğünü azaltmaktadır.bu çalışmada amaç, mülteci ve sığınmacı kadınların göç sonrası yaşamlarına değinmek, göç sürecinde yaşadıkları sorunlara dikkat çekmektir. Çalışmada trabzon ilinde mülteci ve sığınmacı kadınlar üzerine yapılan bir projenin saha çalışmasından gözlemlere ve derinlemesine mülakat bulgularına yer verilmiştir.bu kapsamda savaş nedeniyle zorunlu göçe maruz kalmış ve trabzon iline göç etmiş kadınların, göç sonrası ev yaşamları, sosyo ekonomik durumları ve göç sürecinde kadın olma nedeniyle karşılaştıkları sorunlar incelenmiştir.

A Game Theoretic Evaluation of Tax Evasion

Hakan Ulucan*

Abstract

The main objective of this study is to present a game theoretical evaluation of tax evasion behavior which has become more prominent problem in both developing and developed countries in recent years. This study also aims to find out whether punishment mechanisms to avoid tax evasion are more effective than the reward mechanisms for the choice to report income honestly. The main game theoretic models on this issue are presented and possible extensions are proposed to explain the recent trends in the tax evasion. This study provides a theoretical perspective for the fight against tax evasion which is one of the most important source of informality and underground economy in the world.

Key Words: Tax Evasion, Game Theory, Law Enforcement

Jel Codes: C72, C73, K42

Can Transaction Costs Be Measured? A Comparative Analysis of Coase and Williamsons' Point of View

Belkıs Özkara[234], **Fatih Bıyıklı**[235]

Abstract

Transaction cost theory commonly known as tce has been evolved over the time since it was initially proposed by coase (1937). In his nobel winning theory, coase describe transaction costs as the rational decision between make or buy within the firm. So he initially mentioned the theory based on classical economics perspective and emphasizes on marginal utility of the decisions. In this essence it can be said that transaction costs can be rationalized and measured quantitatively. According to coasian perspective transaction costs are the ones which occur during the transformation of physical inputs into outputs. However coases' theory lacks the intangible transaction costs such as transacting for the purchase of inputs, coordination and monitoring of inputs in the transformation process, contractual costs and motivational costs. These intangible transaction costs can't be measured quantitatively. Therefore williamson (1985) who has opened the coases' theory in critisizm defend that the environment is uncertain and assets (tangible and intangible) are specific consequentlyhe assumes every decision taken isbounded rational. As a result he offered hybrid forms in order to minimize transaction costs. Therefore in this study coasian and williamsons' approach toward tce will be analyzed andevolution of tce will be discussed. Nevertheless based on the discussion in the literature it is observed that tce need a new doctrine because classical economistand post modernists perspective toward tce varied immensely.

Keywords: Transaction Cost Economics, Governance, Firm Structure, Classical Economics

[234]Prof. Dr., bozkara@aku.edu.tr, Afyon Kocatepe University, Faculty of Business andAdministrativeSciences, Departmant of Business Administration, **ContactPerson**

[235] ResearchAsst., fbiyikli@aku.edu.tr Afyon Kocatepe University, Bolvadin School of AppliedSciences, Department of Accounting, **PrimaryPresenter**

Türkiyede Değişen Siyasal Sistem ve Siyasal Parti Yapıları Ekseninde Parti İttifaki

Ahmet Bora Tarhan[236]

Özet

Seçimden seçime değişkenlik gösteren parti ittifakları, farklı hükümet rejimlerine ve seçim sistemlerine sahip pek çok ülkede uygulanmaktadır. Nisbi temsil sistemi ve baraj uygulamaları siyasal partilere, ittifak sayesinde meclise temsilci göndermelerine olanak sağlamakta ve temsilde adaleti güçlendirmektedir. Bu bağlamda seçim ittifakları özellikle barajın altında kalabilecek olan küçük partilere ve tek başına iktidarı hedefleyen güçlü partilere fayda sağlamaktadır.

Türkiye'de seçim ittifaklarının yasal çerçevesi, 21 ocak 2018 tarihinde meclis başkanlığı'na sunulan ve kamuoyunda ittifak yasası olarak adlandırılan yasa değişikliklerinin 13 mart 2018 tarihinde türkiye büyük millet meclisi tarafından kabul edilmesinin hemen ardından 15 mart 2018 tarihinde cumhurbaşkanı tarafından onaylanmasıyla tamamlanmıştır. Büyük tartışmalara yol açan yasa değişikliğinin içeriği adalet ve kalınma partisi ile milliyetçi hareket partisi tarafından hazırlanmıştır. Teklif paketi "seçimlerin temel hükümleri ve seçmen kütükleri hakkında kanun", "siyasi partiler kanunu", "mahalli idareler ile mahalle muhtarlıkları ve ihtiyar heyetleri seçimi hakkında kanun" ve "milletvekilli seçimi kanunu" olmak üzere dört temel kanunu değiştirerek 2019 yılında aynı gün yapılacak olan cumhurbaşkanlığı ve türkiye büyük millet meclisi genel seçimlerini şimdiden etkileyecek mekanizmaları ve tartışmaları gündeme taşımıştır.

Bu çalışmada türkiye'de değişen hükümet sistemine paralel olarak oluşturulan seçim düzenlemelerine ilişkin değişikliklerin olumlu ve olumsuz tarafları ele alınacak, partilerin ideolojik yapıları ve sosyal tabanları da hesaba katılarak değerlendirilecek, bu kapsamda olası parti ittifaklarının türkiye büyük millet meclisi ve cumhurbaşkanlığı seçimlerine etkileri analiz edilecektir.

Anahtar Kelimeler: Parti İttifakı, Seçim Sistemi, Cumhurbaşkanlığı Sistemi, Genel Seçimler, Siyasal Partiler

[236] Adnan Menderes Üniversitesi, Söke işletme Fakültesi, Kamu Yönetimi Öğretim Üyesi.

Türkiye'nin Dış Ticaretindeki Dikey Uzmanlaşmanın Girdi-Çıktı Modeli ile Analizi

Nihat Dağistan[237]

Özet

Son dönemde uluslararası ticaretin doğasında meydana gelen en önemli değişmelerden birisi, her ülkenin dikey bir üretim zincirinde bir nihai malın üretiminin belirli bir aşamasında uzmanlaşmak suretiyle hem üretim hem de karşılıklı ticaret açısından birbirleriyle olan karşılıklı bağımlılık düzeyinin artış göstermesidir. Dikey uzmanlaşma ülkelerin üretim ve ticaret biçimlerini malların ticaretinden görevlerin ticaretine odaklanan bir uzmanlaşma ve rekabet anlayışına göre şekillendirdikleri ve değer zincirlerindeki uzmanlığını sektörlerden çok üretim aşamalarına göre tanımladıkları bir yapıya yol açmıştır.

Dünya ekonomisinde üretim ve dış ticarette yaşanan yapısal dönüşümün araştırma konusu olduğu küresel değer zincirleri ve dikey uzmanlaşma literatüründe, özellikle ara malları ticaretinin nihai mal ticaretine görece daha büyük miktarda artış göstermesine bağlı olarak dikkatlerin genelde katma değer ticaretine, özelde ise ithal ve ihraç edilen mallardaki yurtiçi ve yurtdışı katma değer oranlarına yöneldiği görülmektedir. Buna karşılık, dikey uzmanlaşmaya bağlı olarak uluslararası ticaret akımlarında ortaya çıkan yapısal dönüşüm, ülkelerin dış ticaretten sağladığı kazançların tespit edilmesi açısından geleneksel dış ticaret istatistiklerinin ve analiz yöntemlerinin yetersiz kalmasına yol açmıştır. Bunun en önemli nedeni, dikey uzmanlaşmaya dayalı ticaret akımlarında farklı ülkeler tarafından üretilerek nihai malın üretiminde kullanılan ve farklı ülkeler tarafından üretilen ara malların değeri ülkelerin hem ithalat hem de ihracat rakamlarına yansımakta ve çifte hesaplama hatasına neden olmaktadır. Dolayısıyla, gayri safi ticaret istatistikleri net ihracatı abartılı olarak gösterebilmekte, hem ülkelerin ithalat ve ihracat verileri yerli ve yabancı katma değerleri yansıtmaktan uzaklaşmakta hem de karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu malların tanımlanmasında yerli katma değer katkısının ne kadar olduğunu görmemizi zorlaştırmaktadır.

Bu durumun önlenebilmesi için küresel değer zincirinin bir malın üretim sürecinin hammaddeden nihai ürüne kadarki sürecinin her aşamasında ülkelerin karşılaştırmalı üstünlüğünün tespit edilmesi ve eklediği katma değerin ayrıştırılması gerekmektedir. Ticaret istatistiklerinde çifte hesaplama hatasını azaltmak ve "dünya ekonomisinde kimin kime ne ürettiği" sorusuna cevap bulabilmek için (baldwin, 2006), her ülkenin ihracatının yerli ve yabancı katma değer içeriğini ayrıştıran yeni analiz yöntemlerine ve istatistiksel göstergelere ihtiyaç duyulmuştur (javorsek ve camacho, 2015:1). Bu doğrultuda geliştirilen uluslararası girdi-çıktı tabloları bir ülkenin brüt ihracatını katma değer ticareti ve çifte hesaplama bileşenlerine ayrıştırılmasına ve dikey uzmanlaşmanın daha doğru bir şekilde ölçülmesine dair daha kapsamlı ve metodolojik bir yaklaşım sağlamaktadır (Sotomayor, 2016:11)

Bu çalışmanın amacı türkiye ekonomisinin küresel ölçekte yapısal dönüşüme uğrayan üretim ve ticaret süreçlerinden hangi ölçüde etkilendiğinin ve entegre olduğunun dikey uzmanlaşma endeksi yardımıyla analiz edilmesidir. Bu amaçla, türkiye ekonomisinin uluslararası dikey bağlantılarını ölçmek için Hummels vd. (1998, 2001)'in dikey uzmanlaşma yaklaşımı kullanılmıştır. Dünya girdi-çıktı tabloları veri tabanı'ndan (wıod) elde edilen veriler aracılığıyla

[237]Yrd. Doç. Dr., Başkent Üniversitesi, Ticari Bilimler Fakültesi, Bankacılık ve Finans Bölümü,
E-mail adresi: nihatdag@baskent.edu.tr

türkiye'nin 1995-2011 yılları arasındaki dönemde ISIC REV. 3'e göre sınıflandırılan 35 sektör için dikey uzmanlaşma oranları matlab programı kullanılarak hesaplanmış; toplam gayri safi ihracatı içerisinde yurtdışı ve yurtiçi katma değer oranlarının nasıl bir seyir izlediği hem toplam hem de sektör bazında analiz edilmiştir.

Çalışmamızın bulgularına göre, Türkiye'nin ihracatında kullandığı ithal girdi payı yani dikey uzmanlaşma düzeyi 1995 yılında % 13,86 iken 2011 yılı itibariyle % 22,29'e yükselerek önemli ölçüde değişim göstermiştir. Başka bir ifadeyle, türkiye'nin ihracatındaki ulusal katma değer oranı düşerken yabancı katma değer oranı artmıştır. Dikey uzmanlaşma yoğunluğunun en yüksek olduğu sektörler olarak "ana metal sanayi ve metal eşya sanayi" ile "motorlu kara taşıtı ve römorklar; diğer ulaşım araçları" sektörlerinin ön plana çıktığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Küresel Değer Zincirleri, Dikey Uzmanlaşma, Girdi-Çıktı Modeli, Türkiye.

Sürdürülebilirlik ve Elon Musk Örneği

Yasal Özdemir[238]

Özet

Sürdürülebilirlik kavramı kalkınma ile özdeşleşen ve kimileri açısından sadece kâr amaçlı faaliyetlerin yanında kurumsal sosyal sorumluluk bağlamında önem taşıyan bir zorunluluk olarak görülegelmiştir. Günümüzde uluslararası alanda sürdürülebilirlik uygulamalarıyla öne çıkan bir çok şirket bulunmaktır. Ancak elon musk'ın girişimleri belirli yönlerden diğerlerinden ayrılmaktadır. Tesla, space x ve solar city gibi firmalarla girişimlerinin büyük bir kısmı doğrudan sürdürülebilir gelecek ile ilgili olan musk son dönemlerde işletme ve yönetim alanında çalışan akademik çevrelerin de ilgisini çekmektedir. Bu çalışmanın elon musk örneği üzerinden iki temel amacı vardır: birincisi, sürdürülebilirliğin insanlık açısından önemini vurgulayarak toplumsal paydaşların bilinçlenmesine katkıda bulunmak, ikincisi ise elon musk'ı yönetim ve liderlik açısından incelemektir. Çalışmada varılan sonuçlar şöyledir: (1) dünyanın karşılaştığı sorunların çoğu önlenebilir olmasına rağmen kısa vadeli kaygılar nedeniyle kronikleşmektedir ancak bazı sorunların kaçınılmazlığı nedeniyle sürdürülebilirliğin önemi gelecekte giderek artacaktır, (2) insanlığın güncel sorunlarının çözümü için bilimsel temele dayanan multi-disipliner eğitim zorunludur, (3) bilimde pragmatizm sürdürülebilirliği olumsuz etkilemektedir.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilirlik, Elon Musk, Liderlik Ve Yönetim

[238] Arş. Gör. Dr., Munzur Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Endüstri Mühendisliği Bölümü, yasaltr@gmail.com

Açilmiş Miras Payinin Devri

Mehmet Üçer[239]

Özet

1. Giriş

Miras bırakanın ölümü halinde, onun mirası tmk m. 599 gereğince bir bütün halinde mirasçılara geçer. Ancak mirasçıların tereke malları üzerinde sahip oldukları hak, bir elbirliği haktır ve mülkiyet de bir elbirliği mülkiyettir. Elbirliği mülkiyet, paylı mülkiyete dönüşmedikçe ya da taksim edilmedikçe, mirasçının bu mallar üzerinde tasarruf etmesi mümkün değildir. Paylı mülkiyete dönüştürme ya da miras ortaklığının giderilmesi, uzun zaman alabileceğinden, mirasçının bu payını diğer bir mirasçıya veya üçüncü bir şahsa devretme ihtiyacı ortaya çıkabilir. Bu sebeple tmk m. 677 hükmü, bu devre imkân sağlamış ve fakat devrin mirasçılara yapılması ile üçüncü şahsa yapılması ihtimalini, hem şekil hem de hüküm yönünde farklı hükümlere tabi kılmıştır.

2. Devir Sözleşmesinin Şekli Ve Konusu

Mirasçılar arasında yapılan devirlerde, adî yazılı şekil yeterlidir. Tapu sicil tüzüğüne göre, devrin imzaları notere onaylatılmışsa, devredenin katılımına ihtiyaç olmaksızın, tapuda devri işlemleri yapmak mümkündür.

Terekedeki münferit bazı malların miras payının devri sözleşmesine konu olamaması gerekir. Zira henüz miras ortaklığı ve elbirliği halinde mülkiyet ilişkisi sürerken, terekedeki mallar üzerinde hiçbir mirasçının tasarruf edebileceği bir hakkı yoktur. Sadece, terekenin bütünü üzerinde oranla belli bir mirasçılık hakkı vardır. Ne var ki, pratik bazı ihtiyaçlar sebebiyle yargıtay, mirasçılar arasında yapılmak şartıyla, bu tür sözleşmelerin de geçerli olacağını kabul etmiştir.

24.05.1985 tarih ve e.1984/2, k. 1985/5 içtihadi birleştirme kararına göre, mirasçı sadece payının tamamını değil, muayyen bir mal üzerindeki hissesini de devredebilir.

3. Devir İşleminin Tarafları Bakımından Doğacak Farklar

A) Devrin Mirasçılar Arasında Yapılması

Miras payının devri sözleşmesi mirasçılar arasında yapıldığında, baskın görüş uyarınca, devredenin miras payı derhal devir oranında azalır ve devralanın miras payı artar. Şayet devreden tüm miras payını da devretmişse, miras ortaklığından çıkar. Mk 677/ıı. Bu hükmün zıt anlamından, miras payının diğer bir mirasçıya devri halinde, devralanın paylaştırmaya katılacağı, bir diğer deyişle, devir sözleşmesi yapılır yapılmaz devralananın bu miras payına sahip olacağı sonucu çıkarılmaktadır. Böylece, devralan buna göre paylaştırma isteyebileceği gibi, tenkis, denkleştirme, miras sebebiyle istihkak davası ve terekeyi koruyucu tedbirlere başvurma imkanları da devraldığı pay dikkate alınarak saptanacaktır.

Bu görüş çerçevesinde dahi, payını devredenin miras bırakanın alacaklılarına karşı tereke borçlarından mk 681 uyarınca 5 sene süreyle müteselsilen sorumlu olması kabul edilmektedir ki bu bizce de isabetlidir. Miras bırakanın alacaklıları bu devre muvafakat etmedikçe, devredenin alacaklılara karşı sorumluluğu ortadan kalkmaz.

Miras payının devre ivazlı (satış, trampa) olabileceği gibi, ivazsız da olabilir.

[239] Doç.Dr., mehmetucer1@gmail.com, Dicle Üniversitesi Hukuk Fakültesi, Roma Hukuku Anabilim Dalı, Türkiye.

Miras payının sadece muayyen mal üzerinde yapılmış olması halinde, mirasçılık sıfatı devam eder.

Mirasçının kendi alacaklılarına karşı ise, payın devri ivazlı ise, payı devralan sorumlu olmazken, ivazsız devirde veya muvazaalı devirde, alacaklının iik m.277 vd. Gereğince iptal davası açma hakkı olacaktır.

B) devrin mirasçı olmayan kişiye yapılması

Mk.677/ıı hükmü noterde düzenleme şeklini şart kılmasının yanında, buna rağmen payın ayni yetkili olarak el değiştirmeyeceğini,, sadece devir alacaklısının mirasın paylaştırılması üzerine devredene düşen kısmı isteme hususunda bir alacak hakkı kazanacağını düzenlemiştir.

Hemen belirtelim ki bu hükmün uygulama alanı bulması, devirde bulunan mirasçı dışında mirasbırakanın en azından bir mirasçısı daha olmasını gerektirir. Şayet devirde bulunmak isteyen kişi terekeye tek başına mirasçı ise, esasen miras ortaklığı ve elbirliği halinde mülkiyet sözkonusu olmadan tek başına ve mirasın geçtiği anda tüm terekenin sahibi olacağından, terekedeki tüm malları ve hakları kısmen ve tamamen dilediği kişiye devredebilir.

Sadece şahsi sonuç doğuran pay devri sözleşmesi ile o mirasçı sıfatını kazanmış, miras şirketine katılmış değildir.

Sözleşmede bunun aksinin kararlaştırılması da mümkün değildir. Zira, taraflar yaptıkları sözleşme ile üçüncü kişilere etkili haklar kazanamazlar.

Doğrudan doğruya yasanın devralana tanıdığı bir imkan ise, mk.m. 648 hükmüdür. Buna göre, bir mirasçıya düşen payı devralan veya haczeden yahut o mirasçı aleyhine aciz vesikası alan alacaklı, hakimden bu mirasçının yerine paylaşmaya katılmak üzere bir kayyım atamasını isteyebilir.

Payı devralan şahıs, taksim isteyemeyecek olması sebebiyle, taksim geciktirilirse, ne yapacaktır? Bu durumda mirasçıdan vekâlet alması ve hatta vekâletten azledilmesi halinde, tazminat şartını da temlik sözleşmesine eklemelidir.

Paylaştırma tamamlanıp miras payını devredene düşen tereke unsurları onun mülkiyetine geçtikten sonra, payı devralan devir sözleşmesinin ifasını dava edebilir ve devralana düşen malvarlığı unsurları arasında taşınmazlar bulunsa bile, noterde düzenleme şeklinde yapılmış devir sözleşmesi,ne dayanarak tescile zorlama davası açılabilir ve hakim mk 716 uyarınca mülkiyetin geçmesine karar verir.

Miras bırakanın borçlarından dolayı üçüncü şahsın sorumluluğu, sadece tasfiyede mirasçıya düşecek kadar olup, bu kısım kadar müteselsilen sorumludur.

4. Açılmış miras payının rehni ve haczi sorunu

Açılmış miras payı bir ayni hak oluşturacak şekilde rehne konu olamayacaktır. Mk. 677/ıı hükmü karşısında bu görüş noterde düzenlenecek sözleşmeyi "rehin verme taahhüdü" sayacaktır.

Miras payının haczinin ise mümkün olduğu kabul edilmektedir. Hacizli alacak ancak mk 648 uyarınca hakimden paylaştırmaya kayyım atamasını isteyebilir ve paylaştırma sonucunda haczedilen payın sahibine düşen tereke mallarının sattırılmasını talep edebilir.

Anahtar kelimler: miras payı, devir sözleşmesi, açılmış miras payının devri.

İnançli Temlik (Devir)

Mehmet Üçer[240]

Özet

İnançlı mülkiyet devrinin taşınırlarda yapılabildiği hem isviçre hem de türk doktrininde kabul görmektedir.
Taşınmazlarda ise, taraflar arasında yapılan devir sözleşmesinin hüküm ifade edebilmesi için, yapılan işlemin ya mevzuatın buna izin vermesi ya da işlemin tapu idaresinde yapılması gerekmektedir. Oysa ülkemizde vatandaşların pek çoğu, resmi şekil koşuluna uymadan hukuki işlem yapmaktadır. Bu durum ise ciddi hak kayıplarına neden olmaktadır.
İsviçre'de taşınmazlarda inançlı teminat işlemlerine rastlanmamasının bir sebebi ülkemizin aksine ipotekli borç senedi ve irat senedinin uygulanması ve bu iki kurumun da teminat işlevini yerine getirmesidir. Ülkemizde bu kurumlar işlemediği için, yargıtay, hak kayıplarını engellemek için inançlı işlemleri belli koşullar altında geçerli saymıştır.
Türk hukukunda bu noktada bir başka engel ise tst m.11/2deki tescile ilişkin istemin tescili bozucu veya hükümsüz kılıcı kayıt ve şartlara tabi kılınamayacağına ilişkin düzenlemesidir. Bu hüküm karşısında taşınmaz mülkiyetinin inançlı olarak temlik edilmesi doktrinde şüphe ile karşılanmıştır.
Yargıtay uygulamasına baktığımızda, yargıtay'ın önceleri teminat amacıyla taşınmazların devrini muvazaalı kabul ederek geçersiz saydığını, sonraki kararlarında ise bu görüşten vazgeçerek bu sözleşmelerin geçerli olduğu yönünde kararlı bir içtihat geliştirdiğini tespit etmekteyiz. Yargıtay bu gün tapuda satış olarak kendini gösteren inançlı taşınmaz devirlerini 5.2.1947 tarih ve 6 sayılı ibk'ına dayanarak tamamen geçerli kabul etmektedir.
hatta yargıtay kararlarında teminat amaçlı satış vaadi sözleşmeleri bakımından da inançlı teminat sözleşmesinin varlığı kabul edilmekte ve eğer borcun ödendiği ispat edilirse, satış vaadi sözleşmesine dayanarak karşı tarafın ifaya zorlanamayacağına da hüküm verilmektedir. Bazı kararlarda ise, teminat amaçlı yapılan satış vaadi sözleşmeleri muvazaalı olarak değerlendirilmiş ve satış vaadinin muvazaa nedeniyle, satış vaadi altında gizlenene gayrimenkul rehninin de şekil şartlarına uymadığı için geçersizliğine karar verilmiştir.
Yargıtay'ın, taşınmazlar bakımından, gerek inançlı teminat sözleşmelerini gerekse başka amaçla yapılan inançlı sözleşmeleri tapuda açıkça hukuki sebep olarak, bu sözleşme görünmese bile, mülkiyeti devir borcu yükleyen bir sözleşme olarak tanıdığını söyleyebiliriz. Bu şekilde uygulamada satış veya satışa eklenen geri alım hakkı olarak görünen hukuki sebep gereği geçirilen mülkiyetin, inançlı teminat sözleşmesine binaen geçirildiği, tapu dışında yazılı bir belge veya yazılı delil başlangıcı veya da diğer kesin delillerle ispatlandığı takdirde, mülkiyetin iadesine karar verilmektedir.
Sonuç olarak inanç anlaşmasının tapuya geçmemiş olmakla birlikte diğer yollardan ispatına cevaz verilmiş olmaktadır.

Anahtar Kelimeler: İnançlı Temlik, İnanç Anlaşması, Muvazaa.

[240] Doç.Dr., mehmetucer1@gmail.com, Dicle Üniversitesi Hukuk Fakültesi, Roma Hukuku Anabilim Dalı, Türkiye.

İdari Yargi Tarihimizde Kanun Yollari

Mehmet Karaarslan[241]

Özet

Türk idari yargı tarihi açısından bakıldığında özellikle tanzimat öncesi dönemde idari ve yargısal makamların birbirinden ayrılmamış olduğu ve yargılama işlerinin tek dereceli şeri mahkemeler tarafından yerine getirildiği görülmektedir. Bu dönemin yargıçları olan kadılar bugünkü belediyelerce yerine getirilen birçok idari görevi yerine getirdikleri gibi yargısal görevleri de yerine getirmişlerdir.

Tanzimat sonrası dönemde ise merkezde divanı hümayun'un ve yerelde ise mahalli meclislerin idari ihtilaflara baktığı görülmektedir. Bu meclisler tarafından verilen kararlara karşı kanun yolu olarak bir üst meclise şikâyet yoluyla gidilebilmekteydi. 1868 yılında kurulan şurayı devlet döneminde ise önemli görülen davalar, dairelerin birlikte toplanmasıyla oluşan genel kurulda bir kez daha incelenmekteydi. Bunun yanında 1869 yılında yürürlüğe giren şurayı devlet dahiliye nizamnamesine göre oluşturulmuş olan muhakemat dairesi önemli bir kısım işleri ilk derece olarak görmek yanında vilayet meclisleri tarafından verilen idari yargıya ilişkin kararları istinaf ve temyiz mercii olarak da incelemiştir. Muhakemat dairesi tarafından istinaf üzerine verilen kararlara karşı verilen direnme kararlarına karşı encümeni ihtilafa temyiz yoluyla gitmek mümkündü. Bunun yanında 1894 yılında şurayı devlet muhakemat dairesi ilk derece, istinaf ve temyiz şeklinde kısımlara ayrılmak suretiyle üç dereceli yapı oluşturuldu. Ancak bütün bu süreçte yapılan yargılama sonucu verilen kararların kesin hüküm niteliği taşıyabilmesi için bu kararların padişah tarafından uygun bulunması gerekirdi.

Cumhuriyet döneminde kurulan danıştay ile tutuk adalet sisteminde vazgeçilmiş ve danıştay'ın bazı uyuşmazlıklar bakımından iki dereceli diğer bazı uyuşmazlıklar bakımından ise tek dereceli olarak çalışmıştır. İl ve ilçe idari kurulları ile vergi itiraz ve temyiz komisyonları tarafından verilen kararları, danıştay temyiz mercii olarak incelemiştir. 1961 anayasa'sı döneminde ise danıştay, genel yetkili ilk derece idare mahkemesi ve genel üst derece idare mahkemesi olarak düzenlenmiştir.

521 sayılı danıştay kanunu döneminde dava daireleri ve dava daireleri kurulu temyiz yoluyla inceledikleri kararlar üzerinde hem hukuki ve hem de vakıa incelemesi yapmak suretiyle karar verebilmişlerdir. Bu dönemde danıştay hem istinaf hem de temyiz mercii olarak görev yapmıştır. Ancak 1982 anayasası danıştay'ın bazı uyuşmazlıklar için ilk derece mahkemesi olduğunu diğer bazı uyuşmazlıklar için ise bir son derece mahkemesi olduğunu belirterek danıştay'ın istinaf yetkilerine son vermiştir. Buna rağmen 2577 sayılı kanun'un 3622 sayılı kanun ile değiştirilmeden önce bir kısım istinaf yetkilerinin danıştay'a tanındığı görülmektedir. Benzer bir istinaf yetkisinin yürütmeyi durdurmaya ilişkin kararlara karşı yapılan itirazlar üzerine üst merciler tarafından yapılan incelemelerde de kullanıldığı görülmektedir.Bu çalışmada idari yargı tarihimizde var olan olağan ve olağanüstü kanun yolları incelenecektir.

Anahtar Kelimeler: İdari Yargı, Olağan Kanun Yolları, Olağanüstü Kanun Yolları.

[241]Yrd.Doç.Dr.,mkaraarslan21@hotmail.com, Dicle Üniversitesi Hukuk Fakültesi, İdare Hukuku Anabilim Dalı, Türkiye.

Hukuk Muhakemeleri Kanunu'na Göre Delil Avansi ve Gider Avansi

Derya Buluttekin[242]

Özet

Hukuk muhakemeleri kanunu'nun (HMK) 324. Maddesine göre delil avansı, taraflardan her birinin ikamesini talep ettiği delil için mahkemece belirlenen tutarda ve mahkemece verilen kesin süre içinde mahkeme veznesine yatırmak zorunda oldukları avanstır.ayrıca hmk'nın 120. Maddesine göre davacı, yargılama harçları ile beraber her yıl adalet bakanlığınca çıkarılacak tarifede belirlenecek tutarı, dava açarken mahkeme veznesine gider avansı olarak yatırmak zorundandır.

Delil avansı ile gider avansı birbirinden farklıdır. Medeni yargılama hukukundaki düzenlemeler bu iki kurumun birbirine karıştırılarak uygulanmasına ve hukuka aykırı kararların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Hukuk muhakemeleri kanunu gider avansı tarifesi'nin 4. Maddesi ile bölge adliye ve adlî yargı ilk derece mahkemeleri ile cumhuriyet başsavcılıkları idarî ve yazı işleri hizmetlerinin yürütülmesine dair yönetmelik'in 205. Maddesinde gider avansı, delil avansını da kapsayacak şekilde düzenlenerek bu karışıklığın yaşanmasına sebep olmuştur.

Delil avansı bir dava şartı değildir. Taraflardan birisi delil avansı yükümlülüğünü yerine getirmezse, diğer taraf bu avansı yatırabilir. Eğer avansyatırılmazsa talep olunan delilin ikamesinden vazgeçilmiş sayılır. Oysa gider avansı bir dava şartıdır, dava açılırken davacı tarafından mahkeme veznesine yatırılması zorunludur. Gider avansının yeterli olmadığının dava sırasında anlaşılması halinde, mahkemece, bu eksikliğin tamamlanması için davacıya iki haftalık kesin süre verilir. Bu süre içinde avansın yatırılmaması halinde dava, dava şartı yokluğundan reddedilir.delil avansının davanın başında alınması bakımından hiçbir zorunluluk bulunmazken, gider avansının davanın başında alınması zorunludur. Delil avansı incelemesi, daha çok davalının cevap dilekçesinde veya cevaba cevap dilekçesinde sunacağı delillere yöneliktir. Davacının davayı açmasından sonra dava dilekçesinde sunduğu delillere yönelik önînceleme safhasında yapılan inceleme, gider avansı incelemesidir.

Bu bildirinin amacı medeni yargılama hukukunda delil avansını, delil avansının kapsamını, delil avansının yatırılmaması halinde ortaya çıkacak sonuçları, delil avansı ile gider avansının farklarını incelemek ve yargıtay kararları ışığında bu konuları açıklamaktır.

Anahtar Kelimeler: Delil Avansı, Gider Avansı, Dava Şartı.

[242]Arş.Gör.,buluttekind@gmail.com, Akdeniz Üniversitesi Hukuk Fakültesi, Medeni Usul ve İcra-İflas Hukuku Anabilim Dalı, Türkiye.

Avukatin Reklam Yapma Yasağı

Derya Buluttekin[243]

Özet

Avukat, hukuk öğrenimi görmüş, mahkemelerde, devlet dairelerinde başkalarına hak ve yasa işlerinde yol gösterip onların hakkını aramayı, korumayı meslek edinen ve bunun için avukatlık kanunu'nun (avk) gerektirdiği şartları taşıyan kimsedir. AVK m.1'e göre avukatlık bir kamu hizmetidir. Ülkemizdeki avukat sayısı düşünüldüğünde bir avukatın mesleğini icra ederken reklama ihtiyaç duyacağı düşünülebilir, ancak avk ve türkiye barolar birliği reklam yasağı yönetmeliği (yönetmelik) ile avukatların reklam yapmaları yasaklanmıştır.
AVK m. 55'te, "avukatların iş elde etmek için, reklam sayılabilecek her türlü teşebbüs ve harekette bulunmaları ve özellikle tabelalarında ve basılı kağıtlarında avukat unvanı ile akademik unvanlarından başka sıfat kullanmaları yasaktır. Bu yasak, ortak avukatlık bürosu ve avukatlık ortaklığı hakkında da uygulanır." Denilerek reklam yapma yasağının çerçevesi belirlenmiştir. Yine aynı maddenin 3. Fıkrasında bu yasağa ilişkin esasların yönetmelikle belirleneceğini söylenerek ilgili yönetmelik işaret edilmiştir. Bu yönetmelik'e göre ise, avukatlar; yalnızca ün kazanmaya yönelik her tür girişim ve eylemlerden kaçınmak, iş elde etmek için reklam sayılabilecek herhangi bir girişim ve eylemde bulunmamak, üçüncü kişilerin kendileri için reklam sayılabilecek bu tür eylem ve davranışlarına izin vermemek ve bu amaç için gerekli önlemleri almakla yükümlüdürler.
Avk ve ilgili yönetmelik'te genel olarak reklam yapma yasağının varlığından söz edilmekle birlikte, hangi hallerde reklam yasağına aykırı hareket edilmiş olacağı açık bir şekilde düzenlenmemiştir.
Reklam yasağına aykırılığın tespiti halinde yönetmelik'e göre,ilgili avukatın kayıtlı olduğu baro tarafından avukata bir uyarı yazısı gönderilir ve söz konusu aykırılığın giderilmesi gerektiği aksi takdirde baro tarafından resen soruşturma açılacağı bildirilir.bu yönetmelik'e aykırı fiil veya fiilleri birden işlenirse, ilgili avukata uyarı yazısı gönderilmez ve derhal ve resen disiplin soruşturması açılır.
Bu bildirinin amacı avukatın reklam yapma yasağını, bu yasağın amacını ve sınırlarını değerlendirerek, hangi hallerin reklam yapma yasağına aykırılık teşkil ettiğini belirlemek ve uygulamadan örnekler vermektir.

Anahtar Kelimeler: Avukat, Reklam Yapma Yasağı, Kamu Hizmeti.

[243]Arş.Gör.,buluttekind@gmail.com, Akdeniz Üniversitesi Hukuk Fakültesi, Medeni Usul ve İcra-İflas Hukuku Anabilim Dalı, Türkiye.

Banknot İhracina Sahip Milli Bir Devlet Bankasinin Kuruluşu: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankasi (1930)

M.Burak Buluttekin[244]

Özet

Osmanlı Devleti'nde devlet bankası kurulma fikri, devletin dış borçlanma süreciyle birlikte başlamıştır. Kırım Savaşı (1854) sonrasında ilk kez dış borçlanma yapan devlet, bu borçlarının ödenmesinde aracılık yapma işlevini yerine getirecek bir devlet bankasına ihtiyaç duymuştur. Bu amaçla sırasıyla Ottoman Bank (Osmanlı Banakası, 1856), bu bankanın devamı niteliğindeki Bank-ı Osmani-ı Şahane (Osmanlı Bankası, 1863) ve Osmanlı İtibar-ı Milli Bankası (1917) kurulmuştur. Bu bankalar banknot ihracına sahip devlet hazinesi gibi işlev görmüş olmakla birlikte kısa sureli faaliyet gösterebilmişlerdir. Ottoman Bank ve Bank-ı Osmani-ı Şahane'nin yabancı sermayeli olması, Osmanlı İtibar-ı Milli Bankası'nın da Birinci Dünya Savaşı'ndaki yenilgi nedeniyle işlevini kaybetmiş olması, devlet bankası olarak faaliyet gösterecek ulusal bir banka ihtiyacını gidememiştir.

Cumhuriyet dönemiyle birlikte merkez bankası kurulması yönündeki tartışmalar daha da artmış ve milli bir devlet bankası kurulması gerekliliği 1923 İzmir İktisat Kongresi ile birlikte kesinlik kazanmıştır. 1927 yılında dönemin Maliye Bakanı A. Renda tarafından başlayan merkez bankası kurma faaliyetleri, Hollanda ve İtalya'dan alınan raporlarla Prof. L. Morf'un katkılarıyla hazırlanan ve 11 Haziran 1930 tarihinde kabul edilen 1715 sayılı Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Kanunu ile sonuç bulmuştur. 99 maddeden oluşan bu Kanun'a göre banka, milli bir devlet bankası niteliğinde ve 30 yıl süreyle Türkiye'de banknot ihraç etme imtiyazına sahip bir anonim şirket olarak kurulmuştur (m. 1). Bankanın temel görevleri; "iskonto fiyatının tespiti, para piyasasını ve para tedavülünü düzenlemek", "hazine işlemlerini yerine getirmek" ve "hükümetle ortaklaşa olarak Türk parasının değerinin korunmasına yönelik bütün tedbirleri almak" olmak üzere üç başlık altında belirlenmiştir (m. 2). Bu amaçla bankaya; hazine ödemelerini yapma, ülke içine ve dışına para nakil işlemlerini gerçekleştirme (m. 34), sikke veya külçe halinde altın (m. 35, 52, 53) ve döviz (m. 36) alıp-satma ve bunların fiyatlarını belirleme (m. 37), bankalar tarafından verilen ticari senetleri iskonto etme (m. 38-39), il ve belediyelere avans verme (m. 40) ve hazinenin kıymetli evraklarını koruma (m. 41) yetkileri verilmiştir. Bankanın merkezi Ankara'dır (m. 3). Banka teşkilatı hiyerarşik olarak "Hissedarlar Umumi Heyeti", "İdare Meclisi", "Murakıplar", "İskonto ve Kredi Encümeni", "İdare Heyeti" ve "Umum Müdürlük ve şube müdürlükleri" şeklinde oluşturulmuştur (m. 54). Bankanın hisseli sermayesi nama yazılı (m. 22), 100 liralık 150 bin hisseye ayrılmış 15 milyon lira olarak belirlenmiştir (m. 21). Bu hisseler A, B, C ve D olmak üzere dört sınıfa ayrılmıştır (m. 25). A sınıfı hisseler Hazine'ye (m. 26-27), B sınıfı hisseler Türkiye'de faaliyette bulunan milli bankalara (m. 27-28), C sınıfı hisseler yabancı bankalarla imtiyazlı şirketlere (m. 29) ve D sınıfı hisseler Türk ticaret şirketleriyle Türk uyruklu gerçek ve tüzel kişilere (m. 30) ayrılmıştır. Banka, devlet tarafından ihraç edilmiş 158.748.563 liralık nakde sahip olacaktır (m. 5).

Banka özellikle devletin İkinci Dünya Savaşı sonrasında oluşan kamu açıklarını kapatmada başarılı olmuştur. Planlı ekonomiye geçişle birlikte ülke içinde genişlemeci para ve maliye politikalarının önemi artmıştır. Buna uygun olarak bankanın işlevini arttırma gerektiği düşünülmüştür. Banka, 14 Ocak 1970 tarihli 1211 sayılı Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Kanunu ile devlet bankası hüviyetini genişleterek faaliyetlerine devam edegelmiştir.

[244] Arş.Gör.Dr., buluttekinb@gmail.com, Dicle Üniversitesi Hukuk Fakültesi, Mali Hukuk Anabilim Dalı, Türkiye.

Banknot ihracına sahip milli bir devlet bankası olan Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (1930)'nın kuruluş sürecini ve temel özelliklerinin değerlendirme amacındaki bu çalışmada; dönemin ekonomik durumu ve bankanın kurulmasını sağlayan 1715 sayılı Kanun incelenecektir.

Anahtar Kelimeler: Merkez Bankası, para politikası, bankacılık.

1913-1915 Yılları Sanayi Sayımı'na Göre Osmanlı Sanayisinde İktisadi Faaliyet Kolları ve İstihdam

M. Burak Buluttekin[245]

Özet

1913-1915 Sanayi Sayımı ("1329, 1331 Seneleri Sanayi İstatistiki"), Osmanlı Ticaret ve Ziraat Nezareti tarafından İstanbul, İzmir, Manisa, Bursa, İzmit, Karamürsel, Bandırma ve Uşak merkezlerinde bulunan sanayi işyerleri incelenerek oluşturulmuş sanayi istatistiklerinden oluşur. İlk olarak 1917 yılında yayımlanmış olan istatistikler, sonrasında sadeleştirilerek Prof. Dr. A. Gündüz Ökçün tarafından "Osmanlı Sanayii 1913, 1915 Yılları Sanayi İstatistiki" adıyla hazırlanarak DİE (TÜİK) yayını olarak 1997 yılında yeniden yayımlanmıştır. Bu çalışma, ilgili yayının iktisadi faaliyet kolları ve istihdam verilerinin değerlendirilmesine dayanır.

Gıda, toprak, deri, ağaç, dokuma, kırtasiye, kimya ve madeni eşya sanayisinde faaliyet gösteren 264 işyerinden elde edilen bilgileri içeren Sanayi Sayımı, tarım dışında kalan alanlarda Osmanlı üretiminin ve sanayisinin genel özelliklerini belirleme amacındadır. İlgili dönem içinde Osmanlı sanayisini oluşturan işyerlerinin yoğunluklu olarak İstanbul ve İzmir çevrelerinde olduğundan hareketle, bu sayım son dönem Osmanlı sanayisi üzerinde kapsamlı bir fikir verecektir.

1913-1915 Sanayi Sayımı verilerine göre, sanayi işyerlerinin %55'i İstanbul'da (155 tane) ve %22'si İzmir'de (62 tane) kurulmuştur. Bu işyerlerinin, %81,1'i özel şirket (gıda ağırlıklı) iken, %10,6'sı anonim şirket (dokuma ağırlıklı) ve %8,3'ü devlet kurumu (dokuma ağırlıklı) niteliğindedir.

Sanayi işyerleri, "gıda sanayi", "toprak ürünleri", "deri", "ağaç işleri", "dokuma", "kağıt, matbaa" ve "kimya" olmak üzere yedi temel iktisadi faaliyet kolunda çalışmaktadır. Gıda (%27,7), dokuma (%27,7) ve kağıt, matbaa (%19,5) faaliyetleri ön plana çıkmaktadır. İstanbul'daki işyerlerinde sırasıyla gıda (%29), kağıt, matbaa (%28,4) ve toprak ürünleri (%12,9); İzmir'deki işyerlerinde de sırasıyla gıda (%37,1), kağıt, matbaa (%17,7) ve ağaç işleri (%14,5) faaliyetleri ağırlık kazanmaktadır.

Sanayi işyerlerinde istihdam edilenler incelendiğinde, bu işyerlerinde 14.060 kişinin çalıştığı görülmektedir. Bu istihdamda memurlara (%4,1, 575 kişi) oranla işçilere (%95,9, 13.485 kişi) daha fazla yer verilmiştir. İstihdam edilen memurlar ve işçiler, ağırlıklı olarak gıda (sırasıyla %46,1 ve %27,1) ve dokuma (sırasıyla %17,9 ve %49,4) sanayinde çalışmaktadırlar.

Sanayi Sayımı İstatistikleri topluca değerlendirildiğinde, son dönem Osmanlı sanayisinin, toplumsal ihtiyaçları karşılayacak bir düzeyde olmadığı sonucuna ulaşılabilir. Ülke genelinde yatırım ve tüketim dengesini sağlayabilecek bir sanayileşme stratejisinin belirlenememesi, sanayi üretim maliyetlerini yükseltmektedir. Sanayi sektöründeki iktisadi faaliyet kolları, işyerlerinde özellikle üretim tekniğinde ve elektrik temininde sorunların yaşanmasından dolayı yeterli sayı ve çeşitlilikte değildir. Dönemin mali sorunları, yeni sanayi tesisi kuracak girişimci

[245] Arş.Gör.Dr., buluttekinb@gmail.com, Dicle Üniversitesi Hukuk Fakültesi, Mali Hukuk Anabilim Dalı, Türkiye.

sayısını azaltmıştır. Yine ilgili dönemin uzun süren savaşlarla geçmesi, var olan işyerlerinde istihdam edilen personel sayısının yeterli düzeyde olmamasına neden olmuştur.
20.yüzyılın başlarında Osmanlı sanayisinin mevcut durumunu, iktisadi faaliyet kollarını ve istihdam özelliklerini değerlendirme amacındaki bu bildiride; "Osmanlı Sanayii 1913-1915 Yılları Sanayi İstatistiki" verileri incelenecektir.

Anahtar Kelimeler: 1913-1915 Sanayi Sayımı, Osmanlı sanayisi, iktisadi faaliyet kolları, istihdam.

Bilgi Paylaşımının Teknoloji Kabul Modeli Üzerinden Incelenmesi

Alkan Alkaya[246]**Fatih Şahin**[247]**Sevda Çelik**[248]

Özet

İnternet ve kablosuz teknolojilerinin kullanımının artması ve getirdiği kolaylıklar müşterileri, buna bağlı olarak da işletmeleri etkilemiştir. Özellikle web 2.0 altyapısı sayesinde tüketici kaynaklı medyanın oluşması, bilginin sosyal olarak oluşturulduğu ve tüketildiği sanal alanları ortaya çıkarmıştır (gretzel, kang ve lee, 2008). Yu, Lu ve Liu (2010) bilgi paylaşımını, bireyler arasında toplumla ilgili bilgilerin, fikirlerin ve önerilerin paylaşılması olarak ifade etmektedir. Daha spesifik olarak, bilgi paylaşımı davranışı, bir bireyin aynı sanal topluluktaki başkalarıyla birlikte (başka bir yerde elde edilmiş veya kişisel olarak yaratılmış) bilgiyi paylaşma niyetini ima etmektedir. Chai, Das ve Rao (2011) tarafından yapılan araştırmada, güven ve sosyal bağların da bilgi paylaşımı davranışını etkileyen temel faktörler olduğunu ve sosyal etkileşim ve ağların bilgi paylaşımı motivasyonlarını teşvik etmede önemli bir rol oynadığını ortaya koymaktadır. Facebook, twitter gibi sosyal ağlar da kullanıcılar arasındaki güçlü ilişkiler bilginin yayılmasını ve paylaşılmasını kolaylaştırmaktadır. Bu araştırmada Llee ve Paris (2013) yapmış oldukları çalışmada geliştirmiş olduğu model çerçevesinde internet üzerinden bilgi paylaşımının güven ve güçlü ilişkinin etkisiyle ve teknoloji kabul modeli çerçevesinde ilişkileri belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırma uşak ilinde basit tesadüfi örnekleme yoluyla gerçekleştirilmiş olup ölçekler hsu ve lin (2008); Lai ve Li (2005); Shih (2004) ve venkatesh, speier ve morris (2002)'in yapmış oldukları çalışmalardan uyarlanmıştır. Elde edilen verilerin analizinde modelin boyutları arasındaki ilişkiler için yapısal eşitlik modeli (yem) kullanılmıştır.

Kaynakça

Chai, S., Das, S. Ve Rao, H. R. (2011). Factors Affecting Bloggers' Knowledge Sharing: An İnvestigation Across Gender. Journal Of Management Information Systems, 28(3), 309-342.

Gretzel, U., Kang, M. Ve Lee, W. (2008). Differences İn Consumer-Generated Media Adoption And Use: A Cross-National Perspective. Journal Of Hospitality & Leisure Marketing, 17(1-2), 99-120.

Hsu, C.-L. Ve Lin, J. C.-C. (2008). Acceptance Of Blog Usage: The Roles Of Technology Acceptance, Social İnfluence And Knowledge Sharing Motivation. Information & Management, 45(1), 65-74.

Lai, V. S. Ve Li, H. (2005). Technology Acceptance Model For İnternet Banking: An İnvariance Analysis. Information & Management, 42(2), 373-386.

Lee, W. Ve Paris, C. M. (2013). Knowledge Sharing And Social Technology Acceptance Model: Promoting Local Events And Festivals Through Facebook. Tourism Analysis, 18(4), 457-469.

Shih, H.-P. (2004). Extended Technology Acceptance Model Of Internet Utilization Behavior. Information & Management, 41(6), 719-729.

Venkatesh, V., Speier, C. Ve Morris, M. G. (2002). User Acceptance Enablers İn İndividual Decision Making About Technology: Toward An İntegrated Model. Decision Sciences, 33(2), 297-316.

[246] Dr. Öğr. Üy., alkan.alkaya@usak.edu.tr, Uşak Üniversitesi, Sağlık Yüksekokulu, Sağlık Yönetimi, Uşak/Türkiye
[247] Dr., fatih.sahin@usak.edu.tr, Uşak Üniversitesi, Uşak/Türkiye
[248] sevda10clk@gmail.com, Uşak Üniversitesi, Uşak/Türkiye

Yu, T.-K., Lu, L.-C. Ve Liu, T.-F. (2010). Exploring Factors That İnfluence Knowledge Sharing Behavior Via Weblogs. Computers İn Human Behavior, 26(1), 32-41.

Anahtar Kelimeler: Bilgi Paylaşımı, Güven, Teknoloji Kabul Modeli

Users Intention Towards Using Social Media Apps: Perspective of Psychological Motivations, Innovation Diffusion Theory and Technology Acceptance Model

Fatih Şahin[249], Alkan Alkaya[250]

Abstract

According to Statista (2018) report by the end of 2018, worldwide smartphone users are estimated to be 2.53 billion. In order to manage and build an effective mobile ecosystem, we must first understand user's attitude and intentions towards social media smartphone apps. Chin, et al. (2012) in their research suggested that to understand security and privacy implications on user's behavior is important and with this understanding can be a guide application provider to design an application that can help users safely benefit from the mobile platforms.

Lien and Cao (2014) in their research has reached the result that while the psychological motivations have an effect on attitudes, result didn't support that trust has effect on attitudes. And while Nicole, et al. (2010)'s study couldn't prove that cost, ease of use and trust has effect on user's intention, in Luarn and Lin (2005) study which found that perceived usefulness significantly has effect on application adoption.

The objective of this study is to understand smartphone users' attitudes and intention towards social media apps with the perspective of integrated two widely used models the technology acceptance model (TAM) and innovation diffusion theory (IDT) with psychological motivations (entertainment, sociality, and information). Research samples are collected by random sampling technique from Usak province in Turkey. Research hypotheses have been tested by structural equation modeling.

As result of this study, in perspective of innovation diffusion theory; compatibility and complexity has supported as important factors that effect on users perceived ease of use. Observability and triablity are the other component of theory, and these factors has a positive effect on perceived usefulness. The other important finding is that relative advantage has a positive effect both on perceived usefulness and perceived ease of use. While psychological motivation factors like information and socialization is important for user's attitude to use smartphone apps, entertainment has effect on attitude did not supported.

Keywords: Technology Acceptance Model, Psychological Motivations, Innovation Diffusion Theory

References

[249] Dr., fatih.sahin@usak.edu.tr, Uşak Üniversitesi, Uşak/Türkiye
[250] Dr. Öğr. Üy., alkan.alkaya@usak.edu.tr, Uşak Üniversitesi, Sağlık Yüksekokulu, Sağlık Yönetimi, Uşak/Türkiye

https://www.statista.com/statistics/330695/number-of-smartphone-users-worldwide/

Lien, Che Hui, and Yang Cao. "Examining WeChat users' motivations, trust, attitudes, and positive word-of-mouth: Evidence from China." *Computers in Human Behavior* 41 (2014): 104-111.
Koenig-Lewis, Nicole, Adrian Palmer, and Alexander Moll. "Predicting young consumers' take up of mobile banking services." *International journal of bank marketing* 28.5 (2010): 410-432.
Chin, Erika, et al. "Measuring user confidence in smartphone security and privacy." *Proceedings of the Eighth Symposium on Usable Privacy and Security*. ACM, 2012.
Lien, Che Hui, And Yang Cao. "Examining Wechat Users' Motivations, Trust, Attitudes, And Positive Word-Of-Mouth: Evidence From China." *Computers In Human Behavior* 41 (2014): 104-111.
Koenig-Lewis, Nicole, Adrian Palmer, And Alexander Moll. "Predicting Young Consumers' Take Up Of Mobile Banking Services." *International Journal Of Bank Marketing* 28.5 (2010): 410-432.
Chin, Erika, Et Al. "Measuring User Confidence In Smartphone Security And Privacy." *Proceedings Of The Eighth Symposium On Usable Privacy And Security*. ACM, 2012.

İşletme Sahipleri Perspektifinden Hayvancilik Sektöründe Risk Değerlendirmeleri: Bolvadin Örneği

Cantürk Kayahan Tuğrul Kandemir Halil İbrahim Gökgöz

Özet

Hayvancılık sektörü, afyonkarahisar ilinin en temel üretim ve işletim sistemlerinden birisidir. Gerek türkiye'nin gerekse afyonkarahisar ilinin geleceği sektörel üretim alt yapısının doğru kurgulanmasına bağlıdır. Ancak değerlendirmelerin doğru olarak yapılabilmesi ve geleceğe yönelik değerlendirmelerin rasyonel olarak yapılabilmesi, üreticilerin gözüyle sektörün değerlendirilmesini ve risk algılamalarının iyi oluşturulmasına bağlıdır. Dolayısıyla bu çalışmada bolvadin ilçesinde hayvancılık sektöründe faaliyet gösteren hayvancılık işletmesi sahiplerinin hangi risk davranışlarını ne ölçüde gerçekleştirdikleri ve neleri hangi ölçüde risk kaynağı olarak algıladıklarının ölçülmesi amaçlanmıştır. Araştırmada kullanılan veri bolvadin ilçe merkezi ve ilçeye bağlı kasaba ile köylerde hayvancılık sektöründe faaliyet gösteren işletme sahiplerinin anket yoluyla elde edilen değerlendirmelerini kapsamaktadır. Çalışmada elde edilen verilere faktör analizi uygulanmıştır. Çalışmada işletme sahiplerinin sosyokültürel özellikleriyle risk davranışları ve dereceleri arasındaki ilişki, sosyokültürel özellikleri ve risk davranış dereceleriyle risk kaynağı olarak gördükleri unsurları hangi ölçüde algıladıkları arasındaki ilişki ise varyans analiziyle test edilmiştir. Elde edilen bilgiler hem afyonkarahisar hem de bolvadin ve geleceği açısından değerlendirilmiş ve geleceğe yönelik öneriler oluşturulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Hayvancılık, Risk, Bolvadin.

İvedi Yargılama Usulü

Mehmet Karaarslan[251]

Özet

İdari Yargılama Usulü Kanunu'na 18.6.2014 tarih ve 6545 sayılı Kanunla ek 20/A maddesiyle getirilen "ivedi yargılama usulü" ile idari yargıda yeni bir yargılama usulü getirilmiştir. Kanun koyucu ivedi yargılama usulü ile ihaleden yasaklanama kararları hariç ihale işlemleri, acele kamulaştırma işlemleri, Özelleştirme Yüksek Kurulu kararları, Çevre Kanunu uyarınca idari yaptırımlar hariç ÇED sonucu alınan kararlar ile 6306 sayılı Afet Riski Altındaki Alanların Dönüştürülmesi Hakkında Kanun uyarınca alınan Bakanlar Kurulu kararlarına karşı ivedi yargılama usulünün uygulanacağını düzenlemiştir.
Bu usulde dava açma süresi 30 güne indirilmiş ve 2577 sayılı Kanun'un 11. maddesine göre yapılan idari başvuruların dava açma süresini durdurmayacağı düzenlenmiştir. Yine idari yargılama usulü bakımından 15 gün olan ilk inceleme süresi bu usulde 7 güne indirilmiştir. İvedi yargılama usulünde davalı idarelere savunma için kural olarak 15 günlük süre verilmektedir. Savunmanın verilmesi ya da savunma süresinin geçmesiyle dosya tekemmül etmiş sayılmaktadır. Bu usulde savunmaya cevap ve savunmaya verilen cevaba cevap (replik ve düplik) aşamaları öngörülmemiştir. Ayrıca bu usulde yürütmeyi durdurma taleplerine karşı itiraz yolu getirilmediği için YD kararlarına karşı itiraz da mümkün değildir.
Yine bu usulde ara kararı verilmesi, keşif, duruşma yapılması ve bilirkişi incelemesi yapılması gibi tahkikat işlemleri ivedilikle yapılır. İvedi yargılama usulünde davalar dosyanın tekemmülünden itibaren bir ay içinde karara bağlanmaktadır.
İvedi yargılama usulünde verilen kararlara karşı doğrudan Danıştay'a temyiz yoluna gidilebilmektedir. İYUK'un 20/A-g maddesine göre temyiz süresi 15 gündür. Temyiz dilekçeleri 3 gün içinde incelenerek tebliğe çıkarılır ve temyiz dilekçelerine karşı cevap verme süresi 15 gündür.
İşbu çalışmada, ivedi yargılama usulü incelenecektir.

Anahtar Kelimeler: İdari Yargılama Usulü Kanunu, ivedi yargılama usulü, süreler.

[251] Yrd.Doç.Dr., mkaraarslan21@hotmail.com, Dicle Üniversitesi Hukuk Fakültesi, İdare Hukuku Anabilim Dalı, Türkiye.

E-Ticaret İşletmelerinde Çokkültürlü Yönetim, Zorluklar Ve Çözüm Önerileri

Mesut ATASEVER[252]

Özet

Günümüz ticaretinin önemli bir bölümü internet üzerinden gerçekleşmektedir. Bu faaliyet için gerçekleştirilen yönetimin geleneksel olan yönetimden en önemli farkı çok kültürlü olmasıdır. Çok kültürlülük bir toplumu oluşturan bireylerin ve grupların dil, din, ırk, tarih, coğrafya açısından farklı kökenlerden gelmesine dayanır. E-ticaret işletmeleri kültürel birliktelik alanları bakımından oldukça zayıf, farklı kültürlerden gelen kişilerden oluşan bir yapıdadır. Kültürel farklılıkların olduğu bir organizasyon yapısında ise, özellikle farklı grupların oluşması, yönetiminin organizasyon fonksiyonunun sağlanmasında bazı zorlukların doğmasına neden olmakta, bu da organizasyonun işleyişinde problemlere neden olmaktadır. Fakat ticaretin ve yönetimin küreselleşme eğiliminde olması, yerellikten küreselliğe artarak bir yönelimin olması bu durumdan kaçınmanınmümkün olmadığını, bilakis çok kültürlü yönetimi kolaylaştırıcı yöntemlerin bulunmasını zorunlu hale getirmektedir.

Mekanbakımından bağlayıcılığının olmaması ve dünya üzerindeki birçok toplumla, dolayısıyla birçok kültür ile ticari ilişkiler kurulmasının gerekliliği yanında, çalışanların da farklı kültürlerden olması çok kültürlü yönetimin önemini artırmaktadır. Tek kültürlü yönetime göre oldukça farklı problemler barındırabilecek bu durum için çözümler üretilmesi sağlıklı bir yönetim için gerekli hale gelmektedir.

Bu çalışmada, çok kültürlü yönetimin gittikçe artan önemi vurgulanmakta ve karşılaşılabilecek zorluklara çözümler aranması amaçlanmaktadır. Kapsam olarak küresel e-ticaret işletmeleri ve onların kültürel ve kültürlerarası yönetim sorunları ele alınmaktadır. Gözlem, veri inceleme, kaynak tarama yöntemlerinin kullanıldığı çalışmada, nitel analiz ve yorumlamada bulunulmuştur. Bu çalışmanın yönetim, e-ticaret, sanal işletmeler, kültür, kültürlerarası yönetim, çok kültürlü yönetim konularında çalışan akademisyen ve sektördeki yöneticilere yararlı olması beklenmektedir.

[252] Yrd. Doç. Dr., Uşak Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Uluslararası Lojistik ve Taşımacılık Bölümü, mesut.atasever@usak.edu.tr

Katilim Bankalarinda Banka Karliliği ile Bilanço Dışı İşlemler Arasındaki İlişkinin Panel Veri Analizi ile İncelenmesi

Mustafa Soba[253]**Ayşenur Tarakçıoğlu Altinay**[254]**Esra Temel**[255]

Abstract

Amaç - bankaların bilanço dışı işlemleri kullanmalarındaki temel amaç faiz ve kur riskinden korunmaktır. Ancak bu temel amacın yanı sıra bankalar bu işlemleri bazı diğer finansal ihtiyaçlarını da karşılamak için kullanmaktadırlar. Bankaların finansal ihtiyaçları karlılığın artırılması, maliyetle minimizasyonu, vergiden kaçınmak, yeni fon kaynakları yaratılması, müşteri taleplerini karşılamak, komisyon geliri elde etmek, rekabet gücünün arttırılması ve müşteri bağlılığını arttırmaya yönelik olarak yeni ürünlerin geliştirilmesidir. Türk banka sistemi içerisinde yer alan bütün bankalar son on yılda bilanço dışı işlemleri çok fazla kullanmışlardır. Bilanço dışı işlemler içerisinde yer alan bilanço dışı yükümlülüklerin payının giderek arttığı görülmektedir. Katılım bankacılığında bilanço dışı işlemler içerisinde yer alan bilanço dışı yükümlülükler, garanti ve kefaletler, taahhütler ve türev finansal araçlardan oluşmaktadır.çalışmada katılım bankalarının 2010-2017 dönemine ait verilerinin bilanço dışı işlemler açısından değerlendirmesi, bilanço dışı işlemler ile karlılık arasındaki ilişkinin panel veri analizi ile incelenmesi amaçlanmaktadır. Türkiye katılım bankaları birliği'nden elde edilen 2010-2017 yıllarına ait finansal tablolar 1. Çeyrek, 2. Çeyrek, 3. Çeyrek ve 4. Çeyrek olarak incelenecektir.

Yöntem - katılım bankalarının karlılık oranları üzerine bilanço dışı işlemlerin etkisi 2010-2017 yılı çeyreklik verileri panel veri analizi kullanılarak gerçekleştirilecektir. Panel veri yöntemi, ülkeler, firmalar, hanehalkları, vb. Kesit (cross-section) gözlemlerinin belli birzaman dönemi içinde bir araya getirilmesi olarak tanımlanabilir. Yani panel veri, kesit analizi ile zaman serisi analizini birleştirir (Gujarati, 1999).panel veri kullanılan araştırmalarda genellikle üç amaç söz konusudur. Birinci amaç birimler arası değişkenliği veya her bir birimin zaman boyunca değişkenliğini tanımlamaktır. Böylece hem belli değişkenliklerin büyüklüğünü hem de bu değişkenliklerin seyrini bilmek mümkündür. İkinci amaç bu değişkenlikleri diğer bazı değişkenler bakımından açıklamaktır. Bu değişkenler cinsiyet gibi zaman boyunca sabit olabileceği gibi, ruhsal durum gibi zaman içinde değişebilen zaman boyunca sabit olmayan türden olabilir. Üçüncü amaç ise her bir birimin ilgili değişken bakımından kestirimini yapmaktır (Hsiao, 2003:89).

Sonuç- küreselleşme ile birlikte finansal ürün ve hizmetlerin çeşitliliği artarken, bankacılık sektörünün maruz kaldığı riskler de farklılaştı. Mevcut ve ortaya çıkan yeni risklerin yönetilmesi ve daha güçlü sermaye yapısını da içeren uluslararası ölçekte bankacılık standartlarının belirlenmesi için basel bankacılık düzenlemeleri hazırlanmıştır (tcmb, https://tcmbblog.org/tr/basel-bankacilik-duzenlemelerine-genel-bakis/). Bu noktada farklılaşan finansal ürünler, artan finansal ürün çeşitliliğinin getirdiği risk ortamını da göz ardı etmemek gerekmektedir. Likidite, karlılık, sermaye yeterliliğinin yanı sıra bilanço dışı

[253] Doç. Dr. Mustafa SOBA, Uşak Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, mustafa.soba@usak.edu.tr
[254] Yrd. Doç. Dr. Ayşenur TARAKÇIOĞLU ALTINAY, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, aysenur.altinay@usak.edu.tr
[255] Yüksek Lisans Öğrencisi Esra TEMEL, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, esra.temel@usak.edu.tr

işlemlerin iyi yönetilmesi bankacılık sektörü için riskin minimize edilmesinde büyük önem taşımakatdır. 2010 yılında katılım bankası olarak tanımlanmaya başlayan faizsiz finansal kurumların da bankacılık kriterlerine uyması büyük önem taşımaktadır.doğrudan bilanço içinde yer almadan bankayı kar zarar hesabı aracılığıyla etkileyen işlemler olarak tanımlanabilecek bilanço dışı işlemlergenel olarak ikiye ayrılabilirler. Bunlardan ilki, borç araçları (kredi taahhütleri ve kredi teminat mektupları) ikincisi ise türev ürünler (risk yönetimi ile ilgili olanlar)'dir. Bankacılık krizleri ile eşzamanlı olarak artan bilanço dışı işlemler, uluslararası düzenlemecilerin dikkatini bilanço dışı işlemlere yöneltmitir. Bilanço dışı işlemler nedeniyle ortaya çıkan riskin yeterince kontrol edilebilmesi için, daha önceleri sadece bilanço içi için çalışmalar yapılan risklerin, bilanbilanço dışı için de ölçümü ve kontrolü alanında pek çok çalışma ve düzenleme yapılmıştır. Ancak türkiye için ticari bankacılıktan oldukça yeni bir oluşum olan katılım bankacılığı bankacılık krizlerinden tecrübe kazanacak bir geçmişe sahip değildir. Bu noktada çalışma kapsamında yapılan analizler ile katılım bankacılığının risk unsurları bilanço dışı işlemler vasıtasıyla analiz edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Finansal Tablo Analizi, Bilanço Dışı İşlemler, Karlılık, Risk, Katılım Bankaları
JEL Kodları: F60, G21, G23

KAYNAKLAR

ALTAN, M . Türkiye'de Banka Gruplarının Bilanço Dışı İşlemleri Ve Bu İşlemlerin Bankaların Karlılık, Sermaye Yeterliliği, Aktif Kalitesi Ve Likiditesi Üzerinde Yarattığı Etki, Selçuk Ü. İİBF Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi

AYDAN, A. (2000), Bilanço Dışı İşlemler, Bankacılar Dergisi, S: 34.

GÖÇMEN, G. (2015), Türkiye'de Bankacılık Sektörünün Bilanço Dışı Faaliyetlerindeki Gelişmeler, Dumlupınar Ü., Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, S: 17, 1-21.

GUJARATI, D.N.,(1999). Temel Ekonometri , (Çev. Ü. Şenesen, G.G.Şenesen), İstanbul, Literatür, 849s

HSIAO, C., (2003). Analysis Of Panel Data, Cambridge, Newyork, 366p.: 18.

Https://Tcmbblog.Org/Tr/Basel-Bankacilik-Duzenlemelerine-Genel-Bakis/

SAYIN, K.Ş (2013), Türk Bankacılık Sisteminde Bilanço Dışı İşlemler Ve Risk Yönetimi Açısından Değerlendirilmesi,Dokuz Eylül Ü. İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt:24, Sayı:1, Yıl:2009, Ss.15-41.

SELİMLER, H., KALE, S. (2012), Türk Bankacılık Sektöründe Bilanço Dışı İşlemlerin Risk Ve Karlılık Açısından Değerlendirilmesi, Marmara Ü. İ.İ.B. Dergisi, 33(2), 173-204.

Gençlik Merkezleri Faaliyetlerine Yönelik Tutum Ölçeği Geliştirilmesi: Güvenirlik ve Geçerlik Çalişmasi

*Ömer Ataç, *Reşat Sadik, *Muhsin Duran, *Emrah Özdemir

Giriş

Gençlik merkezleri; gençlerin sosyal, kültürel, sanatsal, eğitsel, bilimsel ve sportif faaliyetler çerçevesinde serbest zamanlarının ilgi, istek ve yetenekleri doğrultusunda değerlendirilmesine fırsat vererek topluma aktif vatandaşlar olarak katılmalarını sağlayan ve gençleri zararlı alışkanlıklardan korumaya yönelik çalışmaları yürüten kurumlardır. Ülkemizde serbest zamanının planlanması, verimli bir şekilde kullanılması ve gençlerin serbest zamanlarını herhangi bir ücret ödemeden değerlendirmeleri için kamu kurumları, yerel yönetimler ve sivil toplum kuruluşları tarafından çeşitli hizmetler sunulmaktadır. Bu hizmetleri almalarını sağlayan en büyük güç ise devlettir. Devletin bu anayasal görevini gerçekleştirmek için kurduğu kurumların başında türkiye cumhuriyeti gençlik ve spor bakanlığına bağlı olarak tüm ülke genelinde hizmet veren gençlik hizmetleri genel müdürlüğü koordinesinde çalışan gençlik hizmetleri ve spor il müdürlüklerine bağlı olan gençlik merkezleridir.

Araştırmanın amacı:

Bu çalışma, kamu alanında faaliyetlerini yürüten gençlik merkezlerinin gerçekleştirdikleri faaliyetlere yönelik gençlerin tutumlarını araştırmak için önemli bir tespit çalışması olarak değerlendirilmektedir. Gençlik merkezi faaliyetlerine ile ilgili sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Türkiye'de gençlik merkezleri faaliyetlerine yönelik gençlerin tutumlarının araştırılması için geliştirilen bir ölçek bulunmadığı için bu araştırmanın yapılmasına ihtiyaç duyulmuştur.

Yöntem:

Çalışmada, kocaeli ilinde yaşayan 7 - 29 yaş arasındaki 150 gence gençlik merkezlerine yönelik görüşleri sorulmuştur. Gençlerden alınan yanıtlar ve ilgili literatür taraması sonucunda, ölçekte kullanılmak üzere 62 madde oluşturulmuştur. Oluşturulan maddeler uzman görüşüne sunulmuş ve 44 madde uygulanmak üzere uzmanlar tarafından belirlenmiştir. Daha sonra uzmanlar tarafından belirlenen 44 maddelik 5'li likert tipi ölçek oluşturulmuştur. Oluşturulan ölçek, kocaeli ilinde yaşayan 7 - 29 yaş arasında 330 gence uygulanmıştır. Elde edilen verilerin afa sonuçları ölçeğin 18 maddelik, iki faktörlü bir yapıya sahip olduğunu ortaya koymuştur. Ölçeğin cronbach alfa güvenirliği katılım alt boyutunda .93, gönüllülük alt boyutunda .85 ve ölçeğin tamamında ise 0.93 olarak hesaplanmıştır.

Sonuç

Çalışmada, gençlerin gençlik merkezleri tarafından gerçekleştirilen sosyal, kültürel, sanatsal, eğitsel, bilimsel ve sportif faaliyetlere ilişkin tutumlarını saptamak amacıyla geliştirilen ölçeğin, gençlerin katılım ve gönüllülük boyutunda gençlik merkezleri faaliyetlerine yönelik tutumlarını ölçmek için güvenilir ve geçerli bir ölçek olduğu sonucuna varılmıştır.

Anahtar kelimeler: gençlik, gençlik merkezleri, gençlik merkezleri faaliyetleri, gönüllülük, katılım

8 Haftalik Esneklik Antrenmaninin 11-13 Yaş Kiz Voleybolcularin Fiziksel Parametreleri Üzerine Etkisi

***Nurgül Tezcan Kardaş, *Atakan Çağlayan, *Emrah Özdemir**

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, sekiz hafta süresince 11-13 yaş kız voleybolculara uygulanan farklı esneklik egzersizlerinin, kız voleybolcuların fiziksel parametreleri üzerine etkisini araştırmaktır. Araştırmanın evrenini 11-13 yaş kız voleybolcular oluştururken; örneklemini ise düzce ilindeki gençlik spor ve il müdürlüğü'nde lisanslı olarak spor yapan ve rastgele seçilen 11-13 yaş arasındaki kız voleybolcular oluşturmaktadır. Çalışmaya katılımcılar gönüllük esasına dayalı olarak katılmışlardır. Çalışmadaki katılımcılar,10 kişi çalışma grubu, 10 kişi kontrol grubu olacak şekilde rastgele seçilmiştir. Sekiz haftalık esneklik antrenmanları öncesi ön testler, sonrasında da son testler yapılmıştır. Bu testlerde omuz esnekliği ve otur uzan testleri uygulanmıştır. Çalışma grubuna ön test sonrası 8 hafta boyunca, haftada 2 gün 1 saat esneklik antrenmanı eğitimi verilmiştir. Kontrol grubuna bu süreçte hiçbir eğitim verilmemiştir.

Öt ve st sonucunda elde edilen veriler, 17.0 spss paket programı ile analiz edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre, sporcuların kilo, bel, kalça,otur uzandeğerlerinde anlamlı farklılıklar tespit edilirken ($p<0,05$), omuz esnekliği parametresinde herhangi bir farka rastlanmamıştır ($p>0,05$). Araştırma sonucuna göre, 8 haftalık esneklik antrenmanlarının 11-13 yaş kız voleybolcuların fiziksel parametreleri üzerine etkisi olduğu söylenebilir.

Anahtar kelimeler: Voleybol, Esneklik, Antrenman

Herfindal-Hirschman Endeksi ile İlgili Türkiye'de Yapılan Çalışmalar Üzerine Nitel Bir Araştırma

Mehmet Hilmi Özkaya[256] **Ömür Çakir**[257]

ÖZET

Genel Bakış

Bu çalışmada piyasa yapısını analiz etmek için son dönemlerde sıklıkla kullanılan Herfindahl - Hirschman endeksi (HHI) 'nin teorik yapısı incelenecektir

Literatür Ve Çalışmanın Gerekçesi

Ülkelerin dış ticarette kullandıkları ürünlerin pazar yoğunluğunun ölçülmesine yardımcı olan çalışmalarda farklılık gösteren uygulamalı hesaplama yöntemleri geliştirilmiştir. Bu uygulamalı yöntemlerden en sık kullanılan Herfindahl - Hirschman endeksi (HHI)'dir. Söz konusu uygulama en basit ifadeyle, piyasa yapısını anlamak için ekonomistlerin başvurduğu ilgili pazarda faaliyet gösteren firmaların pazar paylarının kareleri toplamı olarak tanımlanmaktadır. Endeks ilk defa hirschman tarafından 1945'te geliştirilmiş daha sonra ise herfindahl tarafından bağımsız olarak formüle edilmiştir. Adını kurucularından alan herfindahl-hirschman endeksi son derece önemli bir konu olup piyasa yapısının tespitinde yöntem olarak kullanılan ve yoğunlaşma oranını gösteren bir kavramdır.

Çalışmada, herfindahl – hirschman endeksi (hhı) ile ilgili alanda yapılan çalışmalar hipotez ve sonuçları ayrıntılı olarak incelenecektir.yapılan çalışmalar doğrultusunda sonuçları analiz ederek ortaya çıkan sonuçlar değerlendirilerek gelecek çalışmalara yön vermek üzere faydalı olacağı düşünülmektedir.

Yöntem

Herfindahl - Hirschman endeksi (HHI) üzerine iktisadi ve idari bilimler alanında yapılmış türkiye'deki çalışmaların hangi konular dahilinde çalışıldığını belirlemek amacıyla bir literatür araştırması olarak hazırlanan çalışmada erişime izin verilen tüm çalışmalar ele alınacaktır. Çalışmaların incelenmesi ve değerlendirilmesinde excel programı kullanılacaktır. Çalışmalar konularına göre ve evrenlerine göre sınıflandırılacak olup ilgili çalışmaların hatasız olarak analizi gerçekleştirilecektir.

Sonuç

Türkiye'de çalışma konusu olmaya başlayan ve giderek önemi artan herfindahl – hirschman endeksinin yapılmış çalışmalar doğrultusunda araştırmacıların piyasa yapısı ve bunun gibi birçok çalışma konusunda kullanabilecekleri bu yöntemi gelecekte yapacakları çalışmalarda kullanmaları önerilebilir.

Anahtar Kelimeler: Herfindahl-Hirschman Endeksi, Piyasa Yapısı, Türkiye

[256]Doç. Dr. Mehmet Hilmi ÖZKAYA, mehmethilmi.ozkaya@usak.edu.tr, Uşak Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü.
[257] Yüksek Lisans Öğrencisi Ömür ÇAKIR, omurcakir34@gmail.com, Uşak Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,İktisat Ana Bilim Dalı.

Internet Banking Technology Acceptance of Public Employees: A Pilot Study

Minire Kırbaşlı[258], Zehra Binnur Avunduk[259]

Abstract

Overwiev

Internet banking technology provides numerous advantages for banks in Turkey over the 20 years. Also, this technology facilitates banking transactions through its time saving and easy usage features for customers. However, a significant number of customers avoid to use internet banking technology. In this study, we examined internet banking technology usage on public employees of the Istanbul University. For this purpose we conducted a pilot study.

Literature and The Rationale of The Study

The Technology Acceptance Model (TAM) has commonly been applied in different contexts to investigate a wide range field of information technologies. TAM has originally developed by Davis (1989) in order to explain why customers reject or accept a technology. In the literature, TAM model has used to comprehend the customers' acceptance, adoption and behavioural intention of internet banking technologies (e.g. Wang, Wang, Lin and Tang, 2003; Lai and Li, 2005; Yiu, Grant and Edgar, 2007; Lee, 2009; Dash, Mohanty, Pattnaik, Mohapatra and Sahoo, 2011; Al-Ajam and Md Nor, 2013; Alraja, Salim, Uddin and Yousoof, 2016). Most of TAM studies with empirical investigations, using the survey method. TAM is a mature model and has been validated in different contexts (Lai and Li, 2005). However, TAM still needs to develop and empirical investigation for different respondent subgroups in order to reveal that whether different sample profiles have shown same or dissimilar results. In addition, TAM model has been developing through putting in different factors to the model. In accordance with this purpose, we have specified the sample profile on public employees because this group is needed to research and we added social influence factor to the research model. We thought that this study might contribute on literature with this point of view.

Methodology

Due to the explanations above, internet banking technology acceptance of public employees in Istanbul University will be investigated with TAM. For this purpose we conducted a pilot study. The data is collected by questionnaire. Survey form was designed by us through the related literature were examined and with selecting proper scales, we translated and adapted the items from English to Turkish. The data were gathered with snowball sampling method. After eliminating several survey forms due to largely missing values, the final usable 162 questionnaire is obtained.

We used seven point Likert type scale for measuring the items, ranging from "strongly disagree" (1) to "strongly agree" (7). The scale of the study consists of these variables; *perceived ease of use, perceived usefulness, social influence, attitude, behavioral intention.*

[258] Asst. Prof. Dr., mkirbasli@istanbul.edu.tr, Istanbul University, Vocational School of Social Sciences, Department of Finance, Banking and Insurance, Istanbul, Turkey.
[259] Res. Asst Dr., avundukz@istanbul.edu.tr, Istanbul University, Vocational School of Social Sciences, Ph.D. from Department of Business Administration, ***Primary Presenter and Contact Person.***

The research consists of 60% male and 40% female participants. In order to make statistical analysis we used SPSS and AMOS programs.

Conclusion

In the analysis section of the study; validity and reliability analysis, exploratory factor analysis and confirmatory factor analysis were conducted. As a result of the pilot study, all of the variables were comply with the research model structurally high, except for the "attitude" variable. Attitude towards to use internet banking and behavioural intention variables' items includes similar meanings. For this reason, "attitude" factor may not be suitable for the TAM or we can assume that is an unnecessary factor.

Keywords: Technology Acceptance Model (TAM), Internet Banking, Technology.

Örgütlerde Farklık Yönetiminde Sosyal Medyanın Etkisi

Senem NART[260]

Özet

Küreselleşmenin hakim olduğu dünyada, üretim ve tüketim sürecindeki tüm unsurların, aslında kültürel farklılık ve çeşitlilikten kaynaklandığı gerçeği, örgütlerin tek seslilikten ziyade çok sesliliği önemseyen, bir çalışma ortamı oluşturmalarını gerekli kılmaktadır. Örgütler uluslararası faaliyetlerini sürdürürken, artık paydaşlarıyla olan ilişkilerinde kültürel çeşitliliği daha çok hissetmektedirler. Tüketici profili giderek farklılaşırken örgütlerin varlıklarını sürdürebilmesi için işgücü havuzlarını da farklılaştırmaları gerekmektedir. Her türlü gruptan oluşan müşteri kitlesine ulaşmayı hedefleyen örgütler, o gruplara mensup işgörenleri bünyelerine almak zorundadır. Bu zorunluluk, örgütlerde gerek demografik ve gerekse kültürel işgücü farklılıklarına önem vermeyi, aynı zamanda tüm farklılıkların etkili yönetimini gerekli kılmaktadır. Etkili bir farklılık yönetimi, örgüt üyeleri arasındaki sağlıklı bir iletişim ile mümkündür. Farklılıkların, örgütlere rekabet avantajı sağlayan bir faktör haline dönüştürülebilmesi için gerekli koşullardan bir tanesi, farklı özelliklere sahip çalışanlar arasında etkin iletişim ağının kurulmasıdır. Farklı kültürlerden gelen işgören ve yöneticiler arasında bilgi akışını sağlama çabaları ise iletişim ağının şeklini belirler. İletişim esnasında, farklı kültürel değerler, inançlar, beklentiler ve tutumların rahatça paylaşılabilme ihtiyacı, örgüt içi iletişim araçları içerisinde, internetin gelişmesi ile önemi gittikçe artan sosyal medyanın da değerlendirilmesini gerekli kılmıştır. Sosyal medya aracılığıyla firmalar, tüm toplumla diyaloğu sağlama, hikâyesini ve çeşitli mesajlarını etkileşimli bir şekilde paylaşma şansını elde edebilmişlerdir. Sonuç olarak firmaların farklılığa önem veren bir anlayışı yaymak için sosyal medyayı doğru stratejiler ile kullanması, mesajın anlaşılması açısından son derece önemlidir. Bu doğrultuda çalışmanın amacı, ekin bir farklılık yönetiminde firmaların sosyal medyanın rolüne ilişkin literatür değerlendirmesi, analizi ve yorumlanması amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Farklılık Yönetimi, Sosyal Medya, Kurumsal Mesaj, Algı Yönetimi.

[260] Assist. Prof. Dr., snart@yahoo.com, University of Bandirma Eylul, Faculty of Applied Sciences, International Trade and Logistics Department, Turkey, ***Primary Presenter.***

Investigation of Augmented Reality Applications in Terms of Brand Trust and Purchasing Intention

Bilsen Bilgili[261] Emrah Özkul[262] Erdoğan Koç[263] M.Oğuz Ademoğlu[264]

Abstract

Overwiev

The augmented reality used as a strategy for strengthening marketing and brand communication in Europe is increasing its place and potential in digital advertising. With the development of the mobile world, advertisers have begun to produce projects that include augmented reality. In this study, differences between increased reality applications and traditional advertising and real experience were examined in terms of brand trust and purchase intentions.

Literature and The Rationale of The Study

Along with innovations in the world of computer technology and innovations in the way that information is used effectively and desirably in real environments, many different fields of information technology applications have become widespread. In the marketing world, traditional applications, especially in product and service positioning and promotional activities, have begun to new applications brought about by advances in information technologies. In markets where there is a new generation of consumers whose daily lives are intertwined with the digital world, such applications have become more and more important. Businesses have been forced to change their traditional methods of retention in order to be able to keep pace with the information technology in the consumer markets, keep up with the target groups and effectively communicate their messages. They apply alternative methods of real experience with augmented reality applications in relation to products or services in digital environments to create brand trust and purchase intent for their products or services.

The reason why increased reality is preferred is that unlike traditional marketing and advertising, combining virtual world and real world concepts can attract more attention to the target audience, enable creative ideas, and bring user experience to a higher level. Here are some mobile advertising practices related to increased reality:

Blippar: The history of Blippar practice in our country is not too old. The most basic feature that explains this new technology is that it is a mobile application that makes and plays animated reality. While Blippar is known as reality and visual recognition, it is at the forefront of many brands that are supportive and have a vested interest in advertising ideas.

Gamification (Increased Reality Playing): Acting with increased reality, besides game platforms, is also successfully applied in the field of marketing. Firms use playing as follows; the increased reality content is directed to the game when the predefined product packaging, brochure or product itself directs the camera of the user mobile device. In addition to the game,

[261] Assist. Prof. Dr., bilsenbilgili@hotmail.com, University of Kocaeli , School of Tourism and Hotel Management, Kocaeli, Turkey, ***Contact Person, Primary Presenter***
[262] Assoc. Prof.Dr., emrahozkul@hotmail.com, University of Kocaeli, School of Tourism and Hotel Management,, Kocaeli./Turkey, ***Second Presenter***
[263] Prof.Dr., erdogankoc@yahoo.com, University of Bandırma, Faculty of Economic and Business, Bandırma./Turkey, ***Third Presenter***
[264] Master Student, oguzademoglu1@gmail.com, University of Kocaeli, Institute of Social Sciences, Production Management and Marketing, Kocaeli./Turkey, ***Forth Presenter***

an advertising film can be added to the application. Consumers are increasing their awareness of products and brands on this side and this is done by amusing them in an interesting way.

Methodology

This research was conducted to determine whether there is a difference in consumers' brand trust and purchasing intentions in terms of augmented reality practices and traditional advertising. In the study, the augmented reality applications of the Rayban brand's glasses were applied to 58 university students through an experimental study, comparing the purchase intentions and brand trust with traditional advertising and real experiences. Thus, differences in purchasing intention and brand trust in the augmented reality practices in traditional advertising and the real experiences have been explored. The frequencies of the research data were examined and the differences were interpreted by paired t-test.

Conclusion

According to the results of the research, it is seen that the application of the augmented reality has a higher average in both the purchase intention and the brand trust to create both traditional advertisements and real experience on the spot. Strategic suggestions have been developed according to the results of the research.

Keywords: Promotion, Advertisement, Augmented Reality, Brand Trust, Purchase Intention.

Frankfurt School and Consumer Society in the Realm of International Trade

Gözde Yirmibeşoğlu [265]

Abstract

Overview

The philosophers of the Frankfurt School are the initial thinkers who explored the impact of media on influencing behavior and shaping consumer demand. They witnessed the change in the mode of production after World War II and accordingly, they focused on the role played by media to manage consumers by means of commodification of culture. In this study, the analysis carried out by the theorists of the Frankfurt School in an era of the proliferation of international trade will be investigated.

Literature and the Rationale of the Study

The contribution of the Frankfurt School on academic realm is their invention of the term "culture industry" and they mainly concentrated on the emergence of consumer society while formulating such peculiar concept of industry. The thinkers of the Frankfurt School noticed the emergence of entertainment industry after World War II. That is the reason why they argued that culture industry plays a cementing role in managing consumer needs and behavior. Particularly, Max Horkeimer and Theodor W. Adorno proposed a thesis in which they used the term culture industry instead of mass culture. In their conception, while culture industry refers to commodification of culture, the term mass culture has a positive connotation. Both thinkers of the Frankfurt School argue that entertainment industry, mass media in particular, commercialized popular culture by producing needs and consumers. In fact, philosophers of the Frankfurt School lived in a period when the wounds of World War II started to ameliorate. In this context, emergence of consumer society was essential to improve production and trade in the international arena. Those were the years when nations of modern world realized the importance of trade and they primarily gave importance on international trade. The philosophers of the Frankfurt School investigated the effect of commodification and mass production of culture. They analyzed the impact of globalization by discussing the influence of mass production of culture. Moreover, they discussed the emergence of a homogeneous society demanding standardized products since the patterns of demand altered due to the consequences of World War II. Meanwhile, a new change in that period that they debate in their analysis was that the speed of demand was unexpectedly fast. The result was the unrelenting speed of international trade via creation of demand on cultural goods.

Methodology

Due to above statements, this study discusses the emergence of the consumer society after the World War II and increasing speed of international trade in that period with regards to the contribution of the Frankfurt School, the inventor of the term culture industry. This analysis of the Frankfurt School and the rapid flow of cultural and industrial goods by means of the tools of international trade will be investigated in this study by means of literature review. The academic involvement of the thinkers of the Frankfurt School, who contributed to the literature

[265] Associate Prof. Dr. Gözde Yirmibeşoğlu, gozdey@akdeniz.edu.tr , Akdeniz University, Faculty of Applied Sciences, International Trade and Logistics Department, Turkey, ***Presenter and Contact Person***

by creating the term culture industry and the emergence of consumer society will be the focus of the literature review. Naturally, the link between consumption culture and accelerated international trade will be the essential concentration of the study.

Conclusion

This study will contribute to the analysis of international trade by referring the impact of the philosophers of the Frankfurt School.

Keywords: Frankfurt School, International Trade, Culture Industry, Consumer Society

Kadın İstihdamına Yönelik Bir Model Önerisi: Sındırgı Belediyesi Hanımeli Çarşısı Örneği

K. Nihat Pekbay[1], M. Oğuzhan İlban[2], Muammer Bezirgan[3], Fatih Çolakoğlu[4]

Abstract

Giriş

Günümüzde turizm sektörü istihdam kaynağı yaratmada en önde gelen dinamiklerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak; turizm sektörünün hâkim olduğu kırsal alanlarda yapılan turizm çeşitlerinde, kadın istihdamının diğer sektörlere göre çok daha düşük olduğu bilinmektedir. Bu çalışmada da Sındırgı Belediyesi tarafından bölge halkının ve bölgeye gelen turistlerin ilçeye ait yöresel ürünleri deneyimlemesi ve ihtiyacı halinde satın alabilmesi adına Sındırgı Meslek Yüksekokulu tarafından sağlanan danışmanlıkla 'Hanımeli Çarşısı' ve 'Hünerli Eller' grubunun faal olarak çalışabildiği mikro işletmelerde yapılan uygulamalar ve işletmelerin istatistiki çıktıları incelenecektir.

Alan Yazın

Kadınların işgücüne katılımı hem ekonomik hem de sosyal açıdan kalkınmayı sağlayan ve yoksulluğun azaltılmasında rol oynayan en önemli etkenlerden biridir. Bununla birlikte işgücü piyasasında istihdam edilen ve böylece ekonomik özgürlüklerinin yanı sıra kendine güven ve toplumsal saygı kazanan kadınların hem kendileri, hem aileleri hem de toplum için önemli sosyal kazanımlar sağlayacağını da söylemek mümkündür (Kılıç ve Öztürk, 2010).

Türkiye'de kadın istihdamı, Avrupa Birliği ülkeleri ile karşılaştırıldığında, rekor denebilecek oranda düşüktür. Çalışmayan ya da atıl olarak nitelendirilebilecek kadınlarının oranı da yine rekor derecede yüksektir. Kırdan kente göç, ekonominin zayıf istihdam yaratma kapasitesi ve kadın çalışmasına ilişkin var olan kültürel faktörler, kadınların düşük istihdam oranlarını açıklamak için kullanılan nedenlerden bazılarıdır. Hal böyleyken, kadın emeği ve istihdamı konusu, bugüne değin hükümetlerin sosyal politika ajandalarında pek yer bulamamıştır. Kadın istihdamı ve onu çevreleyen sorunlar daha çok kadın girişimciliği ve meslek edindirme kursları ile ele alınmış; daha kapsayıcı, ciddi ve ulusal istihdam stratejileri geliştirilmemiş ya da uygulanmamıştır (Dedeoğlu, 2009).

Turizm istihdamı içerisinde yer alan kadın çalışanların oranı genel istihdam yapısına uygun olarak, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler bakımından farklılık göstermektedir. Kadınların işgücüne katılma oranları gelişmiş ülkelerde eğitim seviyesi, toplumun sosyal ve kültürel gelişmişliği, uzmanlaşma v.b. nedenlerle yüksek iken, yine aynı faktörlerin bulunmayışı yüzünden gelişmekte olan ülkelerde düşüktür. Tüm bu sebeplerden hareketle bu çalışmada; kadın istihdamının artırılmasına yönelik olarak yapılan uygulamaların istatistiki çıktıları incelenmektedir.

Yöntem

Bu çalışmada; organizasyonel olarak planlanmış Hünerli Eller ve Hanımeli Çarşısında faaliyet gösteren işletmelerin genel gelir – gider tablolarına, giderlerin yüzdesel dağılımlarına, işletmelerin ağırladıkları misafir sayılarına ve işletmelerin satış istatistiklerine yer verilmiştir. Aynı zamanda işletmelerde çalışan kadın personelin ilçede istihdama yönelik katkı yüzdeleri çalışma bulgularının içerisinde gösterilmektedir.

Araştırma kapsamında toplanan veriler bilgisayar ortamına yüklenerek veri tabanı oluşturulmuştur. Veri tabanının oluşturulmasında ve analizler için SPSS ve Microsoft Office

paket programları kullanılmıştır. Katılımcıların işletmesel olarak verilerinin hazırlanmasında Microsoft Office, elde edilen verilerin analize tabi tutulmasında SPSS paket programından yararlanılmıştır.

Sonuç

Bu araştırmanın amacı, Sındırgı ilçesine ait yöresel ürünlerin tanıtılması vasıtasıyla kadın istihdamını artırmaya yönelik yapılan uygulamaların, kurulan çarşıdaki mikro işletmelerin yönetimsel olarak örnek bir işletme modeline dönüştürme faaliyetlerinin ve bu işletmelerin genel gelir giderlerinin incelenmesidir. Araştırma amacından bulgulanan sonuçlar akademisyenlere, sektör temsilcilerine ve benzer işletme sahiplerine katkı sağlayacaktır.

Anahtar Kelimeler: Yöresel Ürünler, Kadın İstihdamı, Mikro İşletmeler, Turizm.

Toplumsal Hafıza Bağlamında Aile Şirketlerinde Kadınlık Halleri: Uşak İli Örneği

Sevcan Karcı[266]

Özet

Türkiye'de aile şirketlerinin ülke ekonomisine katkısı önemli bir yer teşkil etmektedir. Buna karşılık türkiye'de aile şirketlerinin üçüncü kuşağa ulaşma oranı yüzde on civarındadır. Çalışma hayatında örgüt içi güven ilişkilerinin, küçük gruplar içinde kalması büyük fayda sağlamaktadır. Aile şirketleri bu güven ilişkisinin oluşmasına en iyi zemini sunan kurumlardır. Toplumsal cinsiyet normlarını belirleyen yapılardan biri de kurumlardır. Bu çalışma; taşrada aile şirketlerinde çalışan kadınların toplumsal cinsiyet rejimlerinden nasıl etkilendiklerini, kurumlarda bahsi geçen hiyerarşilerin nasıl kurulduğunu değerlendirecektir. Toplumsal cinsiyet rejimi, toplumsal hafıza çerçevelerinden beslenir. Hafızanın bireysel değil toplumsal olduğunu ilk ortaya atan maurice halbwachs'a göre birey sadece ait olduğu grupla etkileşim içindeyken o grubun çerçevesine göre hatırlama işlevini yerine getirir. Aile şirketlerinde çalışan kadınların hafızası farklı cinsiyet hiyerarşileri etrafında biçimlenmiştir. Bu süreçte kız çocukları aile şirketleri için önemli bir aktör halini almışlardır. Evlilik yoluyla aileye yeni katılan kadınlarında şirket yönetimlerine katılması farklı bir toplumsal cinsiyet hiyerarşisinin oluşmasına neden olmaktadır. Aile şirketlerinde çalışan kadınların özel konumu ise konuyu farklı açılardan ele almayı gerekli hale getirmektedir. Evli çalışanlara bağımlı olan her kurum, ideal bir eşin nasıl olması gerektiğini de belirleme eğilimindedir. Aile şirketleri de farklı kadınlıkların nasıl kurulması gerektiğini kontrol etme çabasındadır. Diğer yandan mekansal farklılıklar ataerkil yapının oluşmasının ve farklılaşmasının belirleyicicisidir. Ataerkil yapının daha hissedilebilir olduğu taşrada kadınlara yüklenen görev ve ödevler farklıdır.

Bu noktadan hareketle çalışmada, aile şirketlerinde çalışan on kadınla derinlemesine görüşme yapılmış, taşrada cinsiyet rejimlerinin oluşmasında toplumsal hafızanın rolü tartışılmıştır. Çalışmada, kalitatif yöntem kullanılmıştır. Yöntem, yarı-yapılandırılmış derinlemesine görüşme tekniğidir. Kalitatif yöntem kişilerin söylemlerini hayat hikâyeleri anlatıları içinde değerlendirme imkânı verdiği için daha işlevseldir. Çalışmada, katmanlı alanlar içinde farklı kadınlıkların mevzilendiği tespit edilmiştir. Hegemonik erkeklik nasıl kadınların onayına ihtiyaç duyuyorsa yeni bir alana evlilik yoluyla giren kadın, eşinin hegemonyasını taklit eder. Erkeğin hegemonyasıyla izdüşümseldir ve yöndeştir. Aile şirketleri kadınların nasıl olması gerektiğini kontrol etme çabasındadır. Kadınların şirket çalışanı rolü ile ileride şirkette üst-düzey yönetici olarak hazırlanan yeni kuşağın yani çocukların eğitimi ile ilgili görev ve sorumlukları arasında sıkıştıkları görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Aile Şirketleri, Toplumsal Cinsiyet, Toplumsal Hafıza, Kadın, Uşak.

[266] Arş.Gör., sevcan.karci@gmail.com,, Uşak Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Kamu Yönetimi Bölümü, Uşak/Turkey.

Dünyanın En İyi Restoranları ve Türk Restoranları

Göksel Kemal Girgin[267], Özkan Demir[268], Mustafa Gökyar[3]

Abstract

Genel Bakış

Yiyecek ve içecek sektöründe rekabet her geçen gün artmaktadır. Yiyecek ve içecek işletmeleri olağan ürün ve fiyat rekabeti yerine artık tüketiciler için daha bireysel, daha kaliteli ve farklılaştırılmış yerel ürünler sunmaya yönelmektedir. Yiyecek içecek kültürünün gelişmesiyle, gastronomi turizmi, lokal ürünlerin sürdürebilirliği ve restoran işletmeciliği gibi konulara eğilim artmaktadır. Yapılan bu çalışmanın amacı, internet üzerinden dünyanın en iyi restoranları hakkında sıralama yapan ve bilgi veren, diğer web siteleri tarafından da atıf yapılan web sitesi incelenerek Türk restorancılığının yerini belirlemektir. Yapılan inceleme sonucunda, dünyanın ilk üç mutfağı arasında olduğunu iddia edilen Türk mutfağının, restorancılık konusundaki yerinin beklenilen düzeyde olmadığı tespit edilmiştir.

Literatür ve Çalışmanın Gerekçesi

Restoran işletmelerinin ilk bilinen şekli Fransa'da 1600'lerin ortalarına doğru açılan kafeler olmuştur. Varlıklı insanların hafif içkilerini yudumlarken haberleri, dedikoduları yorumları paylaştıkları bu yerler bugünün restoranlarının temelini oluşturmuştur. İlk lüks lokanta 1782 Paris'te La Grande Taverne de Londres. Dünyanın şuan faaliyette olan en eski restoranı ise Çin'de, Kaifeng şehrindeki Bucket Chicken House (Kova Tavuk Evi) dir. 1153 yılında açılmış olan bu restoran Ma Yu Ching işletmektedir.

Türkiye'de ise lokantacılığın başlangıcı olarak ilk örnekler yine birer hayır işlevini üstlenen aşevleridir. Bu yerlerde çorba, bulgur, bezelye, mercimek, kuru fasulye, koyun eti ve sığır etinin çok sevilmediği belirtilir. 1630'lu yıllarda uygulanan Esnaf ve Sanatkârların İşleri Hakkında Tüzükte aşçıların lokantalarda sattıkları çeşitler; Yahni, suda pişmiş köfte, şiş kebabı, kuzu kızartması, tandır kebabı olarak kayıtlara geçmiştir. Meyhanelerde meze tabağı olarak bilinen küçük atıştırmalıklar daha sonrasında balık ve et yemekleri sunulmaya başlandığı ve İstanbul'da gedikli meyhaneler mutfağının temizliği ve lezzetli yemekleriyle meşhur olduğu ile ilgili kaynaklar yer almaktadır. Türkiye'de en eski lokanta tarihi 1833'e dayanan Isparta'daki Hacı Benlioğlu Kebap ve Türkiye'nin ilk tescilli lokantası ise 1888'te kurulan İstanbul'daki Hacı Abdullah Lokantasıdır. Türkiye'de 1892 yılında İstanbul'da modern anlamda yapılan "Pera Palas" Oteli de konuklarına yiyecek içecek hizmeti vermeye başlamıştır.

[267] Doktor Öğretim Üyesi, girgin@balikesir.edu.tr, Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Balıkesir/Türkiye.

[268] Yüksek Lisans Öğrencisi, ozkan.demir@yahoo.com, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir/Türkiye.

[3] Yüksek Lisans Öğrencisi, mustafagokyar@hotmail.com, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir/Türkiye.

2002 yılından bu yana İngiltere'de faaliyet gösteren Restaurant Magazine dergisi tarafından Dünya'nın en iyi 50 restoranı seçilmektedir. Amaç, insanların restoranlar hakkında konuşmasını ve bu heyecan verici endüstride mükemmellik ve yeni fikirleri ortaya çıkarmak olarak tanımlanmaktadır.

Yöntem

Yapılan bu çalışmada, nitel araştırma yöntemlerinden İçerik Analizi yöntemi kullanılarak, bilgi kaynakları incelenmiştir.

Sonuç

Günümüzde küreselleşen dünya, küresel bir yemek yeme alışkanlığı ve mutfak kültürlerinin başkalarıyla etkileşimini beraberinde getirmektedir. Dünyanın en iyi restoran sıralamasının yapıldığı web sitesi incelendiğinde, dünyanın en iyi restoran sıralamasında ilk sıralarda yer alan restoranlar ve şeflerin mesleğe olan tutkuları, yenilikçi bir ruh ile sürekli inovasyon çalışması içerisinde bir Ar-Ge laboratuvarı gibi hizmet verdikleri görülmektedir. Nitekim Türk mutfağı dünyanın en iyi ilk 3 mutfağı arasında gösterilirken, Türk restoranlarının uluslararası derecede başarısı maalesef beklentinin çok altında kalmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yiyecek-İçecek, Restoran, Türk Restoranları, Dünya'nın en iyi restoranları, Gastronomi.

Yöneticilerin Sosyal Zeka Düzeylerinin İncelenmesi

Bayram Şahin[269], Burçin Boz[270]

Sosyal bir varlık olan insan diğer insanlarla sürekli iletişim içinde olmak ister. Sosyal yaşam içerisinde diğer insanlarla başarılı bir ilişki kurabilmek için insan ilişkilerine yönelik olarak bazı sosyal becerilere sahip olmak gerekmektedir. Bireylerin diğer insanlarla sağlıklı ve yeterli düzeyde iletişim kurabilmesi için sosyal zekâ bakımdan yeterli düzeyde olması gerekmektedir.

Sosyal zeka düzeyi yüksek olan yöneticiler çalışanlarla ve müşterilerle kaliteli bir iletişim içinde olacaklardır. Sosyal zeka karşısındaki insanı anlamayı, kavramayı ifade etmektedir. Yöneticilerin astlarını doğru anlayabilmesi ve astlarını etkin bir şekilde yönetmesi gerekmektedir. Bu nedenle yöneticilerin sosyal zeka düzeyi oldukça önemlidir.

Bu çalışmanın amacı, yöneticilerinin sosyal zeka düzeyleri ve becerilerinin tespit edilmesini sağlamaktır.araştırmanın sonuçlarına bakıldığında kadınların, sosyal zekanın sosyal farkındalık boyutunun erkeklerden daha fazla olduğu görülmüştür. Bu da kadınların iletişim ve etkileşimlerde başarılı olmaları nedeniyle turizm gibi yoğun iletişim ve etkileşime dayanan bir sektörde yoğun olarak çalışmaları daha faydalı olabilir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Sosyal Zeka, Yönetim.

[269] Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Balıkesir.
[270] Öğr. Gör.,Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Söğüt Meslek Yüksekokulu, Turizm ve Otel İşletmeciliği Programı, Bilecik.

Ekonomik Krizlerin Politika Koordinasyonu Üzerine Bozucu Etkileri: Türkiye İçin Ampirik Kanıtlar

Tetik, Metin[271] Yildirim Ozan.[272]

Özet

Ekonomik kriz dönemlerinde makroekonomik istikrarın yeniden sağlanması konusunda politika yapıcıları etkin rol oynamaktadır. Ancak, politika yapıcılarının öncelikli hedeflerinin farklılaşması politika koordinasyonunu sağlamada zorluklar yaşanmasına, hatta bir politika çatışmasına yol açabilmektedir. Dahası, bu süreçte politika koordinasyonunu nasıl sağlanması gerektiği konusunda üretilen politik çözümler üzerine iktisatçıların da fikir ayrılıklarına düştüğü görülmektedir. Çalışma, Türkiye'de kriz sürecinde politika koordinasyonunda bir değişim olup olmadığını test etmek üzerine kuruludur. Bu çerçevede, Ekim 2006- Ocak-2018 dönemleri arasında politika etkileşimini yansıtan parametrelerin zamanla değişim gösterip göstermediği analiz edilmektedir. Markov-Switching modelinin uygulandığı çalışmada, örneklem dönemleri arasında politika uyumsuzluğunun görüldüğü, bu uyumsuzluğun politika yapıcıları arasında amaç çatışması üzerine tartışmalar yapılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Ekonomik Kriz, Politika Koordinasyonu, Markov-Switching

[271] Dr. Uşak Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Uluslararası Lojistik ve Taşımacılık Bölümü, metin.tetik@usak.edu.tr
[272] Yard. Doç. Dr. Pamukkale Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, moyildirim@pau.edu.tr

Yatırımcıların Risk Algıları Üzerine Bir Analiz: Finansal Krizden Kanıtlar

Metin Tetik[273] E. Tuğba Ciğeroğlu[274] Eser Yeşildağ[275]

Özet

Bu çalışmada, hisse senedi yatırımcılarının finansal kriz dönemindeki davranışlarına özel bir önem atfederek, CAPM aracılığı ile borsa istanbul'da bulunan dört sektördeki hisse senetlerinin sistematik riskleri hesaplanmaktadır. Bu çerçevede model, üç ayrı periyot (finansal kriz öncesi, kriz dönemi ve kriz sonrası) itibari ile tahmin edilmektedir. Böylece finansal yatırımcıların yüksek ve düşük risk iştahına bağlı olarak hangi sektöre dayalı hisse senetlerine yöneldiği hipotezinin test edilmesi amaçlanmaktadır. Bu durumda, risk iştahında bir değişimin, hisse senedi yatırımcıları tarafından hangi sektöre dayalı hisse senedinin daha riskli ya da güvenilir olduğu tespit edilmektedir. Bulgular, risk iştahında bir azalma olduğu dönemde, türkiye'deki finansal yatırımcıların hizmet sektörüne dayalı hisse senetlerine olan risk algısının azaldığı, mali sektöre dayalı hisse senetlerine olan risk algısının ise arttığı yönündedir. Bu durum, risk iştahında bir artış olduğu dönemde ise, finansal yatırımcıların hizmet sektörüne dayalı hisse senetlerine olan risk algısının arttığı, mali sektöre dayalı hisse senetlerine olan risk algısının ise azaldığı yönündedir.

Anahtar Kelimeler: Yatırımcı Davranışları, CAPM, Finansal Kriz

[273] Dr. Öğretim Görevlisi, Uşak Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Uluslararası Lojistik ve Taşımacılık Bölümü, metin.tetik@usak.edu.tr
[274] Öğretim Görevlisi, Uşak Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Uluslararası Lojistik ve Taşımacılık Bölümü, metin.tetik@usak.edu.tr
[275] Dr. Öğretim Üyesi, Uşak Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Bankacılık ve Finans Bölümü, eser.yesildag@usak.edu.tr

Türkiye'de Konut Fiyatları Ve Konut Kredisi Faizleri Arasındaki İlişkinin Analizi

Şadan Çalişkan[276], Mustafa Karabacak[277], Oytun Meçik[278]

Özet

Küresel ekonominin 2008 yılında başlangıcına şahit olduğu kriz, konut piyasasının ekonomiyi mikro ve makro çerçevede ne denli etkileri olabildiğine dikkat çekmesi açısından manidardır. Gerçekten de bu süreç, dünyada olduğu kadar türkiye'de de konut piyasasının politika yapıcıların ve tüm ekonomik karar birimlerinin temel gündem maddelerinden biri haline getirmiştir. Kuşkusuz konut piyasasının ele alınması, temel arz-talep mekanizmasına bağlı olarak gerçekleştirilebileceği gibi, günümüz modern ekonomik koşullarının temel dayanağı olan finansal piyasalar ile ilintili göstergeler üzerinden de sağlanabilir. Bu tür bir değerlendirmenin politika yapıcılara bu piyasa özelinde çıkarımlar yapma imkânının yanında, makroekonomik çıkarımlar yapma imkânını da sunduğu ifade edilebilir. Bu çalışmanın temel motivasyonu, türkiye'de popüler bir gündem maddesi olan konut piyasasındaki fiyatlar ile kredi mekanizması ilişkisini irdelemektir. Böylece ekonomik ve sosyal yapıda çok geniş yelpazede tespitlerin yapılması mümkün olmaktadır. Bu bağlamda, bu çalışmada konut fiyatları ile konut kredisi faizleri arasındaki nedensellik ilişkisi çeşitli tekniklerle sınanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Konut Piyasası, Konut Fiyat Endeksi, Konut Kredileri, Faiz Oranı, Türkiye.

[276] Prof. Dr., sadan.caliskan@usak.edu.tr, Uşak Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü, Uşak/Türkiye, ***Contact Person***
[277] Dr. Öğr. Üyesi, mustafa.karabacak@usak.edu.tr, Uşak Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü, Uşak/Türkiye, ***Primary Presenter***
[278] Doç. Dr., oytunm@ogu.edu.tr, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü, Eskişehir/Türkiye.

Adalet Teorileri Bağlamında Bilginin Önemi

Yasal Özdemir[279], **Mustafa Yaşar Tınar**[280]

Özet

Bu çalışmanın amacı "bilginin sosyal adalet açısından önemi nedir?" Sorusunu temel alarak, literatürde bu sorunun cevabıyla ilişkili olduğu düşünülen bulguları tutarlı ve bütünsel bir şekilde sunmak ve konuya ilişkin kuramsal nitelikte bir tartışma sağlamaktır. Çalışmada veri toplama ve analiz yöntemi olarak doküman incelemesi ve içerik analizi yapılmıştır. Bilginin sosyal adalet açısından önemi üzerine yapılan literatür araştırmasında doğrudan kaynakların sayısının oldukça az olduğu görülmektedir. Bu çalışmaların önemli bir kısmı bilgiyi john rawls'un "bir adalet kuramı (a theory of justice)" isimli ünlü teorisinde ortaya koyduğu ve uzun yıllar boyunca önemli tartışmalara konu olan "birincil değerler" kavramı ile ilişkilendirmektedir. Rawls'un literatüre kazandırdığı birincil değerler (primary goods) istisnasız herkes tarafından arzu edildiği kabul edilen ve kimi fiziksel, kimi soyut nitelikteki kaynak ve olanakları ifade etmektedir. Sosyal nitelikte olan ve bu nedenle rawls'un adil dağıtıma konu ettiği birincil değerler şunlardır: (1) temel hak ve özgürlükler, (2) çeşitli fırsatlar karşısında iş seçimi özgürlüğü ve hareket özgürlüğü, (3) temel yapının siyasal ve ekonomik kurumlarındaki makamların güç, yetki ve sorumlulukları, (4) gelir ve servet, (5) özsaygının toplumsal temelleri. Bilgi çağının gelişiyle birlikte bilgi kavramı üzerine yapılan çalışmaların genişlemesi bu kavramın sosyal adalet ile ilişkilendirilmesini sağlamıştır. Doğrudan sosyal adalet kuramları ile bağlantılı olanların yanısıra sayısal uçurum (digital divide), bilgi yoksulluğu (information poverty), bilgi eşitsizliği (information poverty) gibi bilgi kaynak ve araçların toplumda eşit ve dengeli olmayan yayılımını ifade eden kavramlar ve bu kavramlar etrafında oluşan literatür alanları da mevcuttur. Belirtilen çalışma alanlarının bir kısmı bilgiyi enformasyon ve iletişim teknolojileri boyutuyla, bir kısmı diğer fiziksel boyutlarıyla irdelerken, bir kısmı ise bilgiyi soyut bir kavram olarak ele almaktadır. Tüm bu çalışmalar bilgiyi belirli bir yönden ele alarak sosyal adaletin kısmi bir boyutuyla ilişkilendirse de bütünleşik bir yaklaşım eksikliği göze çarpmaktadır. Çalışma bu boşluğa dikkat çekmekte ve bilgiden adil bir şekilde yararlanmanın insan yaşamı üzerindeki önemini vurgulamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Adalet, Bilgi, Birincil Değerler

[279] Arş. Gör. Dr., Munzur Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Endüstri Mühendisliği Bölümü, yasaltr@gmail.com
[280] Prof Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi İ.İ.B.F. Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü, yasar.tinar@deu.edu.tr

Dijital Ekonominin Gelişimi ve Yeni Vergileme Sorunları Üzerine Bir Değerlendirme

Ercan Bahtiyar[281]

Özet

Günümüzde hızla gelişen teknolojinin getirdiği yenilikler yaşamın her alanında olduğu gibi bireylerin ekonomik faaliyetlerinde de geniş ölçüde yer almakta ve geleneksel bir takım alışkanlıkların ve uygulamaların yerine geçmektedir. Dijital ekonomi adı altında değerlendirilmesi gereken bu gelişimin ekonominin mevcut işleyişine olumlu ve olumsuz bir takım etkileri olduğu görülürken süreç içerisinde ekonomik faaliyetlerin kayıt altına alınması ve vergilendirilmesi hususunda çözüme kavuşturulması gereken bazı sorunların varlığı da kendini göstermektedir. Bireylerin teknolojik imkânlarla birlikte yeni ve alternatif gelir kaynağı arayışına girmelerinin neden olduğu bu yeni vergi sorunlarının çözümü konusunda getirilen önerilerin yanında bazı önlem ve uygulamaların da geliştirildiği görülmektedir.

Dijital ekonominin gelişimi ile birlikte her ne kadar fiziki alan konusunda bağımsız bir ekonomik faaliyetin gerçekleştirilmesi söz konusu olsa da ödemelerin aracı finans kuruluşları ile yapılması bu faaliyetlerin kayıt altına alınması konusunda bir avantaj sağlamaktadır. Bu noktada veriler göz önünde bulundurulduğunda ise işlem hacminin her yıl bir önceki yılın neredeyse iki katı şeklinde gerçekleştiği görülmektedir. Kayıt altına alınan harcamalar üzerinden kesilen vergilerin toplanması konusunda bir sorun bulunmamakta ancak bu alışverişte tarafların farklı ülkelerde bulunması durumunda verginin hangi tarafın ülkesinde kalacağı ile ilgili bir belirsizlik ortaya çıkmaktadır. Dijital ortamda hizmet pazarlayan bir kişi ya da kurumun yurt dışında bulunmasına rağmen tüketimin yurt içinde gerçekleştiğinin tespiti halinde Katma Değer Vergisi'nin doğduğu açıktır ancak hizmet üreticisi ve ya pazarlayıcısının elde ettikleri gelirden dolayı ülkemizde vergi ödenmesi gerektiği konusunda bir bilgisinin olup olmadığı ise bilinmemektedir.

Dijital ekonominin vergilendirilmesinde ortaya çıkan temel sorunlar sırasıyla mükellefiyetin belirlenmesi, elde edilen gelir türünün belirlenmesi, gelirin elde edildiği yerin belirlenmesi, gelir tutarı ve tarh edilecek vergi tutarının belirlenmesi, uygulanacak vergi rejiminin belirlenmesi ve harcamalar üzerinden alınan vergilerin nasıl uygulanacağının belirlenmesi konularında karşımıza çıkmaktadır. Bununla birlikte bu alanda alınan bir takım önlemlerin başında OECD'nin yayımlamış olduğu BEPS 1 nolu eylem plann gelmektedir ve OECD tarafından dijital ekonomi kavramı da burada internet üzerinden elde edilen kazançların tamamını kapsayacak şekilde kullanılmıştır. Ülkemizde de Vergi Usul Kanunu taslağında mevzuatta önemli bir eksik olan "dijital işyeri - elektronik ortamda işyeri" kavramı sorununun çözümüne yönelik çalışmaların bulunması, Gelir İdaresi Başkanlığının yapmış olduğu dijital ekonominin vergilendirilmesinde bilgilendirici çalışmalar mevcut bulunan sorunların çözümüne yönelik olumlu bir takım gelişmelerdir. Ancak mevzuatın mükelleflerce tam olarak bilinmemesi ya da eksik anlaşılması bu alandaki vergileme sorunlarını devam ettirmektedir.

Anahtar Kelimeler: Dijital Ekonomi, Vergileme Sorunları

[281] Araştırma Görevlisi, ercan.bahtiyar@usak.edu.tr ,Uşak Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Maliye Bölümü, Uşak /Türkiye.

1960-1980 Yılları Arasında Türk Siyasal Hayatında Yer Alan Akademisyen Milletvekilleri Üzerine Bir İnceleme

Erhan Ezici[282]

Özet

Üniversiteler bir bilgi merkezi olarak toplum içinde her zaman önemli bir rol üstlenmiştir. Dolayısıyla bu kurumlar bünyesinde yer alan akademisyenler de, bilim adamları olarak toplum içinde önemli bir prestije sahip olmuşlardır. Bu durumun günümüzde de devam ettiğini söylememiz herhalde yanlış olmayacaktır. Toplumsal olarak prestijli bir meslek grubu olarak kabul edilen akademisyenler, uzmanlık alanlarına göre kendisine fikir danışılan ve görüşlerine önem verilen önemli bir kesimi oluşturmaktadır. Özellikle günümüz iletişim teknolojileri göz önünde bulundurulduğunda akademisyenler yazılı, görsel ve sosyal medyayı kullanarak görüşlerini topluma aktarmaktadırlar. Birçok toplumsal konu ya da sorun ile ilgili görüş bildiren akademisyenlerin, görüşlerini toplumla paylaştıkları bir diğer alanın siyaset olduğu görülmektedir. Dolayısıyla akademisyenlerin siyaset ile ilişki kurmaları, görüş bildirmeleri, aktif olarak siyasal partiler bünyesinde siyaset yapmaları veya danışman vb. sıfatlarla siyasetin içinde yer almaları çok sık rastlanılan bir durumdur. Nitekim bu durum sadece günümüzde değil, geçmiş dönemlerde görülmüştür. Bu nedenle gerek günümüz gerekse de geçmişteki akademisyen-siyaset ilişkisi, incelenmesi gereken önemli bir alanı oluşturmaktadır.

Bu çalışmada Türk siyasal yaşamında yer alan siyasetçi akademisyenler incelenmiştir. Fakat yukarıda da ifade edildiği gibi birçok alanda çalışan tüm akademisyenlerin incelenmesi bu çalışmanın kapsamını aşacağından konu, 1960-1980 yılları arasında Türkiye Büyük Millet Meclisi'nde (TBMM) görev almış milletvekili akademisyenler ile sınırlandırılmıştır. Bu tarih aralığının seçilmesinin amacı, bu tarihler arasında TBMM bünyesinde yer almış olan siyasal partiler açısından bir bütünlüğün ve tutarlılığın sağlanmasıdır. Bu kapsamda milletvekillerinin yaş, çalıştıkları akademik alan, yer aldıkları siyasal partiler, seçildikleri il ve yıllar içinde akademisyen milletvekillerinin sayılarında meydana gelen değişiklikler cevaplanması gereken temel soruları oluşturmuştur.

Anahtar Kelimeler : Üniversite, Siyasal Parti, Akademisyen, Siyasal Katılım

[282] Arş.Gör., Uşak Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Kamu Yönetimi, erhan.ezici@usak.edu.tr

Havacılık Sektöründe Yenilikçiliğin Hizmet Kalitesi ve Müşteri Memnuniyeti ile İlişkisi

Meral Ayar[283], **Ruziye Cop**[284]

Özet

Havacılık sektörünün son yıllarda küresel ölçekte sürekli olarak artan bir ivmeyle büyüdüğü görülmektedir. Bununla birlikte havacılık sektöründe hizmet veren işletmeler arasındaki rekabette her geçen yıl artmaktadır. Hizmetlerin kopyalanması genel olarak ürünlere oranla daha kolaydır. Bu nedenle hizmet sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin yenilikçi bir vizyon ile hizmet vermeleri hem rekabet avantajı elde etmeleri hem de tüketicilerin zamanla değişen ihtiyaç, istek ve beklentilerine cevap verebilmeleri açısından oldukça önemli olduğu söylenebilir. Bu nedenle çalışmanın temel amacı havayolu işletmelerindeki yenilikçi yaklaşımlarının müşterilerin hizmet kalitesi algısı ve memnuniyeti ile ilişkisi incelenmiştir.

Çalışma yöntemi olarak nicel araştırma deseni seçilmiştir. Veri toplama yöntemi olarak anket kullanılmış olup veriler kolayda örnekleme yöntemi ile istanbul atatürk havalimanını kullanan yolculardan 423 kişiye yapılmıştır. Çalışma sonuçlarına göre havayolu müşterilerinin hizmet ile ilgili beklentilerinin yüksek olduğu, aynı zamanda hizmet kalitesi ile ilgili algılarının da yüksek olduğu görülmektedir. Eğitim düzeyinin düştükçe beklentinin de beklentilerin daha az olduğu görülmektedir. Aynı zamanda tüketicilerin havayolu şirketlerini tercih etmelerinde hizmet kalitesinin en önemi unsur olduğu görülmektedir. Yenilikçiliğin ise tüm katılımcılar arasında önemli bir beklentiye sahip olduğu görülmektedir. Araştırma sonuçlarına bakıldığında havayolu şirketlerinin yenilikçi bir vizyon ile ürün sunması tüketicilerin tercihinde önemli bir etkisi olduğu görülmektedir. Havayolu şirketlerinin tüketicilerin beklenti, istek ve ihtiyaçlarına göre hizmetlerinde yenilikçi bir yaklaşımı politika haline getirmeleri tercih edilmeleri açısından oldukça faydalı olacaktır.

Anahtar Kelimler: Pazarlama, Hizmet Kalitesi, Hizmet Sektörü, Havacılık Sektörü

[283] Merly36@gmail.com, Turkish Airlines, Turkey,
[284] Prof.Dr., ruziyecop@hotmail.com, Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu./Türkiye,

Muhasebe Bilgi Sistemleri Bölümü Öğrencilerinin Meslek Etiği Algilari ve Uşak Üniversitesi Örneği

Ahmet Coşkun, Nisanur İşcan**

Özet

Muhasebe mesleği her meslekte olduğu gibi küreselleşme, teknolojik gelişmeler ve kendini sürekli yenileyen ekonomik faaliyetlere ayak uydurması gereken bir meslektir. Ülkemizde bu değişime uyum sağlayabilmek için çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Fakat busüreçte kanunların her durumda yeterli olmadığı saptanmış ve sunulan hizmet ve finansal verilerin ilgililere doğru ve güvenilir bir biçimde aktarılması için mesleki etik kurallarının önemi arttırılmıştır.

Bu araştırma da uşak Ü. uygulamalı bilimler yüksekokulu, muhasebe bilgi sistemleri bölümünde öğrenim gören 1. 2. 3. 4. Sınıf öğrencilerin muhasebe meslek etiği algısı ölçülmeye çalışılacaktır. Ayrıca öğrencilerin meslek etiği algısının demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediği saptanmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Muhasebe, Meslek Etiği, Etik

Biyokütle ve Fosil Yakıt Enerji Tüketiminin Ekonomik Büyüme Üzerine Etkisi: 1980-2013 OECD Ülkeleri

Mustafa Torusdağ[285] **M. Akif Arvas**[286]

Özet

Enerji ekonomik büyümenin önemli girdilerinden birisidir. Çalışmamızda amaç ekonomik büyüme ile alternatif enerji tüketim türlerinden; fosil yakıt ve biyokütle enerji tüketimlerinin arasındaki ilişkinin ekonometrik olarak analizinin ortaya konulmasıdır. Çalışmamızda 1980-2013 dönemi için OECD ülkelerinde alternatif enerji tüketimi ile gayrisafi yurtiçi hasıla arasında nedensellik ilişkisinin araştırılmasıdır. Söz konusu ekonometrik çalışma için panel veri seti kullanılmış, panel birim kök ve panel eşbütünleşme ve dimitreschu hurlin (2012) panel testleri uygulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Biyokütle, Fosil, Enerji, Panel Nedensellik

The Impact Of Biomass And Fossil Fuel Energy Consumption On Economic Growth: 1980-2013 OECD Countries

Energy is one of the important inputs to economic growth. The aim of our work is economic growth and alternative energy consumption types; is an econometric analysis of the relationship between fossil fuel and biomass energy consumption. In our study, the causal relationship between alternative energy consumption and gross domestic product in the oecd countries for the period 1980-2013 is investigated. The panel data set was used for the econometric study, panel unit root and panel cointegration and panel tests of dimitreschu hurlin (2012) were applied.

Keywords: Biomass, Fossil, Energy, Panel Causality

[285]VAN Yüzüncü Yıl Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, mustafatorusdag@yyu.edu.tr
[286]VAN Yüzüncü Yıl Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, aarvas@yyu.edu.tr

Stres ve Stresle Başa Çikma Becerilerinin İşletmelere Etkisi

İbrahim Kaynar[1]

Özet

Stres, günümüzde hem bireyleri, hemde bireylerin toplu halde bulundukları işletmeleri etkisi altına alan toplumsal bir sorun niteliğindedir. İşletmeler günlük faaliyetlerini sürdürürken, personel yönetimi, muhasebe, hammadde tedariki ve finansal sorunlar kadar meşgul eden bir konu da strestir. Zamanında gerekli önlemler alınmadığı takdirde, işletme çalışanlarının hasta olmalarına kadar varan sorunların yaşanmasına, dolayısıyla işgücü kaybına, buna bağlı olarak büyük harcamaların sonunda işletme aktiflerinin azalmasına neden olabilen stres, günümüzde önemli işletme sorunları arasında yer almaktadır.

İşletmelere önemli olumsuz etkileri bulunan stres duygusunun doğru bir şekilde yönetilmesi gerekmektedir. İşletmeler çalışanlarına, stres yönetimi, stresle başa çıkma becerisi vermeleri yerinde bir davranış olacaktır. Aynı zamanda çalışanların duygularını kontrol edebilme becerilerini geliştirmeleri de oldukça önemlidir. Bu kapsamda çalışanlara duygusal zeka eğitimlerinin de verilmesi işletmelere katkı sağlayacaktır.

[1]Uşak Ü., Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, İbrahimkaynar@Usak.Edu.Tr

Türkiye Muhasebe Standartları (TMS 20) Çerçevesinde Devlet Teşviklerinin Muhasebeleştirilmesi Ve Devlet Yardımlarının Açıklanması

Meral GÜNDÜZ[i]

Özet

Belirli koşulları yerine getiren bir işletme veya işletmeler grubuna bir ekonomik fayda sağlamak üzere devlet tarafından yapılan faaliyetlere devlet yardımı denir. Devlet teşvikleri ise işletmenin faaliyet konuları ile ilgili belirli koşulların geçmişte veya gelecekte yerine getirilmesi karşılığında işletmeye kaynak transferi şeklindeki devlet yardımlarıdır.

Devlet teşviklerinin muhasebeleştirilmesi ve devlet yardımlarının raporlanması genel olarak Devlet Teşviklerinin Muhasebeleştirilmesi Ve Devlet Yardımlarının Açıklaması Standardı (TMS 20) üzerinden takip edilmektedir. Standart ilgili teşviklerin kaydedilmesini, işletme içinde teşviklerin işletmeye katkıları ve bunların raporlanması ve sektördeki diğer firmalar ile karşılaştırılmasını sağlamaktadır. Devlet teşviklerinin muhasebeleştirilmesine ilişkin iki genel yaklaşım bulunmaktadır. Birincisi teşvikin kâr ya da zarar dışında muhasebeleştirildiği "sermaye yaklaşımı" ve ikincisi teşvikin bir veya daha fazla dönemde kâr ya da zararda muhasebeleştirildiği "gelir yaklaşımı" dır. Çoğunlukla, bir işletmenin bir devlet teşviki ile ilgili maliyet ve harcamaları finansal tablolarına yansıttığı dönemler kolayca belirlenebilir. Böylece belirli harcamalardaki devlet teşvikleri, ilgili harcamaların finansal tablolara yansıtıldığı dönemde kâr ya da zararda muhasebeleştirilir. Benzer şekilde, amortismana tabi varlıklara ilişkin teşvikler, genellikle bunların amortismanları oranında ilgili dönemler boyunca kâr ya da zararda muhasebeleştirilir.

Muhasebe açısından da devlet teşvik ve yardımları oldukça önemli bir konudur. Bu çalışmada devlet teşvikleri ve devlet yardımları TMS 20 kapsamında incelenmekte ve bu tür teşvikler ile bağlantılı olarak ortaya çıkan seçilmiş muhasebeleştirme ve raporlama hususları örneklerle ele alınmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Devlet Teşvikleri, Devlet Yardımları, Türkiye Muhasebe Standartları

Accounting for Government Grants and Disclosure of Government Assistance in accordance with Turkish Accounting Standards (TMS 20)

Abstract

State-funded activities that are undertaken by the state to provide an economic benefit to an enterprise or group of entities that meet certain conditions are called state aid. Government grants are state aids in the form of transfer of resources to the operation of the operator in the past or in the future for certain conditions related to its operational activities.

Accounting for government grants and reporting of goverment assistance are generally followed through the Accounting for Government Grants and Disclosure of Government Assistance in accordance with Turkish Accounting Standards (TMS 20). The standard provides for the recording of relevant grants, the contribution of the grants in the enterprise to the

operation and their reporting and comparison with other companies in the sector. There are two general approaches for accounting for government grants. The first is the "capital approach" in which the grants is recognized outside profit or loss and the second is the "income approach" in which the grants is recognized in profit or loss in one or more periods. Often, the periods in which an entity reflects costs and expenses related to a government grant to its financial statements can be easily identified. Thus, government grants in certain expenditures are recognized in profit or loss when the related expenditures are reflected in the financial statements. Similarly, grants for assets subject to depreciation are generally recognized in profit or loss for the periods in which they are amortized.

In terms of accounting, government grants and assistance are also a very important issue. This study examines government grants and assistance within the scope of TMS 20 and examines the selected accounting and reporting aspects in connection with such incentives.

Key Words: Government Grants, Government Assistance, Turkish Accounting Standards

Büyük ve Orta Boy İşletmelerde Finansal Raporlama Standartlarina Göre Barter İşlemleri Ve Muhasebeleştirilmesi

Ahmet Coşkun* **Abdurrahman Can Demir****

Özet

Para ekonomik yaşamda rol almaya başlamadan önce insanlar, ihtiyaçlarını elindeki kıymetli varlıkları ile takas yaparak gidermekteydi. Küreselleşen ticari hayatta, ihtiyaçların çok çeşitlenmesi ve ticaretin önündeki engellerin hızlı bir şekilde giderilmesi için ödeme sistemlerinde bir çok çeşitlilik meydana gelmiştir. Buna bağlı olarak günümüz ticari yaşamında ise işletmeler, paranın maliyetini en aza düşürmek maksadı ile geliştirilen finansman tekniklerinden biri olan barter sistemini kullanmaya başlamıştır. Barter sistemi, işletmelerde pazarlama, satın alma ve finansman fonksiyonlarını bir arada yürüten sistem olarak hem gelişmekte hem de yaygınlaşmaktadır.

Ülkemizde bağımsız denetime tâbi olup türkiye muhasebe standartlarını uygulamayan işletmeler için "büyük ve orta boy işletmeler için finansal raporlama standartları" hazırlanmış ve kullanılmaya başlanmıştır.

Çalışmamızda, barter sistemini tanıtarak bobi frs'na göre muhasebe uygulamaları ve örnek olaylarla açıklamaya çalışacağız.

Anahtar Kelimeler: Barter, Muhasebeleştirme, BOBİ FRS

Türkiye'de Kadin Girişimci Profilinin İncelenmesi

Samet Ceyhun Mahsereci[287]

Özet

Ülkelerin sosyal ve ekonomik gelişiminde kilit rol oynayan girişimcilik ve bunun bir alt bileşeni olan kadın girişimciliği kavramının, gelişmekte olan tüm ülkeler gibi türkiye'de de modernleşme ve kalkınmada çok önemli bir rolü bulunmaktadır. Kadın girişimciliği konusu günümüzde akademik alanda da sıklıkla tartışılan bir kavramdır ve her geçen gün daha da önem kazanmaktadır. Diğer tüm ülkelerde olduğu gibi türkiye'de dekadınların iş dünyasına entegrasyonu ve kadınlara öncelik sunulması ekonomik gelişime katkı sağlamaktadır.uluslararası çalışma örgütü'nün kadınlar için küresel istihdam eğilimleri raporu'na göre son on yıl içerisinde gelişmekte olan ülkelerde istihdama katılan kadınların oranı artmıştır. Türkiye'de ise 1950'den sonraki dönemde tarımın azalmasıyla kadınların iş gücüne katılımı azalmıştır. 1970'lerin sonuna dek kadınların istihdam alanı tarım sahası olmuştur. Bm, oecd, ab gibi kuruluşların faaliyetleri ile gelişmiş ülkelerde kadın girişimci sayısında artış meydana gelmiş ve böylece türkiye'de kadın girişimci çalışmaları 1990'larda aktif biçimde başlamıştır.

Türk medeni kanunu'nda kadınların ticarethane açma ve çalışmaları için gereken koca izni koşulu 1990 senesinde kaldırılmıştır fakat buna rağmen cinsiyetçi iş bölümü sebebi ile kadınlar üretim alanından uzak tutulmaktadır. Türkiye'deki ikili sosyokültürel yapı dolayısıyla büyük şehirlerde kadınların çalışma hayatına dahil olması desteklenirken, doğu ve kırsal kesimlerde geleneksel bir yönelim söz konusudur. 1995-2009 seneleri arasında kadınların kırsal alanlarda iş gücüne katılımı düşmüştür; kentlerde ise yükselmiştir. Bu artış göz önüne alınarak kadın girişimciliğinde de artışların olduğu söylenebilir. Oecd içerisinde yükselişteki ekonomilerden olan türkiye kadının ekonomik yaşama katılımı bağlamında sonuncudur.kırılgan ekonomiye sahip türkiye'de dünya çapında işletmeler çıkartma, ekonomiyi ve istihdamı büyütme konusunda kadınların rolünün mühim olduğu unutulmamalıdır. Kadınların iş gücü piyasasına katılımı kendi sosyo-ekonomik durumlarında ve ülke kalkınmasında iyileşmeye büyük bir katkı sağlayacaktır. Bu katkı ise genç kuşakların olanaklarında artış sağlayacaktır.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik,Kadın Girişimciliği , Türkiye'de Kadın Girişimciliği

[287] **İstanbul Ticaret Üniversitesi Uluslararası Ticaret Bölümü Yüksek Lisans Öğrencisi Mahsereci@Yandex.Com**

Sosyal Bilimlerde Bilim Felsefesi

Hasan Aslan[288]

Yakın zamana kadar bilim felsefesinin önemli temalarından biri doğa bilimleri ile toplum bilimleri arasındaki ilişki olmuştur. Bu konudaki tartışmaların büyük bölümü ise "yöntem" üzerinedir. Yeniçağ doğa biliminin özellikle 19. Yüzyılda ulaştığı "başarı" genel olarak toplumbilimleri açısından bakıldığında kıskanılmayacak gibi değildi! Öyle ki, Comte bu aşamayı insanlık için tarihsel olarak ulaşabileceği son aşama, *positivist* aşama olarak ilan etti. Bu düşünceyi önemli ölçüde besleyen, doğa bilimlerinin Newton fiziğiyle diğer düşünce biçimleri üzerinde kurduğu *paradigmatik* üstünlüktü. Comte bu paradigmatik üstünlüğün etkisinde, toplumları çalışacak yeni bir bilim dalının da adını koydu: *Sociologie.* John Stuart Mill, Spencer, Durkheim, Weber bu kavramı çeşitli şekillerde işleyip, *toplumbilim*in bir disipline dönüşmesini sağladılar. Newton fiziğinin etkisi büyüleyiciydi. İnsana, ölçülebilir, hesaplanabilir, kestirilebilir bir doğa, sunuyordu. Her ne kadar bilim o güne kadar felsefeye bağlı, onun içinde yetişse de doğa bilimleri giderek felsefeyle arasını açıyor, ondan uzaklaşıyordu. Felsefenin "derin" konuları gözden düşmekte, felsefe kendisinden doğan "bilim" tarafından itilmekteydi. İnsana evreni açıklayabilecek, dolayısıyla onu denetleyebilecek yasalar vadeden bu yeni bilim karışışında felsefeye yer açmaya çalışan filozof, bu büyünün etkisinde "üstündeki yıldızlı gök, ile "içindeki ahlak yasası" arasında sıkışıp kalmıştı. Bilimin "gücün" kabul ediyor ama felsefenin "güçsüzleşmesini" yediremiyordu. Öyle bir hamle yaptı ki hem felsefeyi hem de bilimi birbirine bağlayayım derken günümüze kadar hemen hemen bütün felsefeyi işgal edecek sorunlara gömdü. Newton'dan sonra bilim yapılamaz düşüncesinde olana filozof Kant, felsefeyi de kendisinden sonra yapılamaz hale getirmeye yönelmişti. İnsan aklının yasaları ile bilimin yasalarının birleştiği bir bilgi alanı icat etti: *sentetik apriori*. Deneyden yani bilimden gelen ile akıldan yani felsefeden gelenin birleştiği bir bilgi alanıydı bu. Hem felsefeyi hem de doğa bilimlerini hoşnut ediyordu. Ama bu hoşnutluk bir süre sonra rahatsız edici krize dönüştü. Sosyal bilimler alanında Kantçı yöntem anlayışı tartışılır hale geldi. Yalnızca toplum bilimlerinde değil, bilim felsefesinde de Kantçı bilim anlayışına karşı önemli eleştiriler gelişti. Bu eleştirilerin hemen hemen ortak hedefi, Kantı'ın özne ile nesne arasında kurduğu ilişkiye yönelikti. Bilen bir özne ile bilinen bir nesne ilişkisine dayanan yöntem anlayışının toplum bilimlerinde işe yaramayacağı belirtiliyordu. Fenomenoloji, hermeneutik, varoluşçuluk gibi yeni yaklaşımlar ileri sürüldü. Bugün bu tartışmalar çeşitli biçimlerde sürüp gitmektedir.

[288] Profesör, Akdeniz Üniversitesi Felsefe Bölümü

Doğru Bilinen Yanlış Serisi (2): Hipotez Doğrulamak!

Atila Yüksel[289]

Meşhur " olasılık (*p) değerine*" (*probablility value*) değinmeden, doğru bilinen yanlışlar serisine devam etmek mümkün değil. Neden mi olasılığı mercek altına alıyorum? Kendisi küçük etkisi büyük de ondan! Hani bilim insanlarına çalışma sonuçlarını genelleme şansı veren ve genelde yanlış anlaşılan, kendisinin de hatalı olma ihtimali unutulan, şu "başka etkenlere göre değişen", şartlı "olasılık" değeri. Aşırı hızdan, başkasını taklit etmekten dolayı çıkan sonuçların doğru olup olmadığı tam da denenmeden, sonuçların kendini tekrar edip etmediğine bakmadan araştırmacılardan genellenebilir yargılar çıkıveriyor. İşte olasılığa göre test edilmiş "bilimsel kesin" bulgulardan bazıları... Güzel(yakışıklı) ebeveynlerin (anne-babanın) çirkin ebeveynlere göre kız çocuğu sahibi olma ihtimali daha yüksektir (Kanazawa 2006). Köri yemek beynin bilişsel kapasitesini yükseltir (Tze-Pin vd. 2006). Video oyunu oynayan cerrahlar ameliyatta daha başarılı performans sergiler (Rosser vd 2007). Solak çocukların gelecekte alacakları maaş, sağlak çocuklara göre daha yüksektir (Ruebeck vd. 2006)!!!

Bu sonuçları ortaya koyan olasılık testleri "0.05" ya da "0.01" düzeyinde denenmiş, istatistiksel açıdan "anlamlı" fark bulunmuş, farktan hareketle köri yemeyenlere kıyasla köri yiyenlerin beyinlerinin daha iyi çalıştığı iddia ediliyor. Peki, bütün testlerde, hesaplamalarda hata ihtimali var da **olasılık testlerinin hatalı olma ihtimali** yok mu? Her hesap gibi, istatistiksel olasılık testinin de hatası varsa ve bunu "0.05" gibi masum bir düzeyde olduğunu varsayarsak, o zaman olasılık testiyle yola çıkan yayınlanmış her yirmi çalışmanın birinin sonucunun aslında yanlış olduğunu da kabul etmemiz gerekir. Meraklanmayın, bende hipotez testinde diğerleri gibi aynı yolu izledim. Örneklemler, anketler oluşturdum, veri topladım, iki gurup, kavram vb arasında analizler sonucunda ilişki ya da fark buldum. Kavramlardan birinin diğerini etkilediği sonucuna vardım. Ama gerçekte ya fark yoksa ya da olasılık değerine bakarak bulduğumu iddia ettiğim ve sevindiğim etkinin uygulamada bir anlamı yoksa endişesi beni sardığında hipotez testine yönelik giderek yükselen eleştirilere kulak vermeye başladım. Ardı ardına sorular geldi…

Hipotezin doğrulanması/yanlışlanmasında başvurulan bu "olasılık değerini" (0.01, 0.05) belirleyen ne? Araştırmacının test ettiği gerçek evrensel hipotez nedir? Asıl olan "Tip1" ve "Tip2" olarak adlandırılan hipotezlerin testi değil midir? Yani "*bir şey buldum, bu doğru mu yoksa tesadüfi mi?"* ve "*bulduğum şeyin uygulamada etkisi gerçekten var mı?*" Gerçekte doğruyken yanlış bir şekilde hipotezi ret etmek ya da gerçekte yokken yanlış bir şekilde fark ya da ilişkiye var diyebilme olasılığı üzerinde neden durmuyoruz? Araştırmaya başlamadan gerçek olmayanı yanlışlıkla doğrulama olasılığımızı, yani Tip1 hata yapma olasılığımızın %5 düzeyinde kalacağını kabul edersek, fark yoktur sonucu çıktığında bu %95 olasılıkla fark yoktur anlamına geliyorken gerçekte var olan farkı saptayamama (Tip2) ihtimalimizin %20'lerde olacağını da düşünmemiz gerekir. Sadece olasılık değeri, sıfır (farksızlık) hipotezin yanlışlanması için yeterli mi diye sormalıyız artık. Çalışma yeterli örneklem sayısına sahip

[289] Profesör, Adnan Menderes University, Tourism Faculty.

değilse, sonuçların gerçekten istatistiksel olarak önemli olup olmadığını saptamak mümkün mü? Örneklem sayıları gerçekçi mi? Şu meşhur örneklem belirleme formülüne bir bakmanın ve formüllerin neden her yerde sihirli bir şekilde 386 sayısını çıkarttığını tartışmanın zamanı gelmedi mi? Örneklemde sayının nasıl belirlendiğinde kalıyorum, örneklemin nasıl seçildiğine, yanıtlayıcı psikolojisine girmiyorum bile.

"*İstatistiksel anlamda önemli*" ya da "*olasılık değerine göre*" ifadesinin kullanımı ve bir hipotezin doğrulanması/yanlışlanmasında tek başına kanıt olarak sunulması sosyal bilimlerde artmıştır (Armstrong, 2007; Yüksel ve Tufan, 2017). Sosyal bilimlerdeki yüksek kullanımına karşın, "*olasılık testi*" fen bilimlerinde (ör., fizik, kimya) nadiren kullanılır (Schmidt & Hunter, 1997). Oldukça fazla sayıda bilim insanı tarafından olasılık değerinin hipotezin kanıtı olarak kullanımı "bilim dışı" kabul edilmektedir (Armstrong, 2007; Hubbard ve Armstrong, 1997; Wright ve Armstrong, 2008). Bazıları bu yaklaşımın hipotez testinde yasaklanması gerektiğini kuvvetle tavsiye etmektedir. Bazıları ise hipotezleri test etmede dikkatli kullanımını desteklemektedir (Chow, 1998). Kısacası, "p değeri" giderek artan bir tartışmanın ortasındadır. "Tek başına p değeri, hipotezin doğrulanması/yanlışlanmasında kanıtların rasyonel bir ölçümü olarak kabul edilemez. Ayrıca, tek başına bir p-değerinin, etkinin büyüklüğü hakkında hiçbir şey söylemediği de unutulmamalıdır" (Lecoutre, Poitevineau & Lecoutre, 2005, s. 252). Kısaca, p değeri sıfır hipotezini yanlışlamak için yeterli olmayabilir. Gerçekte p değeri "sonucun örnekleme hatasının bir sonucu olup olmadığının ölçüsüdür. Örneğin p <.05 sonucu, bu sonucun tesadüfen gerçekleşme olasılığının % 5'ten az olduğunu ifade eder" (Kline, 2004, s. 63). Hipotez hakkında doğrudur ya da yanlıştır diyemez. Nickerson'ın dediği gibi "p" sıfır hipotezinin testinde "şansa karşı bir ihtimal" vehiminin doğru olma olasılığını temsil eder (Nickerson, 2000, s. 247). Nickerson (2000) şöyle uyarıyor: "pek çok araştırmacının inandığının aksine, sıfır hipotezinin istatistiksel testinden elde edilen p değeri, H0'ın doğru olma olasılığı değildir. Sıfır hipotezini reddetmek için, diyelim ki bulgumuz p <.05 i gösteriyor, sıfır hipotezin gerçek olma olasılığının .05 veya daha az olduğu anlamına gelmez. Dahası, p değeri, sıfır hipotezin gerçek olma olasılığını temsil etmediği için, yanlışlandığında sıfır hipotezinin tamamlayıcısı olarak görülen alternatif hipotezin (araştırma hipotezi) doğru olduğu anlamına da gelmez "(s. 246). Ama nedense araştırma hipotezinin doğru olduğu sıfır hipotezinin yanlışlığına bağlayanların sayısı hiç az değil.

İstatistiksel olasılık, kullanıcılar, hakemler, okuyucular ve editörler tarafından hatalı yorumlanmasından dolayı sorunlu olmasına rağmen bu sorun göz ardı edilmekte, doğru bilinen yanlış geleneği devam etmektedir (Armstrong, 2007, s. 322). Liu (2013), bunun sorumlusunun "p" değeri olmadığını iddia etmesine karşın, yükselen eleştirinin hipotez test etme prosedürünün kötüye kullanımının gittikçe artmasından kaynaklandığını ileri sürmektedir: "Eğer prosedür doğru bir şekilde kullanılmıyorsa, o zaman doğal yol, olasılık testini top yekün terk etmek yerine yanlış kullanımı düzeltmek olmalıdır" önerisinde bulunmaktadır. Liu (2013), "hipotez testindeki p değerinin, bir etkinin ya da farkın gerçek boyutunu göstermediği halde, tesadüfi etkinin makul bir açıklaması olarak şans faktörünü dışlamamıza izin verdiğini" belirtmektedir (Liu, 2013). Yine de, diğerleri doğru bir şekilde yapıldığında bile "olasılık

testleri tehlikelidir" (Armstrong, 2007, s.2) denmektedir. Schmidt ve Hunter (1997, s. 38) olasılık testine güvenmenin mantıksal olarak savunulamaz olduğunu ve bu testin sosyal bilimi geliştirmeyi zorlaştırarak, araştırma girişimini geciktirdiğini belirtmiştir. Armstrong (2007) ile uyumlu olarak Hunter'a göre (1997, s. 3) "şu anda kullanılan olasılık testi bir felakettir. Araştırmacıların çoğu, olasılık testinin% 5'lik bir hata oranına sahip olduğuna inanmakla birlikte, ampirik çalışmalar, psikolojideki ortalama hata oranının, araştırmacıların düşündüğünden, %60 düzeyinde, 12 kat daha yüksek olduğunu göstermektedir ".

Özetlemek gerekirse bu "p" totemine yönelik iki eleştiri var. Birincisi, "p değeri" nin sıfır hipotezinin doğru bir şekilde reddetmesi/desteklemesinde kullanılması tartışmalıdır çünkü olasılık bulgudaki şans faktörünün ifadesidir. İkinci eleştiri, "acele" davranılarak, "güç analizi (statistical power)" ve "etki seviyesi (effect size)" gibi destekleyici kanıtları dikkate almadan, sadece olasılık değeriyle sıfır hipotezini reddetme / destekleme geleneğiyle ilgilidir. Olasılık testinin hipotez hakkında karar vermede yeterli olmadığı diğer bilim alanlarında yüksek sesle dile getiriliyor. Farkın, tesadüfi olduğu, şans eseri bulunup bulunmadığı ya da gerçekte var olup olmadığını anlamak için daha fazlası gerekirken turizm araştırmacılarındaki sonuca yönelik bu acelecilik neden? Hemşirelik alanında yapılan çalışmalarda olasılık değerinin yetersizliğinin farkına vararak, istatiksel güç ve etki seviyesinin kullanılması gerektiğine yönelik benzer bir saptama yapan Çapık (2014, s. 268) "En yalın tanımı ile istatistiksel güç, analizlerde anlamlı bir fark saptanması durumunda bu farkın gerçek olabilme ihtimalidir. İstatistiksel güç, örneklem sayısından etkilendiği için araştırmacılar örneklem sayısını güç analizi ile hesaplayabilmektedirler. Bir çok akademik derginin çalışmanın gücünü istemesi, etik komitelerin örneklem sayısı hakkında açıklama istemesi ve araştırmacıların daha kesin bulgular sunmak istemesi gibi faktörler güç analizinin daha fazla dikkate alınmasını gerektirmektedir" demektedir. Çapık gibi artan sayıda bilim insanı, yetersiz etki büyüklüğüne ve yetersiz istatistiksel güce sahip ama anlamlı "olasılık" değerinin olduğu çalışmaların tartışmalı olduğunu savunmaktadır (Prajapati vd., 2010). P değeri diğerlerinin desteği olmaksızın anlamsızdır. Çalışmanın yetersiz istatistiksel gücü olduğunu umursamayan bir araştırmacı, anlamlı düzeyde bulduğu p değeri sonucunda sıfır hipotezini yanlış bir şekilde reddedecektir (Cohen, 1988). Sıfır hipotezi hakkında verilen acele ve yersiz kararlar bilimi ileride hayal kırıklığına uğratacaktır. Araştırmada örneklem büyüklüğü ve istatistiksel güç, bir popülasyondaki istatistiksel olarak anlamlı küçük farklılıkları tespit etmek için yeterli düzeyde ayarlanmamışsa, bu hipotez reddetme kararlarıyla ilgili kaygı uyandırmalıdır. Büyük farklılıkların bulunmaması, küçük ve anlamlı farklılıkların mevcut olmadığı anlamına gelmeyecektir. Küçük etkilerin (farklar) saptanması, daha fazla bilginin (örneklemin) toplanmasına ihtiyaç duyacağından, büyük etkilere göre daha zor tespit edilecektir. Kısaca, daha fazla örneklemle gözlem yaparak, parametreler ekleyerek ve daha iyi bir model oluşturarak analizler yapılmalıdır (Westland, 2010, s. 6).

İstatistiksel güç hakkında bilgi olmadan, sıfır hipoteziyle ilgili kararları desteklemek veya reddetmek için sadece p değerine dayanarak sağlam sonuçlar çıkarmak büyük bir eksikliktir. Peki turizm araştırmacıları bu eksikliğin farkında mıdır? Yakın bir zamanda merakımıza yenik

düşerek bir meslektaşımla çalışma yaptık (Yüksel ve Tufan, 2017). Prestijli dergilerde yayınlanmış, özellikle sıfır hipotezini test ettiğini vurgulayan 155 çalışmayı bu hipotez testlerini nasıl yaptıkları, hangi kanıtlarla kararlarını destekledikleri açısından inceledik. İlginç bir şekilde hipotez test ederken 155 makale içinde sadece 2 makalenin etki seviyesi ve istatiksel güç kavramını dikkate aldığını saptadık. İstatiksel güç hakkında bilgi sunmayan 153 yayında belirtilen örneklem sayısı vb parametrelere göre yaptığımız istatiksel güç hesaplaması sonucunda hiçbir çalışmanın istatiksel gücünün (ortalaması 0.37!) Cohen tarafından önerilen 0.80'i aşamadığını fark ettik. Bu şu anlama gelmektedir. İncelenen çalışmalarda, gruplar arasında anlamlı olduğu düşünülen farkların gerçek olabilme ihtimali %63 oranında tartışmalıdır. Gerçekte yanlış olan H1 (araştırma, alternatif) hipotezi ret edilmeyerek Tip2 hata işlenmiştir. Hesaplamalarımızda yüzde 10 hata olma ihtimali de olsa yüzde altmışlar önemli bir oran! Yayınlanan çalışmalar, yeterli düzeyde istatistiksel güç ve etki büyüklüğüne sahip değilse, salt "olasılık değeri" bulgusuna dayanmışsa turizm, seyahat ve konaklama disiplininde yer alan bilgilerin doğruluğu tartışmaya açıktır. O nedenle *"tüm bulguların %90'ının yanlış olduğunu söylemek yanlış değildir"* diyen Kollat, Engell ve Blackwell'e (1972), *"modern bilimin ürettiği bilginin büyük bir bölümü yanlıştır"* deme cesaretini gösteren Ioannidis'e (2005) katılmamak elde değil.

Amerikan Psikoloji Derneği'nin (APA) İstatistiksel Çıkarımına İlişkin Görev Gücü, araştırmacıların "bir p değerini bildirirken her zaman bir etki seviyesi tahmini sunmalıdır" uyarısının üzerinden neredeyse 20 yıl geçmesine karşın turizm araştırmalarında daha araştırmayı planlarken ya da uygularken istatistiksel gücü ve etki seviyesini umursamamak dikkat çekicidir (Wilkinson ve APA İstatistiksel Çıkarım Görev Gücü, 1999, s. 599). Ayrıca, "… etki seviyesinin daha önce bildirilen etkiler bağlamında raporlanması ve yorumlanması, iyi bir araştırma için şarttır" (s. 599). Benzer şekilde, APA (2001) Yayın El Kitabının 5. Baskısında etki seviyesinin kritikliğini vurgulayarak, "okuyucunun bulgularınızın önemini tam olarak anlayabilmesi için, bulgular bölümünüzde bazı etki seviyesi endekslerini ya da ilişki gücünü de dahil etmek hemen hemen her zaman gereklidir "(s. 25) uyarısında bulunmasına karşın üst düzey dergilerdeki yayınlara bakıldığında yayınların üçte ikisi hiç bir zaman istatiksel güç analizi kullanmamıştır (Mone ve ark. 1996, s.110); "yapılan çalışmaların % 5'inden az kısmında güç düzeyi incelemesi yapıldığı", hipotez test ederken hemen hemen hiçbir yayınlanmış çalışmanın güç seviyelerini hesaplanmadığı görülmektedir" (Cashen ve Geiger, 2004, s.152). Daha vahim bir uyarı Deng'in sonuçlarında görülmektedir. Deng (2015, s.4) incelediği yayınlarda yer alan 2629 olasılık testinin,% 91'inin Cohen'in küçük etkilerin tespit edilmesi için önerdiği etki seviyesi olan 0.80'nden düşük olduğunu, yayınlanmış çalışmaların %12 sinin büyük etkileri bulmak için önerilen güç seviyesinin altında olduğu, yayınların % 47'sinde hesaplanan güç seviyesinin 0.30 larda kaldığı halde bulunan farkların gerçekçi olduğu sonucuna varıldığını rapor etmektedir.

Şimdi eminim "peki ama ne yapmalı?" sorusu kafaları meşgul ediyor. Tavsiyem şudur: "Ölçüm bir teoridir, henüz kesin değildir." Bilimin doğumevi ise "gözlemdir".