KISBU
CYPRUS SOCIAL SCIENCES UNIVERSITY

EMI congress

KISBU
CYPRUS SOCIAL SCIENCES UNIVERSITY

3rd INTERNATIONAL EMI ENTREPRENEURSHIP SOCIAL SCIENCES CONGRESS

28-30 June 2019 - LEFKOSA / TRNC

PROCEEDINGS

LEFKOSA

www.emissc.org



3. International EMI Entrepreneurship and Social Sciences Congress

PROCEEDINGS E-BOOK

28-30 June 2018 - LEFKOSA

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

Edited by:
Dilkur Academy

ISBN: 978 – 605 – 81563 – 4 – 0

PRESENTATION

Cyprus Social Sciences University, **Nisantasi University**, **Kazakistan Yessenov University, Bolu Abant İzzet Baysal University, Ankara Sosyal Bilimler University, Çanakkle Onsekiz Mart University, Selçuk University** and **Dilkur Academy** served as the vehicle of dissemination for a showpiece of arts and articles at the **3rd International EMI Entrepreneurship and Social Science Conference** (EMISSC 2018 **Lefkosa**) that was held in the City of **Lefkosa/T.R.N.C.** on June 28–30, 2018. EMISSC 2019 and forth coming meetings aim to provide a platform for discussing the issues, challenges, opportunities and findings of **Entrepreneurship and Social Science** research. The organizing committee with feedback from the Division Chairs and the members of the **scientific committee** foresaw an opportunity and research gap in the conference theme, that pitches for pressing issues in the business world. We hope that EMISSC 2018 and forth coming meetings will push the boundaries of what business schools do, and how we can better connect with the social sciences.

It is a great privilege for us to present the proceedings of EMISSC 2019 Lefkosa to the authors and delegates of the event. We hope that you will find it useful, exciting and inspiring. The number of submitted manuscripts was Canada, England, Kyrgyzstan, Kazakhstan, Saudi Arabia, Romania and TRNC. Alas, several manuscripts from prestigious institutions could not be accepted due to the reviewing outcomes and our capacity constraints. The 3-day long event gathered close to 220 national and international attendees to enliven a constellation of contributions. Keynote lectures by renowned colleagues (Prof. Dr. **Cem TANOVA,** Prof. Dr. **Asım SALDAMLI,** Prof. Dr. **Mustafa SAĞSAN,** Prof. Dr. **Okan Veli ŞAFAKLI,** Assoc. Prof. Dr. **Erdoğan EKİZ**, Assoc. Prof. Dr. **Aril CANSEL,** Assoc. Prof. Dr. **Dababrata CHOWDHURY,** Dr. **A. Mohammed ABUBAKAR**, Dr. **Dumitru GOLDBACH**), 20 awards were issued to distinguished papers, and a total of **158 oral presentations** and **35 arts exhibitions**. On the day of completion of this journey, we are delighted with **a high level of satisfaction** and aspiration.

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

Prof. Dr. Himmet KARADAL
Chairman of EMI Congress

A Special Thanks To…

Prof. Dr. Ahmet Cevat ACAR, President of TÜBA
Prof. Dr. Tayyip Sabri ERDİL, Deputy Minister, Republic of Turkey Ministry of Foreign Affairs
Prof. Dr. Mustafa TÜMER, Rector, Cyprus University of Social Sciences
Prof. Dr. Esra HATİPOĞLU, Rector, Nişantaşı University
Prof. Dr. Ünal AY, Rector, Çağ University
Prof. Dr. Uğur ÖZGÖKER, Rector, Cyprus American University TRNC
Prof. Dr. Sedat MURAT, Vice Rector, İstanbul University
Prof. Dr. Asım SALDAMLI, Vice Rector, Nişantaşı University
Prof. Dr. Cem TANOVA, Vice Rector, Eastern Mediterranean University TRNC
Prof. Dr. Ahmet AY, Dean, Selçuk University
Prof. Dr. Hasan KILIÇ, Dean, Eastern Mediterranean University TRNC
Prof. Dr. Okan Veli ŞAFAKLI, Dean, Eureopean University of Lefke TRNC
Prof. Dr. Şule AYDIN, Dean, Nevşehir Hacı Bektaş Veli University
Prof. Dr. Yavuz DEMİREL, Dean, Kastamonu University
Prof. Dr. H. Mustafa PAKSOY, Dean, Gazi Antep University
Prof. Dr. Dursun BİNGÖL, Dean, Turkish Aeronautical Association University
Prof. Dr. Muhsin HALİS, Dean, Bolu Abant İzzet Baysal University
Prof. Dr. Şevki ÖZGENER, Hacı Bektaş Veli University
Prof. Dr. Osman KARATEPE, Eastern Mediterranean University
Prof. Dr. Cemile ÇELİK, Mersin University
Prof. Dr. Akın MARŞAP, İstanbul Aydın University
Prof. Dr. Hüseyin ARASLI, Eastern Mediterranean University TRNC
Prof. Dr. Levent ALTINAY, Oxford Brookes University, UK
Prof. Dr. Sezer AKARCALI, Ankara University
Prof. Dr. Enver AYDOĞAN, Gazi University
Prof. Dr. Alaybey KAROĞLU, Gazi University
Prof. Dr. Erdoğan EKİZ, King Abdülaziz University, Saudi Arabia
Prof. Dr. Fevzi OKUMUS, University of Central Florida Orlando
Prof. Dr. Cihan COBANOGLU, University of South Florida Sarasota-Manatee
Prof. Dr. Ahmet ERGÜLEN, Necmettin Erbakan University
Prof. Dr. Mustafa Fedai ÇAVUŞ, Osmaniye Korkut Ata University
Prof. Dr. Mehmet MARANGOZ, Muğla Sıtkı Koçman University
Prof. Dr. Asım YAPICI, Çukurova University
Prof. Dr. Ali Argun KARACABEY, Altınbaş University
Prof. Dr. Serap İNCAZ, Nişantaşı University
Prof. Dr. Azmi YALÇIN, Çukurova University
Prof. Dr. Doğan Nadi LEBLEBİCİ, Hacettepe University

Institutions of the Authors

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

3rd International EMI
Entrepreneurship & Social Sciences Congress
EMISSC 28-30 June 2019 LEFKOSA

CONGRESS PROGRAM

Friday, 28 June 2019

13:30-14:30	**Registration**
14:30-16:00	**Sessions' Moderators** **Prof. Dr. Sami FETHİ (Conference Hall)** **Prof. Dr. Hüseyin ARASLI (Lefkosa - 125)** **Prof. Dr. Esra KARABACAK (Girne - 123)** **Assoc. Prof. Dr. Veclal GÜNDÜZ (Rauf Denktaş - 119)** **Prof. Dr. Orhan ÇOBAN (Cengiz Topel - 118)** **Prof. Dr. Adnan ÇELİK (Gazimagusa - 113)** **Prof. Dr. Himmet KARADAL (112)** **Dr. Ahmet Tuncay ERDEM (111)**

Saturday, 29 June 2019

08:30-09:00	**Registration**
09:30-11:00	**Opening of EMI Congress** Prof. Dr. **Himmet KARADAL,** Chair of EMI Congress Prof. Dr. **Esra HATİPOĞLU,** Honorary President (President, Nişntaşı University) Dr. **Akhmetov Berik Bakhytzhanovich,** Honorary President (President, Yessenov University) Prof. Dr. **Mustafa TÜMER,** Honorary President (President, Cyprus University of Social Sciences) **Opening Session of Entrepreneurship and Social Sciences** **Moderator** Prof. Dr. **Mustafa TÜMER**, President, Cyprus University of Social Sciences **Keynote Speakers** Prof. Dr. **Cem TANOVA,** Eastern Mediterranean University, **TRNC**

	Prof. Dr. **Asım SALDAMLI,** Mardin Artuklu University, **Turkey** Assoc.Prof.Dr. **Dababrata CHOWDHUY**, University of Suffolk, **United Kingdom** Assoc.Prof.Dr. **Erdoğan EKİZ**, Kral Abdulaziz University, **Saudi Arabia** Assoc.Prof.Dr. **Aril CANSEL** Management Development Institute of Singapor, **Uzbekistan** Dr. **Dumitru GOLDBACH,** Târgoviste Valahia University, **Romania**
11:00-11:15 **11:15-11:30**	**Türk Halk Müziği Dinletisi:** Erol ÇÖPOĞLU Opening**: Mixed Exhibition (Inst. Menekşe Şahin KARADAL)** **Menekşe Şahin KARADAL Painting Exhibition & Fatma Küçük Photograph Exhibition**

Saturday, 29 June 2019

11:30-12:30	**Sessions' Moderators** Prof. Dr. **Deniz ELBER BÖRÜ (Conference Hall)** Prof. Dr. **Okan Veli ŞAFAKLI (Lefkosa - 125)** Prof. Dr. **Hakan AYDIN (Girne - 123)** Prof. Dr. **Serpil AĞCAKAYA (Rauf Denktaş - 119)** Prof. Dr. **Nevin DENİZ (Cengiz Topel - 118)** Prof. Dr. **Mazlum ÇELİK (Gazimagusa - 113)**
12:30-13:30	Lunch (KİSBÜ)

Saturday, 29 June 2019

13:30-14:45	**Sessions' Moderators** Prof. Dr. A. **Çiğdem KIREL (Conference Hall)** Prof. Dr. **Emine KOLAÇ (Lefkosa - 125)** Prof. Dr. **Seçkin GÖNEN (Girne - 123)** Prof. Dr. **Muharrem TUNA (Rauf Denktaş - 119)** Prof. Dr. **Harun ŞEŞEN (Cengiz Topel - 118)** Prof. Dr. **Mustafa SAĞSAN (Gazimagusa - 113)** Prof. Dr. **Asım SALDAMLI (112)** Prof. Dr. **Sezer AKARCALI (111)**
14:45-15:00	**Cafe Break**
15:00-16:15	**Sessions' Moderators** Assoc. Prof. Dr. **Erdogan EKIZ (Conference Hall)** Prof. Dr. **Tahir AKGEMCİ (Lefkosa - 125)**

	Prof. Dr. **Muammer ZERENLER (Girne - 123)** Assoc.Prof. Dr. **İsmail AKBAL (Rauf Denktaş - 119)** Prof. Dr. **Asım SALDAMLI & Bekir KARADUMAN (Cengiz Topel - 118)** Assoc.Prof. Dr. **Dababrata CHOWDHURY (Gazimagusa - 113)** Prof. Dr. **Mustafa SAĞSAN (112)** Dr. **Mohammed ABUBAKAR (111)**

Saturday, 29 June 2019

16:15-17:30	**Workshop**: **Innovative Research Method** (Conference Hall)
17:30-18:00	**Congress Closing Session** (Conference Hall)
20:00-22:00	**GALA** (The Olive Tree)

Sunday, 30 June 2019

11:00-16:00	**Gazimağusa Sideseeing Trip**

Friday, 28 June 2019 / 14:30-16:00

Friday, 28 June 2019	**14:30-16:00**	**Conference Hall**	**Prof. Dr. Sami FETHİ** **Asst. Prof. Dr. H. Neyir TEKELİ**

Örgüt Kültürü ve İş Tatmini Arasındaki İlişkide Demografik ve Sektörel Değişkenlerin Rolü: Kamu ve Özel Sektör Havacılık Çalışanlarında Bir Araştırma – 383 **Dr. İnan ERYILMAZ**

Havacılık Örgütlerinde Olumlu Emniyet Kültürünün Yaratılmasında İlk Adım: Havacılık Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma – 384 **Asst. Prof. Dr. Sener ODABAŞOĞLU**

Türk Otomotiv Sektöründe Kurumsal Marka Kişiliğinin Müşteri Memnuniyeti ve Sadakati Üzerine Etkileri – 320 **Inst. Tuğba ÇEDİKÇİ FENER**

Türkiye'deki Alternatif Turizm Türlerinden Medikal Turizm: Türkiye'de Medikal Turizmin Gelişimi ve SWOT Analizi – 419 **Asst. Prof. Dr. H. Neyir TEKELİ**

Türkiye'deki Start-Up Yatırımlarından Finansal Teknolojileri (FinTech): Türkiye FinTech Ekosistemi ve Gelişimi – 458 **Asst. Prof. Dr. Furkan EVRANOS**

Woman Entrepreneurship In Turkey, Factors Leading Women To Entrepreneurship And Analysis of The Present Socio-Economic Structure, National And International Supports Provided For Woman Entrepreneurs – 471 **Lect. Selen ÇELİKÖZ**

Friday, 28 June 2019	14:30-16:00	Lefkosa (125)	Prof. Dr. Hüseyin ARASLI Assoc. Prof. Dr. Kadir YILDIZ

Algılanan Örgütsel Desteğin İlişkisel Ağı Üzerine Ulusal Yazında Bir Meta-Analiz Çalışması – 418
Res. Assist. Dr. Deniz DİRİK

Spor Yöneticisi Adaylarının Kariyer Uyumu ve Yenilikçilik Eğilimlerinin Girişimcilik Potansiyellerini Yordayıcı Etkisi – 413 **Assoc. Prof. Dr. Kadir YILDIZ, Ayşe SEVİMLİ**

Potential Antecedents of Intrapreneurship – 332 **Asst. Prof. Dr. Georgiana KARADAS, Saniye HIÇYAKMAZER, Sanaz VATANKHAH, Asst. Prof. Dr. Özlem ALTUN**

Attracting More Tourists to North Cyprus by Focusing on Gastronomy Tourism – 448
Asst. Prof. Dr. Sarvnaz BARADARANI, Asst. Prof. Dr. Özlem ALTUN

Cocoon Work Art of Cyprus Tradition: As An Etnographic Research – 395 **Ecem YILDIZ**

Ekonomik Büyüme ve CO2 Emisyonları İlişkisi: Meksika İçin Bir Çevresel Analiz – 396
Dr. Hasan RÜSTEMOĞLU

Friday, 28 June 2019	14:30-16:00	Girne (123)	Prof. Dr. Esra KARABACAK Assoc. Prof. Dr. Serdar YURTSEVER

Dil Felsefesinin Tasavvuf İçerikli Şiirdeki Etkileri Üzerine Değerlendirmeler – 360
Prof. Dr. H. Esra KARABACAK

Çocukluk Çağı Travmaları ile Evlilik Uyumu Arasındaki İlişkide Başa Çıkma Tutumlarının Aracı Rolü – 327
Hacer AYDINOVA, Prof. Dr. Fatma Gül CIRHINLIOĞLU

Çocukları İlkokulda Öğrenim Gören Ebeveynlerin Çocuk Kitaplarının Seçimine İlişkin Görüşleri – 440
Asst. Prof. Dr. Selma KORKMAZ, Exp. Tülay KAYA TEKMAN

Türk Kurtuluş Savaşı'nda İstihbarat Çarkı – 434 **Assoc. Prof. Dr. Serdar YURTSEVER**

İlk ve Acil Yardım Öğrencilerinin Babanın Anneye Yönelik Şiddetine Tanık Olma Durumları – 476
Assoc. Prof. Dr. Hatice BEKİR, Inst. Exp. İsmet ÇELEBI

Z Nesli Çocuğunu Tanımak – 397
Assoc. Prof. Dr. Hatice BEKİR, Exp. Sıdıka BAŞBUĞA, Alper Remzi AYDIN

Çocuklarda Temel Yaşam Desteği Eğitiminin Okul Öncesi Öğretmen Adaylarının Temel Yaşam Desteği Uygulama Beceri Düzeylerine Etkisi – 429 **Assoc. Prof. Dr. Hatice BEKİR, Inst. Exp. İsmet ÇELEBI**

Friday, 28 June 2019 / 14:30-16:00

Friday, 28 June 2019	14:30-16:00	Rauf DENKTAŞ (119)	Assoc. Prof. Dr. Veclal GÜNDÜZ

Yenilenebilir Enerji Kaynaklarının Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde SWOT Analizi ile Uygulanabilirliği – 408
Beyza SOYER, Assoc. Prof. Dr. Veclal GÜNDÜZ

Özel Gereksinimli Bireye Sahip Annelerin Otomatik Düşüncelerinin İncelenmesi – 335
Tubanur Çelik İSKİFOĞLU, Fatma ERKIVANÇ, Sacide ŞAHİN, Melih Burak ÖZDEMİR, Hasan Basri DEDE, Asst. Prof. Dr. Ayşe BENGİSOY

Manevi ve İnsani Değer Eğiliminin Bireylerin Duygu ve Davranış Düzeyleri İle İlişkisinin İncelenmesi – 331
Psk. Sevtap Çakmak ÖZDEM, Asst. Prof. Dr. Ayşe BENGİSOY

Üniversite Öğrencilerinin Girişimci Kişilik Özellikleri İle Girişimcilik Eğilimleri Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Ampirik Bir Çalışma – 389
Inst. Rojda HATİPOĞLU NUR, Res. Assist. Erkan NUR, Assoc. Prof. Dr. Baran ARSLAN

İş Yaşamında Yeni Neslin Ayak Sesleri: K Kuşağı – 390
Res. Assist. Erkan NUR, Assoc. Prof. Dr. Baran ARSLAN, Inst. Rojda HATİPOĞLU NUR

Sosyo-Kültürel Yapının Mimariye Yansıması; Lefke Örneği – 385
Asst. Prof. Dr. M. Selen Abbasoğlu ERMİYAGİL, Asst. Prof. Dr. Cemaliye Sunalp GÜRÇINAR

Friday, 28 June 2019	14:30-16:00	Cengiz Topel (118)	Prof. Dr. Orhan ÇOBAN

The Impact of Tourism Sector on Economic Growth: The Example of TRNC – 305
Prof. Dr. Orhan ÇOBAN, Lect. Ayşe ÇOBAN

Analysis of Change in Individual Welfare Indicators in TRNC – 306
Lect. Ayşe ÇOBAN, Prof. Dr. Orhan ÇOBAN

Turizm Sektörünün Ekonomik Büyümeye Etkisi: KKTC Örneği **- Prof. Dr. Orhan ÇOBAN, Lect. Ayşe ÇOBAN**

Örgütsel Meşruiyet Kaynakları Bağlamında Türkiye'deki UBER Uygulamasının Değerlendirilmesi – 444
Res. Assist. Dr. Abdullah YILMAZ

Örgüt Yapısı ve İç Girişimcilik İlişkisinin Teorik Olarak İncelenmesi – 445 **Res. Assist. Dr. Abdullah YILMAZ**

Örgütsel İletişimde Fısıltı Yönetimi: Teorik Bir İnceleme – 446 **Res. Assist. Dr. Abdullah YILMAZ**

Türkiye'de Girişimcilik Tarihi: Genel Bir Değerlendirme – 378 **Inst. Dr. Necdet SEZAL**

The Effect of Emotional Intelligence on Organizational Commitment: An Application on Hospital Employees – 340 **Dr. Rabia YILMAZ**

Türkiye'nin Finansal Liberalizasyon Süreci ve Borçlanma İle Arasındaki İlişki - 379
Inst. Dr. Necdet SEZAL, Prof. Dr. Mahmut YARDIMCIOĞLU

Friday, 28 June 2019	14:30-16:00	Gazimagusa (113)	Prof. Dr. Adnan ÇELİK

The Roles That Large-Scale Enterprises should Take in National Development: SWOT Analysis of The Turkish Republic of Northern Cyprus – 308 **Prof. Dr. Adnan ÇELİK**

İşyeri İzleme Faaliyetleri, Örgütsel Stres ve Örgütsel Güven İlişkisi – 318
Assoc. Prof. Dr. Ali ERBAŞI, Prof. Dr. Adnan ÇELİK, Leyla ERAT

Yetenek Yönetimi Uygulamaları Algısının Duygusal Emek Üzerindeki Etkisi – 319
Assoc. Prof. Dr. Ali ERBAŞI, Prof. Dr. Adnan ÇELİK, Merve KAYA

Duygusal Emeğin İş Doyumu Üzerindeki Etkisi: Konya Otel İşletmeleri Çalışanları Üzerinde Bir Uygulama – 337
Dr. Rabia YILMAZ

Konaklama İşletmelerinde Etik İklim Algılarının Örgütsel Özdeşleşme Üzerindeki Etkisi: Konya İli Örneği – 338
Dr. Rabia YILMAZ

Friday, 28 June 2019 / 14:30-16:00

Friday, 28 June 2019	14:30-16:00	Rauf Denktaş (112)	Prof. Dr. Himmet KARADAL

Örgütsel Etiğin Kurumsal İtibara Etkisi Üzerine Bir Literatür Çalışması – 404
Prof. Dr. Himmet KARADAL, Inst. Abdullah DEMİR

Girişimcilik Kültürünün Gelişimine Yerel Yönetimlerin Katkısı: Türkiye'deki Büyükşehir Belediyelerinin Etkinliklerinin Veri Zarflama Analiziyle Değerlendirilmesi – 347
Prof. Dr. Ahmet ERGÜLEN, Inst. Zeynep ÜNAL, İbrahim HARMANKAYA

Türkiye'deki Sağlık Kuruluşlarının İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflamasına Göre Veri Zarflama Analizi ile Etkinlik Analizi – 442 **Prof. Dr. Ahmet ERGÜLEN, İbrahim HARMANKAYA, Inst. Zeynep ÜNAL**

Türkiye'deki Orta Öğretim Kurulumlarının Performanslarının Veri Zarflama Analizi ile Değerlendirilmesi – 443
Prof. Dr. Ahmet ERGÜLEN, İbrahim HARMANKAYA, Inst. Zeynep ÜNAL

Sivil Toplum Kuruluşlarının Bölgesel Kalkınmadaki Rolünün Değerlendirilmesi – 457
Asst. Prof. Dr. Suna Muğan ERTUĞRAL, Prof. Dr. Mehtap ÖZDEĞER, Merve DÖLEK

İş Doyumu Faktörlerinden Ücret-Terfi-Yönetici Ve İşin Kendisinin İşgörenlerin İşten Ayrılma Eğilimi Üzerine Etkisi: Bişkek Konaklama İşletmeleri Üzerine Bir Alan Araştırması – 322 **Dr. Mehmet ULUTAŞ**

Önlisans Öğrencilerinin Kendi İşini Kurma Niyetini Etkileyen Faktörleri Belirlemeye Yönelik Bir Çalışma – 361
Asst. Prof. Dr. Sibel AYDEMİR, Assoc. Prof. Dr. Oya KORKMAZ

Girişimcilik Yöneliminde Güncel Yaklaşımlar – 432 **Assoc. Prof. Dr. İbrahim YALÇIN**

Friday, 28 June 2019	14:30-16:00	Cengiz Topel (111)	Dr. Ahmet Tuncay ERDEM

Ağızdan Ağıza İletişimin Tüketici Temelli Marka Değerine Etkisi: Elektronik Ürünler Pazarında Z Nesli Üzerine Bir Araştırma – 422 **Asst. Prof. Dr. İsmail ELAGÖZ, Asst. Prof. Dr. Polat YÜCEKAYA**

Piyasaların ve İş Dünyasının Gelişmişlik Düzeyi İle Ulusal Yükseköğretim Başarısının, Ulusal Rekabet Gücü Başarısı Üzerindeki Etkisi: Seçilmiş OECD Ülkelerinde Panel Veri Analizi – 423
Dr. Karahan KARA, Asst. Prof. Dr. Polat YÜCEKAYA

Finansal Performansın Vikor Yöntemi ile Değerlendirilmesi: BIST Holding ve Yatırım Endeksinde Yer Alan Şirketler Üzerine Bir Uygulama – 464 **Assoc. Prof. Dr. Ali BAYRAKDAROĞLU, Inst. Nihan CABA**

Hisse Senedi Seçiminde Etkili Olan Faktörlerin Topsis Yöntemi ile İncelenmesi: BIST 50 Örneği – 465
Assoc. Prof. Dr. Ali BAYRAKDAROĞLU, Inst. Nihan CABA

Beş Faktör Kişilik Modeli Girişimcilik Niyetini Etkiler mi? – 425
Prof. Dr. Himmet KARADAL, Dr. Ahmet Tuncay ERDEM

Bilgi Paylaşımı Üzerine Yapılan Çalışmaların İçerik Analizi Yöntemi ile İncelenmesi – 426
Asst. Prof. Dr. M. Halit YILDIRIM, Yalçın GÜMÜŞSOY

Sağlık Meslek Mensuplarının Meslekleriyle İlgili Yasal Sorumlulukları ve Yükümlülükleri – 399
Asst. Prof. Dr. Gülay TAMER

Yöneticilerin Liderlik Özellikleri ve Kontrol Odaklarının Karar Verme Stilleri Üzerindeki Stratejik Etkileri: İstanbul İlinde Bir Uygulama – 400 **Asst. Prof. Dr. Gülay TAMER**

Saturday, 29 June 2019 / 11:30-12:30

Saturday, 29 June 2019	11:30-12:30	Conference Hall	Prof. Dr. Deniz Elber BÖRÜ Assoc Prof. Dr. Selma KALYONCUOĞLU

Çalışanların Öz Yeterlilik Algılarının İç Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkisinde Başarı İhtiyacının Düzenleyici Rolü: X ve Y Kuşakları Arası Karşılaştırma – 424
Res. Assist. Taha Yusuf ÇAKAREL, Prof. Dr. Deniz ELBER BÖRÜ, Prof. Dr. Mahmut PAKSOY

Is Virtual Management Possible? A Research in D-Smart Company – 438
Asst. Prof. Dr. Meriç Esat BEBİTOĞLU

Sanal Dünyada Sadakatin Oluşumunda Psikolojik Sahiplenme Teorisi: WhatsApp Örneği – 467
Assoc Prof. Dr. Selma KALYONCUOĞLU, Res. Assist. Emine ŞENBABAOĞLU DANACI

Tele Çalışma ve Ortaya Çıkan Sorunların Çalışanlar Üzerindeki Etkisi – 403 **Tuğba İNCENACAR**

Çalışanların Eğitim ve Kariyer Yönetimi Algılarının Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkisi – 407
Ertaç GÜLAKDENİZ, Dr. Ayşen BERBEROĞLU

Saturday, 29 June 2019	**11:30-12:30**	**Lefkosa** (125)	**Prof. Dr. Okan Veli ŞAFAKLI**

Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde (KKTC) Öncü Sektörlerin Ödemeler Dengesi Üzerindeki Etkisi – 324
Prof. Dr. Okan Veli ŞAFAKLI

Makroekonomik Göstergelerin Merkez Bankası Karlılığına Etkisi: Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti (KKTC) ve Güney Kıbrıs Rum Yönetimi (GKRY) Merkez Bankası Karşılaştırması Üzerine Bir Çalışma – 388
Kenan ŞAHIN, Prof. Dr. Okan Veli ŞAFAKLI

Dava Şartı Arabuluculuk Düzenlemesinin Fikri Mülkiyet Hukukundan Doğan Uyuşmazlıklara Etkisi – 370
Asst. Prof. Dr. Onur SARI

Faaliyet Tabanlı Maliyetleme ve Kaynak Tüketim Muhasebesi Yöntemleri Arasındaki Farklar ve Bir Teorik Uygulama – 358 **Inst. Ömer Burak PAKSOY, Inst. Dr. Necdet SEZAL**

Saturday, 29 June 2019	**11:30-12:30**	**Girne** (123)	**Prof. Dr. Hakan AYDIN** **Asst. Prof. Dr. Rahşan Fatma AKGÜL**

Bir Eğitim Aracı Olarak Kısa Filmler: HD-LIFE Kısa Filmlerinin Pedagojik ve Kuramsal Tasarımı – 321
Asst. Prof. Dr. Fikret YAZICI, Prof. Dr. Hakan AYDIN

Afiş Tasarımında Beyaz Alanlar – 336 **Asst. Prof. Dr. Rahşan Fatma AKGÜL**

Yeni Medya, İletişim, Bilinç ve Davranış Etkileri Oluşturma – 316 **Inst. Türkan AYDOĞAN**

Doğrudan Yabancı Yatırımların İstihdama Etkisi: Gelişmiş Ve Gelişmekte Olan Ülkeler Karşılaştırması – 473
Asst. Prof. Dr. Mehmet ALTUNTAŞ, Res. Assist. Barış Erkan YAZICI

Küresel Lojistik Performans Endeksi Ve İhracat Rakamları İlişkisi: 2008-2018 Türkiye Örneği – 474
Asst. Prof. Dr. Hazar DÖRDÜNCÜ, Inst. Ramazan KAYHAN

Saturday, 29 June 2019	**11:30-12:30**	**Rauf DENKTAŞ** (119)	**Prof. Dr. Serpil AĞCAKAYA**

Sağlık Hizmetlerinde Dönüşüm: Türkiye Örneği – 466 **Prof. Dr. Serpil AĞCAKAYA**

Leblebi Sektöründe Kayıtdışı İstihdam: Denizli İlinde Nitel Bir Araştırma – 363
Inst. Fatma Özge Özgen ÖNEY, Çağatay ÖNEY

Demografik Değişkenler İle Girişimcilik Eğilimleri Arasındaki İlişki: Kale Meslek Yüksekokulu Örneği – 364
Inst. Fatma Özge Özgen ÖNEY, Inst. Dilek ŞENEL

Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Girişimcilik Eğiliminin Belirlenmesi: Pamukkale Üniversitesi Acıpayam Meslek Yüksekokulu Örneği – 365 **Inst. Fatma Özge Özgen ÖNEY, Inst. Dilek ŞENEL**

Saturday, 29 June 2019 / 11:30-12:30

Saturday, 29 June 2019	11:30-12:30	Cengiz Topel (118)	Prof. Dr. Nevin DENİZ Assoc. Prof. Dr. Recep Baki DENİZ

Türkiye'de Sosyal Medya Kullanımı ve Etkileyici Pazarlama (İnfluencer Marketing) Üzerine Bir Analiz – 431
Assoc. Prof. Dr. Recep Baki DENİZ

An Analysis Of The Relationship Between R&D Expenditures and Employment: A Case for United States, Germany and Turkey – 374 **Gülcan GÜZEL, Sedef ÇEVİKALP**

Ekonomik Güven Endeksi İle İktisadi Hoşnutsuzluk Endeksi Arasındaki İlişki: Türkiye Örneği – 375
Gülcan GÜZEL, Asst. Prof. Dr. Emrah DOĞAN

The Determinants of Bank Liquidity Risk: Empirical Evidence From Turkish Banks – 380
Asst. Prof. Dr. Emrah DOĞAN, Asst. Prof. Dr. Onur ÖZDEMİR

Saturday, 29 June 2019	11:30-12:30	Gazimagusa (113)	Prof. Dr. Mazlum ÇELİK

Girişimcilerin Başarısızlık Nedenleri – 301 **Prof. Dr. Mazlum ÇELİK, Sedat YAKUPOĞLU**

Önlisans Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Belirlenmesinde Psikolojik Sermayenin Rolü – 372
Inst. Burcu BATGA, Inst. Sümeyra CEYHAN, Exp. Sercan YILTAY

Duygusal Zeka ile Girişimcilik Eğilimi Arasında Öz Yeterliliğin Aracılık Rolü: Çukurova Üniversitesinde Bir Alan Araştırması – 373 **Inst. Sümeyra CEYHAN, Exp. Sercan YILTAY, Inst. Burcu BATGA**

The effect of motivational factors on entrepreneurship: Does uncertainty avoidance cultural value at the country level make a difference? – 354 **Prof. Dr. Cem TANOVA, İzzet ATALAY**

Saturday, 29 June 2019 / 13:30-14:45

Saturday, 29 June 2019	13:30-14:45	Conference Hall	Prof. Dr. Çiğdem KIREL Asst. Prof. Dr. Gamze Ebru ÇİFTÇİ

Örgütlerde Kadına Yönelik Cinsel Tacizi Açıklayan Kuramsal Modeller ve Önleme Yöntemleri – 405
Prof. Dr. A. Çiğdem KIREL

Sağlık Kurumlarında İletişim: Hasta-Sağlık Personeli İletişimi Üzerine Bir İnceleme – 357
Asst. Prof. Dr. Serdal IŞIKTAŞ, Dilan ÇİÇEKLİ

Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri İle Kuruluş Yeri Kararı: Atatürk Üniversitesi Girişimcilik Ofisi Örneği – 381
Assoc. Prof. Dr. Ersin KARAMAN, Esra ÖZMEN

Boreout Sendromunun Sosyal Kaytarma Üzerindeki Etkisine Yönelik Bir Alan Araştırması – 353
Asst. Prof. Dr. Gamze Ebru ÇİFTÇİ, Asst. Prof. Dr. Alper GÜRER

Kamu Sağlık Sektöründe Örgütsel Vatandaşlık Üzerine Çıkarımlar: Görgül Bir Çalışma – 356
Asst. Prof. Dr. Murat AK

Saturday, 29 June 2019	13:30-14:45	Lefkosa (125)	Prof. Dr. Emine KOLAÇ Assoc. Prof. Dr. Gülsemin HAZER

Geçmişten Günümüze Milli Kültür Şuraları – 455
Prof. Dr. Emine KOLAÇ, Meryem KEKEÇ, Samet KANTEKİN

Karnavalesk Bir Roman Olarak Mevlüt Süleymanlı'nın *Göç* Romanı – 382 **Assoc. Prof. Dr. Gülsemin HAZER**

Çocuk Edebiyatında Kitap Seçimi Ölçütleri (KKTC' de) – 367
Assoc. Prof. Dr. Şevket ÖZNUR, Asst. Prof. Dr. Ejdan SADRAZAM

Çocukluk Döneminde Cinsel İstismar – 401 **Barış TUNCER**

Anaokullar İçin Oyun ve Yaratıcılığın Modern Eğitim, Öğretim ve Yönetim Metodolojileri ile Zenginleştirilmesi – 436 **Arzu DOLMAZ**

Saturday, 29 June 2019 / 13:30-14:45

Saturday, 29 June 2019	13:30-14:45	Girne (123)	Prof. Dr. Seçkin GÖNEN

Borçlanma Maliyetlerinin TFRS ve BOBİ FRS Açısından Karşılaştırılmasına İlişkin Uygulama Örnekleri – 462
Prof. Dr. Seçkin GÖNEN, Asst. Prof. Dr. Emin YÜREKLİ

Mutluluk Ekonomisi: Türkiye Açısından Bir Değerlendirme – 341 **Asst. Prof. Dr. Süheyla ERİKLİ**

Türkiye'de Genç İşsizliği ile Mücadelede Alternatif Bir Çözüm: Sosyal Girişimcilik – 342
Asst. Prof. Dr. Volkan IŞIK

Relationship Between University Image and Student Loyalty: A Study on Perceptions of Students – 398
Dr. Ayşen BERBEROĞLU

Otomobil Sektöründe Marka İmajı ve Müşteri memnuniyetinin Tutumsal Bağlılık ve Marka Sadakati Üzerindeki Etkisi: KKTC Örneği – 341 **Murat TORUN, Dr. Ayşen BERBEROĞLU**

Saturday, 29 June 2019	13:30-14:45	Rauf DENKTAŞ (119)	Prof. Dr. Muharrem TUNA

Türk Mutfağının Uluslararasılaşma Sorunlarına İlişkin Nitel Bir Araştırma – 470
Res. Assist. Başak ÖZYURT, Havva ÇIVGIN, Prof. Dr. Muharrem TUNA

Kentsel Sit Alanlarındaki Yenileme Çalışmalarının Turizm Açısından Değerlendirilmesi – 459
Res. Assist. Sezgi GEDİK

İnnovatif Yaklaşımın Kanvas İş Modelinde Değerlendirilmesi: Örnek Bir Uygulama – 449
Inst. Dr. Ayşen AKBAŞ TUNA

Artırılmış Gerçeklik Teknolojisinin Ambalaj Tasarımı ve Pazarlamasında Kullanımı – 362
Inst. Ayşe İRİ, Asst. Prof. Dr. Emel BİROL

Görsel İletişim Yolu Olan Arttırılmış Gerçeklik Uygulamalarında Görsel Unsurların Kullanımı: Çocuk Kitapları Örneği – 386 **Asst. Prof. Dr. Emel BİROL, Inst. Ayşe İRİ**

Saturday, 29 June 2019	13:30-14:45	Cengiz Topel (118)	Prof. Dr. Harun ŞEŞEN Asst. Prof. Dr. Gülbeniz AKDUMAN
Meslek Seçimini Etkileyen Değişkenlerin Analizi: Sivil Havacılık Kabin Hizmetleri Bölümünde Bir Alan Araştırması – 333 **Asst. Prof. Dr. Gülbeniz AKDUMAN, Asst. Prof. Dr. Zeynep HATİPOĞLU, Inst. Dr. Gülnaz KARAHAN** İşten Çıkış Mülakatlarının Örgüt Çalışanlarını Geri Kazandırmaya Etkisi: KKTC Yerel Bankaları Üzerine Bir Araştırma – 339 **Olgun TOPALCIK, Assoc. Prof. Dr. Veclal GÜNDÜZ** The Role of Gender on Nomophobia and Smartphone User: The Case of Northern Cyprus – 417 **Nasim NIKSIAR, Asst. Prof. Dr. Özlem ALTUN, Res. Asst. Mehmet Necati CIZRELIOĞULLARI** Better Performance with Mental Training – 376 **Assoc. Prof. Dr. Rıdvan EKMEKCI, Asst. Prof. Dr. Bülent Okan MICOOGULLARI** Problem Solving Skills of Football Referees – 377 **Assoc. Prof. Dr. Rıdvan EKMEKCI, Hamza Kaya BEŞLER**			
Saturday, 29 June 2019	**13:30-14:45**	**Gazimagusa** (113)	**Prof. Dr. Mustafa SAĞSAN** **Assoc. Prof. Dr. Bülent KARA**
Kültür Endüstrisi Ürünü Olarak Harry Potter – 428 **Prof. Dr. Sezer AKARCALI** Bedenin Metalaşma Süreci ve Reklam Yoluyla İmaj Yaratımı – 430 **Assoc. Prof. Dr. Bülent KARA, Aliye KAÇMAZ** İşsiz Bireylerin Demografik Özellikleri ve İş Arama Tercihleri Üzerine Bir Araştırma – 410 **Inst. Dilek ŞENEL** Meslek Yüksekokulunda Eğitim Gören Kadın Öğrencilerin Girişimcilik Düzeylerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma – 411 **Inst. Dilek ŞENEL, Inst. Fatma Özge Özgen ÖNEY** Kayıt Dışı İstihdam: Türkiye'de Genç İstihdamı Üzerine Bir Araştırma – 412 **Inst. Dilek ŞENEL**			

Saturday, 29 June 2019 / 13:30-14:45

Saturday, 29 June 2019	13:30-14:45	(112)	Prof. Dr. Asım SALDAMLI
Ethical and Innovative Practices in the Child Food Industry of Bangladesh: A Qualitative View – 454 **Rahaman HASAN, Dr. Dababrata CHOWDHURY** Empirical Study of the Branding Strategy in Influencing Brand Equity Amongst Youth: The Case of Pakistan Luxury Apparel Industry – 416 **Junaid KHAN** Role of Technological Innovation on SME's, A casse study of dairy sector in Pakistan – 451 **Sikandar Feroz KHALID** Entrepreneurship and Social Media in the Creative Industries: A Socio-Technical Perspective of Entrepreneurial Discovery of Value Opportunity and Exploitation – 469 **Al Otaiba, Maysson**			

Saturday, 29 June 2019	13:30-14:45	(111)	Prof. Dr. Sezer AKARCALI

Sosyal Medya Kullaniminda Ahlaki Boyut – 452 **Inst. Dr. Nebiye KONUK**

Üniversite Öğrencilerinin Eleştirel Düşünme Becerilerinin İncelenmesi: KKTC Örneği – 325
Asst. Prof. Dr. Emre ÇETİN, Inst. Selime GÜNTAŞ

Mobil Bankacılıkta Algılanan Deneyimsel Değer Boyutlarının Demografik Özelliklere Göre Farklılaşması: Nevşehir Örneği – 330 **Dr. Mustafa DEMİRHAN**

Türkiye'deki Girişimcilik Faaliyetlerinin Analizi: Küresel Girişimcilik Endeksi Üzerine Bir İnceleme – 387
Asst. Prof. Dr. Özlem YAŞAR UĞURLU, Assoc. Prof. Dr. Duygu KIZILDAĞ

Girişimcilik Niyeti Üzerine Yapılan Çalışmaların İçerik Analizi Yöntemi ile İncelenmesi – 427
Prof. Dr. Himmet KARADAL, Dr. Ahmet Tuncay ERDEM

Saturday, 29 June 2019 /15:00-16:15

Saturday, 29 June 2019	15:00-16:15	Conference Hall	Assoc.Prof. Dr. Erdoğan EKİZ

Better Business Education towards Development of Entrepreneurship– 468
Assoc. Prof. Aril CANSEL, Assoc. Prof. Dr. Erdogan EKIZ

Reassessing Augmented Role of Urban Diplomacy in International Politics – 309
Asst. Prof. Dr. Gökhan AK, Asst. Prof. Dr. Pınar AKARÇAY

Fashion Marketing, Trust and Customer Loyalty to the Company's Brand: A Case of Study North Cyprus – 355
Hanna-Anastasıa MELNYCHUK

Debt and Equity Policy in Capital Structure Theories: Modigliani-Miller Theory, Trade-Off Theory, Pecking Order Theory and Agency Theory – 369 **Hasan OZYAPICI, Omar TARZIBASHI**

Saturday, 29 June 2019	15:00-16:15	Lefkosa (125)	Prof. Dr. Tahir AKGEMCİ

Tüketicilerin Kişilik Özellikleri İle Finansal İyilik Hali Ve Risk Alma Tutumu Arasındaki İlişki – 414
Mesut DOĞAN, Inst. Dr. A. Selçuk KÖYLÜOĞLU, Asst. Prof. Dr. Abdurrahman GÜMRAH

İşkolikliğin İş-Aile Çatışması Üzerindeki Etkisi: Avukatlar Üzerine Bir Araştırma – 311
Prof. Dr. Tahir AKGEMCİ, İsmail KURT, Res. Assist. Serap KALFAOĞLU

Hijyen Faktörlerin Çalışan Performansına Etkisi: Çağrı Merkezi Örneği – 366
Prof. Dr. Tahir AKGEMCİ, Inst. Gökhan BİLİCİ, Nuray BİLİCİ

Bankacılık Ve Sigortacılık Ön Lisans Programında Öğrenim Gören Öğrencilerin Zorunlu Staj Eğitimleri İle Mesleki Bağlılıkları Arasında İlişki: Bir Odak Grup Çalışması – 352 **Inst. Gökhan BİLİCİ, Nuray BİLİCİ**

Örgütsel Sosyalleşmenin Örgütsel Bağlılık Ve İş Tatminine Etkisi Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu Örneği – 415 **Inst. Fatih İbrahim KURŞUNMADEN**

Saturday, 29 June 2019 /15:00-16:15

Saturday, 29 June 2019	15:00-16:15	Girne (123)	Prof. Dr. Muammer ZERENLER

Kuşak Farklılıklarına Göre İş Yaşam Dengesi Algısının Araştırılması: Kahramanmaraş'ta Çalışan Avukatlar Örneği – 310 **Prof. Dr. Tahir AKGEMCİ, İlkay Can BAĞCI, Res. Assist. Serap KALFAOĞLU**

Bilimsel Çalışmalarda Akademisyenler Tarafından Kullanılan Bilgi Erişim Sistemleri – 302 **Inst. Okan KOÇ**
Küresel Dijital Çağda Emek – 303 **Inst. Okan KOÇ**

Butik Burgercilerde Müzik Unsuru: Kadıköy'de (İstanbul) Etnografik Gastromüzikoloji Çalışması – 323 **Prof. Dr. Seyit YÖRE, Res. Assist. İrem ERDOĞAN TÜREN**

Investigation of the Relationship Between Organizational Cynicism and Organizational Commitment – 473 **Kerim KARADAL, Prof. Dr. Zeyyat SABUNCUOĞLU, Ahmet Cengiz UÇAR**

Saturday, 29 June 2019	15:00-16:15	Rauf DENKTAŞ (119)	Assoc.Prof. Dr. İsmail AKBAL

Deniz Baykal Dönemi CHP ve Türk Sosyal Demokrasisinin Evrimi – 472 **Assoc.Prof. Dr. İsmail AKBAL, Ezgi Gizem YOLLU**

Tahincioğlu Basketbol Süper Ligi İsim Sponsorluğunun Taraftar Bakış Açısı ile Değerlendirilmesi: Pilot Uygulama – 368 **Özlem IŞIK İNAN, Asst. Prof. Dr. Y. Aytül DAĞLI EKMEKÇİ**

Gönüllülük Faaliyetine Katılan Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Düzeyleri ve Girişimcilik Faktörleri Arasındaki İlişki – 391 **Asst. Prof. Dr. Y. Aytül DAĞLI EKMEKÇİ, Özlem IŞIK İNAN**

Piyasa Değeri/Defter Değeri Oranı ve TOBİN'S Q Oranı Yöntemleri ile Lokanta ve Otel İşletmelerinde Entelektüel Sermayelerin Karşılaştırılması – 394 **Asst. Prof. Dr. Umut Tolga GÜMÜŞ, Erkan ÇIBIK, Aygül ÖZTÜRK**

BİST' de İşlem Gören Lokanta ve Otel İşletmelerinin Finansal Performans İncelemeleri: ÇKKV Araştırması – 393 **Asst. Prof. Dr. Umut Tolga GÜMÜŞ, Erkan ÇIBIK, Res. Assist. Hatice CAN ÖZİÇ**

BIST-100 Ve BIST-Tüm Endekslerinde Güç Oranı Yöntemiyle Ocak Ayı Anomalisinin Test Edilmesi – 435 **Asst. Prof. Dr. Umut Tolga GÜMÜŞ, Res. Assist. Hatice CAN ÖZİÇ, Erkan ÇIBIK**

Marksizm ve Olumlu Sivil Toplum Anlayışı - **Assoc. Prof. Dr. İsmail AKBAL**

Saturday, 29 June 2019	15:00-16:15	Cengiz Topel (118)	Prof. Dr. Asım SALDAMLI Bekir KARADUMAN

Liderlik Yaklaşımının Çalışan Motivasyonuna Etkisi: Kamu Çalışanları Üzerine Bir Araştırma – 463 **Prof. Dr. Asım SALDAMLI, H. Çağla ADALAN**

Üniversiteli Gençler Açısından Girişimcilik Eğitimlerinin Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi – 348 **Nisa Nur MUSLUHITTINOGLU, Dr. Zafer ADIGUZEL**

Sosyal Çevre ve Ekonomik Ortamın Girişimcilik Açısından Üniversite Öğrencileri Üzerindeki Etkilerinin Araştırılması – 349 **Nisa Nur MUSLUHITTINOGLU, Dr. Zafer ADIGUZEL**

Psikolojik Güçlendirmeyle Birlikte Örgütsel Bağlılık ve Stressin İş Yoğunluğu Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi – 350 **İrem KÜÇÜKOĞLU, Dr. Zafer ADIGUZEL**

Saturday, 29 June 2019	15:00-16:15	Gazimagusa (113)	Dr. Dababrata CHOWDHURY

Supply Chain Risk Management in the Energy Sector: The Case of East Med Gas – 345 **Kemal HAŞİM**

Country Variables and Individual Perceptions of Climate Change – 402
Asst. Prof. Dr. Defne GÜNAY, Asst. Prof. Dr. Gizem ARIKAN

Öğrenmeye Açıklık: Öğretmenler Üzerine Bir Araştırma – 439 **M. Kürşat TÜRKER**

Evaluating the Structure of Brand Equity with Confirmatory Factor Analysis – 409
Asst. Prof. Dr. Selim TÜZÜNTÜRK

Çin Kültüründeki Tao Anlayışının Eski Çağlarda Türk Yönetim Sistemindeki Karşılığı Meselesi Üzerine Bir İnceleme – 456 **Inst. Ayten AKCAN**

Akıllı ve Veriye Dayalı Tedarik Zincirleri – 343 **Asst. Prof. Dr. İbrahim AKBEN, Mehmet ÖS**

Saturday, 29 June 2019 /15:00-16:15

Saturday, 29 June 2019	15:00-16:15	(112)	Prof.Dr. Mustafa SAĞSAN

The Advancement and Improvement of Sharing Corporate Social Responsibility (CSR) in the Garment Industry of Bangladesh – 420 **Mohammad ALI**

An Explorative Analysis of Knowledge Management and Organisational Performance: the case of Logistics Sector – 421 **Krishnaveni NAIDOO, Dr. Dababrata CHOWDHURY**

An Investigation into the Management of Change in Private Sector Health Care Organization in Bangladesh: A Mixed Methods Inquiry Based on the Implementation of New Framework to Support Health Care Organization – 433 **Ali AHMAD, Dr. Dababrata CHOWDHURY**

Effective Digital Marketing Strategies to Improve Competitive Advantage and Lead Generation of Education Consultancies in Nepal. A Mixed Method Study – 437 **Mr. Deepak Bahadur KHADKA**

Saturday, 29 June 2019	15:00-16:15	(111)	Dr. A. Mohammed ABUBAKAR

Cultural Entrepreneurship in Creative Industries – 460 **Dr. Çiğdem KAYA, Nelson PHILLIPS**

Algılanan Örgütsel Adaletin Olumlu Sosyal Davranışlar Üzerindeki Etkisi: Otel İşletmelerinde Bir Araştırma – 447
Prof. Dr. Şule AYDIN, Assoc. Prof. Dr. Duygu EREN, Inst. Kayhan KARAKAYA

Demographic Characteristics and Emotional Exhaustion – 475
Inst. Kayhan KARAKAYA, Assoc. Prof. Dr. Metin KAPLAN

Bilgi ve İletişim Teknolojileri İhracat Düzeyi ve Kişi Başına Milli Geliri İlişkisi Üzerine Panel Eşbütünleşme Analizi – 344 Dr. **Ebru Gül YILMAZ**

Örgütsel Etkililiğin ve Katılımcı Liderliğin Yabancılaşma ve İş Doyumuna Etkilerinin İncelenmesi – 351
İrem KÜÇÜKOĞLU, Dr. Zafer ADIGUZEL

Saturday, 29 June 2019

WORKSHOP: Innovative Research Method

16:15-17:30	**Conference Hall**	Moderator: **Prof. Dr. Asım SALDAMLI**

Keynote Speakers

Prof. Dr. Mustafa SAĞSAN

Prof. Dr. Okan Veli ŞAFAKLI

Assoc. Prof. Dr. Dababrata CHUWDHURY

Dr. Mohammed ABUBAKAR: Multi-group moderation analysis with AMOS

17:30-18:00	**Congress Closing Session** (Conference Hall)
20:00-22:00	**Gala** (The Olive Tree)

Sunday, 30 June 2019

11:00-16:00	**Gazimağusa Sideseeing Trip**

ADVISORY BOARD

Prof. Dr. Ahmet Cevat ACAR, President of TÜBA

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

Prof. Dr. Esra HATİPOĞLU, Rector, Nişantaşı University

Prof. Dr. Ünal AY, Rector, Çağ University

Prof. Dr. Abdurrahman EREN, Rector, Haliç University

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

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

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

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

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

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

Prof. Dr. Osman KARATEPE, Eastern Mediterranean University TRNC

Prof. Dr. Hüseyin ARASLI, Eastern Mediterranean University TRNC

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

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

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

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

Prof. Dr. Cemile ÇELİK, Mersin University

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

Prof. Dr. Himmet KARADAL, Aksaray University TURKEY

ORGANISING COMMITTEE

Honorary Presidents of the Congress

Prof. Dr. Mustafa TÜMER**, Rector of Kıbrıs Sosyal Bilimler University**
Prof. Dr. Esra HATİPOĞLU**, Rector of Nişantaşı University**
Prof. Dr. Ünal AY, **Rector of Çağ University**
Prof. Dr. Abdurrahman EREN**, Rector of Haliç University**
Prof. Dr. Mehmet BARCA**, Rector of Ankara Social Sciences University**
Prof. Dr. Murat TÜRK**, Rector of Osmaniye Korkut Ata University**
Prof. Dr. Mazhar BAĞLI, **Rector of Nevşehir Hacı Bektaş Veli University**
Prof. Dr. Hasan Ali KARASAR, **Rector of Kapadokya University**
Dr. Akhmetov Berik Bakhytzhanovich**, Rector of Yessenov University, Kazakhstan**

Presidents of the EMI Congress

Prof. Dr. **Himmet KARADAL**
Prof. Dr. **Mustafa TÜMER**
Prof. Dr. **Asım SALDAMLI**

Coordinators

Asst. Prof. Dr. **A. Mohammed ABUBAKAR**
Dr. **Ahmet Tuncay ERDEM**
Asst. Prof. Dr. **Özlem ALTUN**
Inst. **Nihan CABA**
Neslihan DUMAN
Ali YÜCE
Inst. **Ethem MERDAN**
Dr. **Fahri ÖZSUNGUR**
Dr. **Yasemin GÜLBAHAR**
M. Kürşat TÜRKER

ORGANIZING COMMITTEE OF "Mixed Exhibition"

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

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

Menekşe Şahin KARADAL Painting Exhibition

Fatma KÜÇÜK Photograph Exhibitin

EXHIBITION EVALUATION COMMITTEE

Prof. Dr. Alaybey KAROĞLU, Gazi University

Prof. Dr. Canan DELİDUMAN, Karatay University

Prof. Dr. Fatih BAŞBUĞ, Akdeniz University

Prof. Dr. Hüseyin ELMAS, Selcuk University

Prof. Dr. Meliha YILMAZ, Gazi University

Prof. Dr. Lale ALTINKURT, Mugla Sıtkı Kocaman University

Prof. Dr. Latigina NATALYA, Shevçenko Devlet University

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

Prof. Dr. Lile TANDİLAVA, Shota Rustavelli University

Prof. Dr. Nadejda HAN, Karaganda Devlet University

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

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

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

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

Assoc. Prof. Dr. Arzu UYSAL, Mersin University

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

Assoc. Prof. Dr. Emrah UYSAL, Mersin University

Assoc. Prof. Dr. Elif ŞENEL, Gaziantep University

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

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

Assoc. Prof. Dr. Mutluhan TAŞ, Selcuk University

Assoc. Prof. Dr. Oğuz YURTTADUR, Selcuk University

Assoc. Prof. Dr. Uğur ATAN, Selcuk University

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

Asst. Prof. Dr. Arda OSKAY, Kocaeli University

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

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

SCIENTIFIC COMMITTEE

TURKEY

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

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

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

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

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

PEER REVIEW COMMUTTEE

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

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

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

CONTENTS

	Page
Presentation	2
Thanks To	3
Institutions of the Authors	4
Congress Program	5
Advisory Board	20
Organising Committee	21
Scientific Committee	24
Peer Review Commuttee	28
Name of Paper Author(s)	
İşyeri İzleme Faaliyetleri, Örgütsel Stres ve Örgütsel Güven İlişkisi **Assoc. Prof. Dr. Ali ERBAŞI, Prof. Dr. Adnan ÇELİK, Leyla ERAT**	34
Yetenek Yönetimi Uygulamaları Algısının Duygusal Emek Üzerindeki Etkisi **Assoc. Prof. Dr. Ali ERBAŞI, Prof. Dr. Adnan ÇELİK, Merve KAYA**	49
Boreout Sendromunun Sosyal Kaytarma Üzerindeki Etkisine Yönelik Bir Alan Araştırması **Asst. Prof. Dr.Gamze Ebru ÇİFTÇİ, Asst. Prof. Dr. Alper GÜRER**	59
Anaokullar İçin Oyun ve Yaratıcılığın Modern Eğitim, Öğretim ve Yönetim Metodolojileri ile Zenginleştirilmesi **Arzu DOLMAZ**	75
İnnovatif Yaklaşımın Kanvas İş Modelinde Değerlendirilmesi: Örnek Bir Uygulama **Inst. Dr. Ayşen AKBAŞ TUNA**	82
Türk Mutfağının Uluslararasılaştırma Sorunlarına İlişkin Nitel Bir Araştırma **Prof. Dr. Muharrem TUNA, Res. Asst. Başak ÖZYURT, Havva ÇIVGIN**	96
Cultural Entrepreneurship in Creative Industries - **Dr. Cigdem KAYA, Prof. Dr. Nelson PHILLIPS**	107
Meslek Yüksekokulunda Eğitim Gören Kadın Öğrencilerin Girişimcilik Düzeylerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma - **Inst. Dilek ŞENEL, Inst. Fatma Özge Özgen ÖNEY**	115
İşsiz Bireylerin Demografik Özellikleri ve İş Arama Tercihleri Üzerine Bir Araştırma - **Inst. Dilek ŞENEL**	129
Kayıt Dışı İstihdam: Türkiye'de Genç İstihdam Üzerine Bir Araştırma - **Inst. Dilek ŞENEL**	138
Türkiye'deki Girişimcilik Faaliyetlerinin Analizi: Küresel Girişimcilik Endeksi Üzerine Bir İnceleme **Asst. Prof. Dr.Özlem YAŞAR UĞURLU, Assoc. Prof. Dr. Duygu KIZILDAĞ**	149
Better Business Education towards Development of Entrepreneurship - **Aril CANSEL, Erdogan EKIZ**	165
Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri İle Kuruluş Yeri Kararı: Atatürk Üniversitesi Girişimcilik Ofisi Örneği **Esra ÖZMEN, Assoc. Prof. Dr. Ersin KARAMAN**	170
Dil Felsefesinin Tasavvuf İçerikli Şiirdeki Etkileri Üzerine Değerlendirmeler - **Prof. Dr. H. Esra KARABACAK**	180
Leblebi Sektöründe Kayıtdışı İstihdam: Denizli İlinde Nitel Bir Araştırma **Inst. Fatma Özge Özgen ÖNEY, Çağatay ÖNEY**	191
Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Girişimcilik Eğiliminin Belirlenmesi **Inst. Fatma Özge Özgen ÖNEY, Inst. Dilek ŞENEL**	197
Demografik Değişkenler İle Girişimcilik Eğilimleri Arasındaki İlişki: Kale Meslek Yüksekokulu Örneği **Inst. Fatma Özge Özgen ÖNEY, Inst. Dilek ŞENEL**	208
Bankacılık Ve Sigortacılık Ön Lisans Programında Öğrenim Gören Öğrencilerin Zorunlu Staj Eğitimleri İle Mesleki Bağlılıkları Arasında İlişki: Bir Odak Grup Çalışması - **Inst. Gökhan BİLİCİ, Nuray BİLİCİ**	216
Legal Responsibilities and Liabilities of Occupational Health Professionals - **Asst. Prof. Dr. Gülay TAMER**	230
Meslek Seçimini Etkileyen Değişkenlerin Analizi: Sivil Havacılık Kabin Hizmetleri Bölümünde Bir Alan Araştırması **Asst. Prof. Dr. Gülbeniz AKDUMAN, Asst. Prof. Dr. Zeynep HATİPOĞLU, Inst. Dr. Gülnaz KARAHAN**	245
Çocukluk Çağı Travmaları ile Evlilik Uyumu Arasındaki İlişkide Başa Çıkma Tutumlarının Aracı Rolü **Hacer AYDINOVA, Fatma Gül CIRHINLIOĞLU**	260
Deniz Baykal Dönemi CHP ve Türk Sosyal Demokrasisinin Evrimi **Assoc. Prof. Dr. İsmail AKBAL, Ezgi Gizem YOLLU**	271
Marksizm ve Olumlu Sivil Toplum Anlayışı - **Assoc. Prof. Dr. İsmail AKBAL**	283
The effect of motivational factors on entrepreneurship: Does uncertainty avoidance cultural value at the country level make a difference? - **Izzet ATALAY, Prof. Dr. Cem TANOVA**	297

Algılanan Örgütsel Adaletin Olumlu Sosyal Davranışlar Üzerindeki Etkisi: Otel İşletmelerinde Bir Araştırma **Prof. Dr. Şule AYDIN, Assoc. Prof. Dr. Duygu ERE, Inst. Kayhan KARAKAYA**	315
Supply Chain Risk Management in the Energy Sector: The Case of East Med Gas - **Kemal HAŞİM**	327
Akıllı ve Veriye Dayalı Tedarik Zincirleri- **Asst. Prof. Dr.İbrahim AKBEN, Mehmet ÖS**	346
İş Doyumu Faktörlerinden Ücret-Terfi-Yönetici Ve İşin Kendisinin İşgörenlerin İşten Ayrılma Eğilimi Üzerine Etkisi: Bişkek Konaklama İşletmeleri Üzerine Bir Alan Araştırması - **Asst. Prof. Dr. Mehmet ULUTAŞ**	354
Çocukluk Döneminde Cinsel İstismar - **Barış TUNCER**	366
Bedenin Metalaşma Süreci ve Reklam Yoluyla İmaj Yaratımı **Assoc. Prof. Dr. Bülent KARA, Aliye KAÇMAZ**	376
Çocuk Edebiyatında Kitap Seçimi Ölçütleri (KKTC' de) **Assoc. Prof. Dr. Şevket ÖZNUR, Asst. Prof. Dr. Ejdan SADRAZAM**	395
Is Virtual Management Possible? A Research in D-Smart Company **Asst. Prof. Dr. Meriç Esat BEBİTOĞLU**	435
To Recognize the Corporate Social Responsibility (CSR) Activities in Bangladesh: A case of Rana Plaza Incident **Mohammad ALİ**	453
Kamu Sağlık Sektöründe Örgütsel Vatandaşlık Üzerine Çıkarımlar: Görgül Bir Çalışma - **Asst. Prof. Dr. Murat AK**	463
Otomobil Sektöründe Marka İmajı ve Müşteri memnuniyetinin Tutumsal Bağlılık ve Marka Sadakati Üzerindeki Etkisi: KKTC Örneği - **Murat TORUN, Dr. Ayşen BERBEROĞLU**	475
Mobil Bankacılıkta Algılanan Deneyimsel Değer Boyutlarının Demografik Özelliklere Göre Farklılaşması: Nevşehir Örneği - **Dr. Mustafa DEMİRHAN**	490
Türkiye'nin Finansal Liberalizasyon Süreci ve Borçlanma İle Arasındaki İlişki **Inst. Dr. Necdet SEZAL, Prof. Dr. Mahmut YARDIMCIOĞLU**	509
Hijyen Faktörlerin Çalışan Performansına Etkisi: Çağrı Merkezi Örneği **Prof. Dr. Tahir AKGEMCİ, Inst. Gökhan BİLİCİ, Nuray BİLİCİ**	523
Bilimsel Çalışmalarda Akademisyenler Tarafından Kullanılan Bilgi Erişim Sistemleri - **Inst. Okan KOÇ**	549
Küresel Dijital Çağda Emek- **Inst. Okan KOÇ**	564
Üretim Lojistiği: Otomotiv Sektörü Üzerine Bir Değerlendirme - **Prof. Dr. Orhan ÇOBAN, Lect. Ayşe ÇOBAN**	577
Faaliyet Tabanlı Maliyetleme ve Kaynak Tüketim Muhasebesi Yöntemleri Arasındaki Farklar ve Bir Teorik Uygulama - **Inst. Ömer Burak PAKSOY, Inst. Dr. Necdet SEZAL**	584
Sermaye Yapısı Teorilerinde Borç ve Özsermaye Politikası: Modigliani-Miller Teorisi, Takas Teorisi, Finansal Hiyerarşi Teorisi ve Vekâlet Teorisi - **Omar TARZIBASHI, Asst. Prof. Dr. Hasan OZYAPICI**	595
Tahincioğlu Basketbol Süper Ligi İsim Sponsorluğunun Taraftar Bakış Açısı ile Değerlendirilmesi: Pilot Uygulama **Özlem IŞIK İNAN, Asst. Prof. Dr. Y. Aytül DAĞLI EKMEKÇİ**	605
Scale Development of Formative Higher Order Construct: Situational Strength at Work **Instructor Pınar ÖZBILEN**	619
Piyasaların ve İş Dünyasının Gelişmişlik Düzeyi ile Ulusal Yükseköğretim Başarısının, Ulusal Rekabet Gücü Başarısı Üzerindeki Etkisi: Seçilmiş OECD Ülkelerinde Panel Veri Analizi - **Dr. Karahan KARA, Asst. Prof. Dr. Polat YÜCEKAYA**	630
The Effect of Emotional Intelligence on Organizational Commitment: An Application on Hospital Employees **Dr. Rabia YILMAZ**	652
Afiş Tasarımında Beyaz Alanlar - **Asst. Prof. Dr. Rahşan Fatma AKGÜL**	665
Problem Solving Skills of Football Referees - **Rıdvan EKMEKÇİ, Hamza Kaya BEŞLER**	677
Better Performance with Mental Training - **Rıdvan EKMEKCI, Bülent Okan MICOOGULLARI**	682
Üniversite Öğrencilerinin Girişimci Kişilik Özellikleri ile Girişimcilik Eğilimleri Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Ampirik Bir Çalışma **Inst. Rojda HATİPOĞLU NUR, Res. Assist. Erkan NUR, Assoc. Prof. Dr. Baran ARSLAN**	688
İş Yaşamında Yeni Neslin Ayak Sesleri: K Kuşağı **Res. Assist. Erkan NUR, Assoc. Prof. Dr. Baran ARSLAN, Inst. Rojda HATİPOĞLU NUR**	701
Borçlanma Maliyetlerinin TFRS ve BOBİ FRS Açısından Karşılaştırılmasına İlişkin Uygulama Örnekleri **Prof. Dr. Seçkin GÖNEN, Asst. Prof. Dr. Emin YÜREKLİ**	710
Girişimcilerin Başarısızlık Nedenleri - **Prof. Dr. Mazlum ÇELİK, Sedat YAKUPOĞLU**	721

Türkiye'de Kadın Girişimciliği, Kadınları Girişimciliğe Yönelten Sebepler Ve Sosyo-Ekonomik Yapılanmada Mevcut Durum Analizi İle Kadın Girişimcilere Sağlanan Ulusal Ve Uluslararası Destekler **Lecturer Selen ÇELIKÖZ**	737
Kuşak Farklılıklarına Göre İş Yaşam Dengesi Algısının Araştırılması: Kahramanmaraş'ta Çalışan Avukatlar Örneği **Prof. Dr. Tahir AKGEMCİ, İlkay Can BAĞCI, Res. Assit. Serap KALFAOĞLU**	754
İşkolikliğin İş-Aile Çatışması Üzerindeki Etkisi: Avukatlar Üzerine Bir Araştırma **Prof. Dr. Tahir AKGEMCİ, İsmail KURT, Res. Assist. Serap KALFAOĞLU**	769
Türk Kurtuluş Savaşı'nda İstihbarat Çarkı - **Assoc. Prof. Dr. Serdar YURTSEVER**	784
Sivil Toplum Kuruluşlarının Bölgesel Kalkınmadaki Rolünün Değerlendirilmesi **Prof. Dr. Mehtap ÖZDEĞER, Asst. Prof. Dr. Suna Muğan ERTUĞRAL, Merve DÖLEK**	801
Mutluluk Ekonomisi: Türkiye Açısından Bir Değerlendirme - **Asst. Prof. Dr. Süheyla ERİKLİ**	813
Çalışanların Öz Yeterlilik Algılarının ve Başarı İhtiyacının İç Girişimcilik Eğilimleri Üzerindeki Etkisi: X ve Y Kuşakları Arası Karşılaştırma **Ress. Assist. Taha Yusuf ÇAKAREL, Prof. Dr. Deniz ELBER BÖRÜ, Prof. Dr. Mahmut PAKSOY**	825
Tele Çalışma ve Ortaya Çıkan Sorunların Çalışanlar Üzerindeki Etkisi **Tuğba İNCENACAR**	839
BİST' de İşlem Gören Lokanta ve Otel İşletmelerinin Finansal Performans İncelemeleri: ÇKKV Araştırması **Asst. Prof. Dr. Umut Tolga GÜMÜŞ, Erkan ÇIBIK, Ress. Assit. Hatice Can ÖZİÇ**	850
BİST-100 ve BİST-Tüm Endekslerinde Güç Oranı Yöntemiyle Ocak Ayı Anomalisinin Test Edilmesi **Asst. Prof. Dr. Umut Tolga GÜMÜŞ, Ress. Assit. Hatice Can ÖZİÇ, Erkan ÇIBIK**	863
Piyasa Değeri/Defter Değeri Oranı ve Tobin's Q Oranı Yöntemleri İle Lokanta ve Otel İşletmelerinde Entelektüel Sermayelerin Karşılaştırılması - **Asst. Prof. Dr. Umut Tolga GÜMÜŞ, Erkan ÇIBIK, Aygül ÖZTÜRK**	872
Türkiye'de Genç İşsizliği ile Mücadelede Alternatif Bir Çözüm: Sosyal Girişimcilik - **Asst. Prof. Dr. Volkan IŞIK**	884
Türkiye'deki Sağlık Kuruluşlarının İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflamasına Göre Veri Zarflama Analizi ile Etkinlik Analizi - **Prof. Dr. Ahmet ERGÜLEN, İbrahim HARMANKAYA, Inst. Zeynep ÜNAL**	896
Türkiye'deki Orta Öğretim Kurulumlarının Performanslarının Veri Zarflama Analizi ile Değerlendirilmesi **Prof. Dr. Ahmet ERGÜLEN, İbrahim HARMANKAYA, Inst. Zeynep ÜNAL**	908
Girişimcilik Kültürünün Gelişimine Yerel Yönetimlerin Katkısı: Türkiye'deki Büyükşehir Belediyelerinin Etkinliklerinin Veri Zarflama Analiziyle Değerlendirilmesi **Prof. Dr. Ahmet ERGÜLEN, Inst. Zeynep ÜNAL, İbrahim HARMANKAYA**	923
Bilgi Paylaşımı Üzerine Yapılan Çalışmaların İçerik Analizi Yöntemiyle İncelenmesi **Asst. Prof. Dr. M. Halit YILDIRIM, Yalçın GÜMÜŞSOY**	936
Gönüllülük Faaliyetine Katılan Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Düzeyleri ve Girişimcilik Faktörleri Arasındaki İlişki - **Asst. Prof. Dr. Y. Aytül DAĞLI EKMEKÇİ, Özlem IŞIK İNAN**	948
KKTC'de Bireysel Refah Göstergelerindeki Değişimin Analizi - **Lect. Ayşe ÇOBAN, Prof. Dr. Orhan ÇOBAN**	959
Turizm Sektörünün Ekonomik Büyümeye Etkisi: KKTC Örneği **- Prof. Dr. Orhan ÇOBAN, Lect. Ayşe ÇOBAN**	965
Çin Kültüründeki Tao Anlayışının Eski Çağlarda Türk Yönetim Sistemindeki Karşılığı Meselesi Üzerine Bir İnceleme - **Inst. Ayten AKCAN**	973
Spor Yöneticisi Adaylarının Kariyer Uyumu ve Yenilikçilik Eğilimlerinin Girişimcilik Potansiyellerini Yordayıcı Etkisi - **Assoc. Prof. Dr. Kadir YILDIZ, Ayşe SEVİMLİ**	986
Türkiye'de Sosyal Medya Kullanımı ve Etkileyici Pazarlama (İnfluencer Marketing) Üzerine Bir Analiz **Assoc. Prof. Dr. Recep Baki DENİZ**	999
Türkiye'de Girişimcilik Tarihi: Genel Bir Değerlendirme **Inst. Dr. Necdet SEZAL**	1018
Önlisans Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Belirlenmesinde Psikolojik Sermayenin Rolü **Inst. Burcu BATGA, Inst. Sümeyra CEYHAN, Exp. Sercan YILTAY**	1027
Butik Burgercilerde Müzik Unsuru: Kadıköy'de (İstanbul) Etnografik Gastromüzikoloji Çalışması **Res. Assist. İrem Erdoğan TÜREN, Prof. Dr. Seyit YÖRE**	1039
İlk ve Acil Yardım Programına Devam Eden Öğrencilerin Çocukluk Döneminde Babanın Anneye Yönelik Şiddetine Tanık Olma Durumları **Assoc. Prof. Dr. Hatice BEKİR, Inst. Exp. İsmet ÇELEBİ**	1053
Okul Öncesi Öğretmen Adaylarının Temel Yaşam Desteği Uygulama Becerilerine Çocuk Temel Yaşam Desteği Eğitim Programının Etkisi **Inst. Exp. İsmet ÇELEBİ, Assoc. Prof. Dr. Hatice BEKİR**	1065

3rd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 28-30 June 2019, Lefkosa

İşyeri İzleme Faaliyetleri, Örgütsel Stres ve Örgütsel Güven İlişkisi

Assoc. Prof. Dr. Ali ERBAŞI
Selçuk University, FEAS
aerbasi@selcuk.edu.tr

Prof. Dr. Adnan ÇELİK
Selçuk University, FEAS
adnancelik@selcuk.edu.tr

Leyla ERAT
Selçuk University, SBE
leylaerat93@gmail.com

ÖZET

Bu araştırmanın amacı; işyeri izleme faaliyetleri, örgütsel stres ve örgütsel güven arasındaki ilişkilerin incelenmesidir. Araştırmanın evrenini, Selçuk Üniversitesi'nde izleme faaliyeti gerçekleştirilen birimlerdeki idari personeller oluşturmaktadır. Bu amaç doğrultusunda, amaca göre örnekleme yöntemi kullanılarak, ana kampüste çalışan memurlardan 170 tanesi seçilmiştir. Anket tekniği kullanılarak elde edilen veriler SPSS 24.0 programı aracılığıyla çözümlenmiştir. Araştırmanın sonucunda, işyeri izleme faaliyetleri ile örgütsel stres arasında orta derecede ve pozitif yönlü bir etkileşimin olduğu tespit edilmiştir. İşyeri izleme faaliyetleri ile örgütsel güven arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Örgütsel stres ile örgütsel güven arasında ise zayıf derecede ve negatif yönlü ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İşyeri İzleme Faaliyetleri, Örgütsel Stres, Örgütsel Güven..

The Relationship Between Workplace Monitoring Activities, Organizational Stress and Organizational Trust

ABSTRACT

The purpose of this research to; determine the relationship between workplace monitoring activities, organizational stress and organizational trust. The population of the research is composed of administrative staff in the units where monitoring units are used in Selçuk University. According to this purpose, with using the sampling method, 170 public servants were chosen among the public servants working in main campus. The data were obtained by survey technique and analyzed with SPSS 24.0. As a result of the study, it was found that there is a positive and medium level interaction between workplace monitoring activities and organizational stress. It was also found that there was no significant relationship between workplace monitoring activities and organizational trust. Also there is a weak and negative relationship between organizational stress and organizational trust.

Keywords: Workplace Monitoring Activities, Organizational Stress, Organizational Trust.

1. GİRİŞ

Bilişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte örgütlerde izleme faaliyetleri kolaylaşmakta ve yaygınlaşmaktadır. Bu kapsamda örgütler çeşitli araçlar kullanarak çalışan davranışlarını, performanslarını ve kişisel özelliklerini izlemektedirler. Bu bağlamda çeşitli takip sistemleri ön plana çıkmaktadır. Ancak izleme faaliyetlerinin kullanımı, çalışanların mahremiyeti açısından

olumsuz sonuçlara neden olabilmektedir. İşyerlerinde elektronik izleme donanımlarının sunduğu fırsatlar sayesinde her şey kameralar aracılığıyla izlenebilmekte, elektronik postalar kontrol edilebilmekte, sabit diskteki belgeler ve ziyaret edilen web siteleri incelenebilmektedir. Ancak çalışanların izlendiğini biliyor olmaları, üzerlerinde olumsuz etkilere neden olabilmektedir. Bu olumsuzlukların başında ise son yılların önemli insan kaynağı problemlerinden biri olan örgütsel stres faktörü yer almaktadır.

Ayrıca bu araştırmaya temel teşkil eden kavramlardan biri olan güven, günümüzde kişisel ve örgütsel alanda tartışılan bir konu olmaktadır. Çalışma arkadaşlarına, yönetime ve en önemlisi örgüte güven olarak temel teşkil eden örgütsel güven; örgüt hedef ve stratejilerini gerçekleştirmede belirleyici bir unsurdur. Ayrıca örgütsel düzeni oluşturmada günümüzde yükselen bir ilgiye ulaşan güven, çalışanların refahını sağlama, örgütsel başarı ve istikrarlılıkta önemli bir unsur olarak kabul edilmektedir. Örgütlerde güven sağlanmadığı sürece çalışanlar kendilerini yoğun stres altında hissetmektedirler. Bu doğrultuda örgütlerde güven, stres ve işyeri izleme faaliyetleri arasında çeşitli ilişkiler olduğu varsayılmaktadır. Bu varsayımlardan yola çıkarak bu araştırmanın amacı, işyeri izleme faaliyetleri, örgütsel stres ve örgütsel güven kavramları arasındaki ilişkiyi incelemektir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. İşyeri İzleme Faaliyetleri

İşyeri izleme faaliyetleri, işletmeler ve çalışanları hakkında farklı amaç ve yöntemlerle bilgi edinmeye çalışılmasıdır (Erdemir, 2008: 40). 1920'li yıllardan bu yana işletmelerde çeşitli işyeri izleme faaliyetleri kullanılmaktadır (Erdemir ve Çeliktaş, 2006: 88). Fakat gelişen teknoloji ile izleme yöntemlerinin çok hızlı bir şekilde çok fazla bilgiye ulaşıyor olmasından dolayı günümüzde önem kazanmıştır (Linowes ve Spencer, 1996: 165). İşyeri izleme faaliyetlerinin önceki uygulamalarında çalışanlar izlendiklerinden haberdar olurken, günümüzde bir uyarı veya ikazda bulunulmadığı takdirde nerede ve ne zaman izlendiklerini bile fark edememektedirler (Oz vd., 1999: 167).

İşyeri izleme faaliyetleri, çalışanların çeşitli araçlarla izlenmesi ve elde edilen sonuçların ilgililere rapor edilmesini kapsamaktadır (Alder ve Ambrose, 2005: 44). Özellikle son yıllarda çalışanların mesai süreleri içerisindeki hareket ve davranışlarını izlemek için elektronik izleme yöntem ve araçları kullanılmaktadır (Erdemir, 2008: 40). İşyeri izleme faaliyetlerinin nedenleri ise; örgüt mal ve bilgilerinin güvenliğini sağlama, örgütsel kaynakların verimli kullanılmasını sağlama, zaman yönetimi, kaliteyi ve müşteri memnuniyetini artırma, zararlı yazılımlardan korunma, suç işlenmesini önleme, performans değerleme ve planlama için veri toplama (Cozzetto ve Pedeliski, 1997: 522-523), çalışanlara yönelik hırsızlık, taciz ve psikolojik şiddet

olaylarını belirleme, kötü niyetli çalışanların bilgisayar sistemine girmesini engelleme ve müşteri standardını izleme şeklinde sıralanabilir (Lasprogata vd., 2004: 2-3). Bu amaçlarla işletmelerde çalışanların e-postalarının takibi, mesajlaşma ve video konferans uygulamalarına yasaklamalar getirme, iş ile ilgili olmayan web sitelerine erişimin kısıtlanması (Aksoy, 2012: 406-407), çalışanların rollerinin kısıtlarını tanımlayan bilgi erişimi işbirliği, yeterlilik takibi ve değerlendirme, insan kaynakları teknolojileri, e-öğrenme ve intranet gibi öğrenme ile sınırlandırılmış elektronik eğitim kaynaklarının kullanımı (Tafti vd., 2007: 154), telefon dinleme, casusluk, ortam dinleme, mektup okuma, arama, kurum içi hareketleri izleme (Tinaztepe vd., 2012: 94; Tabak ve Smith, 2005: 173; Erdemir ve Koç, 2009: 1397) gibi işyeri izleme faaliyetleriyle karşılaşılmaktadır.

İşyeri izleme faaliyetlerinin günümüzde daha çok elektronik araçlar vasıtasıyla yapılmaya başlandığı görülmektedir. Erdemir ve Çeliktaş (2006: 90)'a göre işletmeler bilgisayar ve telefon gibi bilişim ve iletişim teknolojilerinin kullanılmasını izleyerek, çalışan mahremiyetini engellemektedirler. Bu kapsamda özellikle kayıt özellikli kameraların ortak kullanım alanlarının yanı sıra çalışma esnasında motivasyonu engelleyici etki yaparak günümüzde her alanda kullanıldığı gözlenmektedir.

Ancak özellikle işverenler açısından, işletme kaynaklarının kullanımı söz konusu olduğundan dolayı çalışanların işyerinde izlenmesinin doğal bir hak olduğuna yönelik bakış açısı mevcuttur (Büyük ve Keskin, 2012: 59). Karşıt görüşte ise çoğunlukla çalışanlar, işverenlerin kendilerini izlemesi sonucunda küçük düşürüldükleri ve aşağılandıkları hissine kapılmaktadırlar (Ariss, 2002: 555). Ayrıca daha çok izlemeye maruz kalan çalışanların, izlenmeyen veya özel hayata müdahale etmeyen belirli yerlerde izlenen çalışanlara oranla yüksek derecede depresyon, kızgınlık ve gerilim gibi üretkenlik karşıtı davranışlar yaşadıkları tespit edilmiştir (Yılmaz, 2005: 33). Elektronik izlemenin işletmelerde iş memnuniyetinin düşmesi, kalitenin azalması ve aşırı strese sebep olduğuna (Watson, 2001: 82) ve çalışanların çalışma temposunu olumsuz etkileyerek moral ve motivasyon üzerinde olumsuz etki yaptığına (Erdemir ve Koç, 2006: 559-560) yönelik bulgular yer almaktadır.

2.2. Örgütsel Stres

Türk Dil Kurumu (2018) "ruhsal gerilim" olarak tanımlanan stres, bir tehlike durumu ile baş etmek için bireyin gösterdiği tepkidir (Rout and Rout, 2002: 18). Yönetim alanında kavramın kullanılmasına önemli katkılar sağlayan Selye'ye göre (1974: 26) stres, biyolojik ve fizyolojik sistemi etkisiz hale getiren önemli bir psikolojik sorun olarak değerlendirilmektedir. Stres kavramının örgütsel davranış alan yazınındaki kullanımına yönelik ortaya çıkan örgütsel stres,

iş ile ilgili sosyo-psikolojik durumlar ve işin özelliklerinin çalışan üzerindeki potansiyel zararlı etkileri olarak tanımlanmaktadır (Beehr, 1998:7).

Alan yazın araştırmalarında örgütsel stres sonucunda çalışanların devamsızlık yapma, performans düşüklüğü ve işten ayrılma niyeti gibi örgütsel davranışlar sergiledikleri rapor edilmektedir (Rickard vd., 2012: 212). Örgütler içerisinde strese neden olan faktörlerin neler olduğuna yönelik kapsamlı araştırmalar yapılmıştır. Bu araştırmalar genel olarak strese neden olan faktörleri örgütsel, kişisel ve çevresel stres kaynakları olarak ele almaktadır. Buna göre stres örgütsel davranış ve tepkilerden, çalışanın kişiliğinden veya diğer çevresel nedenlerden kaynaklanıyor olabilir (Özen, 2013: 75-79). Ross ve Altmaier (1994: 45) örgütteki yönetim kademeleri arasındaki ilişkilerin ve Luthans (1992: 403-412) örgütsel süreçler, örgütün yapısal özellikleri, fiziksel koşullar ve örgütsel politikaların örgütlerdeki stres kaynağı olduğunu vurgulamaktadır.

Örgütler için önemli olan, örgüt içinde çalışanların stres yaşamalarına neden olan faktörlerin tespit edilmesi ve geliştirilecek stratejilerle örgüte yapacağı olumsuz etkilerin ortadan kaldırılması olmalıdır. Ancak belirtmek gerekir ki, literatürde optimal stres olarak adlandırılan ve belirli bir seviyeye kadar olduğunda çalışan üzerinde olumlu (enerji verici ve tetikleyici) etkiler yapan belirli seviyeden sonra çalışana zarar veren bir etkisinin olduğu bilinmelidir.

İşyeri izleme faaliyetlerinin çalışanların özel hayatlarına müdahale olduğu, çalışanların mahremiyetini zedelediği, performanslarını olumsuz etkilediği ve yasal olmadığını iddia eden görüşler bulunmaktadır (Guffey ve West, 1996: 1; Lease ve Gordon, 2005: 4). Massachusetts Coalition on New Office Technology tarafından gerçekleştirilen 49 işletme ve 700 çalışanın katıldığı araştırmanın sonucuna göre çalışanların %81'inin izlenme veya gözetlenmenin işlerini gerçekleştirmede daha çok stresli olmalarına neden olduğu tespit edilmiştir (Büyük ve Keskin, 2012: 59). Dahlinger vd. (2000) çalışanların tüm iş günlerinin izlendiğini ve incelendiğini düşünmeleri sonucunda olumsuz etkilendiklerini ve bununda aşırı stres ve hastalık sebebiyle ücretli izin kullanmalarına, ekonomik kayba ve çalışanın etik dışı davranışlara yönelmesine yol açtığını tespit etmişlerdir (Arkun, 2011: 14). Botan ve Vorvoreanu (2005) yaptıkları araştırma sonucunda işyeri izleme faaliyetlerinin çalışan stresi üzerinde olduğunu tespit etmişlerdir. Nussbaum ve Rivage (1986), Rogers vd. (1990), Smith vd. (1992) ve Aiello (1993) araştırmalarında işyeri izleme faaliyetlerinin yüksek strese neden olduğunu vurgulamaktadırlar. Bu varsayımlardan hareketle H_1 hipotezi geliştirilmiştir.

H1: İşyeri izleme faaliyetleri ile örgütsel stres arasında bir ilişki vardır.

2.3. Örgütsel Güven

Güven kavramı, sosyal ve beşeri bilimlerin çok farklı alanlarınca ilgi görmekte ve farklı bakış açıları ile tanımlanmaktadır (Malhotra ve Murnighan, 2002: 535). Mayer vd. (1995: 712)'e göre güven, bir tarafın başka bir tarafın eylemlerine karşı savunmasız kalma isteğidir. Cook ve Wall (1980: 39) güveni, bir kişinin karşısındaki kişinin ifade ve davranışları hakkında olumlu düşünme ve inanma arzusu olarak tanımlamıştır. Karcıoğlu ve Naktiyok (2015: 20)'a göre bir kişinin karşısındaki kişiye güven duyması, güven ortamının oluşması için yeterli değildir. Güven ancak karşılıklı hissedilen bir duygu olduğu zaman anlam taşımaktadır. Bundan dolayı örgüt içerisindeki kişilerin karşılıklı olarak birbirlerine güvenmelerinin sonucunda örgütsel güven oluşmaktadır.

Cufaude (1999: 3-4)'ya göre örgütsel güven, örgüt içerisindeki tüm örgüt çalışanlarının katılımı ile yaratılmak istenen psikolojik bir ortamdır. Neves ve Caetano (2006: 355)'ya göre örgütsel güven, tepe yönetimin çalışanlara desteği, onların ihtiyaç ve isteklerinin karşılanması, örgütsel adaletin sağlanması, örgüt içerisindeki sosyal ilişkilerin pozitif şekilde gelişmesi ve işbirliği sayesinde oluşan olumlu bir atmosferdir. Cohen ve Dienhart (2013: 1) ise örgütsel güveni, savunmasızlık ve risk oluşturan durumlar karşısında rasyonel karar alabilme ve stratejik davranış sergileme olarak tanımlamaktadır.

Güven ortamının sağlandığı örgütlerde çalışanlar, örgüte yönelik olumlu duygular beslerken olumsuz duygulardan da uzaklaşmaktadırlar (Karcıoğlu ve Naytiyok, 2015: 20). Örgütsel güven; bazı araştırmacılar tarafından örgüte ve yöneticiye güven şeklinde iki boyut olarak (Nyhan ve Marlowe, 1997: 624) bazılarına göre ise, örgüte, yöneticiye ve çalışma arkadaşlarına güven şeklinde üç boyutlu olarak ele alınmaktadır (Tokgöz ve Seymen, 2013: 68). *Örgüte güven;* örgütü diğer örgütlerden ayıran taklit edilemez örtük bilgisi olan sosyal sermaye aracıdır (Amit ve Schoemaker, 1993: 39). Çalışanın güven algısında yöneticinin davranışları çok önemli bir etkiye sahip olmaktadır. Bu kapsamda *yöneticiye güven;* örgüt içindeki çalışanların yönetim kademesinde yer alan insanlara duyduğu güveni ifade etmektedir. *Çalışma arkadaşlarına güven ise,* çalışanların örgüt içinde birlikte çalıştıkları arkadaşlarına duydukları güveni ifade etmektedir.

Yatay ve dikey ilişkilerde örgütün temelini güven duygusu oluşturmaktadır (Mishra ve Morrissey, 1990: 445). Örgütlerde güvene dayalı ilişkilerin kurulması, çalışanların örgütlerine güven duyması için örgütlerine bağlı, tatmin düzeyi yüksek ve işten ayrılma niyeti olmayan çalışanlar olmasına imkan tanımaktadır (Chen vd., 2012: 409). Örgütte oluşan yüksek güven düzeyi; uyumlu, yenilikçi, dinamik örgütler oluşturmakta ve örgüt yapısındaki merkezileşmeyi azaltmaktadır. Düşük güven düzeyi ise, katı bir dışsal denetim oluşturmakta ve örgüt

yapısındaki merkezileşmeyi artırmaktadır (Sargut, 1994: 101-102). Örgütlerine, yöneticilerine ve birbirlerine güven duyan insanların oluşturdukları toplumlar, yüksek güven duygusunun var olduğu sosyal ilişki türlerinin oluşmasını sağlamakta ve bu sayede örgütsel yenilikler açısından başarıları mümkün kılmaktadır (Ballı ve Üstün, 2017: 21).

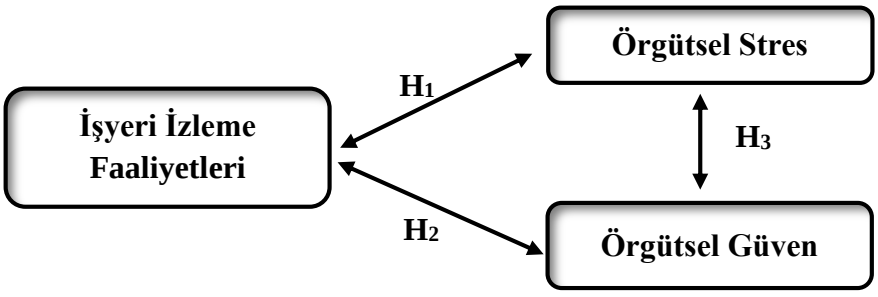
Lee ve Kleiner (2003) izleme faaliyetlerinin, yöneticinin çalışanlara karşı güvensizliğini gösterdiği ve çalışanların bunu hissettikleri zaman örgüte karşı güven duygularının bittiğini ve performans ve motivasyonlarının da düştüğünü tespit etmişlerdir. Grey Noble (2008) işyeri izlemenin doğru bir şekilde uygulanmaması sonucunda çalışanlar ve yöneticiler arasında güvensizlik hissi oluştuğunu ve iş ortamının havasının bu durumdan olumsuz etkilendiğini tespit etmişlerdir. Gerek duyulmadığı halde kurulan işyeri izleme faaliyetleri, örgüt açısından maliyet ve çalışanlar açısından güvensizliğin göstergesi olmaktadır. İşyerinde etik olmayan mahremiyet ihlallerinin önüne geçebilmek için çeşitli uluslararası örgütlerin belirlediği ilkeler kapsamında, izlemenin sınırlarının açık bir şekilde tüm çalışanlara beyan edilmesi önemlidir (Büyük ve Keskin, 2012: 55). İşyeri izleme faaliyetlerinin çalışanların kabul edebileceği kriterlere uygun olmadığı durumlarda çalışanların örgüte karşı olan güvenleri üzerinde olumsuz etkileri olduğu düşünülmektedir. Bu kapsamda H_2 hipotezi geliştirilmiştir.

H2: İşyeri izleme faaliyetleri ile örgütsel güven arasında bir ilişki vardır.

Ayaz ve Batı (2017) yapmış oldukları araştırma sonucunda, mutfak bölümü çalışanlarının örgütsel güvene yönelik düşünceleri ile örgütsel stres durumları arasında istatistiksel olarak negatif ve anlamlı bir ilişki olduğunu ve çalışanların örgütsel güvenlerinin artırılması sonucunda stres durumlarının azaltılabileceğini tespit etmişlerdir. Stres ortamının oluşturduğu önemli sonuçlardan biri örgütsel güvendir. Aşırı stres ortamında çalışan bireyler, örgüte karşı olan güvenlerini yitirmektedirler. Bu varsayımdan hareketle örgütlerde güven düzeyinin sağlanmaması sonucunda, çalışanların yoğun stres ortamına maruz kaldıkları söylenebilir. Buna yönelik olarak H_3 hipotezi geliştirilmiştir.

H3: Örgütsel stres ve örgütsel güven arasında bir ilişki vardır.

Geliştirilen hipotezlerden yola çıkarak Şekil 1'deki araştırma modeli oluşturulmuştur.



Şekil 1: Araştırma Modeli

3. YÖNTEM

Araştırmanın temel problemini; "İşyeri izleme faaliyetleri, örgütsel stres ve örgütsel güven arasında ilişki var mıdır?" sorusu oluşturmaktadır. Literatürde işyeri izleme faaliyetleri, örgütsel stres ve örgütsel güven ilişkisini üniversite idari çalışanları üzerinde inceleyen bir araştırmaya rastlanmamıştır. Bu kapsamda araştırmanın alan yazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Araştırmanın evrenini, Selçuk Üniversitesi'nde işe giriş çıkışlarını takip etmek için uygulanan retina okuma, parmak okuma, kart okuma veya imza takip sistemi gibi sistemler ile işyeri izleme faaliyetlerinin uygulandığı fakültelerin idari birimlerinin çalışanları oluşturmaktadır (N= 190). Ana kütleden %95 güvenilirlik sınırları içerisinde %5'lik hata payı dikkate alınarak gerekli örneklem büyüklüğü 127 memur olarak hesap edilmiştir. Amaca göre örnekleme yöntemi kullanılarak, bu birimler arasından ana kampüste yer alan fakültelerdeki 170 memur araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Elde edilen veriler SPSS 24.0 programı aracılığıyla çözümlenmiştir.

Araştırmada veri toplama tekniği olarak anket tekniğinden yararlanılmıştır. Anket formu dört bölümden oluşmaktadır. Anketin ilk bölümünde, Oz vd. (1999) tarafından geliştirilen Erdemir ve Koç (2006) tarafından Türkçe'ye çevrilen ve 8 sorudan oluşan "İşyeri İzleme Faaliyetleri Ölçeği" kullanılmıştır. Anketin ikinci bölümünde; Avcı (2007)'nın literatür taraması ile derleyerek kullandığı 17 sorudan oluşan "Örgütsel Stres Ölçeği" kullanılmıştır. Anketin üçüncü bölümünde ise; Omarov (2009) tarafından geliştirilen ve 22 sorudan oluşan "Örgütsel Güven Ölçeği" kullanılmıştır. Anketin dördüncü ve son bölümünde ise; yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu ve çalışma yılını içeren demografik sorular bulunmaktadır. Anket formu; " 1: Kesinlikle Katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Kararsızım, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum" şeklinde olmak üzere 5'li likert tipinde hazırlanmıştır. Anketler, 2018 yılının Mayıs ve Haziran aylarında gerçekleştirilmiştir. Soru formu örnekleme yüz yüze anket yöntemi ile uygulanmıştır.

Araştırmada kullanılan her üç ölçeğe Kaiser-Meyer ve Olkin testi ve Barlett Küresellik testi uygulanmış ve elde edilen bulgular Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1. Ölçeklerin Kaiser-Meyer ve Olkin (KMO) ve Barlett Testi Bulguları

		İşyeri İzleme Faaliyetleri Ölçeği	Örgütsel Stres Ölçeği	Örgütsel Güven Ölçeği
Kaiser-Meyer ve Olkin Testi		,754	,885	,895
Barlett Testi	**Ki-Kare**	162,289	1487,649	2903,658
	df	6	136	210
	p	,000	,000	,000

Tablo 1'de görüleceği üzere işyeri izleme faaliyetleri ölçeğine ait KMO değeri ,754, örgütsel stres ölçeği değeri ,885 ve örgütsel güven ölçeğine ait KMO değeri ,895 olarak bulunmuştur. Her üç ölçek için Barlett testi değerleri ,000 olarak tespit edilmiştir. Açımlayıcı faktör analizi neticesinde faktör yükleri düşük olan ve aynı zamanda ölçeklerin güvenilirliklerini de düşürdüğü tespit edilen işyeri izleme faaliyetleri ölçeğinde yer alan 4 ve örgütsel güven ölçeğinde yer alan 1 ifade çıkarılmıştır. Ölçeklerin güvenilirlikleri için Cronbach Alpha değerleri incelenmiş ve elde edilen bulgular Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 2. Ölçeklerin Cronbach Alpha Değerleri

	Önerme Sayısı	Cronbach Alpha Değerleri
İşyeri İzleme Faaliyetleri	4	,759
Örgütsel Stres	17	,921
Örgütsel Güven	21	,941

Tablo 2'de ölçeklerin önerme sayıları ve güvenirlik değerleri verilmiştir. Araştırmada kullanılan işyeri izleme faaliyetleri ölçeğine ait güvenilirlik katsayısı 0,759, örgütsel stres ölçeği güvenilirlik katsayısı 0,921 ve örgütsel güven ölçeği güvenilirlik katsayısı 0,941 çıkmıştır. Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirlik katsayılarının tatmin edici düzeyde olduğu görülmektedir.

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Anketler, Selçuk Üniversitesi idari birimlerinde çalışan memurlara uygulanmıştır. Tablo 3'de araştırmaya katılan memurların demografik özelliklerine ilişkin bilgiler yer almaktadır.

Tablo 3. Araştırmaya Katılan Memurların Demografik Özellikleri

Değişken		N	%
Yaş	18-29	52	30,6
	30-49	93	54,7
	50-65	23	13,5
	66- üzeri	2	1,2
Cinsiyet	Kadın	74	43,5
	Erkek	96	56,5
Medeni Durum	Evli	111	65,3
	Bekâr	59	34,7
Eğitim Durumu	İlk ve Ortaokul	6	3,5
	Lise	50	29,4
	Önlisans-Lisans	88	51,8
	Lisansüstü	26	15,3
Çalışma Yılı	1 yıldan az	13	7,6
	1-5	59	34,7
	6-10	49	28,8
	11-15	25	14,7
	16-20	14	8,2
	21+	10	5,9

Tablo 3'e göre katılımcıların %43,5'i kadın ve %56,5'i ise erkektir. Katılımcıların %30,6'sının yaşı 18-29 aralığında, %54,7'sinin yaşı 30-49 yaş aralığında, %13,5'inin yaşı 50-65 yaş aralığında ve %1,2'sinin yaşı ise 66 ve üzeri yaş aralığındadır. Katılımcıların %65,3'ü evli ve %34,7'si ise bekârdır. Katılımcıların %3,5'i ilk ve ortaokul mezunu, %29,4'ü lise mezunu, %51,8'i önlisans-lisans mezunu ve %15,3'ü ise lisansüstü mezundur. Katılımcıların %7,6'sı 1 yıldan az, %34,7'si 1-5 yıl, %28,8'i 6-10 yıl, %14,7'si 11-15 yıl, %8,2'si 16-20 yıl ve %5,9'u 21 ve üzeri yıl çalışma deneyimine sahiptir.

Tablo 4'te işyeri izleme faaliyetleri, örgütsel stres ve örgütsel güven değişkenine ilişkin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri gösterilmiştir. Buna göre işyeri izleme faaliyetleri aritmetik ortalaması 3,73, örgütsel stres aritmetik ortalaması, 3,43 ve örgütsel güven aritmetik ortalaması 3,39 olarak tespit edilmiştir.

Tablo 4. İşyeri İzleme Faaliyetleri, Örgütsel Stres ve Örgütsel Güven Değişkenlerine İlişkin Tanımlayıcı Bulgular

	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma
İşyeri İzleme Faaliyetleri	3,73	0,93
Örgütsel Stres	3,43	0,83
Örgütsel Güven	3,39	0,78

Veriler üzerinde istatistiki analizler gerçekleştirilmeden önce verilerin normal dağılım gösterip göstermediğine bakılmıştır. Kolmogorov-Smirnov testi sonucu verilerin normal dağılım göstermediği tespit edilmiştir ($p<0,05$). Buna göre işyeri izleme faaliyetleri ile örgütsel stres ve örgütsel güven arasındaki ilişkinin tespit edilmesi amacıyla Spearman korelasyon analizi uygulanmıştır. Korelasyon analizi sonucunda analize tabi tutulan değişkenler arasındaki ilişki düzeyi, korelasyon katsayısının (0 – 0,29) arasında olması durumunda düşük veya zayıf; (0,30 – 0,64) arasında olması durumunda orta; (0,65 – 0,84) arasında olması durumunda yüksek veya kuvvetli ve (0,85 – 1) arasında olması durumunda ise oldukça kuvvetli veya yüksek şeklinde yorum yapılabilir (Gürbüz ve Şahin, 2016: 264). Korelasyon katsayısının pozitif olması değişkenler arası doğrusal bir ilişkinin olduğunu, negatif olması ise ters yönlü ilişkinin olduğunu göstermektedir. Bu kapsamda işyeri izleme faaliyetleri, örgütsel stres ve örgütsel güven arasındaki ilişkilere ilişkin bulgular Tablo 5'de gösterilmektedir.

Tablo 5. Değişkenler Arasındaki Korelasyon Bulguları

Değişkenler	İşyeri İzleme Faaliyetleri	Örgütsel Stres	Örgütsel Güven
İşyeri İzleme Faaliyetleri	-		
Örgütsel Stres	,307*	-	
Örgütsel Güven	-,025	-,206*	-

*p < .01

Tablo 5'te görüleceği üzere işyeri izleme faaliyetleri ve örgütsel stres arasında %0,01 anlamlılık düzeyinde orta derecede ve pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir (r= ,307, p= .000). İşyeri izleme faaliyetleri ve örgütsel güven arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunamamıştır (r= -,025, p= .748). Örgütsel stres ve örgütsel güven arasında ise %0,01 anlamlılık düzeyinde orta derecede ve pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir (r= -,206, p= .007).

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırmada üniversitede işyeri izleme faaliyeti gerçekleştiren birimlerde çalışan memurların işyeri izleme faaliyeti, örgütsel stres ve örgütsel güven düzeyleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Araştırmanın bulgularına göre, örnekleme alınan çalışanların yüksek düzeyde işyeri izleme faaliyeti, orta düzeyde örgütsel stres ve orta düzeyde örgütsel güvene sahip oldukları tespit edilmiştir.

Araştırmanın bir başka bulgusunda, işyeri izleme faaliyetleri ile örgütsel stres arasında orta derecede ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu görülmüştür. Buna göre geliştirilen *"H1: İşyeri izleme faaliyetleri ile örgütsel stres arasında bir ilişki vardır."* hipotezi kabul edilmiştir. Bu sonuç; Erdemir ve Koç (2006) tarafından yapılan çalışmada izleme faaliyetlerinin çalışanların stres düzeylerini olumsuz etkilediği sonucunu desteklemektedir. Lee ve Kleiner (2003) elektronik gözetimin işgörenlerin gizlilik haklarını ve insanlık onurlarını ihlal ettiğini ve bunun sonucunda işgörenlerin örgüte karşı sadakatlerinin azaldığı, streslerinin arttığı ve sonuç olarak üretkenliğin azaldığını tespit etmişlerdir. Ayrıca bu sonuç, Erdemir ve Koç (2009) tarafından yapılan araştırmanın sonucunda elde edilen işyeri izleme uygulamalarına yönelik olumsuz algılamalar ile iş tatmini ilişkisini açıklamada en anlamlı modelin iş stresinin aracı değişken olarak kullanıldığı model olduğu ve işyeri izleme faaliyetleri ve iş stresi arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu bulgusunu desteklemektedir. Yine Brown (1996) ve Fairweather (1999) tarafından yapılan araştırmaların bulguları desteklenmektedir. İşyeri izleme faaliyetleri ile örgütsel stres arasındaki ilişkiyi ifade eden bulgulara dayanarak, kurumdaki çalışanların işyeri izleme faaliyetleri ve örgütsel stres düzeylerinin birlikte artıp azaldığı söylenebilir.

Araştırmada, işyeri izleme faaliyetlerinin örgütsel güven ile ilişkisi olmadığı tespit edilmiştir. Buna göre geliştirilen *"H2: İşyeri izleme faaliyetleri ile örgütsel güven arasında bir ilişki vardır."* hipotezi kabul edilememiştir. Bu sonuç; benzer araştırmalardan farklıdır. Örneğin Tabak ve Smith (2005) elektronik izleme faaliyetlerinin çalışanların güven algılarıyla ilişkili olduğunu tespit ederken, Hormung (2005) bu değişkenler arasında ilişki olduğunu tespit eden bir başka araştırmadır.

Araştırmanın bir başka bulgusu ise; örgütsel stres ile örgütsel güven arasında orta derecede ve negatif yönlü bir etkileşimin tespit edilmiş olmasıdır. Buna göre geliştirilen "H3: Örgütsel stres ve örgütsel güven arasında bir ilişki vardır." hipotezi kabul edilmiştir. Bu sonuç; Ayaz ve Batı (2017) tarafından yapılan araştırmayı desteklemektedir. Örgütsel stres ve örgütsel güven arasındaki ilişkiyi ifade eden bulgulara dayanarak, kurumdaki çalışanların örgütsel stres ve örgütsel güven düzeylerinin birlikte artıp azaldığı söylenebilir.

Araştırmanın en önemli sınırlılığı, yalnızca bir üniversitede bulunan memurlar üzerinde uygulanmış olmasıdır. Daha geniş örneklemlerde yapılacak uygulamalar, sonuçları daha anlamlı hale getirebilecektir.

KAYNAKÇA

Aksoy, B. (2012). Bilgi teknolojileri ve yeni çalışma ilişkileri. Ege Akademik Bakış, 12(3), 401-414.

Alder, G. S. ve Ambrose, M. L. (2005). Towards understanding fairness judgments associated with computer task-specific monitoring: An integration of the feedback, justice, and monitoring research. Human Resource Management Review, 15(1), 43-67.

Aiello, J. (1993). Computer-based work monitoring: Electronic surveillance and its effects. Journal of Applied Social Psychology, 23(7), 499-507.

Amit, R. ve Schoemaker, P.J.H. (1993). Strategic assets and organizational rent. Strategic Management Journal, 14, 33-46.

Arkun, T. (2011). İşyeri izleme faaliyetleri ile çalışanların örgütsel adalet algıları ilişkisi. Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

Ariss, S. S. (2002). Computer monitoring: Benefits and pitfalls facing management. Information and Management, 39(7), 553-558.

Avcı, Ö. (2007). Örgütsel stres kaynaklarının halkla ilişkiler açısından incelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Ayaz, N. ve Batı, T. (2017). Turizm işletmelerinde örgütsel güven ve örgütsel stres ilişkisi: Mutfak departmanı işgörenleri örneği. İşletme Araştırmaları Dergisi, 9(1), 527-541.

Ballı, A.İ.K. ve Üstün, F. (2017). Çalışanların örgütsel güven düzeyleri ile demografik özellikleri arasındaki ilişki: Bir örnek olay çalışması. IJSHS, 1(2), 20-38.

Beehr, T.A. (1998). An organizational psychology meta-model of occupational stress. (Edited by: Cary L. Cooper). Theories of Organizational Stress, New York: Oxford University Press Inc, 6-27.

Botan, C. ve Vorvoreanu, M. (2005). What do employees think about electronic surveillance at work? in J. Weckert (Ed.), Electronic monitoring in the workplace: Controversies and solutions, Hersey, PA, Idea Group, 123- 144.

Brown, W. S. (1996). Technology, work place privacy, and person hood. Journal of Business Ethics, 15, 1237–1248.

Büyük, K. ve Keskin, U. (2012). Panoptikon'un elektronik dirilişi: Etik bir sorun olarak işyeri izleme. İş Ahlakı Dergisi, 5(10), 55-88.

Chen, T.Y., Hwang, S. N. ve Lıu, Y. (2012). Antecedents of the yoluntary performance of employees: Clarifying the roles of employee satisfaction and trust. Public Personnel Management, 41 (3), 407-420.

Cohen, M.A. ve Dienhart, J. (2013). Moral and amoral conceptions of trust, with an application in organizational ethics. Journal of Business Ethics, 112(1), 1-13.

Cook, J. ve Wall, T. (1980). New work attitude measures of trust, organizational commitment and personal need non-filment. Journal of Occupational Psychology, 53, 39-52.

Cozzetto D. A. ve Pedeliski, T. B. (1997). Privacy and the workplace: Technology and public employment. Public Personnel Management, 26(4), 515-527.

Cufaude, J. (1999). Creating organizational trust elusive. Fragile Essential. Association Management,7 (51), 26-34.

Erdemir, E. (2008). Bilgi toplumunda çalışma ilişkilerinin yeni boyutu: İşyeri ve çalışanlara yönelik izleme faaliyetleri ve Türkiye'deki durum. Sakarya Üniversitesi I. Ulusal Çalışma İlişkileri Kongresi Bildiriler Kitabı, 40-52.

Erdemir, E. ve Koç, U. (2006). İşyeri izleme faaliyetlerinin çalışanlar tarafından algılanışı: Eskişehir örneği. 14. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı İçinde (555-562). Erzurum: Atatürk Üniversitesi Yayınları.

Erdemir, E. ve Koç, U. (2009). İşyeri izleme faaliyetlerinin iş tatmini, stres ve örgütsel bağlılıkla ilişkisi. Uluslararası 7. Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi (30-31 Ekim ve 1 Kasım), 1396-1402.

Erdemir, E. ve Çeliktaş, İ. (2006). Örgütsel ve hukuki açıdan işyeri izleme: Karşılaştırmalı bir inceleme. Kazancı Hakemli Hukuk Dergisi, 19-20, 87-102.

Fairweather, N. B. (1999). Surveillance in employment: The case of teleworking. Journal of Business Ethics, 22, 39–49.

Grey Noble, B. (2008). Workplace monitoring and the management of staff privacy: Issues and solutions, University of British Columbia, Library 504 Individual Paper, 1- 11.

Guffey, C. J. ve West, J. F. (1996). Employee privacy: Legal implications for managers. Labor Law Journal, 21(2), 735.

Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2016). Sosyal bilimlerde araştırma teknikleri (3. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Hornung, M. S. (2005). Think before you type: A look at email privacy in the workplace. Fordham Journal of Corporate & Financial Law, 11(1), 115–160.

Karcıoğlu, M.S. ve Naktiyok, A. (2015). Örgütsel ortamda algılanan güven düzeyinin sinizm üzerindeki rolü: Atatürk üniversitesi idari personeli üzerinde bir araştırma. AKÜ İİBF Dergisi, 17(1), 19-34.

Lasprogata, G., King, N. J. ve Pillay, S. (2004). Regulation of electronic employee monitoring: Identifying fundamental principles of employee privacy through a comparative study of data privacy legislation in the european union, United States and Canada. Stanford Technology Law Review, 4, 1-46.

Lease, D. R. ve Gordon, J. (2005). Balancing productivity and privacy: Electronic monitoring of employees, http://www.drdavidlease.com/user/Employee%20Monitoring.pdf.

Lee, S. ve Kleiner, B. H. (2003). Electronic surveillance in the workplace. Management Research News, 26 (4), 72–81.

Linowes, D. F. ve Spencer, R. C. (1996). Privacy in the workplace in perspective. Human Resource Management Review, 6(3), 165-181.

Luthans, F. (1992). Organizational behaviour (Sixth Edition). New York: McGraw-Hill Inc.

Malhotra, D. ve Murnighan, J.K. (2002). The effects of contracts on interpersonal trust. Administrative Science Quarterly, 47(3), 534-559.

Mayer, R.C., Davis, J.H. ve Schoorman, F.D. (1995). An integrative model of organizational trust. Academy of Management Review, 20(3), 709–734.

Mishra, J. ve Morrissey, M.A. (1990). Trust in employee / employer relationships: A survey of west michigan managers. Public Personnel Management, 19(4), 443-485.

Neves, P. ve Caetano, A. (2006). Social exchange processes in organizational change: The roles of trust and control. Journal of Change Management, 6(4), 351-364.

Nussbaum, K. ve Rivage, V. (1986). Computer monitoring: Mismanagement by remote control. Business and Society Review, 56, 16–20.

Nyhan, R.C. ve Marlowe, H.A. (1997). Development and psychometric properties of the organizational trust inventory. Evaluation Review, 21(5), 614-635.

Omarov, A. (2009). Örgütsel güven iş doyumu: Özel bir sektörde uygulama. Yüksek Lisans Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Oz E., Glass, R. ve Behling, R. (1999). Electronic workplace monitoring: What employees think?. Omega The International Journal of Management Science, 27(2), 167–177.

Özen, H.Ö. (2013). Çalışanların cinsiyetlerine göre örgütsel stresten etkilenme düzeyleri: Zonguldak ilinde görevli hemşireler üzerinde bir araştırma. Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 4(8), 74-95.

Rickard, G., Lenthall, S., Dollard, M., Opie, T., Knight, S., Dunn, S., Wakerman, J., MacLeod, M., Seiler, J. ve Brewster-Webb, D. (2012). Organisational intervention to reduce occupational stress and turnover in hospital nurses in the northern territory, Australia. Collegian, 19(4), 211-221.

Rogers, K.S., Smith, M.J. ve Sainfort, P.C. (1990). Electronic performance monitoring, job design, and psychological stress. In Proceedings of The Human Factors Society 34th Annual Meeting, 845-858.

Ross, R.R. ve Altmaier, E.M. (1994). Intervention in occupational stress: A handbook of counselling for Stress at work. London: Published by Sage Publications.

Rout, U.R. ve Rout, J.K. (2002). Stress management for primary health care professionals. New York: Kluwer Academic.

Sargut, S.A. (1994). Kültürlerarası farklılaşma ve yönetim. Ankara: V Yayınları.

Selye H. (1974). Stress without dissress. New York: J.B. Lippencott Comp.

Smith, M. J., Carayon, P., Sanders, K. J., Lim, S. Y. ve LeGrande, D. (1992). Employee stress and health complaints in jobs with and without electronic monitoring: Abstract. Applied Ergonomics, 23(1), 17–28.

Tabak, F. ve Smith, W. P. (2005). Privacy and electronic monitoring in the workplace: A model of managerial cognition and relational trust development. Employee Responsibilities and Rights Journal, 17(3), 173–189.

Tafti, A., Mithas, S. ve Krishnan, M. S. (2007). Information technology and autonomy-control duality: Toward a theory. Information Technology and Management, 8 (2), 147-166.

TDK (2018). http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid, Erişim Tarihi: 18.01.2018.

Tinaztepe, C., Özer, F., Kiziloğlu, M. ve Yozgat, U. (2012). The relationship between knowledge sharing and negative attitude against employee monitoring. Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi, 7(2), 93-102.

Tokgöz, E. ve Seymen, O.A. (2013). Örgütsel güven, örgütsel özdeşleşme ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişki: Bir devlet hastanesinde araştırma. Öneri Dergisi, 10(39), 61-76.

Watson, N. (2001). The private workplace and the proposed notice of electronic monitoring act: Is notice enough? Federal Communications Law Journal, 54(1), 79-102.

Yılmaz, G. (2005). Elektronik performans izleme sistemlerinin çalışanlar ve işletmeler üzerindeki etkileri. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 4 (7), 1-19.

Yetenek Yönetimi Uygulamaları Algısının Duygusal Emek Üzerindeki Etkisi

Assoc. Prof. Dr. Ali ERBAŞI
Selçuk University, FEAS
aerbasi@selcuk.edu.tr

Prof. Dr. Adnan ÇELİK
Selçuk University, FEAS
acelik@selcuk.edu.tr

Merve KAYA
Selçuk University, SBE
meerve.kayaa@gmail.com

ÖZET

Bu araştırmanın amacı, yetenek yönetimi uygulamalarına ilişkin algının duygusal emek üzerindeki etkisini incelemektir. Araştırmanın evrenini, Konya il merkezinde bulunan özel ve kamu bankalarının çalışanları oluşturmaktadır (N= 2563). Amaca göre örnekleme yöntemi kullanılmış olup evren içinde yer alan 334 banka çalışanı araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Anket tekniği kullanılarak elde edilen veriler SPSS 24.0 programı aracılığıyla çözümlenmiştir. Banka çalışanlarının yetenek yönetimi uygulamalarına ilişkin algısı ve duygusal emek düzeylerinin yüksek olduğu belirlenmiştir. Yetenek yönetimi uygulamalarına ilişkin algının duygusal emek üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı ve pozitif etkisi olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca banka çalışanlarının yetenek yönetimi uygulamalarına ilişkin algısı ve duygusal emek düzeylerinin; çalışanların cinsiyet, yaş, mesleki kıdem ve çalışma pozisyonuna göre istatistiki açıdan anlamlı düzeyde farklılaşmadığı sonuçlarına ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yetenek Yönetimi, Algı, Duygusal Emek.

The Effect of Perception of Talent Management Practices on Emotional Labor

ABSTRACT

The aim of this study is to examine the impact of the perception of talent management practices on emotional labor. The population of the research is the employees of private and public banks in the city center of Konya (N= 2563). The sampling method was used and the sample of the research is 334 bank employees in the population. The data obtained by using survey technique were analyzed by SPSS 24.0 program. It was determined that bank employees' perception of talent management practices and emotional labor levels were high. It was determined that the perception of talent management practices have a statistically significant and positive effect on emotional labor. In addition, it was concluded that banks employees' perception of talent management practices and emotional labor levels did not differ significantly in terms of gender, age, working time and working position.

Keywords: Talent Management, Perception, Emotional Labor.

2. GİRİŞ

Günümüzde yaşanan yoğun rekabet ortamı, işletmeleri gelişim ve değişim çabalarına doğru yöneltmektedir. Bu kapsamda işletmeler, insan kaynaklarının etkin şekilde kullanılmasına büyük önem vermek durumundadırlar. Burada insan kaynağının ayırt edici gücü olarak yetenekler ön plana çıkmaktadır. İşletmeler, odak noktasına almaları gereken yetenekleri etkin

şekilde yönetebilmenin gayreti içinde olmalıdırlar. Yetenek yönetimi ile işletmeler, yetenekli çalışanları bulmak, onları eğitmek, geliştirmek ve bu sayede sahip oldukları niteliklerden faydalanmaya çalışmaktadırlar. İşletmelerde karşılaşılan yetenek yönetimi uygulamalarının varlığı çalışanların örgüt içi davranışlarına etki edebilir. Özellikle hizmet odaklı mesleklerde çalışan bireylere yönelik yetenek yönetimi uygulamaları, onların işlerini yaparken duygularını kontrol edebilme reflekslerini etkileyebilir. Bu varsayımdan hareketle bu araştırmanın amacı, yetenek yönetimi uygulamalarına ilişkin algının duygusal emek üzerindeki etkisini incelemektir. Amacı oluşturan değişkenlere (yetenek yönetimi uygulamaları ve duygusal emek) yönelik teorik çerçeve oluşturulduktan sonra banka çalışanları üzerinde yapılan uygulamada kullanılan yönteme ilişkin bilgiler verilmiştir. Sonrasında elde edilen bulgular aktarılmış ve sonuçlar tartışılmıştır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Yetenek Yönetimi

Literatürde farklı şekillerde tanımlanmış olan yetenek kavramı, TDK (2018) tarafından "Bir kimsenin bir şeyi anlama ve yapabilme niteliği, kabiliyet, istidat" olarak tanımlanmıştır. Yetenek, bireyin doğuştan gelen ve sonradan kazanılan tüm özelliklerini içerir. Çalışanların yeteneklerini örgüt içinde yüksek düzeyde kullanması, örgütsel performans açısından önem taşımaktadır (Macfarlane vd., 2012: 446). Örgütsel performans açısından bu denli önemli olan yetenek unsurunun, örgüt içinde etkin şekilde yönetilmesi gerekmektedir. Bu ise yetenek yönetimi kavramını ön plana çıkarmaktadır.

Yetenekli çalışanlar, örgütlerin başarısı için önemli unsurların başında gelmektedir. Bu açıdan bakıldığında yetenekli bireylerin, organizasyonlarda stratejik konum ve pozisyonlarda değerlendirilmesi gerekmektedir. Ayrıca yetenekli bireyleri geliştirme ve işletmeye olan bağlılıklarını artırma gibi uygulamaların örgüt amaçları doğrultusunda kullanılmasına ihtiyaç vardır (Valuerde vd., 2013: 1834). Bu bağlamda örgütler yetenek yönetiminin etkinliğini sağlayacak birçok faktörü birlikte değerlendirmelidir. Örneğin işgücü planlaması, yeteneklerin kazanılması, yeteneklerin işletmeye bağlanması, yeteneklerin geliştirilmesi, yeteneklerin doğru pozisyona atanması, yeteneklerin yönetilmesi, yeteneklerin elde tutulması gibi. Bu kapsamda örgütler, çalışanların sahip oldukları faklı yetenekleri ortaya çıkarmak ve bu yetenekleri örgüt hedefleri doğrultusunda kullanmaya odaklanmaktadır (Selznick, 1984: 42). Ayrıca yetenek yönetimi, örgütler için rekabet üstünlüğü sağlamak ve varlığını sürdürebilmek açısından dikkatle ele alınması gereken yönetim araçlarından biri olarak değerlendirilmelidir.

Günümüz işletmelerinin önemli çabalarından biri, yetenekli çalışanların örgüte alınması, geliştirilmesi ve örgütte tutulması olagelmektedir. Örgüt yönetimlerinin asli görevlerinden biri

de etkin ve verimli bir yetenek yönetimi sürecinin gerçekleştirilmesidir. Bu noktada organizasyon için en uygun yetenek yönetimi stratejisinin iş stratejileri ile birlikte belirlenmesi hususu önemli bir noktadır (Yumurtacı, 2014: 188).

2.2. Duygusal Emek

Duygu, birçok disiplinin ilgi alanına aldığı bir kavramdır. Çalışma hayatında insanın önemli bir faktör olması ve insan hareketleri üzerinde düşüncelerin ve duyguların önemli bir etkisinin olması, kavramı yönetim bilimi açısından da önemli hale getirmektedir. Çünkü duygular, çalışma hayatında önemli bir yere sahiptir. Bu kapsamda örgütler için duygusal emek kavramının kullanımı ön plana çıkmıştır (Brotheridge ve Grandey, 2002: 18). Duygusal emek kavramını ilk olarak dile getiren kişi Hochschild olmuştur. Buna göre duygusal emek, yerine getirilmesi gereken görev gereği duyguların bireyin çevresindekiler tarafından gözlenebilecek şekilde şekillendirilmesi ve ortaya konulması olarak kavramsallaştırılmıştır. Burada belirtmek gerekir ki özel hayattaki duygusal çabalar duygusal iş olarak tanımlanırken, iş hayatındaki duygusal çabalar duygusal emek olarak tanımlanmaktadır (Hochschild, 1990: 118).

Duygusal emek, üç farklı boyutta karşımıza çıkmaktadır. Bunlar yüzeysel davranış, duygusal çaba ve derinlemesine davranıştır. Bu boyutlar ile çalışan, kendi içerisinde bulunan duyguları içselleştirerek, anlayarak ve son olarak da bu duygularını kontrol etme becerisi göstererek görevini yerine getirmeye çalışmaktadır (Kaya ve Özhan, 2012: 112). Yapılan araştırmalar, duygusal emeğin çevresel faktörlerden etkilendiğini rapor etmektedir (Humphrey, 2012: 742). Bu doğrultuda duygusal emeğin çalışanların sergiledikleri davranışlara ve performanslarına etki ettiği görülmektedir (Başbuğ vd., 2010: 255).

Yetenek yönetimine yönelik örgüt içi uygulamalar, çalışanların davranışlarına önemli ölçüde etki yapabilir. Çünkü çalışanlar duygularını düzenlerken veya kendilerini ifade etmeye çalışırken, örgütleri tarafından geliştirilmeyi beklerler. Çetinkaya ve Karaçelebi (2017) çalışanların duygu ve düşüncelerini rahat ifade edebilecekleri bir iş ortamının yaratılmasında yetenek yönetimi uygulamalarının önemli bir yeri olduğunu ifade etmektedirler. Bu varsayımdan yola çıkarak araştırmanın ilk hipotezi şu şekilde belirlenmiştir:

H1: Yetenek yönetimi uygulamaları algısının duygusal emek üzerinde etkisi vardır.

Ayrıca araştırmada banka çalışanlarının yetenek yönetimi uygulamalarına ilişkin algıları ve duygusal emek düzeylerinin bazı demografik değişkenlere göre farklılaşıp farklılaşmadığı incelenmeye çalışılmıştır. Bu nedenle dört demografik değişken üzerinde hipotezler geliştirilmiştir.

Cinsiyet değişkenine göre yetenek yönetimi uygulamaları algısının ve duygusal emek düzeyinin farklılaşıp farklılaşmadığını belirleyebilmek için H_2 ve H_3 hipotezleri geliştirilmiştir:

H2: Yetenek yönetimi uygulamaları algısı çalışanların cinsiyetine göre farklılaşmaktadır.

H3: Duygusal emek düzeyi çalışanların cinsiyetine göre farklılaşmaktadır.

Yaş değişkenine göre yetenek yönetimi uygulamaları algısının ve duygusal emek düzeyinin farklılaşıp farklılaşmadığını belirleyebilmek için H_4 ve H_5 hipotezleri geliştirilmiştir:

H4: Yetenek yönetimi uygulamaları algısı çalışanların yaşına göre farklılaşmaktadır.

H5: Duygusal emek düzeyi çalışanların yaşına göre farklılaşmaktadır.

Mesleki kıdem değişkenine göre yetenek yönetimi uygulamaları algısının ve duygusal emek düzeyinin farklılaşıp farklılaşmadığını belirleyebilmek için H_6 ve H_7 hipotezleri geliştirilmiştir:

H6: Yetenek yönetimi uygulamaları algısı çalışanların mesleki kıdemine göre farklılaşmaktadır.

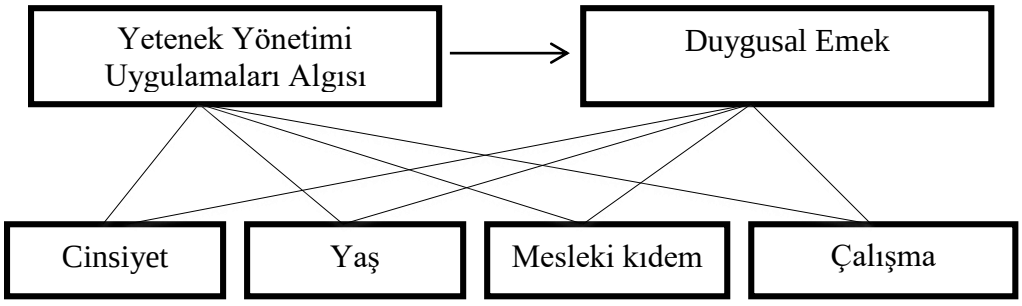
H7: Duygusal emek düzeyi çalışanların mesleki kıdemine göre farklılaşmaktadır.

Çalışma pozisyonu değişkenine göre yetenek yönetimi uygulamaları algısının ve duygusal emek düzeyinin farklılaşıp farklılaşmadığını belirleyebilmek için H_8 ve H_9 hipotezleri geliştirilmiştir:

H8: Yetenek yönetimi uygulamaları algısı çalışılan pozisyona göre farklılaşmaktadır.

H9: Duygusal emek düzeyi çalışılan pozisyona göre farklılaşmaktadır.

Bu hipotezler kapsamında araştırma modeli Şekil 1'deki gibi oluşturulmuştur.



Şekil 1. Araştırmanın Modeli

3. YÖNTEM

Araştırmanın temel problemini; "İşletmelerde yetenek yönetimi algısının duygusal emek üzerinde etkisi var mıdır ve bu değişkenlerin düzeyleri çeşitli demografik özelliklere göre farklılaşmakta mıdır?" sorusu oluşturmaktadır. Bu soruya cevap vermek için nicel verilere dayalı genel tarama modelinde bir araştırma tasarlanmıştır.

Araştırma evrenini Konya il merkezinde bulunan özel ve devlet bankalarındaki banka çalışanları oluşturmaktadır (N= 2563). Örneklem seçimini etkileyen temel unsur, özellikle insanlar ile yüz yüze hizmet sektöründe çalışanların duyguların kullanımı konusunda daha

dikkatli olmaları gerektiğine yönelik beklentidir. Buna uygun olarak banka çalışanları da, yetenekleri ve duyguları arasındaki uyumu sürekli sağlamak durumundadırlar. Amaca göre örnekleme yöntemi kullanılarak evren içinde yer alan 334 banka çalışanı araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Elde edilen veriler SPSS 24.0 programı aracılığıyla çözümlenmiştir.

Araştırmada veri toplama tekniği olarak anket tekniğinden yararlanılmıştır. Anket formu üç bölümden oluşmaktadır. Anketin ilk bölümünde, Fegley (2006) tarafından geliştirilen, Bahadınlı (2013) tarafından kullanılan ve 16 önermeden oluşan "Yetenek Yönetimi Uygulamaları Algısı Ölçeği" kullanılmıştır. Anketin ikinci bölümünde Diefendorff vd. (2005) tarafından geliştirilen, Basım ve Begenirbaş (2012) tarafından Türkçe'ye uyarlanan ve 13 önermeden oluşan "Duygusal Emek Ölçeği" kullanılmıştır. Anketin üçüncü ve son bölümünde ise; yaş, cinsiyet, mesleki kıdem ve çalışılan pozisyon bilgilerini içeren demografik sorular bulunmaktadır. Anket formu; "1: Kesinlikle Katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Kararsızım, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum" şeklinde olmak üzere 5'li likert tipinde hazırlanmıştır. Anketler, 2018 yılının Nisan ayında gerçekleştirilmiştir. Soru formu örnekleme yüz yüze anket yöntemi ile uygulanmıştır.

Araştırmada kullanılan iki ölçeğe Kaiser-Meyer ve Olkin testi ve Barlett Küresellik testi uygulanmış ve elde edilen bulgular Tablo 1'de sunulmuştur. Ayrıca Tablo 1'de her bir ölçeğe ait özdeğerler, toplam varyans açıklama oranları ve güvenilirlik ölçümü için Cronbach Alpha değerlerine yer verilmiştir. Elde edilen değerler, iki ölçeğin de yeterli düzeyde geçerlilik ve güvenirlik bulgularına sahip olduğunu göstermektedir.

Tablo 1. Ölçeklerin Geçerlilik ve Güvenirlik Bulguları

		Yetenek Yönetimi Uygulamaları Algı Ölçeği	Duygusal Emek Ölçeği
Kaiser-Meyer ve Olkin Testi		,886	,850
Barlett Testi	**Ki-Kare**	1350,180	1189,725
	df	45	436
	p	,000	,000
Özdeğer		6,753	6,441
Toplam Varyans Açıklama Oranı		%67,53	%71,57
Önerme Sayısı		10	13
Cronbach Alpha Değeri		,946	,950

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Araştırmanın uygulandığı Konya ilindeki kamu ve özel banka çalışanlarına yönelik demografik özellikler Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 2. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Demografik Özellikler	n	%

Cinsiyet	Kadın	224	67,1
	Erkek	110	32,9
Yaş	20-29 Yaş	170	50,9
	30-45 Yaş	92	27,5
	46 Yaş ve Üzeri	72	21,6
Mesleki Kıdem	1-5 Yıl	153	45,8
	6-10 Yıl	109	32,6
	11 Yıl ve Üzeri	72	21,6
Çalışılan Pozisyon	Şube Müdürü	33	9,9
	Müdür Yardımcısı	31	9,3
	İkinci Müdür	60	18,0
	Yetkili	72	21,6
	Memur	138	41,3

Tablo 2'de görüldüğü üzere araştırmaya katılanların %67,1'ini kadın ve %32,9'unu erkek banka çalışanları oluşturmaktadır. Araştırmaya katılanların %50,9'unu 20-29 yaş grubu, %27,5'ini 30-45 yaş grubu, %21,6'sını 46 yaş ve üzeri banka çalışanları oluşturmaktadır. Ayrıca katılımcıların %45,8'ini 1-5 yıl mesleki kıdemi, %32,6'sını 6-10 yıl mesleki kıdemi, %21,6'sını 11 yıl ve üzeri mesleki kıdemine sahip çalışanlar oluşturmaktadır. Katılımcı banka çalışanlarının %9,9'u şube müdürü, %9,3'ü müdür yardımcısı, %18,0'ı ikinci müdür, %21,6'sı yetkili ve %41,3'ü memur çalışma pozisyonlarında görev yapmaktadır.

Tablo 3'te değişkenlere ait aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri gösterilmiştir. Buna göre katılımcı banka çalışanlarının yetenek yönetimi uygulamaları algı düzeylerinin ve duygusal emek düzeylerinin yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 3. Değişkenlere İlişkin Tanımlayıcı Bulgular

	Aritmetik Ortalama	**Standart Sapma**
Yetenek Yönetimi Uygulamaları Algısı	4,512	0,349
Duygusal Emek	4,404	0,372

Araştırmada kullanılan verilerin normal dağılım koşullarını sağlayıp sağlamadığını incelemek için Kolmogorov-Smirnov testi yapılmıştır. Yetenek yönetimi ölçeği veri seti için [KS= .146, P>0.05] ve duygusal emek ölçeği veri seti için [KS= .126, p>0.05] elde edilen değerler, anlamlılık değerinin p>0.05 elde edilen değerler, anlamlılık değerinin p>0.05 olduğunu ve verilerin normal dağılım sergilediğini göstermiştir. Bu nedenle veri setleri için parametrik analizler kullanılmıştır.

Değişkenler arasındaki ilişkileri görebilmek için Pearson korelasyon analizi yapılmış ve elde edilen bulgular Tablo 4'te gösterilmiştir. Buna göre yetenek yönetimi ile duygusal emek arasında istatistiksel açıdan anlamlı, pozitif ve orta düzeyde (p<0.01) bir ilişki tespit edilmiştir.

Tablo 4. Değişkenler Arasındaki Korelasyon Bulguları

Değişkenler	Yetenek Yönetimi Uygulamaları Algısı	Duygusal Emek
Yetenek Yönetimi Uyg. Algısı	-	
Duygusal Emek	,590**	-

**p < 0.01

Araştırmanın amacına uygun olarak yetenek yönetimi uygulamaları algısının duygusal emek üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla regresyon analizi yapılmış ve elde edilen bulgular Tablo 5'te sunulmuştur. Elde edilen bulgulara göre önerilen model istatistiksel olarak anlamlıdır. Buna göre yetenek yönetimi uygulamalarına ilişkin algının duygusal emek üzerinde etkisi olduğu görülmektedir.

Tablo 5. Yetenek Yönetimi Uygulamaları Algısının Duygusal Emek Üzerindeki Etkisine Yönelik Regresyon Bulguları

Bağımlı Değişken	R^2	Bağımsız Değişken	B	Standart Hata	t	p	F
Duygusal Emek	,348	Sabit Terim	1,566	,214	7,329	,000	177,415
		Yetenek Yön.	,629	,047	13,320	,000	

Katılımcıların yetenek yönetimi uygulamaları algısı ve duygusal emek düzeylerinde cinsiyet değişkenine göre bir farklılık olup olmadığına yönelik hipotezleri test edebilmek için bağımsız örneklem t testi uygulanmıştır. Elde edilen bulgular Tablo 6'da sunulmuştur. Buna göre banka çalışanlarının yetenek yönetimi ve duygusal emek düzeylerinin cinsiyet değişkenine göre istatistiksel bakımdan anlamlı düzeyde farklılaşmadığı tespit edilmiştir.

Tablo 6. Cinsiyet Değişkenine Göre Bağımsız Örneklem t Testi Analizi Bulguları

		N	$\bar{X}$	S	t	p
Yetenek Yönetimi	Kadın	224	4,52	0,35	,238	,812
	Erkek	110	4,51	0,35		
Duygusal Emek	Kadın	224	4,41	0,38	,101	,920
	Erkek	110	4,40	0,36		

Katılımcıların yetenek yönetimi uygulamaları algısı ve duygusal emek düzeylerinde yaş değişkenine göre bir farklılık olup olmadığına yönelik hipotezleri test edebilmek için tek yönlü varyans analizi uygulanmıştır. Elde edilen bulgular Tablo 7'de sunulmuştur. Buna göre yaş ilerledikçe yetenek yönetimi algı düzeylerinde azalış ve duygusal emek düzeylerinde artış görülmektedir. Ancak elde edilen bu farklılıkların istatistiksel bakımdan anlamlı olmadığı tespit edilmiştir.

Tablo 7. Yaş Değişkenine Göre Tek Yönlü Varyans Analizi Bulguları

		N	$\bar{X}$	S	F	p
Yetenek Yönetimi	20-29 Yaş	170	4,59	0,35	2,835	,060
	30-45 Yaş	92	4,49	0,33		
	46 Yaş ve Üzeri	72	4,48	0,36		

	20-29 Yaş	170	4,36	0,38		
Duygusal Emek	30-45 Yaş	92	4,38	0,31	2,828	,061
	46 Yaş ve Üzeri	72	4,48	0,41		

Katılımcıların yetenek yönetimi uygulamaları algısı ve duygusal emek düzeylerinde mesleki kıdem değişkenine göre bir farklılık olup olmadığına yönelik hipotezleri test edebilmek için tek yönlü varyans analizi uygulanmıştır. Elde edilen bulgular Tablo'8 de sunulmuştur. Buna göre mesleki kıdem ilerledikçe yetenek yönetimi algı düzeylerinde azalış ve duygusal emek düzeylerinde artış görülmektedir. Ancak elde edilen bu farklılıkların istatistiksel bakımdan anlamlı olmadığı tespit edilmiştir.

Tablo 8. Mesleki Kıdem Değişkenine Göre Tek Yönlü Varyans Analizi Bulguları

		N	$\bar{X}$	S	F	p
	1-5 Yıl	153	4,54	0,35		
Yetenek Yönetimi	6-10 Yıl	109	4,50	0,35	,479	,620
	11 Yıl ve Üzeri	72	4,49	0,36		
	1-5 Yıl	153	4,36	0,37		
Duygusal Emek	6-10 Yıl	109	4,40	0,36	1,076	,342
	11 Yıl ve Üzeri	72	4,44	0,41		

Katılımcıların yetenek yönetimi uygulamaları algısı ve duygusal emek düzeylerinde çalışılan pozisyon değişkenine göre bir farklılık olup olmadığına yönelik hipotezleri test edebilmek için tek yönlü varyans analizi uygulanmıştır. Elde edilen bulgular Tablo 9'da sunulmuştur. Buna göre çalışılan pozisyon yükseldikçe yetenek yönetimi algı düzeylerinde ve duygusal emek düzeylerinde artış görülmektedir. Ancak elde edilen bu farklılıkların istatistiksel bakımdan anlamlı olmadığı tespit edilmiştir.

Tablo 9. Çalışılan Pozisyon Değişkenine Göre Tek Yönlü Varyans Analizi Bulguları

		N	$\bar{X}$	S	F	p
	Şube Müdürü	33	4,60	0,31		
	Müdür Yardımcısı	31	4,55	0,28		
Yetenek Yönetimi	İkinci Müdür	60	4,52	0,35	1,161	,328
	Yetkili	72	4,48	0,33		
	Memur	138	4,46	0,38		
	Şube Müdürü	33	4,44	0,40		
	Müdür Yardımcısı	31	4,42	0,36		
Duygusal Emek	İkinci Müdür	60	4,40	0,36	1,036	,389
	Yetkili	72	4,39	0,37		
	Memur	138	4,28	0,38		

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada banka çalışanlarının yetenek yönetimi uygulamalarına ilişkin algısının duygusal emek düzeyleri üzerindeki etkisini incelemek amaçlanmıştır. Araştırmada banka çalışanlarının yetenek yönetimi uygulamaları algı düzeylerinin ve duygusal emek düzeylerinin yüksek olduğu

görülmektedir. Araştırma kapsamında geliştirilen hipotezlerin değerlendirilmesi neticesinde yetenek yönetimi uygulamalarına ilişkin algının duygusal emek üzerinde pozitif ve istatistiksel açıdan anlamlı etkisi olduğu görülmektedir. Bu kapsamda geliştirilen *"H1: Yetenek yönetimi uygulamaları algısının duygusal emek üzerinde etkisi vardır."* hipotezi kabul edilmiştir.

Ayrıca katılımcıların yetenek yönetimi uygulamaları algısı ve duygusal emek düzeyinin bazı demografik değişkenler bakımından istatistiksel açıdan anlamlı düzeyde farklılaşıp farklılaşmadığını test etmeye yönelik analizler yapılmıştır. Cinsiyet değişkeni kapsamında elde edilen bulgular değerlendirildiğinde *"H2: Yetenek yönetimi uygulamaları algısı çalışanların cinsiyetine göre farklılaşmaktadır."* ve *"H3: Duygusal emek düzeyi çalışanların cinsiyetine göre farklılaşmaktadır."* hipotezleri reddedilmiştir. Yaş değişkeni kapsamında elde edilen bulgular değerlendirildiğinde *"H4: Yetenek yönetimi uygulamaları algısı çalışanların yaşına göre farklılaşmaktadır."* ve *"H5: Duygusal emek düzeyi çalışanların yaşına göre farklılaşmaktadır."* hipotezleri reddedilmiştir. Mesleki kıdem değişkeni kapsamında elde edilen bulgular değerlendirildiğinde *"H6: Yetenek yönetimi uygulamaları algısı çalışanların mesleki kıdemine göre farklılaşmaktadır."* ve *"H7: Duygusal emek düzeyi çalışanların mesleki kıdemine göre farklılaşmaktadır."* hipotezleri reddedilmiştir. Çalışılan pozisyon değişkeni kapsamında elde edilen bulgular değerlendirildiğinde *"H8: Yetenek yönetimi uygulamaları algısı çalışılan pozisyona göre farklılaşmaktadır."* ve *"H9: Duygusal emek düzeyi çalışılan pozisyona göre farklılaşmaktadır."* hipotezleri reddedilmiştir.

Araştırmadan elde edilen bulgulardan yola çıkarak banka çalışanlarının yetenek yönetimi uygulamaları algısı ile duygusal emek düzeylerinin hiçbir demografik değişkene göre farklılaşmadığı görülmektedir. Araştırmanın daha geniş örneklemlerde uygulanması ile sonuçların daha anlamlı hale gelmesi mümkün olabilir. Ayrıca farklı sektör çalışanlarına yapılacak uygulamalardan elde edilecek sonuçlar, sektörler arası kıyaslamaya imkan sağlayabilir.

KAYNAKÇA

Bahadınlı, H.S. (2013). İşletmelerde yetenek yönetimi uygulamalarının çalışanların iş tatmini ve örgüte bağlılıkları üzerindeki etkisi (İlaç, tekstil ve otomotiv sektörlerinde araştırma), Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Basım, N. ve Begenirbaş, M. (2012). Çalışma yaşamında duygusal emek: Bir ölçek uyarlama çalışması. Yönetim ve Ekonomi Dergisi, 19 (1), 77-90.

Başbuğ, G., Ballı, E. ve Oktuğ, Z. (2010). Duygusal emeğin iş memnuniyetine etkisi: Çağrı merkezi çalışanlarına yönelik bir çalışma. Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi, 58, 254-274.

Brotheridge, C. M. ve Grandey, A. A. (2002) Emotional labor and burnout: Comparing two perspectives of people work. Journal of Vocational Behavior, 60, 17-18.

Çetinkaya, A.Ş. ve Karaçelebi F.G. (2017). Yetenek yönetiminin duygu düzenlemeye etkisi: Konaklama işletmeleri araştırması. International Journal of Economic and Administrative Studies, 16, 391-402.

Dieefendorff, J.M., Croyle, M.H. ve Grosserand, R.H. (2005). The dimensionality and antecedents of emotinal labor strategies. Journal of Vocational Behavior, 66, 339-357.

Fegley, S. (2006). Talent management: Survey report. Society for Human Resource Management. Alexandria, VA.

Hochschild, A. R. (1990). Ideology and emotion management: A perspective and path for future research. Research Agendas in the Sociology of Emotions, 117-142.

Humphrey, R. H. (2012). How do leaders use emotional labor?. Journal of Organizational Behavior, 33, 740–744.

Kaya, U. ve Özhan, Ç. K. (2012). Duygusal emek ve tükenmişlik ilişkisi: Turist rehberleri üzerine bir araştırma. Çalışma İlişkileri Dergisi, 3 (2), 109- 130.

Macfarlane, F., Duberley, J., Fewtrell, C., ve Powell, M. (2012). Talent management for NHS managers: Human resources or resourceful humans?. Public Money Management, 32 (6), 445-452.

Selznick, P. (1984). Leadership in administration. Berkeley, CA: University of California Press.

TDK (2018). http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid, Erişim Tarihi: 20.03.2019.

Valuerde, M., Scullion, H., ve Ryan, G. (2013). Talent management in Spanish medium sized organizations. The International Journal of Human Resource Management, 24 (9), 1832-1852.

Yumurtacı, A. (2014). Küreselleşen emek piyasalarında yeni bir olgu yetenek yönetimi. Yalova Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. 5 (8), 188-212.

3rd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 28-30 June 2019, Lefkosa

Boreout Sendromunun Sosyal Kaytarma Üzerindeki Etkisine Yönelik Bir Alan Araştırması

Asst. Prof. Dr.Gamze Ebru ÇİFTÇİ
Hitit University, Sungurlu HS
gamzeebruciftci@hotmail.com

Asst. Prof. Dr.Alper GÜRER
Kırıkkale University, Keskin HS
alpergurer@gmail.com

ÖZET

Örgütlerin amaçlarına ulaşabilmesinde ve sürdürülebilir rekabet üstünlüğü sağlamasında en temel unsurun çalışanların işle ilgili görevlerini yerine getirmeleri olduğu söylenebilir. Diğer taraftan çalışanlar zaman zaman yaptıkları işi anlamlı bulmayabilirler, kendilerine verilen görevleri gerçekleştirmelerinin örgüte katkısının önemsiz olduğunu düşünebilirler veya işleri onlara kendilerini geliştirme fırsatı vermeyebilir. Örgütlerde çalışanların can sıkıntısı yaşaması şeklinde ortaya çıkan ve literatürde boreout sendromu olarak ifade edilen bu durum örgütlerin hedeflerine ulaşabilmesinin önünde önemli bir engel oluşturabilmektedir. Örgütlerin amaçlarına ulaşmasını engelleyen durumlardan bir diğeri ise sosyal kaytarma olarak görülmektedir. Sosyal kaytarma da boreout sendromu gibi çalışanların işle ilgili görevlerini yerine getirmesini olumsuz etkileyen ve örgütler için istenmeyen davranışlardan biridir. Özellikle takım çalışmasının ön plana çıktığı günümüz örgüt yapılarında çalışanların grupla ortaklaşa yapılan işlerde bireysel performanslarının altında bir çaba göstermeleri sosyal kaytarma olarak adlandırılırken bu durum çalışanlardan istenen verimliliğe ulaşılmasına engel teşkil ederek aynı zamanda örgütsel performansı olumsuz etkilemektedir. Bu önemli iki değişkenin işletmede ki olumsuz etkilerinden yola çıkılarak tasarlanan çalışma çalışanların yaşadıkları boreout sendromunun sosyal kaytarma davranışları üzerindeki etkisini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Çalışmayla ayrıca çalışanların demografik özelliklerinin boreout üzerinde etkisi olup olmadığı sorusuna cevap aranmaya çalışılmıştır. Bu amaçla Çorum ilinde gıda sektöründe faaliyet gösteren bir fabrikada görev yapmakta olan 120 çalışana anket uygulanarak elde edilen veriler analiz edilmiştir. Araştırma bulgularına göre, boreout'un sosyal kaytarma üzerinde pozitif yönlü bir etkisi olduğu ve çalışanların eğitim düzeylerinin boreout düzeylerinde anlamlı bir farklılığa neden olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Boreout Sendromu, Sosyal Kaytarma, Çalışanlar.

A Field Study on the Effect of Boreout Syndrome on Social Loafing

ABSTRACT

It can be said that the most basic element in achieving the objectives of the organization and ensuring a sustainable competitive advantage is that the employees perform their job duties. In additiaon to this, employees may not find the work they do from time to time meaningful, they may think that their contribution to the organization is insignificant, or their work may not give them the opportunity to develop themselves. This situation, which is expressed in the literature as boreout syndrome, is one of the most important obstacles in front of organizations to reach their targets. Another factor that prevents organizations from reaching their goals is social loafing. Social loafing is also one of the undesirable behaviors for organizations that negatively affect the fulfillment of their job-related duties like boreout. Especially in today's organizational structures where teamwork is prominent, while the efforts of the employees are under the individual performances of the works carried out jointly with the group are called as social loafing, and this situation affects the organizational performance negatively by causing the employees not to get the desired efficiency. This study aims to reveal the effects of boreout syndrome on social loafing behavior of employees. The study also tried to find out whether the demographic characteristics of the employees have an impact on the boreout. For this purpose, the data obtained from 120 employees working in a factory operating in the food sector in Çorum province were analyzed. According to the findings of the study, it was concluded that the boreout has a positive effect on social loafing and that the education level of the employees caused a significant difference in boreout levels.

Keywords: Boreout Syndrome, Social Loafing, Employees.

1. Giriş

Günümüzde örgütlerin başarısını etkileyen en önemli unsurlardan biri çalışanların kişisel hedefleriyle örgüt hedeflerinin bütünleşik bir istikamet almasıdır. Elbette iş hayatında çalışanlar yetkinlikleri ve potansiyelleri ile uyumlu görevler alarak arzuladıkları kariyer çizgisinde ilerlemek isterler. Fakat bu istek her zaman karşılık bulmayabilir. Çalışanların bu doğrultuda işlerinden ve örgütlerinden beklentileri ile karşılaştıkları fiili durum arasındaki değerlendirmeleri sonucunda memnuniyetsizlik hissetmeleri durumu boreout sendromunu yaratabilir. Boreout sendromu işletme yöneticileri tarafından gözlemlenmediğinde ve tespit edildiği zaman gerekli önlemler alınmadığında gerek çalışanların bireysel kariyer hedeflerinin gerçekleşmesinde gerekse örgüt hedeflerine ulaşılmasında ciddi sorunların çıkmasına neden olabilir. Bu nedenle ilk başta çok gözlemlenemeyen fakat çalışan üzerinde derin ve sessiz bir şekilde iz bırakan boreout sendromu probleminin örgütler açısından dikkate alınması gerekir.

Bugün işletmelerin, yoğun rekabet ortamında ve gittikçe daralan küresel pazarda mevcut paylarını korumak ya da büyütmek için ileri düzeyde takım çalışmasına ihtiyaç duyduğu aşikardır. İşletmeler, birçok alt sistemin bütününü oluşturan örgüt sisteminin içinde uyumla çalışan personelin gösterdiği bütünleşik performans sayesinde bu ağır rekabete ve hızla değişen çevreye direnç gösterebilirler. Bu nedenle örgüt içindeki takım ruhu ve amaç birliğinin örgüt kültürüne yerleştirilmesi oldukça mühimdir. Fakat takım ruhunu zedeleme riski oldukça yüksek olan sosyal kaytarma olgusu bugün gerek bilim insanları gerekse yöneticiler tarafından mücadele edilmesi için etkenleri incelenen ve çözüm üretilmeye çalışılan olumsuz bir davranış olarak görülmektedir. Çünkü, çalışanların sadece bireysel görevlerinde değil örgütlerde alacakları kolektif görevlerde de gösterecekleri performans örgüt hedeflerine ulaşılması için kilit faktörlerden biridir.

Bu noktada boreout sendromu gibi örgütlerde istenmeyen davranışlardan biride sosyal kaytarma olarak görülmektedir. Çalışanlar kolektif çalışma içerisindeyken bireysel çabalarından daha az çaba sergilediklerinde rekabet üstünlüğü sağlamanın önemli araçlarından biri olan takım çalışmasından istenilen verim alınamamakta ve örgüt hedeflerinden sapmalar görülmektedir.

Bu kapsamda boreout sendromu ve sosyal kaytarma olarak ifade edilen istenmeyen bu davranışların örgütlerde bir arada bulunmasının örgütler için ciddi olumsuz sonuçlar doğuracağını söylemek mümkündür. Örgütte var olan olumsuz davranışlara çözüm aramanın en önemli adımı bu olumsuz örgütsel davranışlara neden olan etkileri belirlemektedir. Bu yoldan hareketle boreout sendromunun sosyal kaytarmayı tetikleyen bir unsur olduğundan yola çıkılarak, çalışma da boreout sendromunun sosyal kaytarma üzerindeki etkisini ortaya

koyabilmek amaçlanmıştır. Çalışmada Çorum ilinde gıda sektöründe faaliyet gösteren bir fabrikada görev yapmakta olan 120 çalışana anket uygulanmış ve elde edilen veriler analiz edilerek boreout sendromunun sosyal kaytarma üzerindeki etkisi incelenmeye çalışılmıştır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Boreout Sendromu

Boreout, çalışanların gerçekleştirdikleri bilişsel bir karşılaştırma süreci sonucunda ortaya çıkan ve işlerinden bekledikleri taleplerin algıladıkları talepleri aşmasından kaynaklanan psikolojik bir zorlanma durumu olarak tanımlanmaktadır (Stock, 2014). İlk olarak Peter Werder ve Phillippe Rothlin (2008) tarafından ortaya atılan kavram çalışanların beklentilerini karşılamayan iş ortamlarından ve görevlerden dolayı işlerinden sıkılarak işlerine giderek daha fazla ilgisiz kaldıkları ve sonuçta şirketlerinden ve çıkarlarından uzaklaştıkları durumu ifade etmek için kullanılmıştır. Stock, tarafından ise boreout, işyerinde bir anlam krizi, can sıkıntısı ve büyüme krizi şeklinde görünen olumsuz uyarılmalar sonucu oluşan olumsuz psikolojik durumlar olarak tanımlanmıştır (2013: 159).

Aslında 2000'li yıllarda kavramlaştırılan ve boreout sendromu olarak adlandırılan bu kavrama 18. yüzyılda özellikle Sanayi devrimi sonrasındaki fabrikalaşma ve üretim hatlarının oluşturulması sonrasında yaşanan çalışan travmalarında rastlamak mümkündür. Nitekim işte anlam bulamama, işte can sıkıntısı durumunu ifade eden bu kavram, Karl Marx'ın 1844 yılında ele aldığı "El yazmaları" eserindeki "yabancılaşma" kavramıyla "işte anlamsızlık" boyutuyla benzerlikler içerse de, her iki kavramı birbirinden ayıran farlılıkları da mevcuttur. Yabancılaşma çalışanın emeğinden kopuşunu hatta daha ötesi kişinin kendisine yabancılaşması bakımından ağır sosyolojik sonuçları içerirken, boreout sendromu çalışanın işle ilgili beklentilerinin karşılanmaması durumunda ortaya çıkan ve çalışanın iş ve kariyer ile ilgili beklentilerinin karşılanması ile çözüme kavuşturulacak bireysel psikolojik bir durumu içerir. Nitekim, Stock (2014), boreout sendromu üzerine yaptığı çalışma da çalışanlar üzerindeki bu psikolojik durumu yani boreoutun iki yönünü ortaya koymuştur: bunlardan biri çalışanların iş talepleri konusundaki net beklentilerinin olmaması diğeri ise çalışanların yeteneklerini, deneyimlerini işlerinde kullanamadıkları için hayal kırıklığına uğramalarıdır. Bu nedenle yabancılaşmadan farklı olarak boreout sendromunun bireysel olarak çözüm bulunduğu takdirde, oluşması kolaylıkla engellenebilecek bir davranış türü olduğunu söyleyebiliriz.

Boreout sendromu ile ilişkilendirilen diğer bir kavram "tükenmişlik sendromudur". Tükenmişlik duygusal tükenme, duyarsızlaşma ve kişisel başarı boyutları ile ilişkilendirilirken, duygusal tükenme bireyin iş açısından kendini aşırı yüklenmiş ve tükenmiş hissetmesidir (Kaçmaz, 2005: 29). Bu açıdan bakıldığında tükenmişlik, boreout kavramından farklı olarak

bireyde oluşan mental ve fiziksel yorgunluğu göstermektedir. Boreout sendromunda ise yorgunluktan ziyade ruhsal bir sıkıntı söz konusudur. İki olgunun benzerlik gösteren tarafları ise çalışanın iş ile ilgisinin kaybolması ve işten uzaklaşma isteği olabilir. Yine iş yaşamında görülen rutin işler monotonluğa sebep vererek gerek tükenmişlik gerekse boreout sendromuna neden olabilecek ortak etken olarak gösterilebilir. Bu bağlamda "tükenmişlik sendromu" işteki yaşanan olumsuz durumların bir sonucu bir çıktısı olarak karşımıza çıkarken, "boreout sendromu"nun ise çoğunlukla çalışanın işe olan ilgisinin azalması ile sonuçlanan iş yaşamındaki bir süreci ifade ettiğini söylemek mümkündür.

İşletme yöneticilerinin boreout sendromunun oluşumunu engelleyebilmeleri için ilk önce bu sendroma neden olan etkenlerin iyi bilinmesi gerekir. Rothlin ve Werder (2008), boreout sendromunu ortaya çıkaran bazı nedenleri yaptıkları çalışmada şu şekilde sıralamışlardır:

Yanlış Kariyer Seçimi, gerek ebeveynlerin çocukların meslek seçimini etkilemeleri gerekse sosyal standartlar ve beklentiler sonucu bireylerin gerçekten takip etmek istediklerinden çok farklı kariyerleri seçmeleri işyerinde strese, bağlılık eksikliğine ve boreout sendromuna neden olabilmektedir.

Yanlış Konum, örgütlerin resmi yapısı, rutin iş yapma biçimleri veya rekabete dayalı bakış açısı çalışanların beklentileri ile çelişince boreout sendromu artış gösterebilir.

Daha İyi Çalışma Alternatifleri, iş yerinde fiilen yapılan işe rağmen internette gezinmek, kişisel işleriyle ilgilenmek vb. farklı alternatifler çalışanlar tarafından görevlerine oranla daha cazip görülebilir.

Boreout, işte anlam krizi, işte can sıkıntısı ve büyüme krizi şeklinde üç farklı formda ortaya çıkabilir (Stock, 2015: 576):

İşte Anlam Krizi, çalışanlar işleriyle ilgili olarak olumlu duygular beslemek ve işini kendisi için anlamlı ve önemli görme eğiliminde olacaklardır (Karadal ve Erdem, 2018: 31). Bazı çalışanlar iş faaliyetlerinde hiçbir anlam görmezler ve görevleri onlara anlamsız görünür. Bir çalışan yaptığı işi anlamsız bulduğu ölçüde işyerinde verimliliği azalır.

İşte Can Sıkıntısı, çalışanlar işyerine katkılarının önemli olmadığını ve başkaları tarafından takdir edilerek gerekli bulunmadığını düşündüklerinde işte can sıkıntısı yaşayabilirler. Yetkin çalışanlar işyerinde daha yoğun ve nitelikli görevler almak isteyecek fakat çalışana daha basit ve çaba gerektirmeyen görevler verilmesi durumunda işte can sıkıntısı çekecektir (Karadal vd., 2018: 45).

Büyüme Krizi, çalışanlar işyerinde kişisel gelişim için hiçbir fırsat algılamıyorlarsa görevle ilgili ve kişisel becerilerini geliştirmek için ilginç deneyimlerden veya şanstan yoksun olduklarına inanırlar ve bu durumda büyüme krizi olarak boreoutu ortaya çıkarabilir.

Boreout, işyerinde çalışanların günün büyük bir kısmını görevleri dışında işlerle geçirmesinden kaynaklı ve aşırı çalışmadan daha olumsuz bir stres kaynağı olarak ortaya çıkan gizli bir depresyon olarak görülebilir. İşyerinde boreout yaşayan çalışanlar bir süre sonra masasında boş zamanlarının nedenini kendisine sormayı bırakıp tadını çıkarabilir ve düşük yoğunluklu görevleri için bir dizi strateji geliştirebilirler (Boyes, 2007). Boreout çalışanları "ölümüne sıkılmış" ifadesiyle karşılık bulacak şekilde tükenmişlikle benzer şekilde ciddi şekilde hasta edebilir (Fielder, 2015: 55), düşük iç uyarılara yol açabilir dikkatsizlik, hayal kurma, performans hataları ve uyku haline neden olabilir (Berlyne, 1960'dan akt. Akdeniz: 2017: 477).

2.2. Sosyal Kaytarma

Sosyal kaytarma, grup halinde gerçekleştirilen çalışmalarda ortaya çıkabilecek bireyselleşmeye dayanmaktadır (Liden vd., 2004: 85). İnsanlar grup halinde çalışırken, yalnız çalıştıkları zamana göre harcadıkları bireysel çabanın azaldığı görülmektedir (Williams vd., 1981: 303). Latene vd. (1979: 825), grup çalışmasıyla birlikte yardımcı kişi sayısı arttıkça, çalışanların bireysel performansında meydana gelen belirgin düşüşü sosyal kaytarma olarak ifade etmektedirler.

Sosyal kaytarma üzerine 1880'lerde Ringelmann tarafından gerçekleştirilen ilk çalışmada toplu çalışmanın bir ip çekme görevi üzerindeki etkilerini incelemiştir. Bu çalışmaların sonuçları, insanların sosyal kaytarma olarak adlandırılan bir olgu olarak aynı görevi grup içerisinde yaptıklarında bireysel olarak yaptıklarındaki performanslarına göre daha az çaba harcadığını göstermiştir (Williams ve Karau, 1991: 570).

Ringelmann'ın deney sonuçlarına göre, bireyler tek başlarına ip çekerken ortalama 63 kg'lık bir kuvvet uygulamışlardır. Üç kişilik gruplar ortalama bireysel performansın sadece iki buçuk katı olan 160 kg'lık bir kuvvet uygulayabilmiş ve sekiz kişilik gruplar ise bireysel oranın dört katından daha az 248 kg kuvvet uygulayabilmişlerdir. Sonuçlar, kolektif grup performansının, grup büyüklüğüyle bir miktar artarken, bireysel performansların toplamından önemli ölçüde daha düşük olduğunu ortaya koymuştur. Bu sonuçla Ringelmann etkisi bize takım katılım duygusunun daha fazla çabaya neden olduğu, grup moralinin ve uyumluluğunun bireysel bir coşku yarattığı, grupları bir araya getirmenin birlik duygusu ile gücü artırarak herhangi bir hedefe ulaşılabilmesini kolaylaştırdığı yönündeki yaygın kanının tersini göstermektedir (Latane vd., 1979: 822-823).

Benzer bir araştırmayı bilişsel görevler için yapan Petty vd., (1977: 579), üniversite öğrencilerinden şiir üzerine editoryal bir değerlendirme istemişlerdir. Araştırmada değerlendiriciler, iletişimi değerlendiren tek kişi, dört kişiden biri veya on altı değerlendiriciden

biri olacağına inanmaya yönlendirilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, çalışmaları değerlendiren tek kişi olduklarına inanan değerlendiricilerin, değerlendirmelerinde daha çok bilişsel çaba harcadıkları, ancak bir değerlendirici grubunun bir üyesi olduğunu düşünenlerin bilişsel çabalarında azalma olduğu tespit edilmiştir.

Sosyal kaytarmanın nedenleri aşağıdaki şekilde sıralanabilir (Latane vd., 1979:829-830; Ilgın, 2013: 243-244):

Atfetme ve eşitleme, bireyler hatalı bir atıf sürecine girerek, eşit bir iş bölümü sağlamaya çalışabilirler. Diğerlerinin grup içerisindeki çabalarının kendi çabalarından daha az olduğunu düşünerek bireysel çabalarını azaltmayı tercih edebilirler.

En üst kapasitenin altında hedef belirleme, bireyler talimatlara rağmen, görevi yeniden tanımlayabilirler ve maksimum hedef yerine yeni hedefler belirleyebilirler. Çünkü bireyler başkalarına yardım ederken belirlenen maksimum hedefe ulaşmanın daha kolay olacağını ve bunun sonucu olarak daha az çalışabileceklerine inanabilirler.

Girdi ve çıktı arasındaki değerlendirme, bireyler, kendi çabaları ve sonuçları arasındaki ilişkinin, grup içerisinde yeterince değerlendirilemeyeceğine inanıyor olabilirler. Benzer şekilde bireyler, kaytarmanın olumsuz sonuçlarından grup içinde kaybolarak saklanabileceklerini ve bu sayede korunabileceklerini düşünebilirler.

Bununla beraber Williams ve Karau (1991: 571), bireylerin sosyal kaytarma etkisini telafi etmek için ortak bir düzende olduğundan daha fazla çalışabileceklerini ileri sürmüşlerdir. Bireyler meslektaşlarının yetersiz katkılarını telafi etmek için toplu hedefe daha fazla katkıda bulunmaya mecbur hissettikleri için daha fazla bireysel performans sergileyebilirler. Yine bireyler tarafından grup ürününün değerli olduğuna inanılması düşük performans gösteren grup üyelerini telafi edecek bireysel performans gösterilmesine neden olabilir.

2.3 Boreout Sendromu ve Sosyal Kaytarma İlişkisi

Boreout örgütler için değerli kaynakların açık bir şekilde kaybedilmesine neden olur (Stock, 2015: 7). Boreout sendromu gibi sosyal kaytarma olgusunun da özellikle ekip çalışmalarında bireyin performansında belirli bir azalmaya neden olduğu söylenmektedir (Williams ve Karau, 1991: 570). Bu açıdan değerlendirildiğinde gerek boreout sendromu gerekse sosyal kaytarma davranışı işletmeler açısından istenmeyen olumsuz davranışlar olarak nitelendirilebilir.

Bu olumsuz davranışlara neden olan etkenler her iki değişkende, benzerlik gösterebilmektedir. Örneğin; Boreout'un nedenleri arasında gösterilen çalışanların işten beklentilerinin karşılanmaması durumu (Stock, 2014), ile sosyal kaytarma ye neden olan Latane vd., (1979)

çalışanların grup içinde kendilerinin yeterince değerlendirilmeyeceklerine inanmaları durumu benzer etkiler arasındadır.

Yine benzer etkiler arasında; çalışanların çabalarının değerli bir sonuç üreteceğine inanmadıklarında daha az gayret sarf etmeleri (Özek, 2014: 86) sosyal kaytarmaya neden olduğu gibi, çalışanın işte anlam bulamaması durumu da boreout sendromuna neden olabilir. Böylece çalışanın işe ile ilgili değersizlik durumunun her iki olumsuz davranışı tetikleyebildiğini söylemek mümkündür.

Peter Werder ve Phillippe Rothlin (2008) boreout sendromu sonucunda çalışanların işleri ile ilgisinin azaldığını söylemektedir. Çalışanların işe ilgilerinin azalmasının, onların iş haricindeki işlere yönelmesinde itici bir güç teşkil edeceği düşünülmektedir. Böylece çalışanların sosyal kaytarma davranışlarının da artması beklenebilir. Örneğin (Boyes, 2007); 1970'lerde Boreout sendromu yaşayan Financial Times çalışanlarının "İtalyan Ceket" adını verdikleri sitemde ofiste tutulan yedek bir ceket sandalyenin arkasına atıp ve telefonun yanına bir fincan kahve konarak birkaç saat ortadan kaybolması, lavaboya geri çekilip dergiler arasında gezinmenizi sağlayan sahte bir mide rahatsızlığı veya kapalı alanlarda sigara içme yasağı geldikten sonra masasından kaçmak için sigara bağımlısı gibi davranan sahte sigara içicilerin ortaya çıkması kaytarma davranışlarının nedenleri arasında gösterilebilir.

Sonuç olarak araştırmanın ana hipotezini oluşturan boreout sendromunun çalışanlarda sosyal kaytarma davranışını etkilediği düşüncesiyle, araştırma modeli boreout sendromu ve sosyal kaytarma alt boyutlarının ilişkili ve etkili olduğu çerçevesinde oluşturulmuştur. Bu ilişkiyi ve etkiyi tespit etmek içinse nicel araştırma yöntemi seçilmiştir.

3. YÖNTEM

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

3.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Bu çalışmanın temel amacı çalışanlarda boreout sendromu ile sosyal kaytarma ilişkisini ve boreout sendromunun sosyal kaytarma davranışına etkisini incelemektir. Araştırma, tanımlayıcı nitelikte nicel bir araştırma olup araştırmada veri toplamak için anket yöntemi seçilmiştir.

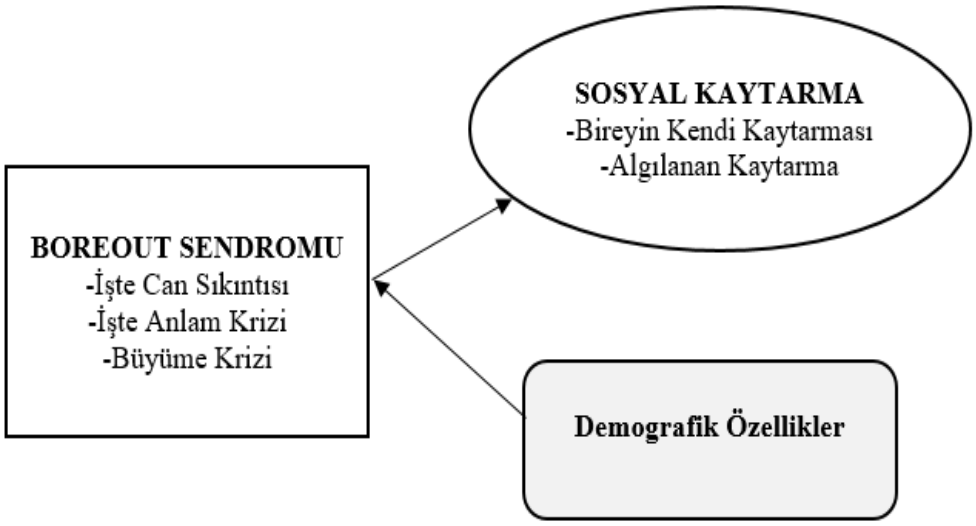
Araştırmanın en büyük kısıtı broeout sendromu ve sosyal kaytarma ile diğer örgütsel davranışlarla ilişkisi konusunda alanda mevcut araştırmaların yeterince olmaması, boreout sendromu konusundaki bilimsel bulgulara yeni yeni ulaşılıyor olmasıdır. Bu nedenle çalışmanın

kapsamı sadece bu araştırmada elde edilen verilerle geçerlidir. Bulguların kuvvetlendirilmesi adına alanda bu konunun daha fazla çalışılması, farklı örneklem profilleri ve farklı örneklem sayıları ile bulguların desteklenmesi oldukça önemlidir.

3.2. Ana Kütle ve Örneklem

Araştırmanın evreni anketin yapıldığı tarihlerde Çorum ilinin bir ilçesinde gıda sektöründe faaliyet gösteren bir fabrikadaki çalışanlardır. Fabrikada toplamda 170 çalışan bulunmaktadır. Araştırmanın örneklemi ise anket uygulaması yapılan 120 çalışandır. İstatistiksel örneklem hesaplamasında α=,05 güven düzeyi ile ±.05 hata payında 170 kişilik evreni 118 örneklem sayısı temsil etmektedir. Bu araştırmada ki örneklem sayısının evreni temsil ettiği görülmektedir. Örneklemin evreni temsil etme oranı ise % 70'dir. Anket uygulaması 2019 yılı Şubat ayında gerçekleştirilmiştir.

3.3. Araştırma Modeli



Şekil 1. Araştırma Modeli

3.4. Araştırma Hipotezleri

Araştırmanın temel hipotezi çalışanlarda Boreout düzeyinin sosyal kaytarmayı etkilediği yönündedir. Bu bağlamda oluşturulan hipotezler şu şekildedir:

H1: İşte can sıkıntısı boyutu (Boreout sendromu) ile bireyin kendi kaytarması (sosyal kaytarma boyutu) arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H2: İşte can sıkıntısı boyutu (Boreout sendromu) ile algılanan kaytarma (sosyal kaytarma boyutu) arasında anlamlı bir ilişki vardır.
H3: İşte anlam krizi boyutu (Boreout sendromu) ile bireyin kendi kaytarması (sosyal kaytarma boyutu) arasında anlamlı bir ilişki vardır.
H4: İşte anlam krizi boyutu (Boreout sendromu) ile algılanan kaytarma (sosyal kaytarma boyutu) arasında anlamlı bir ilişki vardır.
H5: Büyüme krizi (Boreout sendromu) ile bireyin kendi kaytarması (sosyal kaytarma boyutu) arasında anlamlı bir ilişki vardır.
H6: Büyüme krizi (Boreout sendromu) ile algılanan kaytarma (sosyal kaytarma boyutu) arasında anlamlı bir ilişki vardır.
H7: Boreout sendromu boyutları bireyin kendi kaytarması boyutunu (sosyal kaytarma boyutu) etkilemektedir.
H8: Boreout sendromu boyutları algılanan kaytarma boyutunu (sosyal kaytarma boyutu) etkilemektedir.
H9: Cinsiyet ile boreout sendromu arasında anlamlı farklılık vardır.
H10: Eğitim ile boreout sendromu arasında anlamlı farklılık vardır.
H11: Çalışma süresi ile boreout sendromu arasında anlamlı farklılık vardır.
H12: Yaş ile boreout sendromu arasında anlamlı farklılık vardır.
H13: Medeni durum ile boreout sendromu arasında anlamlı farklılık vardır.

3.5. Veri Toplama Araçları

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket yöntemi seçilmiş ve üç bölümden oluşan anket form hazırlanmıştır. Anket formda ilk bölüm demografik bilgileri ölçmeye yönelik hazırlanan sorulardan oluşmuştur. Diğer iki bölümde ise iki ayrı ölçek kullanılmıştır. Bu ölçekler şu şekildedir.

Boreout Sendromu Ölçeği; Ölçek, Stock (2015) tarafından geliştirilmiş bir ölçektir. Ölçeğin Türkçe çalışması Karadal vd. (2018) tarafından yapılmıştır. Ölçeğin orijinali 11 ifadeyi içeren üç alt boyuttan oluşmaktadır. Bu üç alt boyut, işte can sıkıntısı, işte anlam krizi ve büyüme krizidir. Ölçek soruları 5'li Likert tipi ölçek ile derecelendirilmiştir ve 1-Kesinlikle katılmıyorum; 5- Kesinlikle Katılıyorum şeklinde sıralanmıştır.

Çalışmada kullanılan ölçeğin geçerlilik ve güvenirliğini tespit etmek için yapılan açıklayıcı faktör analizi ve cronbach's alpha katsayısı Tablo 1'de gösterilmektedir.

Tablo 1. Boreout Sendromu Ölçeği Açıklayıcı Faktör, Geçerlilik ve Güvenirlilik Analizi

	Ölçek Maddeleri	Faktör Yükü	Kümülatif Varyans/ Alpha
İşte Can Sıkıntısı	1-Mesleğimde yaptığım görev beni cezbetmemektedir.	,725	38,98 α =,787
	2-Mesleğime konsantre olamıyorum.	,727	
	3-Mesleğim beni hayal kırıklığına uğratıyor.	,771	
İşte Anlam Krizi	4-Mesleğim bana anlamsız geliyor	,698	59,03 α =,827
	5-Mesleğim benim için bir anlam ifade etmiyor.	,678	
	6-Mesleğimin anlamını düşündüğümde sadece acı çekiyorum.	,738	
	7-Mesleğim hakkında düşündüğümde sadece boşluk hissediyorum.	,729	
Büyüme Krizi	8-Mesleğim bana kişisel büyüme ve gelişme fırsatları sunmaktadır.	,659	67,46 α =,767
	9-Mesleğim bana bir şeyler başarabileceğim hissini vermektedir.	,672	
	10-Mesleğim bana bağımsız düşünce ve eylem imkanı sunmaktadır.	,703	
	11-Mesleğimi yaparken yeni bilgiler öğrenmekteyim.	,604	
	KMO:,795 df:55 X^2: 513, 784 p<0,000		

Tablo 1'de yapılan açıklayıcı faktör analiz sonuçları görülmektedir. Elde edilen bulgulara göre, boreout sendromu alt boyutlarından işte can sıkıntısı alt boyutunun güvenirlik cronbach alpha değeri = 0,787; işte anlam krizi alt boyutu alpha değeri =0,827 büyüme krizi alt boyutu alpha değeri= 0,767'dir. Bu değerler kullanılan ölçeğin orijinaline uygun faktör dağılımına sahip olduğu ve güvenirlilik katsayısının kabul edilebilir düzeyde olduğunu göstermektedir. Kaiser Meyer Ölçek Güvenirliği (KMO: 0,795; Ki-Kare:513,784; df:55; p:,000) şeklindedir. Üç alt boyutun ise toplam varyansın % 67,46'sını açıkladığı görülmektedir.

Sosyal Kaytarma Ölçeği: Araştırmada kullanılan sosyal kaytarma ölçeği Liden vd. (2004) tarafından geliştirilmiş, Türkçe uyarlama çalışması ise Ülke (2006) tarafından yapılmış bir ölçektir. Ölçek 13 ifadeden oluşmaktadır. Bu çalışmada kullanılan ifadeler Öğe ve Kurnaz'ın (2017) yapmış olduğu çalışmadan alınmıştır. Ölçek soruları 5'li Likert tipi ölçek ile derecelendirilmiştir ve 1-Kesinlikle katılmıyorum; 5-Kesinlikle Katılıyorum şeklinde sıralanmıştır.

Tablo 2. Sosyal Kaytarma Ölçeği Açıklayıcı Faktör, Geçerlilik ve Güvenirlilik Analizi

	Ölçek Maddeleri	Faktör Yükü	Kümülatif Varyans/ Alpha
Bireyin Kendi Kaytarması	**1.** Toplu görev dağılımlarında sorumluluk almaktan kaçınırım.	,145*	34,37 α =,651
	4. Yapabilecek birşey varsa, bana verilen işi değil, istediğim işi yaparım.	,724	
	5. Bireysel hedeflerimi gerçekleştirmek benim için önceliklidir.	,651	
	6. Mesai saatleri içerisinde iş ile ilgili olmayan aktivitelere istikrarlı bir biçimde zaman ayırırım.	,487	
	8. İşi yapabilecek başka çalışanlar olduğu zaman işi yapmak için daha az çaba gösteririm.	,552	
	12-İşleri başkası yapıyorsa çalışıyor gibi görünürüm.	,542	
Algılanan Kaytarma	**2**. Verilen işi başkasına bırakmadan istenen kalitede ve zamanda yaparım.	,187 *	48,94 α =,743
	3. Eğer yardım edecek birileri varsa diğer bölümlere daha az yardım ederim.	,461	
	7. Üstlenmem gereken bazı sorumlulukları diğer çalışanlara yüklerim.	,727	
	9.Çalışma arkadaşlarım, işin kendi üzerlerine düşen kısmını yapmazlar.	,643	
	10. İş arkadaşlarıma kıyasla görev ve sorumluluklarımda daha az çaba gösteririm	,655	
	11. Eğer yardım edebilecek birileri varsa, bölümlere yardım etmek için daha az zaman harcarım.	,446	
	13. Çalışma arkadaşlarım, toplu görev dağılımlarında sorumluluk almaktan kaçınırlar.	,581	
	KMO:,697 df:68 X^2: 364, 586 p<0,000		

***= Çıkarılan İfadeler**

Tablo 2'de yapılan sosyal kaytarma ölçeğine ait açıklayıcı faktör analiz sonuçları görülmektedir. Elde edilen bulgulara göre, 1. ve 2. ifadelerin faktör yükleri oldukça düşük olduğu için ölçekten çıkarılmıştır. Böylece sosyal kaytarma ölçeği 11 ifadeden oluşturulmuştur. Sosyal kaytarma ölçeği alt boyutlarından bireyin kendi kaytarması alt boyutunun güvenirlik cronbach alpha değeri = 0,651; algılanan kaytarma alt boyutu alpha değeri =0,743'dür. Bu değerler ölçeğin güvenirlilik katsayısının kabul edilebilir düzeyde olduğunu göstermektedir. Kaiser Meyer Ölçek Güvenirliği (KMO: 0,697; Ki-Kare:364,586; df:68; p:,000) şeklindedir. İki alt boyutun ise toplam varyansın % 48,94'ünü açıkladığı görülmektedir.

4. Bulgular

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

4.1. Ölçek Çarpıklık, Basıklık, Ortalama Değerler ve İlişki Analiz Sonuçları

Tablo 3. Ölçeklerin Çarpıklık (Skewness), Basıklık (Kurtosis) ve Ortalama Değerleri

	Ort.	Std. Sapma	Skewness Çarpıklık	Std. Error	Kurtosis Basıklık	Std. Error
İşte Can Sıkıntısı(B)	1,91	,966	,861	,221	-,325	,438
İşte Anlam Krizi(B)	1,57	,706	1,359	,221	1,962	,438
Büyüme Krizi(B)	2,28	,973	,784	,221	,271	,438
Bireyin Kendi Kaytarması(SK)	2,10	,631	-,043	,221	-,772	,438
Algılanan Kaytarma(SK)	2,07	,609	,379	,221	,586	,438

B=Boreout SK=Sosyal Kaytarma

Araştırmada elde edilen verilerin parametrik koşulları sağlayıp sağlamadığını kontrol etmek için çarpıklık ve basıklık değerlerine bakılmıştır. Çarpıklık ve basıklık değerleri +/-3 veya +/-2 arasında normal dağılım olarak kabul edilmektedir (Kalaycı, 2006). Tablo 3'deki elde edilen verilere göre dağlımlar normal değerlere sahip olmakla birlikte parametrik testlerin yapılması uygundur.

Tablo 4. Değişkenlere Ait Korelasyon Katsayıları (N=120)

	1	2	3	4	5
1.İşte Can Sıkıntısı(B)	1	,668	,254	,301*	,373*
2.İşte Anlam Krizi(B)		1	,145	,338*	,301*
3.Büyüme Krizi(B)			1	,076	-,010
4.Bireyin Kendi Kaytarması(SK)				1	,260*
5.Algılanan Kaytarma(SK)					1

B=Boreout SK=Sosyal Kaytarma *=0,01 düzeyinde anlamlı.

Tablo 4'te boreout ve sosyal kaytarma ölçeklerine ait alt boyutlarının korelasyon ilişkisi görülmektedir. Elde edilen verilere göre boreout alt boyutu olan büyüme krizi ile sosyal kaytarma alt boyutları arasında anlamlı bir ilişki bulunmazken, işte can sıkıntısı (B) ile bireyin kendi kaytarması (SK) ve algılanan kaytarma (SK) arasında zayıf düzeyde pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (r=,301; r=,373). *Böylece H1 ve H2 hipotezleri desteklenmiş, H5 ve H6 hipotezleri reddedilmiştir.* İşten anlam krizi (B) ile yine bireyin kendi kaytarması (SK) ve algılanan kaytarma (SK) arasında zayıf düzeyde pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulunduğu görülmektedir (r=,338; r=,301). *Böylece H3 ve H4 hipotezleri desteklenmiştir.*

Tablo 5. Bireyin Kendi Kaytarması (SK) Boyutuna İlişkin Çoklu Regresyon Analizi

Bağımsız Değişkenler	Coefficient			Tolerans
	Beta (β)	t	Sig.	VIF
İşte Can Sıkıntısı (B)	,134	1,119	,235	,528 1,891
İşte Anlam Krizi (B)	,248	2,122	,036*	,553 1,801
Büyüme Krizi (B)	,006	0,067	,942	,958 1,070
R= , 333 Adjusted R^2= ,124 F= 5,498 p= ,001		Durbin Watson:1,634		

***=0,05 düzeyinde anlamlılık**

Tablo 5'te sosyal kaytarma boyutlarından bireyin kendi kaytarması boyutunun boreout alt boyutları tarafından etkilendiği görülmüştür (p=0,001). Boreut boyutlarından işte anlam krizinin, bireyin kendi kaytarması boyutuna yaptığı etki istatistiksel olarak anlamlıdır (p=,036). *Böylece H7 hipotezi desteklenmektedir.* Elde edilen bulgulara göre boreout boyutları bireyin kendi kaytarması boyutunun % 12,4'ünü açıkladığı görülmektedir.

Tablo 6. Algılanan Kaytarma (SK) Boyutuna İlişkin Çoklu Regresyon Analizi

Bağımsız Değişkenler	Coefficient		Sig.	Tolerans
	Beta (β)	t		VIF
İşte Can Sıkıntısı (B)	,340	2,898	,004*	,528 1,891
İşte Anlam Krizi (B)	,090	0,784	,435	,553 1,801
Büyüme Krizi (B)	-,110	-1.241	,217	,958 1.070
R= ,394 Adjusted R^2= ,133 F= 7,095 p= ,000		Durbin Watson:1,805		

***=0,05 düzeyinde anlamlılık**

Tablo 6'da sosyal kaytarma boyutlarından algılanan kaytarma boyutunun boreout alt boyutları tarafından etkilendiği görülmüştür (p=0,000). Boreout boyutlarından işte can sıkıntısının, bireyin kendi kaytarması boyutuna yaptığı etki ise istatistiksel olarak anlamlıdır (p=,004). *Böylece H8 hipotezi desteklenmektedir*. Elde edilen bulgulara göre boreout boyutları bireyin kendi kaytarma boyutunun % 13,3'ünü açıkladığı görülmektedir.

4.2. Demografik Özelliklere İlişkin Anlamlı Farklılık Analizleri

Araştırmanın bu bölümünde katılımcılara ilişkin cinsiyet, medeni durum, eğitim düzeyi, görev süresi ve idari görev olup olmadığına ilişkin demografik özelliklere ilişkin tanımlayıcı bilgiler ve demografik özellikler ile boreout alt boyutları arasında anlamlı farklılıklara ilişkin analiz sonuçları bulunmaktadır.

Tablo 7. Katılımcıların Demografik Özellikleriyle İlgili Tanımlayıcı İstatistikler (N=120)

Özellikler		**Frekans**	**%**	**Özellikler**		**Frekans**	**%**
Cinsiyet	Kadın	27	22,5	**Medeni Durum**	Evli	100	83,3
	Erkek	93	77,5		Bekar	20	16,7
Yaş Grubu	20-25	8	5,7	**Eğitim Durumu**	Lise	43	35,9
	26-35	30	27,6		Ön lisans	54	45
	36-45	51	42,5		Lisans	16	13,5
	46-55	29	24,2		Lisansüstü	7	5,6
Çalışma Süresi	1 yıldan az	21	20,8	**İdari Görev**	Var	27	22,5
	1-5 yıl	51	31,4				
	6-10 yıl	25	25,4		Yok	93	77,5
	11 yıl ve üstü	23	22,4				

Tablo 7'ye göre katılımcıların % 22,5'i kadın ve % 77,5'i erkektir. Katılımcıların % 83,3'ü evli ve % 27,6'sı 26-35 yaş, % 42,5'i 36-45 yaş aralığındadır. Katılımcıların % 45'i ön lisans % 35,9'u lise eğitim durumuna sahiptir. Yine katılımcıların %31,4'ü 1-5 yıl, % 22,4'ü 11 yıl ve üstü çalışma süresine sahipken, % 22,5'inin idari bir görevi bulunmaktadır.

Tablo 8. Katılımcıların Demografik Özellikleri ile Boreout Alt Boyutlarına Yönelik Anlamlılık İlişkisi

Demografik Özellikler	**Boreout**		
	İşte Can Sıkıntısı	**İşte Anlam Krizi**	**Büyüme Krizi**
Cinsiyet	t=,809 p=,420	t=,455 p=,650	t=,751 p=,454
Medeni Durum	t=-1,616 p=,109	t=-1,660 p=,100	t=-1,347 p=,181
İdari Görev	t=-,470 p=,639	t=-,703 p=,434	t=-,582 p=,561
Yaş	F=,671 p =,572	F=,400 p=,753	F=,178 p=,911
Eğitim Durumu	F=2,836 p =,028*	F=3,640 p=,008*	F=,376 p=,826
Görev Süresi	F=1,282 p=,284	F=1,094 p=,354	F=2,342 p=,077

*p<0,05 ve anlamlı

Yapılan analiz sonuçlarına göre çalışanların eğitim düzeyi ile boreout alt boyutlarından işte can sıkıntısı ve işte anlam krizi arasında anlamlı farklılıklara rastlanmıştır (p<0,05). Yapılan post hoc/tukey testi sonucunda anlamlı farklılığın ön lisans eğitim düzeyine sahip olan katılımcıların lise düzeyi eğitime sahip olan katılımcılara göre işte can sıkıntısı ve işte anlam krizi puanlarının daha yüksek olmasından kaynaklandığı görülmüştür. *Böylece H10 hipotezi desteklenmiştir.* Katılımcıların yaş, medeni durum, idari görev, görev süresi ile boreout düzeyleri arasında ise anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır (p>0,05). *Böylece H9, H11, H12, H13 hipotezleri reddedilmiştir.*

5. Sonuç

Alan yazında kısıtlı çalışmalarla açıklanmaya çalışılan boreout sendromunun genel ifade ile işte can sıkıntısı, işte anlam krizi ve büyüme krizi boyutları ile açıklandığını görmekteyiz (Stock, 2015, 2014, 2013). Çalışanların iş ve kariyer beklentilerindeki uyumsuzluğun önemli bir nedeni olarak görülen boreout sendromunun çalışanlar açısından olumsuz bir psikolojik bir durumu gösterdiğini söylemek mümkündür. Öyle ki çalışanlarda görülecek boreout sendromu iş performansını olumsuz etkilediği gibi çalışanların yenilikçi davranışının da önünde büyük bir engel oluşturmaktadır (Stock, 2015). Örgütler açısından düşünüldüğünde ise gerek hızla

değişen piyasa yörüngesinden çıkmak istemeyen yöneticiler tarafından, gerekse alan araştırmacıları tarafından boreout sendromu ciddiye alınmalı, gerek etkenleri gerekse sonuçları titizlikle incelenmelidir. Bu bakımdan boreout sendromunun farklı değişkenler ile ilişkisini inceleyen araştırma sayısı da artırılmalıdır.

Alan yazında bu kavramın incelenmesine ve yararlanıcılara katkısı olması açısından, bu çalışma da ise boreout sendromunun çağımızın önemli bir olumsuz örgütsel davranışı olarak gösterilen ve takım çalışmasını, örgütlerin amaç birliğini tehlikeye düşüren sosyal kaytarma olgusuna etkisi araştırılmıştır. Araştırma sonucunda dikkat çekici sonuçlar elde edilmiş, çalışanlarda görülen boreout sendromunun sosyal kaytarma davranışına anlamlı düzeyde etki ettiği görülmüştür. Bu çalışma açısından ele alındığında 120 katılımcı üzerinden görülen boreout sendromunun onları sosyal kaytarma gibi olumsuz bir davranışa da teşvik ettiğini söylemek mümkündür. Sosyal kaytarma çoğu zaman gerek çalışan açısından gerekse yönetici açısından ufak bir işten kaçış gibi görünse de takım içindeki diğer performansı yüksek çalışanın da motivasyonunu düşürdüğünden kesinlikle önlem alınması ve engellenmesi gereken olumsuz bir davranıştır. Bu kaytarma durumu daha sonra çalışanlarda iş alışkanlığı olarak gelişerek örgüt kültürünün bir parçası haline gelebilmektedir. Bu bağlamda ele alındığında sosyal kaytarmayı tetikleyen bir unsur olarak boreout sendromunun bireysel nedenleri, etkenleri ortaya konularak gerekli çözüm önerileri geliştirmelidir.

Sonuç olarak araştırma da kurulan boreout sendromu alt boyutları ile sosyal kaytarma boyutları arasındaki ilişki ve etkilere yönelik hipotezler test edilmiş; bulgular ve değerlendirmeler sonucunda, H1, H2, H3, H4, H7, H8, H10 hipotezleri desteklenirken, diğer hipotezler reddedilmiştir. Kabul edilen hipotezler sonucunda bu araştırma için boreout sendromu ve sosyal kaytarma değişkenleri arasında pozitif yönlü ilişkilerin ve etkilerin söz konusu olduğu söylenebilir.

KAYNAKÇA

Akdeniz, T. (2017). Boreout sendromu. Mediterranean International Conference on Social Sciences, Podgorica, 473-478.

Boyes, R. (2007). Forget burnout, now it's boreout. Times, The (United Kingdom), Sep 15.

Fielder, C. (2015).'Boreout' – what it is and how to avoid it. https://www.modernenglishteacher.com/boreout-what-it-is-and-how-to-avoid-it (02.06.2019).

Ilgın, B. (2013). Toplumsal bir hastalık: sosyal kaytarma. Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 6(3), 238-270.

Kaçmaz, N. (2005). Tükenmişlik (burnout) sendromu. İstanbul Tıp Fakültesi Dergisi 68(1), 29-32.

Kalaycı, Ş. (2010). SPSS uygulamalı çok değiskenli istatistik teknikleri, 5. *Baski. Asil Yayin Dagitim Ltd. Sti, Ankara*.

Karadal H. ve Erdem, A. T. (2018). Boreout sendromunun kariyer uyumluluğu ve kariyer iyimserliği arasındaki ilişki bağlamında analizi üzerine bir uygulama. International Journal of Academic Value Studies, 4(18), 30-38.

Karadal H., Abubakar, A. M. ve Erdem, A. T. (2018). Boreout, kariyer uyumluluğu ve aile-iş zenginleştirme etkileşimi: Selçuk üniversitesi örneği. Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 18(35), 41-63.

Liden, R. C., Wayne, S. J., Jaworski, R. A. ve Bennett, N. (2004). Social loafing: A field investigation. Journal of Management, 30(2), 285-304.

Öğe, H.S. ve Kurnaz, G. (2017). Presenteeism ile sosyal kaytarma arasındaki ilişki: otomotiv işletmesinde bir araştırma, 3(16), 115-129.

Özek, H. (2014), Örgütlerde sosyal kaytarma davranışı ile psikolojik iklim ilişkisi ve konuyla ilgili bir araştırma, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul.

Petty, R. E., Harkins, S. G., Williams, K. D. ve Latane, B. (1977). The effects of group size on cognitive effort and evaluation. Personality and Social Psychology Bulletin, 3(4), 579-582.

Rothlin, P. ve Werder, P. (2008). Boreout: overcoming workplace demotivation, Kogan Page, London.

Stock, R. M. (2015). Is boreout a threat to frontline employees' innovative work behavior?. Journal of Product Innovation Management, 32(4), 574-592.

Stock, R. M. (2014). When the service encounter becomes a source of boredom: a customer demands-resources model of service employees' boreout. The Sustainable Global Marketplace, Conference paper, 145. doi:10.1007/978-3-319-10873-5_74

Stock, R. M. (2013). A hidden threat of innovativeness: service employee boreout. AMA Winter Marketing Educators' Challenging the Bounds of Marketing Thought Conference, Volume.24, Las Vegas, Nevada, USA 15-17 February, 159-160.

Ülke, H. E. (2006). Investigating the role of personality and justice perceptions on social loafing, A Thesis Submitted To The Graduate School Of Social Sciences Of Middle East Technical University, Ankara.

Williams, K. Harkins, S. ve Latane, B. (1981). Identifiability as a deterrent to social loafing: two cheering experiments. Journal of Personality and Social Psychology, 40(2), 303-311.

Williams, K. D. ve Karau, S. J. (1991). Social loafing and social compensation: the effects of expectations of co-worker performance. Journal of Personality and Social Psychology, 61(4), 570-581.

Anaokullar İçin Oyun ve Yaratıcılığın Modern Eğitim, Öğretim ve Yönetim Metodolojileri ile Zenginleştirilmesi

Arzu DOLMAZ
Dolmazarzu@gmail.com

Okul öncesi eğitim dönemi insan yaşamının tüm dönemlerinin ilk basamağını oluşturan, öğrenmenin, kişilik gelişiminin en hızlı olduğu dönemdir. Çocuğun bu dönemde aldığı eğitim onun ileriki yıllardaki yaşamı için temel oluşturmaktadır. Okul öncesi eğitimde verilen eğitimin yanında eğitim ortamlarının donanımı da önem arz etmektedir. İyi düzenlenmiş kaliteli bir okul öncesi kurumda eğitim alan çocukların aktif katılımcı, özsaygısı gelişmiş ve kendine güvenen bir birey olarak yetişmesi mümkün olmaktadır. 20. yy şartlarında teknolojinin devamlı gelişmekte olduğu ve toplumun hızla geliştiği bir dönemde okul öncesi eğitimi veren kurumlarında bu değişime ayak uydurmaları kaçınılmaz bir hal almıştır.

Bu çalışma okul öncesi bir kurumda eğitim ortamı donanımı için AB hibe programı kapsamında eğitime katkı projesi ile desteklenmiştir. Proje kapsamında okul öncesi eğitim kurumu farklı aktiviteler planlanıp, eğitim ortamı güvenli, çekici ve kullanılabilir hale getirilmiştir. Kurum ana okul çocuklarına uygun şekilde düzenlenip gerekli materyallerle düzenlenmiştir. Ayrıca proje kapsamında çocukların devam eden eğitim süreçlerine katkıda bulunmak için stratejik plan hazırlanmıştır.

Projenin ve araştırmanın bulguları sonucunda öğrencilerin, velilerin ve öğretmenlerin görüşleri alınmış ve öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Okul öncesi eğitim kurumu, Okul öncesi eğitim, Eğitim ortamı, Hibe

Enrichment of Play and Creativity for Kindergartens with Modern Education, Teaching and Management Methodologies

ABSTRACT

The pre-primary education period is the period when learning and personality development are the fastest. The education of the child in this period is the basis for his life in the years to come. In addition to the education given in pre-school education, the hardware of educational environments is also important. It is possible for children who receive education in a well-organized quality pre-school institution to be active participants, self-esteem and self-confident individuals. It was inevitable that the institutions which provide pre-school education to keep up with this change in a period when technology is developing continuously and society is developing rapidly in the 20th century.

This study was supported by the contribution to education project within the scope of the EU grant program for educational environment in a preschool institution. Within the scope of the project, different activities have been planned and the educational environment has been made safe, attractive and usable. The institution was organized in accordance with the necessary materials and arranged with the necessary materials. In addition, a strategic plan was prepared to contribute to the ongoing education processes of children.

As a result of the findings of the project and the research, opinions of students, parents

Keywords: Pre-school education institution, Pre-school education, Educational environment, Grant

GİRİŞ

Eğitim, bireyin gelişimini sağlayan, tutum ve yeteneklerinin değişmesine gelişmesine yardım eden, içinde var olduğu toplumla kaynaşmasına yardımcı olan bir süreçtir (Cafoğolu,2007). Eğitimin en önemli yılları da okul öncesinde başlamaktadır (Poyraz & Dere, 2003). Okul öncesi

eğitim dönemi çocuğun beyin gelişiminin, bireysel potansiyellerinin ve kişilik gelişimlerinin en hızlı olduğu dönemdir (KKTC MEB, 2017). Aynı zamanda okul öncesi dönemi çocuğu, çevresiyle iletişim kurmaya istekli, çevresini tanıyıp araştırıp gözlem yapmaya çalıştığı, içinde yaşadığı topluma yapısına göre davranış ve alışkanlıklar kazandığı bir dönemdir. Böyle önemli bir dönemde olan çocuğun eğitim aldığı okul öncesi eğitim kurumu da kaliteli, iyi düzenlenmiş, zengin bir şekilde döşenmiş ve 20.yy şartlarına uygun olması gerekmektedir. Çünkü dünya hızla değişim göstermektedir. Çocuğa uygun şekilde düzenlenmiş bir okul öncesi eğitim kurumunda eğitim alan çocukların iletişim becerilerinin, davranışlarının olumlu olduğu, aktif, yaratıcı ve sözel zekalarının yüksek olduğu araştırmalar sonucunda ortaya çıkmıştır. Masa ve sandalyelerin boyutu, biçimi, öğrenme merkezlerinin materyalleri ve mekanın kullanımı çocukların öğrenme gereksinimleri düşünülerek yapılandırılmalıdır. Çocukların rahat oyun oynayabileceği ortamlar düzenlenmelidir. Okul öncesi çocuğu oyunla öğrenir. Oyun çocukların bütüncül gelişimini sağlayan, uyum sağlama yeteneklerinin hızlandırılması sağlayan öğrenme deneyimidir. Okul öncesi eğitimde oluşturulan öğrenme merkezleri büyük önem taşımaktadır. Çağdaş eğitim yaklaşımlarına göre hazırlanmış bir eğitim ortamı ile uygulanan okul öncesi programı da başarıya ulaşır (Demiriz & Karadağ & Ulutaş, 2003). İyi bir fiziksel donanıma sahip eğitim ortamı sadece çocuk için değil öğretmen içinde önemlidir. Kaliteli ve düzenli bir ortamda öğretmen istekli, mekana hakim ve denetimi de kolay yapar.

Bu çalışmanın amacı anaokulların eğitim ortamının yeterli donanıma sahip olma durumunu tespit edilip eksikliklerin giderilmesi, öğretmeninde bu konuda eğitim alması için rehber olmak, olarak belirlenmiştir.

KKTC'de MEB'e bağlı anaokulların eğitim ortamı çağdaş okul öncesi eğitim yaklaşımlarına göre uygun mudur? Cümlesi bu araştırmanın problemini oluşturmaktadır. Bu problem karşısında aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır:

1. Öğretmenlerin anasınıfların eğitim ortamının çağdaş okul öncesi eğitim yaklaşımlarına göre uygunluğu ile ilgili görüşleri nelerdir?
2. Anaokulun eğitim ortamının çağdaş okul öncesi eğitim yaklaşımlarına göre donanımının sağlanması ile ilgili görüşleri nelerdir?

Bu araştırmaya katılımcı olarak KKTC'de MEB 'e bağlı Lefkoşa bölgesinde bulunan anaokullarda görev yapan katılımcıların kendilerine yöneltilen sorulara verdikleri cevapların doğru olduğu varsayılmaktadır.

Yapılan bu çalışmada KKTC'de MEB 'e bağlı Lefkoşa bölgesinde bulunan anaokullarda görev yapan öğretmenlerin gönüllü olarak araştırmaya katılan 10 öğretmen ile sınırlıdır.

Bu araştırma okul öncesi eğitim çağdaş yaklaşım modellerinin eğitim ortamları incelenerek değerlendirilmiştir.

Bu çalışmanın evrenini, KKTC'de MEB'e bağlı Lefkoşa bölgesinde bulunan anaokullarda görev yapan öğretmenler oluşturmaktadır. Çalışmanın örneklemeni devlete bağlı Lefkoşa bölgesinde bulunan anaokullarda görev yapan 10 öğretmen oluşturmaktadır.

TEORİK ÇERÇEVE

Çağdaş okul öncesi eğitim yaklaşımlarında farklı ülkelerde uygulan eğitim yaklaşımlarının eğitim ortamları karşımıza çıkmaktadır. Bunlar Montessori, Reggio Emilia,Waldorf ve High/Scope yaklaşımlarıdır.

1. Montessori Yaklaşımı Eğitim Ortamı

Bu yaklaşıma göre eğitim ortamı çocuğun gelişimin desteklemek amacı ile düzenli ve donanımlı olmalıdır. Masa, sandalye, dolap ve raflar çocukların boylarına uygun olarak yapılmalıdır. Dolapların rafları açık, tüm materyaller çocukların ulaşabileceği şekilde, lavabo çocukların boyuna uygun yapılmıştır. Sınıf panolarında materyaller, ilgi çekici resimler bulunmaktadır. Çocukların kişisel eşyalarını koyabileceği dolaplar veya çekmeceler vardır. Bu dolap ve ya çekmeceler üzerinde çocukların isimleri yazmaktadır. Oyun oynamak ve yaratıcılıklarını geliştirmek için kullanılan tüm eşyalar gerçek hayatta kullanılan eşyaların aynısıdır. Böyle olması çocukların gerçek hayatı gözlemleyip daha iyi öğrenmesini sağlamaktadır (Demiriz & Karadağ & Ulutaş, 2003).

2. Reggio Emilia Yaklaşımında Eğitim Ortamı

Reggio Emilia yaklaşımında "pızaza" denilen büyük alanlar bulunmaktadır. Bu alan etrafında sınıflar düzenlenmiştir. Bu büyük alan avluya açılmaktadır. Çocukların yemek etkinliği yapması için mutfak bulunmaktadır. Mutfağın etrafı camlarla kaplıdır. Böylelikle çocukların yaptığı etkinlikler izlenmektedir.

Bu yaklaşımda çevrede duvarlar, tavanlar ve banyolar değişik özellikteki aynalarla kaplıdır. Bu aynalarla çocuklar kendi vücutlarını tanır, oyunlar oynayıp eğlenmektedirler. Okul duvarlarına çocukların yaptığı resimler asılmaktadır. Fiziksel mekan gerçeğine uygun düzenlenmiştir. Örneğin mutfak restoran biçiminde düzenlenmiştir (Demiriz & Karadağ & Ulutaş, 2003).

3. High/Scope Yaklaşımında Eğitim Ortamı

Sınıfta ilgi köşeleri çocukların rahatlıkla ulaşabileceği şekilde düzenlenir ve belli mantık içinde yerleştirilmiştir. İlgi köşelerinde bulunan materyaller çocukların kendi ilgi ve ihtiyaçlarına göre artırılmaktadır. Köşeler çocuklarla birlikte artırılır. Örneğin bitki ve hayvan köşesi, sanat köşesi gibi köşeler sonradan eklenmektedir. Bu yaklaşımda çocukların tüm malzemeleri etiketlenir.

Böylece çocuklar malzemeleri kendileri rahatlıkla alır ve kullanır. Çocuklar da bunu kendi başlarına yardım almadan yaptıkları için çok mutlu olurlar. Yaratıcılığı artırmak için ailelerden atık malzemelerde istenir onlarla da çalışmalar yapılmaktadır (Demiriz & Karadağ & Ulutaş, 2003).

4. Waldorf Yaklaşımında eğitim Ortamı

Bu yaklaşıma göre sınıf ev atmosferinde düzenlenir. Anaokullar yapılırken çocukların rahat bir şekilde oyun oynamaları ve taklit yapmaları için inşa edilmektedir. Sınıfta kullanılan eşyalar kaliteli ve el yapımıdır. Çocukların oyun oynamaları için büyük alanlar bulunmaktadır. Oyuncaklar ise atık ve doğal malzemelerden yapılmıştır. Elektronik ve plastik eşya yoktur. Böylece çocukların hayal güçleri ve yaratıcılıkları gelişmektedir (Diken, 2018).

5. KKTC Okul öncesi eğitim kurumları Eğitim Ortamı

Sınıf içinde merkezler oluşturulmalıdır. Bu merkezler çocukların kolay ulaşabilecekleri şekilde düzenlenmelidir. Masa ve sandalyeler çocuklara uygun şekilde ve sağlıklı malzemeden yapılmalıdır. Çocukların merkezler rahat oynayabilmeleri için geniş alanlar bırakılmalıdır. Sınıf içi mobilyalar ve dolaplar ona göre düzenlenmelidir. Çocukların güvenliği ve sağlığı göz önünde bulundurulmalıdır. Böylece çocuk bu ortamda becerisini ve yaratıcılığını daha rahat ortaya çıkarma fırsatı yakalar (KKTC MEB, 2017).

YÖNTEM

Bu çalışmada öğretmenlere ait demografik bilgiler alınarak, veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış mülakat soruları hazırlanmıştır. Katılımcı öğretmenlere 5 adet açık uçlu soru yöneltilmiştir. Hazırlanan bu sorular uzman kişi tarafında incelendikten sonra mülakatlar gerçekleştirilmiştir. KKTC' de MEB'e bağlı Lefkoşa bölgesinde bulunan anaokullarda görev yapan öğretmenlerle yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Bu çalışmada veriler KKTC' de MEB'e bağlı Lefkoşa bölgesinde bulunan anaokullarda görev yapan 10 okul öncesi öğretmenin gönüllü katılımı ile görüşmeler yapılarak toplanmıştır. Etik kurallar gereği katılımcıların kişisel bilgileri saklı tutulmuştur. Katılımcılara K1 ,K2,K3 vb diye sırasıyla kodlar verilmiştir.

Tablo 1 Okul öncesi öğretmenlerine ait demografik bilgiler

Katılımcılar	Mesleki kıdem	Okul türü	Bölge
K1	15	Anaokul	Merkez
K2	20	Anaokul	Kırsal
K3	2	Anaokul	Kırsal

K4	6	Anaokul	Merkez
K5	1	Anaokul	Merkez
K6	16	Anaokul	Merkez
K7	15	Anaokul	Kırsal
K8	3	Anasınıf	Kırsal
K9	21	Anasınıf	Kırsal
K10	13	Anasınıf	Kırsal

Katılımcı 10 öğretmenin 4 tanesi merkezde,6 tanesi kırsalda görev yapmaktadır. Katılımcı öğretmenlerin kıdem yılları 2-21 yıl arasındadır. Bu çalışmada 7 katılımcı devlete bağlı bağımsız anaokul, 3 katılımcı ise ilkokul bünyesinde bulunan anasınıflarda görev yapan öğretmenlerle yapılmıştır.

Verilerin analizi için betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Devamında mülakat soruları ortaya koyulan temaya göre yorumlanmıştır.

Veriler ayrıntılı bir şekilde betimlendi ve betimlemeler doğrudan alıntı yapılarak açıklanmıştır. Mülakata katılan katılımcıların düşüncelerinin etkili biçimde ortaya çıkarılması hedeflenmiştir (Yıdırım&Şimşek,2011).

Çalışmaya katılan KKTC' de MEB'e bağlı Lefkoşa bölgesinde bulunan anaokullarda görev yapan öğretmenlere çalıştıkları anaokulda ve anasınıftaki eğitim ortamı hakkında soru yöneltilmiştir. Alınan cevaplar doğrultusunda katılımcı öğretmenlerin %35'i (K1,K2,K3,K4,K5,K6,K7,K8) materyal eksikliğinin, %22 'si (K4,K5,K6,K9,K10) masa ve sandalyelerin çocuklara uygun boyutta olmadığını % 43'ü de (K1,K2,K3,K4,K5,K6,K7,K8,K9,K10) dolap ve çekmecelerin yetersiz olduğunu ifade etmiştir.

Katılımcılara oyun ve yaratıcı etkinlik yapılabilmesi için çalıştıkları anaokulunun fiziki durumu hakkında soru sorulmuştur. Katılımcıların verdiği cevaplar doğrultusunda katılımcıların % 32'si (K1,K2,K3,K4,K5,K6,K7,K8,K9,K10) ayrı oyun alanlarının olmadığını, % 23'ü (K3,K5,K6,K7,K8,K9,K10) malzemelerin dayanaksız olduğunu, %16'sı (K4,K5,K7,K8,K9) sınıfların bakımsız, % 29'u ise (K1,K2,K3,K4,K5,K6,K7,K9,K10) merkezlerin oluşturulması için gerekli alanların bulunmadığını ifade etmiştir.

Çalışmada katılımcı öğretmenlere eğitim ortamı ile ilgili yaşanan zorlukların neler olduğu sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların %33'ü (K1,K2,K3,K4,K5,K6,K7,K8,K9,K10) sınıfların küçük olduğunu, % 23'ü (K2,K3,K4,K5,K7,K8,K9) masa ve sandalyelerin tehlikeli olduğunu ifade etmiştir.

Çalışmanın devamında katılımcılara eğitim ortamının düzenlenmesi ve zenginleştirilmesi hakkında sorular sorulmuştur. Alınan cevaplar sonucunda katılımcı öğretmenlerin % 38'i(K1,K2,K3,K4,K5,K6,K7,K8,K9) çağdaş okul öncesi yaklaşımlar konusunda bilgi sahibi olmadıklarını, % 21'i (,K3,K4,K5,K6,K7) atık materyal kullandıklarını, % 42'i ise (K1,K2,K3,K4,K5,K6,K7,K8,K9,K10) maddi yardımın gerekli olduğunu söylemiştir.

Katılımcılara anaokulların dış mekanı ile ilgili görüşleri hakkında sorular yöneltilmiştir. % 40'ı (K1,K2,K3,K4,K5,K6,K7,K8,K9,K10) merdivenlerin ve koridorların tehlikeli olduğunu, %28 'i (K2,K3,K4,K5,K6,K7,K8) okulların bakımsız olduğunu ifade etmiştir.

SONUÇ

Bu çalışmada, KKTC'de MEB'e bağlı Lefkoşa bölgesinde bulunan anaokulların eğitim ortamlarının çağdaş okul öncesi eğitim modellerinin eğitim ortamlarına benzerlik göstermediği ortaya çıkmıştır. KKTC okul öncesi eğitim programında söz edilen eğitim ortamı ile de yapılandırılmadığı bulgular sonucunda verilmiştir.

Çalışmaya katılan öğretmenlerinde eğitim ortamının düzenlenmesinde materyal eksikliğinin, masa ve sandalyelerin çocuklara uygun boyutta olmadığının ve dolap ve çekmecelerin yetersiz olduğu konusunda görüşleri ortaya konulmuştur.

Oyun ve yaratıcı etkinliklerin uygulanmasında yeterli alanın olmadığı, sınıf içindeki malzemelerin dayanıksız ve sınıfların bakımsız olduğu bu çalışma sonucunda belirlenmiştir.

Eğitim ortamlarının düzenlenmesi ve donanımlı hale getirilmesinde yaşanan zorlukların sınıfların küçük olmasından dolayı öğrenme merkezlerinin oluşturulamaması olarak ortaya çıkmıştır.

Eğitim ortamının zenginleştirilmesine öğretmenin modern okul öncesi eğitim modelleriyle ilgili bilgi sahibi olması belirtilmiştir.

Bu çalışmanın sonucunda bu eksikliklerin giderilmesi için AB eğitime katkı hibe programına başvurulmuştur. Bu programa katılan Gaziköy Anaokulu adına bir proje hazırlanarak AB'den maddi kaynak alınmıştır. Maddi kaynak sonucunda okulun eğitim ortamı modern okul öncesi eğitim modelleri ışığında donanımlı hale getirilmiştir. Devamında 2 yıllık stratejik plan hazırlanmış okulun misyonu ve vizyonu belirlenmiştir. Proje kapsamında öğretmenlere bilgisayar ve İngilizce eğitimi düzenlenmiştir.

KAYNAKÇA

Cafoğlu, Z. (Ed.) (2007). Eğitim Bilimine Giriş. Ankara: Grafiker

Poyraz, H & Dere, H.(2003). Okulöncesi Eğitiminin İlke ve Yöntemleri. Ankara: Anı

KKTC Milli Eğitim ve Kültür Bakanlığı (2017). Okul Öncesi Eğitim Öğretmen El Kitabı. Lefkoşa: Okman Printing Ltd.

Demiriz, S., Karadağ, A. & Ulutaş, İ.(2003). Okulöncesi Eğitim Kurumlarında Eğitim Ortamı ve Donanımı. Ankara: Anı

Diken,İ.H. (Ed). (2018). Erken Çocukluk Eğitimi. Ankara: Pegem Akademi

İnnovatif Yaklaşımın Kanvas İş Modelinde Değerlendirilmesi: Örnek Bir Uygulama

Inst. Dr. Ayşen AKBAŞ TUNA
Ankara Hacı Bayram Veli University
aysenakbastuna@hotmail.com

ÖZET

"İş modeli", hem yöneticiler ve uygulayıcılar hem de yönetim teorisyenleri arasında 2000'li yılların başından günümüze kadar güncelliğini korumuş bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Teknolojinin hızlı gelişimine paralel olarak hem mevcut hem de yenilikçi ürün ve hizmetler ile sürdürülebilir rekabetin sağlanması ve ortak değer yaratılması işletmeler için oldukça önemli olduğundan bunu sağlamanın bir yolu olarak kullanılmaktadır. İş modeli kavramı çeşitli şekillerde tanımlansa da bu çalışmada bir işletmenin nasıl değer yarattığı, bu değeri nasıl dağıttığı ve dışarıdan nasıl değer elde ettiği bakış açısı ile ele alınmıştır. En kabul gören haliyle iş modeli, "bir değer ağı içinde değeri yaratmanın ve tutmanın altta yatan temel mantığı ve stratejik seçimlerinin bir temsilidir". Kanvas iş modeli ise inovasyonun değer kavramı ile eşleştirildiği ve kanıtlandığı bir modeldir. Modelin basit olması ve her şeyi bir arada görmeye imkân tanıması kullanılabilirliğine büyük katkılar sağlamaktadır. Model, temel ortaklıklar, temel faaliyetler, değer önerisi, müşteri ilişkileri, müşteri segmenti, temel kaynaklar, kanallar, maliyet yapısı ve gelir akışı olmak üzere dokuz bölümden oluşmaktadır. Kanvas iş modeli, kullanıcılara bir iş modelinin unsurlarını, olası bağlantıları ve değer yaratma üzerindeki etkilerini görsel olarak temsil etmesinde yardımcı olur. İş modelleri konusundaki geniş bilgi birikimi; strateji, girişimcilik, teknoloji geliştirme ve yönetimi, e-ticaret ve bilgi sistemleri, inovasyon yönetimi ve uluslararasılaştırma kadar çeşitli alanlara yayılmıştır. Bir iş modelinin planı, inovasyonu kolaylaştıran ve bir şirketin nasıl çalıştığı hakkında en önemli bilgilerin bir yerde bulunduğu karar verme platformu olarak hizmet eder. Serbest rekabet koşullarında pazarda sürdürülebilir bir biçimde faaliyette bulunmak için işletmelerin sürekli kendilerini yenilemeleri ve bu nedenle yapacakları inovasyon çalışmalarından da başarı elde etmeleri gerekmektedir. Günümüzde inovasyon, farklı stratejik ittifaklar, müşteri yaklaşımı ve farklı iş modellerinin benimsenmesi yoluyla değer yaratma şeklinde değerlendirilebilir. Bu çalışmada, günümüzde sürdürülebilir biçimde örgütsel amaçlara ulaşmada önemli bir araç haline gelen Kanvas İş Modelinin, inovatif uygulamaları ile sektörde öncü olan bir elektronik rezervasyon sitesinin çalışmalarına uygulanması ve bu yolla uygulamacılara yön göstermesi amaçlamaktadır. Bu doğrultuda çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden örnek olay yöntemi kullanılmış ve elde edilen bulgular yorumlanmıştır.

Evaluation of the Innovative Approach in the Canvas Business Model: A Case Study

ABSTRACT

The business model is an up-to-date concept between managers and practitioners as well as management theorists since the early 2000s. The rapid development of technology is essential for achieving sustainable competition and creating common value with both existing and innovative products and services. Therefore, the business model is used as a way to achieve this. Although the concept of business model is defined in various ways, in this study, how an organization creates, delivers and captures value is discussed. We define a business model as a representation of a firm's underlying core logic and strategic choices for creating and capturing value within a value network. Accordingly, an organization's business model can provide insight into the harmonization of high-level strategies and underlying actions in an organization, which supports strategic competitiveness. The canvas business model, on the other hand, is a model in which innovation is matched and proven with the value concept. The simplicity of the model and the ability to see everything together make a great contribution to its usability. The model consists of nine sections: key partners, key activities, value proposition, customer relationships, customer segment, key resources, channels, cost structure and revenue structure. The canvas business model helps users visually represent the elements of a business model, their possible connections, and their impact on value creation. The expansive body of knowledge on business models spans across strands as diverse as strategy, entrepreneurship, technology development and management, ecommerce and information systems, innovation management and internationalization. The plan of a business model serves as a decision-making platform that facilitates innovation and has the most important information about how a company works. In order to operate in the market in free competition conditions in a sustainable manner, companies must constantly renew themselves

and therefore achieve success from their innovation efforts. Today, innovation can be evaluated as creating value through the adoption of different strategic alliances, customer approach and different business models.
In this study, the Canvas Business Model, which has become an important tool for achieving organizational goals in a sustainable manner, is aimed to be applied to the works of an electronic reservation site which is a pioneer in the sector with its innovative applications and to guide the practitioners in this way. In this direction, case study method, one of the qualitative research methods, was used. The findings were interpreted and recommendations were made to the practitioners.

Keywords: Business Model, Innovation, Canvas Business Model

1. GİRİŞ

Günümüzde yüksek kar elde etmek için faaliyette bulunan tüm işletmelerin, karşı karşıya kaldığı rekabet ortamında başarılı olmak için yeni çözümler geliştirmeleri gerekmektedir. İşletmelerin tüm fonksiyonlarında kullanılan ve işleri kolaylaştıran teknoloji ve teknolojinin kullanıldığı değer yaratma odaklı iş modelleri, bu yeni çözümler için oldukça gereklidir.

Stratejik bir yönetim perspektifi göz önüne alındığında, iş modelleri, rekabet avantajının korunması, yaratılması veya arttırılması amacıyla hem kavramsal hem de pratik amaçlar için kullanılabileceğinden önemli görünmektedir (Klimas, 2018:137).

"İş modeli", hem yöneticiler ve uygulayıcılar hem de yönetim teorisyenleri arasında 2000'li yılların başından günümüze kadar güncelliğini korumuş bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Teknolojinin hızlı gelişimine paralel olarak hem mevcut hem de yenilikçi ürün ve hizmetler ile sürdürülebilir rekabetin sağlanması ve ortak değer yaratılması, işletmeler için oldukça önemli olduğundan bunu sağlamanın bir yolu olarak kullanılmaktadır. İş modeli kavramı çeşitli şekillerde tanımlansa da bu çalışmada Osterwalder ve Pigneur (2009) tarafından tanımlanan, bir işletmenin nasıl değer yarattığı, bu değeri nasıl dağıttığı ve dışarıdan nasıl değer elde ettiği bakış açısı ile ele alınmıştır.

Değerin kendi başına oluşmadığını göz önünde bulundurarak, yeterli kaynak sağlamak, kaynakları değerli ürün ve hizmetlere dönüştürmek ve bunları farklı dağıtım kanalları aracılığıyla müşterilere sunmak çok önemlidir (Peric, Vitezic ve Durkin, 2017:256). Değerin pazar tarafından nasıl ve neden belirlendiğini anlamak bazı örgütlerin yeni bir iş modeli - işletmenin geniş çaplı stratejiler, süreçler ve faaliyetler dizisinden nasıl kar elde etmeye çalıştığına yönelik stratejik bir tasarım- denemesine yol açmıştır. Örneğin ev ve ofis mobilyaları imalatçısı Ikea bu endüstrideki değer zincirini yeniden keşfederek kendisini posta siparişleri ile çalışan küçük bir mobilya operasyonundan dünyanın en büyük ev mobilyası perakendecisine dönüştürmüştür. Bunun için mobilyayı eve teslim etmek ve kurmak gibi kilit görevleri müşterilerinin üstlenmesi karşılığında, onlara düşük fiyatlarda iyi tasarlanmış ürünler sunmak şeklinde bir iş modeli uygulamıştır (Topoyan, 2013:376)

İyi bir iş modeli Peter Drucker 'ın şu sorularını yanıtlar: "Müşteri kimdir?" ve "Müşteri neye değer verir?" İyi bir iş modeli aynı zamanda her yöneticinin sormak zorunda olduğu; Bu işte nasıl para kazanırız? Müşterilere uygun bir maliyetle nasıl değer aktarabileceğimizi sağlayan temel ekonomik mantık hangisidir? sorularına da yanıt verir (Magretta, 2010:13).

İşletmelerin ayakta kalmak için her zamankinden daha çok uğraş verdikleri günümüz rekabet ortamında daha önce yapılmış olanı taklit etmek bu ortamda uzun dönemli rekabet edebilmeyi sağlayamamaktadır. Bunun için işletmeler yenilikçi uygulamaların peşinden gitmektedir. Chanal'a göre (2011) teknolojik, pazarlama, örgütsel veya ekonomik esaslı olsun başarılı yeniliklerden yaratılan değerler ancak başarılı bir iş modeli ile gelire dönüşebilmektedir (Berk ve Varoğlu, 2013:100). Bu nedenle işletmelerin inovatif performanslarını arttırmada yenilikçi bir fikri somut hale getirip detaylandırmak için kullanabilecekleri önemli bir araç olarak kanvas iş modeli karşımıza çıkmaktadır.

İş modeli perspektifinden bakıldığında, yenilik aslında iş modelinin bir veya birkaç unsurunu değiştirerek daha fazla değer katmak için yapılan daha önce yapılmamışı yapma sürecidir. Diğer taraftan, dönüşüm, işletmelerin değer yaratma yeteneğine yönelik değişim stratejisi olarak görülebilir ve tüm iş modeli öğelerinin yenilenmesini veya değiştirilmesini içerebilir (Venkatesh, Singhal ve Mathew, 2018:3). Bu açıdan bakıldığında da için kanvas iş modelinin inovasyon yoluyla değer yaratan işletmelerin yaptıkların bu çalışmaları yönlendirmelerini ve sonuçlarını takip etmelerini sağlayacak ve böylece işletmelerin dönüşüm faaliyetlerini de destekleyebilecek bir model olduğu söylenebilir.

Bu çalışmada, günümüzde sürdürülebilir biçimde örgütsel amaçlara ulaşmada önemli bir araç haline gelen Kanvas İş Modelinin, inovatif uygulamaları ile sektörde öncü olan bir elektronik rezervasyon sitesinin çalışmalarına uygulanması ve bu yolla uygulamacılara yön göstermesi amaçlamaktadır. Bu doğrultuda çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden örnek olay yöntemi kullanılmış ve elde edilen bulgular yorumlanarak uygulamacılara önerilerde bulunulmuştur.

2. TEORİK ÇERÇEVE

2.1. İş Modeli Kavramı

1957'de ilk kez Bellman, Clark, Malcolm, Craft ve Riccardi (1957) tarafından simülasyonlar ve matematiksel modeller bağlamında "iş modeli (BM)" terimi kullanılmıştır. Ancak, iş modeline dikkat, yenilikçi iş modelleri kullanan Google, Apple, Facebook ve Dropbox gibi şirketlerin şaşırtıcı ekonomik etkileri ile çekilmiştir. Zott, Amit ve Massa (2011) tarafından, 103 iş modeli yayınının analiz edildiği çalışmada iş modellerinin tanımlarının (1) e-ticaret, bilgi sistemleri ve kuruluşlardaki internet uygulamaları - internet işletmeleri ile ilgili, (2) inovasyon ve teknoloji

yönetimi - teknoloji işletmeleriyle ilgili, (3) değer yaratma, rekabet avantajı ve işletmelerin performansıyla ilgili stratejik konular - tüm işletmelerle ilgili olmak üzere üç ana bakış açısı sunduğunu belirtilmiştir (Tokarski, Tokarski ve Wójcik, 2017:18).

İş modelleri ile ilgili en çok araştırma elektronik ticaret konusundadır. Önceleri bu çalışmalar web tabanlı şirketler için gelir akışını yakalamaya odaklanmış; daha sonra, diğer değişkenlerin yanı sıra ürün tekliflerine, değer yaratma süreçlerine ve firma mimarisine dayanan model türlerini tanımlanmıştır. Potansiyel model sayısının sınırsız olduğu ortaya çıktıkça da, araştırmacılar model taksonomilerine odaklanmaya başlamıştır. Model bileşenleriyle ilgili mevcut perspektiflerin bir özetine göre muhtemel bileşenler olarak toplam 15 farklı maddeden bahsedilmiştir. En sık rastlananlar; firmanın değer teklifi (11), ekonomik model (10), müşteri arayüzü / ilişki (8), ortak ağ / roller (7), iç altyapı / bağlantılı faaliyetler (6) ve hedef pazarlardır (5). Müşteri ilişkileri ve firmanın ortak ağı veya firmanın gelir kaynakları, ürünleri ve değer teklifi gibi bazı öğeler birbiri ile örtüşmektedir (Morris, Schindehutte ve Allen, 2005:727).

İş modeli konusunda çalışma yapan araştırmacıların neredeyse tamamı bu kavramın ortak bir tanımının bulunmadığına ancak çeşitli şekillerde tanımlandığına değinmişlerdir. Osterwalder ve Pigneur (2010) ile Shafer ve diğerlerinin (2005) tanımlamalarına göre iş modeli, bir örgütün değer ağındaki faaliyetleri ve ilişkileri sonucunda nasıl değer yarattığına ve bunu nasıl koruduğuna yönelik mantığı açıklamaktadır (Mete, 2018:1068). Morris, Schindehutte ve Allen (2005) ise iş modelini; sürdürülebilir rekabet avantajı sağlamak ve bir değer ağı içinde değer yaratmak ve yakalamak için bir firmanın altında yatan temel mantık ve stratejik seçimlerin özlü bir temsilidir şeklinde açıklamaktadır (Aktaran: Peric, Vitezic ve Durkin, 2017:256). Bu nedenle, başarılı iş modelleri, yönetsel bir yaratıcılık ve stratejik düşüncenin ürünüdür denilebilir.

Son yıllarda Osterwalder ve Pigneur (2010)un, İş Modeli Kanvas" (bmc) olarak adlandırılan ve kullanışlı bir araç olarak özellikle uygulayıcılar arasında dikkat çeken iş modeli tasarımı şirketin mevcut iş modelinin potansiyeliyle ilişkili olarak nerede durduğunu ve bu modelin daha da geliştirilmesi için atılacak uygun adımların ne olacağını değerlendirmede yardımcı olmaktadır (Peric, Vitezic ve Durkin, 2017:257).

2.2. İnovasyon ve Kanvas İş Modeli

Drucker'a (1985) göre inovasyon; girişimcilerin farklı bir iş veya hizmet ortaya koymak için değişiklik yapmalarını sağlayan araç iken, Amabile'ye (1996) göre inovasyon; bir örgütte yaratıcı fikirlerin başarılı bir şekilde uygulanmasıdır. Alptekin'e (2006) göre ise yeni fikirlerin ticari amaçla uygulanması, teknoloji geliştirme ve yeni iş süreçlerinin ortaya konmasını da kapsayan bir kavramdır. (Coşkun vd., 2013:106). İşletmeler inovasyonu, bilginin sınırlı dış

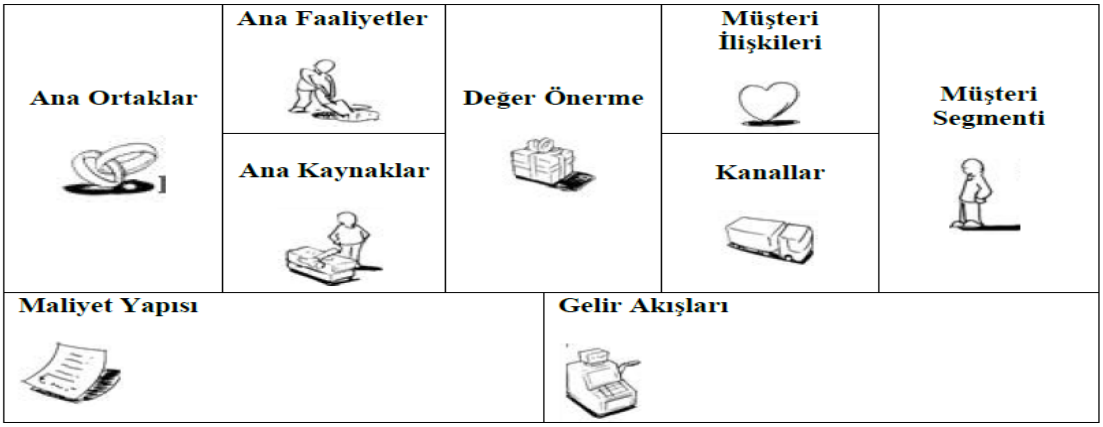
kaynak kullanımı ile ya da tamamen iç kaynaklar ile elde edildiği klasik ya da kapalı inovasyon süreci ile gerçekleştirebilecekleri gibi, bilginin kimsenin tekelinde olmadığı ve bu nedenle iş birliği içerisinde çalışılarak bilginin üretilmesi ve çoğaltılması yaklaşımıyla gerçekleştirilen açık inovasyon süreci ile gerçekleştirebilirler (https://medium.com/innocentrumblog).

Rekabet avantajı için kritik bir rol oynayan inovasyon mutlaka bir değer yaratmalıdır. Ulgen ve Mirze (2014:122)'ye göre müşteriye değer yaratacak mal ve hizmet üretebilmek ve bunu müşteriye teslim etmekle ilgili tüm faaliyetler bir maliyete neden olmaktadır. Faaliyetin, işletmenin mal ve hizmetlere kattığı değerin o etkinliğin maliyetinden fazla olması beklenmektedir. Bu gerçekleştiğinde de işletme değer yaratmış olur.

Osterwalder, Pigneur (2010)'un iş modelinde, kaynakları, süreçleri ve şirket tedarikçilerini birbirine bağlayan bir platforma dayanan; organizasyon için değer yaratma, sağlama ve yakalama mantığı bulunmaktadır. Bu kapsamda açık iş modeli, şirketler tarafından sistematik bir şekilde değer yaratmak ve elde etmek için kullanılacak bir model olarak tanımlanmaktadır. Açık iş modelinde dışarıdan içe (işletmenin dışarıdan fikir, teknoloji veya dış fikri mülkiyet getirmesi) ya da içeriden dışa (fikir, teknoloji veya fikri mülkiyet vermesi) sistematik bir araştırma süreci ile değer yaratılması söz konusudur. Bu bağlamda Kanvas iş modeli Osterwalder, Pigneur (2010) tarafından herhangi bir işletmenin yeni stratejiler oluşturması, muhtemel ön yargıları ile başa çıkması ve verimli ve etkin bir şekilde değer yaratması için basit ve ilişkili bir konsept şeklinde oluşturulmuştur (Bonazzi ve Zilber, 2014:622).

Kanvas İş Modeli

İş modeli, bir kuruluşun nasıl değer yarattığının, sağladığının ve topladığının gerekçesini tanımlar (Osterwalder ve Pigneur, 2009:14). Model, ana ortaklıklar, ana faaliyetler, değer önerisi, müşteri ilişkileri, müşteri segmenti, ana kaynaklar, kanallar, maliyet yapısı ve gelir akışı olmak üzere dokuz bölümden oluşmaktadır. Bu modelde müşteri ve değer önermesi



Şekil 1 Osterwalder ve Pigneur'un Kanvas İş Modeli
Kaynak: Osterwalder ve Pigneur (2009:.44)

bölümleri öncelik verilen bölümlerdir. Çünkü önerilen değer ve müşteri arasındaki uyum öncelikle önemlidir. Bu bölümler aşağıda açıklanmıştır (Osterwalder ve Pigneur 2009):

Müşteri Segmentleri Yapı Bloğu: Bir işletmenin ulaşmayı ve hizmet etmeyi amaçladığı farklı kişi veya kuruluş gruplarını tanımlar. Müşteriler, herhangi bir iş modelinin kalbini oluşturur. (Karlı) müşteriler olmadan, hiçbir şirket uzun süre yaşayamaz. Müşteriyi daha iyi tatmin etmek için işletmeler onları ortak ihtiyaçları, ortak davranışları veya diğer özellikleri olan farklı bölümler halinde gruplandırabilir. Bir iş modeli, bir veya birkaç büyük veya küçük Müşteri Segmenti tanımlayabilir. Bir kuruluş hangi segmentlere hizmet vereceğine ve hangi bölümleri göz ardı edeceğine dair bilinçli bir karar vermelidir. Bu karar verildikten sonra, belirli müşteri gereksinimlerinin güçlü bir şekilde anlaşılması için bir iş modeli özenle tasarlanabilir.

Eğer müşteri gruplarının (1) farklı ve haklı bir ihtiyaç gerekliliği varsa, (2) farklı dağıtım kanalları aracılığıyla onlara ulaşılıyorsa (3) farklı ilişki türleri gerekiyorsa (4) aralarında büyük ölçüde kar farklılıkları varsa ve (5) sunulanın farklı yönleri için ödeme yapmaya isteklilerse; bu müşteri grupları ayrı segmentleri temsil etmektedir.

Farklı Müşteri Segmentleri türleri vardır. Örneğin, kitle pazarlarına odaklanan iş modelleri, farklı Müşteri Bölümleri arasında ayrım yapmamaktadır. Değer önerileri, dağıtım kanalları ve müşteri ilişkilerinin hepsi, büyük ölçüde benzer ihtiyaçları ve sorunları olan büyük bir müşteri grubuna odaklanır. Bu tür bir iş modeli genellikle tüketici elektroniği sektöründe bulunur. Diğer bir segment de çok taraflı pazarlardır. Bazı kuruluşlar iki veya daha fazla birbirine bağlı müşteri segmentine hizmet eder. Örneğin, ücretsiz bir gazete yayınlayan bir kuruluşun, reklam verenleri çekmek için büyük bir okuyucu tabanına ihtiyacı vardır. Öte yandan, üretim ve dağıtımı finanse etmek için reklam verenlere de ihtiyacı var. İş modelinin çalışması için her iki bölüm de gereklidir.

Değer Önerileri Yapı Bloğu: Belirli bir müşteri segmenti için değer yaratan ürün ve hizmet paketini tanımlar. Değer önerisi, müşterilerin neden başka bir şirkete değil de bu şirkete yöneldiğinin nedenidir. Bu değer önerisi müşterilerin problemini çözer veya ihtiyacını karşılar. Her değer teklifi, belirli bir müşteri segmentinin gereksinimlerini karşılayan seçilmiş bir ürün ve / veya hizmet paketinden oluşur. Bu anlamda, değer önerisi bir şirketin müşterilerine sunduğu faydaların toplamı veya bir demetidir. Bazı değer önerileri yenilikçi veya yeni ve yıkıcı bir öneriyi temsil edebilir. Diğerleri ise mevcut pazardakilere benzeyebilir, ancak ek özellik ve niteliklere sahip olabilir. Bir değer teklifi, bir müşteri segmenti için o segmentin gereksinimlerini karşılayan farklı unsurların karışımını kullanarak değer yaratır. Değerler niceliksel (örneğin fiyat, hizmet hızı) veya niteliksel (örneğin tasarım, müşteri deneyimi) olabilir. Yeni olma, yüksek performans, özelleştirilmiş olma, işe yarama, tasarım, marka/statü, fiyat, maliyeti azaltma riski azaltma, ulaşılabilirlik ve kolaylık / kullanılabilirlik gibi belli başlı faktörler müşteri değeri yaratmaya katkıda bulunabilir.

Kanallar Yapı Bloğu: Bir işletmenin bir değer teklifi sunmak için müşteri bölümleriyle nasıl iletişim kurduğunu ve onlara ulaştığını açıklar. İletişim, dağıtım ve satış kanalları, bir işletmenin müşterileriyle olan arayüzünü oluşturur. Kanallar, müşteri deneyiminde önemli bir rol oynayan müşteri temas noktalarıdır.

Kanalların ürün ve hizmetler hakkında müşterilerin farkındalığını arttırmak, müşterilerin bir şirketin değer teklifini değerlendirmesine yardımcı olmak, müşterilerin belirli ürün ve hizmetleri satın almaların sağlamak, müşterilere değer önerilerini ulaştırmak, satın alma sonrası müşteri desteği sağlamak gibi fonksiyonları bulunmaktadır.

Müşteri İlişkileri Yapı Bloğu: Bir işletmenin belirli müşteri bölümleriyle kurduğu ilişki türlerini açıklar. Bir işletme, her müşteri segmenti ile kurmak istediği ilişki türünü netleştirmelidir. İlişkiler kişiselden otomatiğe doğru bir aralıkta olabilir. Müşteri ilişkileri, müşteri kazanımı, müşteriyi elde tutma ve satışları arttırmak üzerine çalışır. Örneğin, ilk zamanlarında, mobil şebeke operatörlerinin müşteri ilişkileri, agresif satın alma stratejileri uygularken; piyasa doygun hale geldiğinde, müşteriyi elde tutmaya ve müşteri başına ortalama geliri arttırmaya odaklandı.

Gelir Akışı Yapı Bloğu: Bir işletmenin her müşteri bölümünden elde ettiği parayı temsil eder. Müşteriler bir iş modelinin kalbini oluşturuyorsa, gelir akımları arterleridir. Bir, işletmenin "Her müşteri segmenti hangi değer için gerçekten ödeme yapmak istiyor?" sorusunu kendine sorması gerekir. Bu soruyu başarıyla yanıtlayarak, firmanın her müşteri bölümünden bir veya daha fazla gelir akışı oluşturmasını sağlar. Her gelir akışı, sabit liste fiyatları, pazarlık, açık artırma, piyasaya bağlı, hacme bağlı veya verim yönetimi gibi farklı fiyatlandırma

mekanizmalarına sahip olabilir. Bir işletme modeli iki farklı Gelir Akışı türünü içerebilir: • Tek seferlik müşteri ödemelerinden kaynaklanan işlem gelirleri • Müşterilere bir Değer Teklifi sunmak veya satın alma sonrası müşteri desteği sağlamak için devam eden ödemelerden kaynaklanan sürekli gelirler.

Gelir Akışlarını oluşturmanın; varlık satışı, kullanım ücreti, abonelik ücretleri, borç / kiralama, lisans verme, aracılık ücretleri, reklam gibi birkaç yolu vardır. Her gelir akımının farklı fiyatlandırma mekanizmaları olabilir. Seçilen fiyatlandırma mekanizmasının türü, üretilen gelirler açısından büyük bir fark yaratabilir. Sabit ve dinamik fiyatlandırma olmak üzere iki ana fiyatlandırma mekanizması vardır.

Temel Kaynaklar Yapı Bloğu: Bir iş modelinin çalışması için gereken en önemli varlıkları açıklar. Her iş modeli anahtar kaynaklar gerektirir. Bu kaynaklar, bir işletmenin değer teklifi yaratmasına ve yürütmesine, pazarlara ulaşmasına, müşteri segmentleriyle ilişkilerini sürdürmesine ve gelir elde etmesine olanak tanır. İş modelinin türüne bağlı olarak farklı temel kaynaklara ihtiyaç vardır. Bir mikroçip üreticisi, sermaye yoğun üretim tesisleri gerektirirken, bir mikroçip tasarımcısı daha çok insan kaynağına odaklanır. Kilit kaynaklar şirkete ait olabilir veya kiralanabilir veya kilit ortaklardan edinilebilir.

Temel Faaliyetler Yapı Bloğu: Bir işletmenin iş modelini çalışması için yapması gereken en önemli şeyleri açıklar. Her işletme modelini, bir dizi önemli faaliyeti vardır. Bunlar bir işletmenin başarılı bir şekilde çalışması için yapması gereken en önemli eylemlerdir. Anahtar kaynaklar gibi, bir değer teklifi yaratmaları ve yönetmeleri, pazarlara ulaşmaları, müşteri ilişkilerini sürdürmeleri ve gelir elde etmeleri gerekmektedir. Anahtar Kaynaklar gibi, anahtar faaliyetleri de iş modeli türüne bağlı olarak değişir. Yazılım üreticisi Microsoft için, temel faaliyetler yazılım geliştirmeyi içerir. PC üreticisi Dell için, temel faaliyetler tedarik zinciri yönetimi içerir. McKinsey danışmanlığı için Temel Faaliyetler arasında problem çözme yer almaktadır.

Ana Ortaklıklar Yapı Bloğu: İş modelini çalıştıran tedarikçiler ve ortaklar ağını tanımlar. İşletmeler birçok nedenden dolayı ortaklıklar kurarlar ve ortaklıklar birçok iş modelinin temel taşı haline gelir. İşletmeler, iş modellerini optimize etmek, riski azaltmak veya kaynak edinmek için ittifaklar kurarlar.

Maliyet Yapısı Bloğu: Bu yapı taşı, belirli bir işletme modeli altında çalışırken ortaya çıkan en önemli maliyetleri tarif eder. Değer yaratmak ve sunmak, müşteri ilişkilerini sürdürmek ve gelir elde etmek, hepsi maliyete tabidir. Bu maliyetler, Anahtar Kaynaklar, Anahtar Faaliyetler ve Anahtar Ortaklıklar tanımlandıktan sonra nispeten kolayca hesaplanabilir. Örneğin, bazı havayolları, tamamen düşük maliyetli yapılar etrafında iş modelleri kurmuşlardır.

Alan yazına bakıldığında Kanvas iş modeli kullanılarak yapılan bir takım araştırmalar olduğu görülmüştür. Klimas (2018), para kazanma modellerine göre sınıflandırdığı video oyunu geliştiricileri üzerinde yaptığı çalışmasında anahtar kaynakların algılanmasında farklılıklar olduğu sonucuna ulaşmış; Tokarski, Tokarski ve Wójcik, (2017) bir motelin bu iş modeline göre analizini yapmış; Joyse ve Paquin (2016), Nestle Nespresso iş modelini yeniden analiz ederek temel özelliklerini açıklamış; Bonazzi ve Zilber, (2014) medikal alanda faaliyet gösteren bir şirketinin iş modelini tanımlamış; Urban vd. (2018) havayolu şirketlerindeki anahtar faktörleri tanımlamış; Keane vd. (2018) ise kanvas iş modelinin öğelerini girişimciler ve yöneticiler açısından incelemiştir. Yerli alan yazında ise, Genç (2018), insan motivasyonunun rolünü turizm endüstrisinin üç farklı bölgesinde iş modeline olan etkisini incelediği çalışmasının dışında başka bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu nedenle çalışmanın alana katlısı olacağı düşünülmektedir.

3. YÖNTEM

Bu çalışmanın araştırma sorusu "İnovatif bir işletmede değer yaratmak amacıyla Kanvas iş modelinin içeriği nasıl oluşturulur?" şeklinde oluşturulmuştur. Bir örnek olay incelemesini içeren bu çalışmada, nitel araştırma deseni kullanılmıştır. Birçok nitel araştırmacı, örnek olay çalışmasını araştırmalarında bir rehber olarak kullanmaktadır. Tek bir olgu, birey, topluluk ya da kurum üzerine yoğunlaşarak, araştırmacı bu olgunun, bireyin, topluluğunun ya da kurumun özelliği olan önemli faktörlerin belirgin etkileşimini ortaya koymayı hedeflemektedir. Buna ek olarak, araştırmacı diğer araştırma yaklaşımlarını göz ardı edebileceği çeşitli ayrımları, örüntüleri ve daha gizli öğeleri yakalayabilmektedir. Örnek olay yöntemi bütünsel betimleme ve açıklamaya odaklanmaktadır ve genel bir ifade olarak, herhangi bir olgu örnek olay çalışması yöntemleriyle çalışılabilmektedir. Örnek olay çalışmasının en önemli özelliği, belirli bir duruma ya da az sayıdaki duruma yoğunlaşmasıdır (Berg ve Lune, 2015; Aktaran: Deveci ve Deveci, 2018:127).

Araştırma verileri, kanvas iş modelindeki yapı bloklarını tanımlayacak çeşitli sorulardan oluşan bir soru formu kullanılarak mülakat yolu ile edilmiştir. Yapılan görüşmeler ile şirket hakkında bilgiler elde edilmiş, elde edilen veriler betimsel analiz tekniği kullanılarak analiz edilmiştir. Çalışmada ilk olarak incelenen şirket ile ilgili genel bilgiler verilmiş daha sonra analiz sonucunda çıkan sonuçlar ilgili bloklara yerleştirilmiştir.

Şirket Hakkında Genel Bilgiler

Şirket, 2012 yılında ön ödemesiz otel rezervasyon fikrinin doğması ile beraber; 2013 yılında faaliyet hayatına başlayan, Türkiye'nin ilk ve tek yerli elektronik rezervasyon sitesi olarak

faaliyet hayatına başlamıştır. Dünya standartlarında bir yazılım için altyapı ve Ar-Ge çalışmaları başlayarak yazılım ekibi kurulmuştur. 2018 yılında 1 Milyondan fazla geceleme, 2.000.000'dan fazla müşteri memnuniyeti, 20'den fazla ödül almış tek turizm şirketi olarak hizmet vermeye devam etmektedir. %882 büyüme oranı ile Technology Fast 50 programında ilk 10'a giren Türkiye'nin Tek Turizm şirketi olmuştur. Sosyal medyada 2 milyondan fazla etkileşime sahip olarak en az şikayete sahip yerli Turizm firması olmuştur. Konaklama sektöründe hizmet veren şirket, Türkiye ve Kıbrıs'ta bulunan yaklaşık 12.000 otel ile direkt anlaşmalı çalışmaktadır. Otellere ait yazılı ve görsel bilgiler dışında daha önce konaklayan misafirlerin deneyimlerini de sunmaktadır. Tüm bunlarla beraber alışılagelmişin dışında otellerin kullanımına sunduğu yönetici paneliyle otellere anlık fiyat değişiklikleri, promosyon ve indirimler gibi olanaklar sağlayarak site ziyaretçilerine avantajlı olanaklar sağlamaktadır.

4. BULGULAR

Yapılan mülakat sırasında ortaya çıkan sonuçlar, anlamlarına, ilgili işlevsel yönlerine ve süreçlerine göre Kanvas iş modelindeki ilgili bloklara yerleştirilmiştir. İlgili bloklar aşağıda tablo şeklinde verilmiştir.

Tablo 1: Örnek Şirketin Kanvas İş Modeline Göre Analizi

1. Müşteri Segmentleri Yapı Bloğu:	Türkiye ve Kıbrıs'ın dört bir köşesinde konaklama ihtiyacı nedeni her ne olursa olsun ister tatil, ister iş amaçlı otel arayanlar müşterilerden oluşmaktadır.
2. Değer Önerileri Yapı Bloğu:	• Ön Ödemesiz, Ücretsiz İptal, Erken Rezervasyon ve Kredi Kartsız rezervasyon gibi ayrıcalıklı seçenekler bulunmaktadır. • Müşterilerden otele gitmeden önce herhangi bir ön ödeme talep edilmemekte, otele ulaştıklarında ödemelerini diledikleri gibi yapabilme fırsatı sunulmaktadır. • Rezervasyon oluşturduktan sonra olası bir olumsuzluk durumunda ücretsiz iptal seçeneği sağlanmaktadır. • Kredi kartı bilgisi talep etmeden müşterilerin kendilerini güvende hissetmeleri sağlanmaktadır. • Müşterilerin seyahat boyunca yaşadıkları olası ve olumsuz durumları hızlı bir iletişim süreci ile çözüme kavuşturulmaktadır. • Her otele verilen panel üzerinden fiyat, promosyon, indirim vs üzerinden

	müdahale edilebiliyor böylece ürün ve son fiyatlar hakkında müşteriye direkt hizmet sağlanabilmektedir. • Sıfır risk ile tatil planlanabilmektedir.
3. Kanallar Yapı Bloğu:	Bu blok; Online rezervasyon sitesi, Trivago, Google, sosyal medya aracılığı, Tv reklamları, Bilbordlar, Radyo yayınları, Müşteri hizmetleri ile birebir görüşme imkanı ve Canlı destek hatlarından oluşmaktadır.
4. Müşteri İlişkileri Yapı Bloğu:	Değer yarattıkları müşteri ilişkileri sosyal medya üzerinden sağlanmaktadır. Yapılan faaliyetleri gösterme, Oteller ile ilgili bölge paylaşımları ve yer keşifleri, Soru-cevap ve anketlerle ve ayrıca blog sayfasında yapılan önerilerle daha samimi ve içten bir portföy oluşturulmaya çalışılmaktadır. Bu platformda etkileşimi yüksek müşterilerle daha hızlı ve kolay iletişim sağlanabilmektedir.
5. Gelir Akışı Yapı Bloğu:	Müşteriler, bu platformu kullanarak herhangi bir aracı ücreti ödemeden rezervasyon yaptıklarından bu platform bir gelir akışına sahiptir. İadesiz rezervasyon uygulaması mevcut rezervasyon gelirlerinin içerisinde daha garanti bir gelir olarak belirtilmektedir. Bazı otellerin bazı odaları bu platformda müşteriye çok daha uygun fiyata ama iadesiz olarak satılmaktadır. Platform "komisyon modeli" ile satış ortakları ile çalışmaktadır. Otellerden aldıkları komisyonu bu ortaklarla paylaşırken kendisi de gelir sağlamaktadır. Platform, gelir akışı oluşturma yollarından olan kullanım ücretini müşterilerden edinmeyerek bir müşteri değeri yaratırken;

	kendi yaptığı aracılık için aracılık ücretini otellerden alarak gelir akışı sağlamaktadır.
6. Temel Kaynaklar Yapı Bloğu:	Üç çeşit kaynak bulunmaktadır. Bunlar: Entelektüel kaynak: Ortaklıklar (6000'den fazla sözleşmeli otel) ve müşteri veritabanları, İnsan kaynağı: Nitelikli satış ekibi, Finans kaynağı: Farklı finansal kaynakları ile güçlü olan bir holdinge ait şirket.
7. Temel Faaliyetler Yapı Bloğu:	Şirket, platform/network kategorisinde bulunmaktadır. Bu kategorideki Temel Faaliyetler platform yönetimi, servis sağlama ve platform tanıtımıyla ilgilidir.
8. Ana Ortaklıklar Yapı Bloğu:	Optimizasyon ve ölçek ekonomisi motivasyonu ile kaynakların ve faaliyetlerin paylaştırılmasını optimize etmek için ve dış kaynaktan yararlanmayı ve altyapıyı paylaşmayı içeren Google Metasearchlerden Trivago Sosyal ağlardan Facebook – Instagram – Twitter ve Komisyon modelindeki ortaklar bu bloğu oluşturmaktadır.
9. Maliyet Yapısı Bloğu:	İlk sırada reklam maliyetleri sonrasında sırasıyla teknoloji ve insan kaynakları maliyetleri bulunmaktadır. Değer odaklı bir maliyet yapısı benimsenmektedir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışma için seçilen şirket, kasıtlı ve rastlantısal olarak değil; inovatif bir şirket olmasının yanısıra teori ve uygulamanın bağlamsallaştırılması için bilgi kaynağı olan bir şirket olduğu için seçilmiştir. Bu nedenle, bu araştırmada modelin tanımlanmasını, yorumlanmasını ve anlaşılmasını ve pratik olarak genişletilmesini sağlamak için tek bir vaka çalışması üzerinden yorumlayıcı niteliksel metodolojik temel üzerinde yapılandırılmıştır.

Kanvas iş modelindeki her bir bloğun nasıl değer yarattığı ile ilgili önemli sonuçlar şu şekilde yorumlanabilir:

Şirketin müşteri segmenti konaklama ihtiyacı her ne olursa olsun otel arayanlar ve öncelikle kredi kartsız rezervasyon ve otelde ödeme seçeneğini tercih eden müşterilerdir. Müşterilerin

aracı ücreti ödemeden böyle bir hizmette faydalanması yaratılmış bir değer olarak karşımıza çıkmaktadır. Şirket ise bunu "Her şirket gibi bizde para kazanıyoruz fakat bu kazancımız sizin ödeyeceğiniz tutara ilave edilmiyor. Oteller gönderdiğimiz rezervasyon başına bize para ödüyor." şeklinde ifade etmektedir.

Kredi kartı bilgisi talep etmeden müşterilerin kendilerini güvende hissetmelerinin sağlanması, teknolojik iletişim kanallarının kesintisiz kullanımı ile müşterilerin seyahat boyunca yaşadıkları olası ve olumsuz durumları hızlı bir şekilde çözüme kavuşturulması ve sıfır risk ile tatil planlanabilmesi işletmenin yenilikçi değer önerileri olarak dikkat çekmektedir. Gelir akışı ve ana ortaklıklar bloklarında görülen komisyon modeli ile platformun satış ortakları ile çalışması ve iadesiz satışlar yaratılmış bir değer olarak değerlendirilebilmektedir.

Bu çalışmanın sınırlamaları, aslında çalışmanın doğası gereği tel bir örnek olay olmasıdır. Bu nedenle burada elde edilen sonuçlar, bir durumun derinlemesine incelenmesine izin verir ve özünde inovasyonu olan diğer kuruluşlara genişletilemez veya genellenemez. Bu nedenle stratejik olarak yapılandırılmış ve inovasyona dayanan diğer şirketlerdeki sürecin daha iyi anlaşılması için yeni araştırmaların yapılmasını tavsiye edilebilir.

KAYNAKÇA

Bonazzi, F. L.Z. ve M. A. Zilber. 2014. Innovation and Business Model: A Case Study about Integration of Innovation Funnel and Business Model Canvas, Review of Business Management, 16 (53): 616–637.

Coşkun, S., Mesci, M. ve Kılınç, İ. (2013). Stratejik Rekabet Üstünlüğü Sağlama Aracı Olarak İnovasyon Stratejileri: Kocaeli Otel İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma, AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Güz 2013, Cilt:13, Yıl:13, Sayı:2, 101-132.

Deveci, B. ve Deveci, B. (2018). "Örnek Olay" Çalışmasına İlişkin Teorik Bir Değerlendirme, Social Sciences Studies Journal, 4 (13), 126-135.

Joyce, A., Paquin, R.L. (2016). The triple layered business model canvas: A tool to design more sustainable business models, Journal of Cleaner Production, 135 (1), 1474-1486.

Keane, S.F., Cormican, K.T. ve Sheahan, J.N. (2018). Comparing how entrepreneurs and managers represent theelements of the business model canvas, Journal of Business Venturing Insights, 9, 65-74.

Klimas, P. (2018). Key Resources in Game Developers' Business Models, Journal of Management and Financial Sciences, 11(31), 135–149.

Marcia Urban, M. Klemm, M., Ploetner,K.O. ve Hornung, M. (2018). Airline categorisation by applying the business model canvas and clustering algorithms, Journal of Air Transport Management, 71, 175-192.

Magretta, J. (2010). İşletme Modeli İnovasyonu, Çev.:İlker Gülfidan, Harvard Business Review, MESS Yayın No:611, İstanbul.

Marko Perić, M., Vitezić, V. ve Durkin, J. (2017). Business Model Concept: An Integrative Framework Proposal, Managing Global Transitions International Research Journal, 15 (3): 255-274.

Mete, E.S. (2018). İş Modeli, İş Modeli İnovasyonu ve Strateji, İşletme Araştırmaları Dergisi Journal of Business Research-Turk 10/4, 1066-1099.

Morris,M.,M. Schindehutte, ve J. Allen. (2005). The Entrepreneur's BusinessModel: Toward a Unified Perspective, Journal of Business Research, 58 (6): 726–735.

Osterwalder, A. ve Pigneur, Y. (2009). Business Model Generation, Self Published ISBN: 978-2-8399-0580-0.

Tokarski, A., Tokarski, M., ve Wójcik, J. (2017). The Possibility of Using the Business Model Canvas in the Establishment of an Operator's Business Plan. Torun Business Review, 16(4), 17-31.

Topoyan, M. (2013). İşlemler Yönetimi, (Çev. Edt. Adem Öğüt), Yönetimin Esasları, Nobel Yayıncılık, Ankara.

Ülgen, H. ve Mirze, S.K. (2014). İşletmelerde Stratejik Yönetim, 6. Baskı, Beta, İstanbul.

Venkatesh, R., Singhal, T.K. and Mathew, L. (2018). Emergence Of Digital Services Innovation As A Path To Business Transformation: Case Of Communication Services Providers in GCC region, International Journal of Engineering & Technology,EasyChair Preprint no. 585.

https://medium.com/innocentrumblog/neden-a%C3%A7%C4%B1k-i%CC%87novasyon-89005d41edb5

Türk Mutfağının Uluslararasılaştırma Sorunlarına İlişkin Nitel Bir Araştırma

Prof. Dr. Muharrem TUNA
Hacı Bayram Veli University, Turizm Faculty
muharrem.tuna@hbv.edu.tr

Res. Asst. Başak ÖZYURT
Trakya University, School of Applied Sciences
basakozyurt1@trakya.edu.tr

Havva ÇIVGIN
Graduate Student., Hacı Bayram Veli University, Turizm Faculty
civginhavva@outlook.com

ÖZET

Türkiye dahil birçok ülkede yöresel yiyecek-içeceklerin ö plana çıkması ve tanıtılması için gösterilen çaba artmaktadır. Yiyecek ve yemek pişirme stilleri farklı bölgelerde önemli rol oynamakta, farklı ülkelerin özelliklerini de temsil etmekte ve uluslararası markalar olarak gösterilebilmektedir. Bu nedenle gıda, bir ülkenin özelliklerini gösteren ve pazarlama fırsatı sunan en önemli unsurlardan biridir. Fransız mutfağı ve Çin mutfağı ile beraber dünyanın en büyük üç mutfağından biri olarak kabul edilen zengin Türk mutfağı, Orta Asya mutfak kültürü, Selçuklu ve Beylikler mutfak kültürü, Osmanlı saray mutfak kültürü ve Cumhuriyet dönemi mutfak kültürü gibi çeşitli evrelere tanıklık etmiştir. Bu çalışmanın amacı, uluslararası platformda Türk mutfağının konumunu belirleyip bu konuda ilerleme sağlamak adına atılacak adımları ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda toplam 11 kişiye araştırma problemine yanıt aranacak biçimde hazırlanan sorular yöneltilmiştir. Çalışmanın yürütülmesinde veri toplama aracı olarak nitel araştırma yöntemleri arasında yer alan telefon aracılığı ile görüşme tekniği kullanılmıştır. Öncelikle araştırmada Türk mutfağının zengin bir kültüre sahip olduğu ancak yeterince tanınmamasının önünde bazı engellerin bulunduğu ortaya çıkmıştır. Bu engeller arasında; tanıtım eksikliği, tanıtımlarda nitelikli kimselere görev verilmemesi, yemek kültürümüzün kayıt altına alınmamış olması ve gereken önemin verilmemesi gibi gerekçelerin bulunduğu ortaya çıkmıştır. Araştırmada, mutfağın destinasyon algısında önemli bir yere sahip olduğu ve turist memnuniyetinde rol oynadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu bağlamda, ülkemize gelen turistlere enternasyonel mutfak yerine yöresel mutfak ürünlerinin sunulması önemlidir.

Anahtar Kelimeler: Türk Mutfağının Uluslararasılaştırılması, Gastronomi Turizmi, Türk Restoranları

A Qualitative Research on Internatıonalization Problems of Turkish Cuisine

ABSTRACT

The prominence of local food and drink in many countries, including Turkey and has been increasing efforts to introduce. Food and cooking patterns play an important role in different regions, they also represent the characteristics of different countries and can be shown as international brands. For this reason, food is one of the most important elements that show the characteristics of a country and offer marketing opportunities. The rich Turkish cuisine, which is considered as one of the three biggest cuisines of the world along with French and Chinese cuisine, has witnessed various stages such as Central Asian culinary culture, Seljuk and Beyliks culinary culture, Ottoman palace culinary culture and Republican culinary culture. The aim of this study is to determine the position of Turkish cuisine in the international platform and to put forward the steps to be taken in order to make progress in this field. For this purpose, a total of 11 people were asked questions prepared to answer the research problem. In the conduct of the study, as a data collection tool, interview technique was used as a qualitative research method. First of all, it has been revealed that Turkish cuisine has a rich culture but there are some obstacles to not being recognized enough. Among these obstacles; lack of publicity, lack of qualifications in promotions, lack of registration of our food culture and lack of importance. In the research, it is concluded that the kitchen has an important place in the perception of destination and plays a role in the satisfaction of tourists. In this context, it is important to offer local cuisine products to tourists coming to our country instead of international cuisine.

Keywords: Internationalization of Turkish Cuisine, Gastronomy Tourism, Turkish Restaurants

1. GİRİŞ

Ülkeler ve destinasyonlar ekonomilerini ve imajlarını geliştiren turizm sektörü için doğal ve kültürel kaynakları turizm planlamasında temel olarak kullanmaktadır (Horng ve Tsai, 2011:277). Turizm sektörünün yarattığı ekonomik canlanmayı arttırmak isteyen ülkeler, turizmde çeşitlilik ve sürdürülebilirlik üzerinde dururken gastronomi kültürüne de büyük ölçüde önem vermektedir (Kan ve diğerleri, 2012:98). Bu bağlamda, Türkiye dahil birçok ülkede yöresel yiyecek-içeceklerin ön plana çıkması ve tanıtılması için gösterilen çaba artmaktadır (Akman, 1998:15). Yerel yiyecekler, bölgesel kültürün sembolik özelliğini yansıtan, destinasyonun çekiciliğini arttıran ve turistleri yerel kültüre yakınlaştıran ürünler olarak kabul edilmektedir (Au ve Law, 2002, s.828). Yerel yiyecekler, otantik ürünler olarak algılanmakta ve turizm destinasyonları için turistik bir cazibe unsuru olarak da dikkat çekmektedir (Kim ve Eves, 2012). İnsanların çeşitli beslenme sistemlerinin yarattığı birbirinden farklı mutfak kültürü, toplumların kabul ettiği gelenek ve görenekler; sosyal ve kültürel değerler ve ülkenin refah seviyesi vb. gibi unsurların bir araya gelmesinden oluşan bir kavramdır (Düzgün ve Durlu Özkaya, 2015:42). Mutfaklar, geçmişten bu yana gelebilen, kolay değişime uğramayan, kültürel ve sosyal değerleri sürekli koruyan kültür halkaları olarak ifade edilmektedir. Toplulukların yaşadığı yerlerin coğrafi özellikleri, sosyo-ekonomik şartları, inandıkları din ve farklı toplumlarla olan etkileşimlerine göre mutfak kültürleri şekillenmektedir (Düzgün ve Durlu Özkaya, 2015:44). Bunlara ek olarak, yiyecek ve yemek pişirme stilleri farklı bölgelerde önemli rol oynamakta, farklı ülkelerin özelliklerini de temsil etmekte ve uluslararası markalar olarak gösterilebilmektedir. Bu nedenle gıda, bir ülkenin özelliklerini gösteren ve pazarlama fırsatı sunan en önemli unsurlardan biridir (Horng ve Tsai, 2011:277). İlgili literatür tarandığında gıda temelli turizm için "culinary tourism, tasting tourism, gastronomy tourism, and food tourism" terimlerinin kullanıldığı görülmektedir (Güzel ve Apaydın, 2016:395). Her geçen yıl talebin arttığı gastronomi turizmi, Gastronomi Turizmi Derneği' ne göre, "*yerli ve yabancı turistlerin gastronomik ürünleri tatması, yeni deneyimler elde etmesi ve bu deneyimi yaşarken konaklama, transfer gibi turizm faaliyetlerini kullanıyor olması sonucu yapılan turizm çeşidi*" olarak tanımlanmaktadır (Gastronomi Turizmi Derneği, 2019). Birçok disiplini içine alan ve ilk kez 1800 tarihinde Joseph de Berchoux'un 'Gastronomide ou l'homme des champs a table' (Tarladan Sofraya İnsan) adlı çalışmasında yer alan gastronomi terimi, yemek pişirme, yemeği servis etme ve tüketme gibi aşamalarda gıda ile ilgili bütün kavram ve uygulamaları biraraya getiren evrensel bir faaliyet olarak tanımlanmaktadır (Şahin, 2017:8). *Gastro* kelimesi, Yunanca'da mide anlamına gelen "gastros"

ve bilgi veya hukuk anlamına gelen "gnomos" kelimesinden türemiştir. Çoğunlukla gastronomi literatüründe kullanılan *culinary* kelimesi, Latince bir kelime olan "culina" kelimesinden türemiştir. Culinary kelimesi yemek, yemek içeriği, yemek hazırlama süreci için kullanılan mutfak anlamına gelmektedir (Güzel ve Apaydın, 2016: 395). Ottenbacher ve Harrington (2011:3) yaptığı çalışmada gastronomi turizmini, seyahat motivasyonuna ve davranışına önemli ölçüde katkıda bulunan ve akılda kalıcı yiyecek ve içecek deneyim fırsatını sunan turizm çeşidi olarak tanımlamaktadır. Yiyecekleri bir cazibe merkezi, ürün, deneyim ve kültürel bir fenomen olarak gösteren gastronomi turizmi (Tikkanen, 2007:726), yiyecek ve içecek çeşitliliği, üretimi, yiyecek ve içeceklerin mikrobiyolojisi, diyet, yeme alışkanlıkları ve restoran ile ilgilİ olmaktadır (Güzel ve Apaydın, 2016: 395).

2.KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1.Türk Mutfağının Uluslararasılaştırılması

Anadolu'da yaşayan toplulukların yemek kültürü Avrupa, Asya ve Afrika kıtalarından etkilenmiştir (Düzgün ve Durlu Özkaya, 2015:42). Bölgenin, sözü edilen üç kıtanın kesişme noktasında bulunması ve köprü görevi üstlenmiş olması bu etkileşimin yüksek düzeyde gerçekleşmesine neden olmuştur. Bununla birlikte insanlık tarihinin en eski yerleşim yerlerinin başında gelen bu bölge kendine has bir mutfak kültürüne sahiptir. İnsanların yerleşik hayatı benimsediği ve tarım faaliyetini ilk defa yaptığı Mezopotamya'da oluşan bu kültür, Türk mutfağı da dahil dünyadaki tüm mutfakları etkilemiştir (Düzgün ve Durlu Özkaya, 2015:44). Geçmişten günümüze kadar olan zamanda Türk mutfağı; Orta Asya mutfak kültürü, Selçuklu ve Beylikler mutfak kültürü, Osmanlı saray mutfak kültürü ve Cumhuriyet dönemi mutfak kültürü gibi çeşitli evrelere tanıklık etmiştir (Toygar, 2001: 54). Zengin Türk mutfağı, Fransız mutfağı ve Çin mutfağı ile beraber dünyanın en büyük üç mutfağından biri olarak kabul edilmektedir (Düzgün ve Durlu Özkaya, 2015:44). Türkler, Müslüman olduktan sonra mutfaklarından domuz etinin, tek tırnaklı hayvanların (eşek, at, katır) etinin ve sütünün çıkarılması; yemek öncesi besmele çekilmesi ve sonrasında dualar okunması dinin Türk mutfağına etkilerini göstermektedir (Güler, 2007:20).

Maviş (2003) Türk mutfağını, "*Türkiye'de yaşayan insanların beslenmesini sağlayan yiyecek-içecekler, bu yiyecek ve içeceklerin hazırlanış biçimleri, pişirilmesi, korunması; bu işlemler için gerekli araç-gereç ve teknikler ile yemek yeme adabı ve mutfak çerçevesinde gelişen tüm uygulamalar ve inanışlar*" olarak tanımlamaktadır (aktaran Seyitoğlu ve Çalışkan, 2014:25). Bu tanımlama çerçevesinde Türkiye'nin her bölge ve ilinin özgün mutfak kültürüne sahip olduğunu ifade etmek mümkündür. Bu zenginlikte, ülkenin farklı iklimleri barındırması ve geniş bir bitki örtüsü çeşitliliğine sahip olması önemli rol oynamaktadır.

Türkiye, söz konusu mutfak zenginliğine rağmen uluslararası ölçekte bu alanda yeterince tanınmamakta ve faaliyet sahasını dünya genelinde yaygınlaştıramamaktadır. Bu araştırmanın problemi de sözü edilen soruna odaklanmaktadır. Bazı kaynaklarda, Türk Mutfağının uluslararasılaşma sürecine katkı sağlayabilecek birtakım önerilere yer verilmiştir. Bunlardan bazıları; Türk mutfağının uluslararası tanıtımı ve pazarlamasında yabancı turistler için farklı dillerde Türk mutfağının kültürünü anlatan kitaplar hazırlanması; uluslararası gastronomi fuarlarında Türk mutfağının tanıtımı için uzman ve dil bilgisi olan kimselere görev verilmesi, yabancı ülkelerdeki büyükelçiliklerin öncülüğünde Türk mutfağınının özelliklerini halka göstermek için etkinlikler/festivaller yapılması şeklinde sıralanabilir (Girgin, Demir ve Çetinkaya, 2017: 227). Bununla birlikte doğrudan bu soruna odaklanmış akademik bir çalışmaya rastlanmamıştır. 1980' li yıllarda gerçekleşen Milletlerarası Yemek Kongresi'nde Türk mutfağı hakkında farkındalığın artması için birçok araştırma, değerlendirme, ulusal ve uluslararası boyutta girişimler yapılmıştır (Türkoğlu ve Akoğlan Kozak, 2015: 208). Bizans, Avrupa, Çin, İran, Arap ve Akdeniz mutfakları ile etkileşime geçmiş ve özellikle altı asırdan fazla hüküm süren Osmanlı İmparatorluğ döneminde çok zenginleşen Türk mutfağının (Düzgün ve Durlu Özkaya, 2015:42) unutulmaya yüz tutmuş yemeklerini bilen kişi sayısının azalması eski Anadolu yemeklerinin yok olmasına sebep olmaktadır. Bu yüzden, Türk toplumunun zamanla kullanmadığı yiyecek ve içeceklerle ilgili bilgilerin toplanıp ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtılması ve, farklı ülkelerde bu ürünleri sunan işletmelerin yaygınlaşması büyük önem taşımaktadır (Erdek, 2011:70).

3. YÖNTEM

Bu çalışmanın amacı, uluslararası platformda Türk mutfağının konumunu belirleyip bu konuda ilerleme sağlamak adına atılacak adımları ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda toplam 11 kişiye araştırma problemine yanıt aranacak biçimde hazırlanan sorular yöneltilmiştir. Çalışmanın yürütülmesinde veri toplama aracı olarak nitel araştırma yöntemleri arasında yer alan telefon aracılığı ile görüşme tekniği kullanılmıştır. Araştırmanın amacına uygun olarak gerekli alan yazın taramasının ardından hazırlanan sorular, katılımcılara müsait oldukları tarih ve saatte yöneltilmiştir. Katılımcıların sorulara verdikleri yanıtlar bir ses kaydedicisi tarafından kaydedilmiş ve ardından dijital ortama yazı aracılığıyla geçilmiştir. Çalışmada 9 adet açık uçlu görüşme sorusu hazırlanmıştır. Görüşme soruları aşağıda verilmiştir:

1. Türk mutfağı zengin bir kültüre sahip mi ? Sahip ise niçin kendini ön plana çıkarmakta yetersiz kalıyor? Türk mutfağının yaygınlaşamamasının gerekçeleri neler olabilir ?

2. Yiyecek içecek sektörünün turizm sektöründe önemli bir yere sahip olduğunu düşünüyor musunuz? Bunun yanında sektörde turistlerin tatmin düzeyi destinasyon algısını etkiler mi ?
3. Konaklama işletmelerinde ağırlıklı olarak Türk yemekleri mi yoksa enternasyonel yemekler mi sunulmaktadır? Bu yemeklerin Türk yemeği algısına etkisi hakkında neler düşünüyorsunuz?
4. Yurt dışındaki Türk restoranlarını ziyaret ettiniz mi? Restoranlardaki hijyen, ambiyans ve yemek lezzetini nasıl buldunuz?
5. Dünya genelinde Türk mutfağını yansıtan ve ön plana çıkarılması gereken yiyecek içecekler neler olmalıdır ?
6. Türk mutfağı geçmişten gelen lezzet yapısını koruyabilmiş midir? Uluslararası alanda bilinen sınırlı yemeklerimiz kültürümüzü yansıtarak mı sunuluyor?
7. Kültürümüzü yansıtan standart Türk mutfağını nasıl oluşturulabiliriz?
8. Yurt dışında faaliyet gösteren Türk restoranlarının tercih edilmemesinin nedenleri nelerdir?
9. Türk mutfağı sahip olduğu değerleri yansıtma konusunda uzun vadeli tanıtım faaliyetinde bulunması için hangi birimlerin faaliyete geçmesi gerekir?

4. ARAŞTIRMA BULGULARI

Görüşmeler 19 Haziran 2019 ve 27 Haziran 2019 tarihleri arasında katılımcıların görüşmeye uygun oldukları zamanlarda telefon yoluyla yapılmıştır. Görüşmelerde katılımcıların soruları objektif ve rahat şekilde cevaplayabilmeleri için anlaşılmayan soruların tekrardan belirtilerek derinlemesine bilgi toplanmaya çalışılmıştır. Katılımcılar, soruları cevaplamadan önce çalışmanın amacı ve kapsamıyla ilgili kısaca bilgilendirilmiştir. Görüşmeler telefonda kullanlan ses kayıt uygulamasına kaydedilerek veri kaybı engellenmeye çalışılmıştır. Araştırmaya katılan 11 katılımcının demografik bilgileri Tablo 1'de görülmektedir. Katılımcıların kimliklerinin korunması amacıyla veriler analiz edilirken katılımcılar K1, K2, K3... şeklinde kodlanmıştır.

Tablo 1: Araştırmaya Katılan Katılımcılar ile İlgili Bilgiler

	Cinsiyet	**Yaş**	**Çalışma Yeri**	**Çalışma Süresi (Yıl)**	**Medeni Durum**	**Eğitim Durumu**
K1	Erkek	62	Özel	35	Evli	Lisans
K2	Kadın	38	Kamu	14	Evli	Lisans
K3	Kadın	46	Özel	20	Evli	Doktora
K4	Erkek	42	Özel	40	Evli	Lise

K5	Erkek	48	Özel	25	Evli	Yüksek Lisans
K6	Erkek	69	Özel	59	Evli	Lise
K7	Kadın	40	Kamu	14	Evli	Doktora
K8	Erkek	48	Özel	29	Evli	Lisans
K9	Erkek	60	Kamu	40	Evli	Doktora
K10	Erkek	44	Özel	20	Evli	Yüksek Lisans
K11	Erkek	53	Kamu	46	Evli	Lisans

Katılımcıların hepsi Türk mutfağının zengin bir kültüre sahip olduğu konusunda hem fikir olmuştur. Türk mutfağının ön plana çıkmakta yetersiz kalmasının sebepleri sorulduğunda 4 katılımcı (K3, K4, K5, K11 ve K7) tanıtım eksikliğini öne sürerek nitelikli şeflerin ve alanında uzman kişilerin yurt dışında açılacak standlarda ve etkinliklerde tanıtım için rol alması gerektiğini vurgulamıştır. Bir katılımcı (K6), "*mutfağımız konusunda liseden itibaren bu alana yönelik eğitim verilmelidir.Yaygınlaşamamasının nedenleri; ülkemiz sınırları içerisinde yabancı mutfak kültürü yaygın ve ülkemizde yabancı hayranlığı mevcut, buna çözüm olarak kendi kültürümüze sahip çıkmalıyız*" açıklamasıyla Türk mutfağı hakkında verilen eğitimin eksikliği üzerinde durmuştur. Diğer bir katılımcı (K10), yöresel Türk yemeklerinin kayıt altına alınarak arşivlenme yetersizliğini belirtmiştir. Bir katılımcı (K8), Türk yemekleri gerektiği gibi tanıtılamadığı için yurtdışında Türk mutfağının sadece kebaptan ibaret olduğu algısını belirtmiştir. Diğer bir katılımcı (K9), Türk mutfağının İtalyan ve Fransız mutfakları kadar yaygın olduğunu belirtip Türk mutfağına gereken önemin verilmediğini belirtmiştir.

Katılımcıların hepsi yiyecek ve içecek sektörünün turizm sektöründe önemli bir yere sahip olduğu hakkında hem fikir olmuştur. Ayrıca, yiyecek ve içecek sektörünün turistlerin tatmin düzeyini ve destinasyon algısını etkilediğini katılmıştır. Bunun sebebi olarak, bir katılımcı (K6), "*mutluluğun temeli mutfaktır.Kendi kültürümüze uygun lezzetli yemekler sunduğumuzda turist tekrar gelmek isteyecektir*" sözüyle yiyeceklerin turistler üzerindeki etkisini açıklamıştır. Diğer bir katılımcı (K8) bu konudaki görüşünü "*yiyecek içecek sektörü turizmde temel noktalardan biridir. Bir insanı doyuramazsanız, gezdiremezsiniz*" sözüyle açıklamıştır. Ek olarak, iki katılımcı (K2 ve K3), tat duyusunun, yiyecek ve içeceklerle ilgili izlenimlerin, duyguların ve düşüncelerin turistler için çok önemli olduğunu belirtmiştir.

Katılımcılara konaklama işletmelerinde ağırlıklı olarak Türk yemekleri mi yoksa enternasyonel yemeklerin mi sunulduğu sorulduğunda 9 katılımcı (K2, K3, K4, K5, K7, K8, K9, K10, K11) genellikle enternasyonel yemeklerin sunulduğu konusunda görüş birliğine varmıştır. Bir

katılımcı (K1) "*Çinlileri Türk yemeği yemeğe zorlayamazsınız.Hizmet ettiğimiz kültür göz önüne alınmalıdır.Bu şekilde memnuniyet sağlanabilir*" sözüyle konaklama işletmelerinde enternasyonel yemeklerin sunulmasının misafir memnuniyetini pozitif bir şekilde etkileyeceğini vurgulamıştır. Diğer bir katılımcı ise (K6), otellerde ağırlıklı olarak Türk mutfağını yansıtan yiyecek ve içeceklerin olması gerektiğini belirtmiştir.

Katılımcıların hepsi yurt dışındaki Türk restoranlarına gittiklerini belirtmiştir. Gittikleri restoranlarda hijyen, ambiyans ve yemeklerin lezzetini nasıl buldukları sorulduğunda 10 katılımcı (K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9 ve K10) yurt dışında bulunan Türk restoranlarının Türk kültürünü, yemeklerini ve lezzetlerini yansıtmadığı yönünde hem fikir olmuştur. Restoran işletmecilerin ve çalışanların yabancı olması, kullanılan sosların ve pişirme yöntemlerinin farklı olması Türk mutfağını yansıtmakta engel teşkil ettiğini belirtmiştir. Bu 10 katılımcı yurt dışındaki Türk mutfaklarının hijyen, ambiyansının Türkiye' de bulunan Türk mutfaklarından farklı olduğunu belirtmiştir. 4 katılımcı (K4, K6, K10 ve K11) yurt dışındaki Türk restoranlarının hijyeni ve ambiyansının gayet iyi olduğu yönünde düşüncelerini belirtmiştir.

Katılımcılara dünya genelinde Türk mutfağını yansıtan ve ön plana çıkarılması gereken yiyecek içeceklerin neler olması gerektiği sorulunca üç katılımcı (K1, K5 ve K7) yöresel ve geleneksel Anadolu mutfaklarının ön plana çıkarılması gerektiğini belirtmiştir. 8 katılımcı ise (K2, K3, K4, K6, K8, K9, K10 ve K11) simit, poğaça, ayran, zeytinyağlı yemekler, et yemekleri, hamur işleri, tencere yemekleri, Türk kahvesi ve özellikle Osmanlı mutfağının ön plana çıkarılması gerektiğini savunmuştur.

Katılımcıların Türk mutfağının geçmişten gelen lezzet yapısının korunması ve uluslararası alanda bilinen sınırlı Türk yemeklerinin Türk kültürünü yansıtıp yansıtmadığı konusunda fikirleri sorulduğunda 4 katılımcı (K2, K5, K9 ve K11) Türk kültürünü yansıtan yemeklerin geçmişten gelen lezzet yapısının günümüzde de korunduğunu belirtmiştir. Katılımcılardan bir tanesi (K4), "*sınırlı yemeklerimizin %20-%49'unun kültürümüzü yansıttığını düşünüyorum*" diyerek Türk mutfağına ait birçok yemeğin günümüzde Türk kültürünü yansıtmadığını vurgulamıştır. Diğer bir katılımcı (K3), yöresel yemeklerin uluslararası platformda, yabancı turistlerin konakladığı otellerde, sunulmadığını ve Türk kültürünü yansıtan mutfağın tercih edilmediğini dile getirmiştir. 3 katılımcı (K6, K7 ve K8), Türk mutfak yemeklerinin orjinal lezzetlerinin günümüzde korunamadığını ve Türk kültürünü yansıtmadığını ifade etmiştir. Bir katılımcı (K10), "*lezzet reçetemiz yok bu sebeple uluslar arası alandaki yemeklerimiz yorumlanıyor*" cümlesini kurarak Türk yemeklerinin tarif ve lezzetlerinin yurt dışında değişikliğe uğradığını ve bu konuda daha dikkatli olunması gerektiğini belirtmiştir.

Katılımcılardan bir tanesi (K1), günümüzde yemeklerin fabrikasyonlaştığını ve bu yüzden özelliklerini yitirdiğini açıklayarak en kolay ulaşılabilir ve ucuz yiyeceklerin tercih edildiğini ifade etmiştir.

Katılımcılara kültürümüzü yansıtan standart Türk mutfağının nasıl oluşturulması gerektiği sorulduğunda bir katılımcı (K1) uygulamalı gastronomi eğitiminin bu konuda önemli rol oynadığını savunmuştur. 5 katılımcı (K4, K5, K7, K8 ve K10), Türk kültürünü yansıtan yöresel yemeklere ait standart reçeteler oluşturulması gerektiğini, lezzet haritası çıkarılması gerektiğini ve düzenli denetimlerin yapılmasının önemli olduğunu vurgulamıştır. Katılımcılardan iki tanesi (K2 ve K3), Türk mutfağının daha çok tanıtımının yapılmasına ihtiyaç duyulduğunu ve bu konuda çalışmaların arttırılması gerektiğni ifade etmiştir. Diğer bir katılımcı (K6), ulusal ve uluslararası alanda yemek yarışmaları yapmak yerine Türk mutfağı yemekleri yarışmaları düzenlenerek bu alandaki farkındalığı arttırılması gerektiğini belirtmiştir.

Katılımcılara yurt dışında faaliyet gösteren Türk restoranlarının tercih edilmemesinin nedenlerinin neler olduğu sorulduğunda iki katılımcı (K5 ve K9) yurt dışında Türk restoranlarının tercih edildiğini belirterek soruya katılmadığını ifade etmiştir. Katılımcılardan üç tanesi (K1, K7 ve K11), yabancıların damak tadının ve lezzet tercihlerinin farklı olmasından dolayı Türk restoranlarının tercih edilmediğini söylemiştir. İki katılımcı (K3, K4 ve K8) yabancıların Türk mutfağı hakkında farkındalığının az olmasını ve tanıtım-pazarlama eksikliğini neden olarak göstermiştir. Bir katılımcı, Türk restoranların Türkler tarafından işletilmemesini, diğer bir katılımcı (K6) ise Türk yemekleri içeren menünün uygun yapılandırılamadığını öne sürmüştür. Geleneksel Türk yemeklerinin hazırlanma ve pişirme sürelerinin uzun olmasından dolayı yabancıların tercih etmemelerini bir diğer katılımcı (K10) ifade etmiştir.

Katılımcılara Türk mutfağının sahip olduğu değerleri yansıtma konusunda uzun vadeli tanıtım faaliyetinde bulunması için hangi birimlerin faaliyete geçmesi gerektiği sorulduğunda 10 katılımcı (K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K9, K10, K11) Kültür ve Turizm Bakanlığı Tanıtma Müdürlüğü, Tarım ve Orman Bakanlığı, Ticaret Bakanlığı, Kültür ve Turizm İl Müdürlükleri gibi devlet kurumları, üniversiteler ve büyükelçiliklerin yanı sıra Sivil Toplum Örgütleri, Aşçı Federasyon ve Dernekleri gibi birçok dernek ve kuruluşların büyük bir takım halinde devlet teşviği ile faaliyete geçmelerini ifade etmiştir. Bir katılımcı (K8) öncelikle Araştırma ve Yönetim Müdürlüğünün ve Yükseköğretim Kurumlarının faaliyete geçmesi gerektiğini belirtmiştir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Türk mutfağı, kökleri tarihin çok eski dönemlerine kadar uzanan bir kültürel birikime dayanmaktadır. Bu birikimin günümüzde turistik bir araç olarak kullanılması ülke ekonomisi açısından önem taşımaktadır. Ancak mevcut durum, Türk mutfağının olması gereken yerde bulunmadığına işaret etmektedir. Bu durumun arkasında yatan nedenlerin ve mutfağın uluslararasılaşabilmesinin önündeki engellerin belirlenmesine ilişkin yapılan araştırmada elde edilen sonuçlar aşağıda verilmektedir.

Öncelikle araştırmada Türk mutfağının zengin bir kültüre sahip olduğu ancak yeterince tanınmamasının önünde bazı engellerin bulunduğu ortaya çıkmıştır. Bu engeller arasında; tanıtım eksikliği, tanıtımlarda nitelikli kimselere görev verilmemesi, yemek kültürümüzün kayıt altına alınmamış olması ve gereken önemin verilmemesi gibi gerekçelerin bulunduğu ortaya çıkmıştır. Araştırmada, mutfağın destinasyon algısında önemli bir yere sahip olduğu ve turist memnuniyetinde rol oynadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu bağlamda ülkemize gelen turistlere enternasyonel mutfak yerine yöresel mutfak ürünlerinin sunulması önemlidir.

Araştırmada, yurtdışında bulunan Türk Mutfağı restoranlarının hijyen, ambiyans ve lezzet açısından yeterli olmadığı ve kültürümüzü yansıtmadığı ortaya çıkmıştır. Bunun da en önemli nedeni, söz konusu restoranların sahiplerinin çoğunlukla yabancılardan oluşmasıdır. Araştırmada ortaya çıkan bir başka sonuç ise uluslararası ölçekte hangi mutfak ürünlerinin ön plana çıkması ile ilgilidir. Buna göre; unlu mamuller, hamur işi yemekler, zeytinyağlılar, et yemekleri, tencere yemekleri, ayran ve Türk Kahvesinin öncelikle bu çerçevede kullanılması gerektiği belirlenmiştir. Bunlara ek olarak Türk yemeklerinin standartlaştırılmasının gerekliliği de elde edilen önemli sonuçlar arasındadır. Bu sayede özgünlüğün korunması mümkün olabilir ve lezzetler gelecek nesillere korunarak aktarılabilir. Gastronomi eğitimine önem verilmesi de standartların belirlenmesi, korunması ve Türk Mutfağının uluslararasılaştırılmasında bir zorunluluk olarak görülmektedir. Bahse konu olan faaliyetlerin gerçekleştirilmesi ve Türk mutfağının dünya ölçeğinde bilinirliğe sahip olmasında Kültür ve Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdürlüğü, Tarım ve Orman Bakanlığı, Ticaret Bakanlığı, Kültür ve Turizm İl Müdürlükleri gibi devlet kurumları, üniversiteler ve büyükelçilikler, başta Aşçı Federasyon ve Dernekleri olmak üzere Sivil Toplum Örgütleri ile Yükseköğretim Kurumlarına önemli roller düşmektedir. Bu kuruluşların, üzerlerine düşen rolleri yerine getirmesi durumunda Türk Mutfağının bilinirliği olması gereken düzeylere çıkabilecek ve dünyanın en önemli birkaç mutfağı arasında yerini alması söz konusu olabilecektir.

Türk mutfağının sahip olduğu zenginliklere rağmen dünyada yeterince tanınmama ve söz sahibi mutfaklar arasında yer alamama nedenlerine odaklanan bu araştırmada elde edilen sonuçlarla

teoriye ve uygulamaya bazı katkılar sağlanmıştır. Öncelikle araştırma problemine yönelik akademik bir çalışma bulunmaması ve nitel araştırma ile sorunun çerçevesinin çizilmesi sayesinde teoriye katkıda bulunulmuştur. Ayrıca elde edilen sonuçlardan hareketle geliştirilen öneriler sayesinde politika düzeyinde katkıların verilmesi söz konusudur.

Bu çalışma, sınırlı bir örneklemle ve nitel araştırma yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Gelecekte daha büyük örneklemler üzerinde ve farklı araştırma yöntemleri kullanılarak tekrarlanması konunun derinlemesine incelenmesine imkan verebilir. Ayrıca, Türk Mutfağının uluslararasılaşması, uluslararasılaşma yöntemleri bağlamında ele alınabilir.

KAYNAKÇA

Akman, M. (1998). *Yabancı turistlerin türk mutfağından beklentileri, yararlanma durumları ve Türk mutfağının turizme katkısı üzerine bir araştırma*. (Yayınlanmamış doktora tezi), Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Düzgün, E., ve Durlu Özkaya, F. (2015). Mezopotamya'dan günümüze mutfak kültürü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(1), 41-47

Erdek, F. (2011). Yiyecek içecek işletmelerinin pazarlama faaliyetlerinde yöresel mutfağın kullanımı. (Yüksek lisans tezi). Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Edirne.

Gastronomi Turizmi Derneği. (2019). Ulaşım adresi: http://www.gastronomiturizmidernegi.com.tr/

Girgin, G. K., Demir, Ö., ve Çetinkaya, V. (2017). Dünyanın en iyi mutfakları ve Türk mutfağı. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5/Özel Sayı, 219-229.

Güler, S. (2007). Türk mutfağının değişim nedenleri üzerine genel bir değerlendirme. *I. Ulusal Gastronomi Sempozyumu ve Sanatsal Etkinlikler (4-5 Mayıs)*, Antalya.

Güzel, B. ve Apaydin, M. (2016). Gastronomy Tourism, Motivations and Destinations. *Global issues and trends in tourism* (sayfa 394-404). Sofia: St. Kliment Ohridski University Press.

Hall, C.M. ve Sharples, L. (2003). The consumption of experiences or the experiences of consumption? An introduction to the tourism of taste. C. Michael Hall, Liz Sharples, Richard Mitchell, Niki Macionis and Brock Cambourne (Ed.), *Food Tourism: Around the World: Development, Management and Markets* (sayfa 1-24). Oxford: Butterworth-Heinemann.

Horng, J. S., ve Tsai, C. T. (2011). Exploring marketing strategies for culinary tourism in Hong Kong and Singapore. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 17(3), 277-300.

Kan, M., Gülçubuk, B., ve Küçükçongar, M. (2012). Coğrafi işaretlerin kırsal turizmde kullanılma olanakları. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 22, 93-101.

Kapucuoğlu, M. İ ve Güçlü Nergiz, H. (2018). Türk mutfağının korunmasında yerel yiyecek kullanımının şeflerin algıları kapsamında incelenmesi . *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4), 812-832.

Maviş, F. (2003). *Endüstriyel yiyecek üretimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Ottenbacher, M. C., ve Harrington, R. J. (2011). A case study of a culinary tourism campaign in Germany: Implications for strategy making and successful implementation. *Journal of Hospitality & Tourism Research,* 37(1), 3-28.

Şahin, A. (2017). *Konaklama işletmelerinde çalışan şeflerin gastromilliyetçilik konusunda bilgi, tutum ve davranışları.* (Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Ankara.

Seyitoğlu, F. ve Çalışkan, O. (2014). Turizm literatüründe türk mutfağı üzerine yapılan araştırmaların değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(4), 23-35.

Tikkanen, I. (2007). Maslow's hierarchy and food tourism in Finland: Five cases. *British Food Journal*, 109(9), 721-734.

Toygar, K. (2001). *Türk mutfak kültürü üzerine araştırmalar: Türk mutfağı hakkında genel bilgiler*, Ankara, Yayın No: 29.

Türkoğlu, H. ve Akoğlan Kozak, M. (2015). Türk mutfağının gelişiminde gurmelerin rollerine yönelik algılamalar. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 26(2), 207 – 220.

Cultural Entrepreneurship in Creative Industries

Dr. Cigdem KAYA
Istanbul Arel University
cigdemkaya@arel.edu.tr

Prof. Dr. Nelson PHILLIPS
Imperial College London
n.phillips@imperial.ac.uk

ABSTRACT

Entrepreneurship in creative industries is important socially and economically. In this study, we address how, why, and when new kinds of performing art organizations emerge. More specifically, we study theatres in Turkey to explore the evolution of the theatre, why the number of theatres is increasing, and who is creating these theatres. Our main focus is on how cultural entrepreneurs create new cultural institutions (in this case, theatres), the forms of work they carry out in doing so, and what motivates them beyond the traditional profit motive. We conclude that much of the story of cultural entrepreneurship in Turkey is a translation story of moving plays and organizational forms from Europe and North America, but with important forms of local innovation also occurring.

Keywords*:* Creative industries, Cultural entrepreneurship, Performing arts

Introduction

Entrepreneurship in creative industries such as theatres, opera, and music has been recognized as a distinctive and increasingly important area of the economy (Brown 2004). Yet, although the creation of new businesses has received widespread attention, and although the uniqueness of entrepreneurship in creative industries has begun to be recognized, a systematic analysis of how, why, and when new performing art organizations emerge remains understudied. As Preece (2011, p. 103) has argued, "[g]iven the special challenges associated with artistic production, as well as the unique community role for the arts, the emergence of performing arts organizations deserves its own focus".

In this paper, we will begin to address this gap. More specifically, we will focus on the creation of new theatres in Turkey and the recent dramatic development of the theatre industry in that country. We focus on newly created theatres in Turkey due to their increasing numbers and the increasing cultural spending more generally in Turkey. Turkey therefore represents a "transparent example" of cultural entrepreneurship in action. We also chose theatres as they are particularly important to the societies where they operate. In addition to providing jobs and generating economic benefits, theatres "provide important benefits to the communities in which they operate by contributing to quality of life issues such as social cohesion, community attachment, and overall attractiveness of place" (Preece, 2011, p. 104). Theatres are therefore good representatives of the start-ups in the creative industries more generally as they play a

particularly important role in the evolving dynamics of a community's economic, social, and cultural life.

In this study, we focus on performing arts organizations, specifically on theatres, and seek to understand the increasing number of theatres, why the number is increasing, and who is creating these theatres. In short, our main focus is on how cultural entrepreneurs create new theatres and why. Our primary contribution is a model of how entrepreneurs innovative and translate organizational forms in this important sector.

Literature Review

Mainstream theories of entrepreneurship rely principally on ideas from economics. At the core of this work is the assumption that entrepreneurs discover opportunities by looking for markets where the demand for a particular product or service is greater than its supply. Entrepreneurs can exploit these opportunities by assembling a set of resources which allow them to create a venture that takes advantages of the asymmetry between demand and supply, thereby generating returns on their investment or "entrepreneurial rents" (Alvarez, 2007). From this perspective, successful entrepreneurs are quasi-rational economic actors who are skilled and meticulous in their forward planning and decision-making.

Organization theorists have begun to challenge these accounts of effective entrepreneurial behavior. This has led to an emerging literature which offers an alternative set of explanations for new venture creation, and which moves beyond economic approaches to the topic. Particularly interesting for our purposes here is a body of work that examines the role of culture in new venture creation. Specifically, there is now a growing literature that might be considered a part of a stream of "cultural entrepreneurship" (Lounsbury & Glynn, 2001; Spilling, 1991; Wry, Lounsbury & Glynn, 2011), and which explores the use by entrepreneurs of cultural material such as narratives and symbols in the creation and legitimation of new ventures. At its core, this approach to entrepreneurship seeks to "deindividuate" (Stayaert & Katz, 2004) research on new venture creation and to conceptualize more fully the role of context.While this work in organization theory has played a crucial role in pushing entrepreneurship research forward, the focus has been quite narrow and mostly concerned with the role of legitimacy in resource acquisition. One idea that has been neglected is the notion that culture might play a critical role in the process of new venture creation itself. This is perhaps surprising given the growing research in organization theory that draws on Swidler's (1986) conception of culture as a "tookit" available to actors to shape organizational strategy and create market opportunities (Weber & Dacin, 2011). More specifically, little attention has been paid to one important form of new venture creation: the use by entrepreneurs of an organizational form – a "combination

of cultural material" (David, Sine, and Haveman, 2013, p. 356) – associated with successful ventures from another context as template in order to establish a venture in their own context. This is particularly true in the context of cultural organizations like theatres. The dynamics of cultural organizations do not operate in the same way as for firms in other industries because the creative sector is based on "symbolic goods" (in this case plays) where value is essentially dependent on the audience finding value in their meanings (Lawrence & Phillips, 2004). So the value produced is dependent on audience perception as much as creative content, which requires very different entrepreneurial skills and identity than more traditional new ventures. Furthermore, these cultural entrepreneurs "may not have set out to start a business, their main focus may be on developing their own practice, but they then face a need to come to terms with a commercial environment in order to be able to make enough money to continue their artistic work, or see the commercial market as a means of communicating with a larger audience, which then involves developing the necessary management and organizational skills to facilitate the performance and promotion of their work." (Brown 2004, p. 6).

This type of entrepreneurship involves extensive work by the entrepreneur to identify a potential template and then to mimic, edit and innovate that template so that their ventures "make sense" in their local setting. The ventures that are created through this type of translation are therefore rooted in, but also distinct from, the organizational forms that serve as the initial template. Alternatively, this form of entrepreneurship might involve radical innovation and an attempt to create a new template, but then that template requires extensive cultural work to make it understandable and legitimate. We believe that this represents a very important and relatively common form of entrepreneurship in cultural industries, but one that has not been taken seriously in the scholarship on the creation of new cultural organizations. In this paper we seek to address this gap in the literature by examining the following question:

> *How do cultural entrepreneurs translate and adapt organizational forms from other institutional contexts to create new cultural organizations? How do they innovate new forms within their context? When and why do they choose one approach or the other?*

Methodology

In order to answer our research questions, we investigated theatres in Turkey. Understanding entrepreneurial motives and practices on theatre organisations necessitates understanding the dynamics of the industry. We therefore began by exploring the industry based on archival documents in order to understand the context within which the cultural entrepreneurs we wished

to study worked. We then sought out multiple examples of translation and innovation and conducted more focused and in-depth case studies of these theatres.

The Empirical Context

In this study, we focused on performing arts organizations, specifically theatres, to find out the change in their numbers, why the number is increasing and who is founding new theatres. Once we understood the context, our focus moved to how cultural entrepreneurs created new theatres and why. While we do not have room to present much of the story here, Table 1 provides some summary data showing the scale and growth of the sector.

Table 1: Theatres and other information for the period 2000-2013 in Istanbul and Turkey

Year	Number of artwork		Number of shows		Number of seats		Number of audiences		Number of theatre halls	
	Turkey	Istanbul	Turkey	Istanbul	Turkey	Istanbul	Turkey	Istanbul	Turkey	Istanbul
2000	735	302	11215	5707	39906	14962	3746162	2420127	108	35
2001	630	258	9254	3042	36615	13363	2570120	1320639	99	32
2002	713	269	10271	2808	40403	12643	2634841	1092358	102	32
2003	898	509	13305	6659	38253	14420	2758206	1310688	97	33
2004	977	399	12587	5301	36756	11944	2567491	1163411	115	27
2005	1177	245	11453	3178	46438	9284	2716251	683968	123	26
2006	608	90	9510	1827	38175	10972	2161537	377879	112	21
2007	848	149	10289	2190	42502	8159	2419262	689030	130	21
2008	2122	1269	17410	6349	70924	23281	3380214	1253591	204	69
2009	2217	1347	18803	8282	80099	32448	4320729	2029489	201	71
2010	3694	1927	25378	12200	157161	45886	5248226	2358146	430	137
2011	4252	1748	23361	9003	194020	54736	5385588	1736783	511	147
2012	5539	2602	25043	10454	229435	55999	5621066	1881176	606	159
2013	6219	3673	28359	12926	253811	61459	6244821	2510265	678	189

Data

In this study, we used both primary and secondary sources. The primary sources include in-depth interviews conducted with cultural entrepreneurs who created theatre organizations in the last ten years. The interview questions posed centred on the motivations, challenges and activities of the entrepreneurs in founding their theatres. We also consulted a range of secondary sources including newspaper reports and articles, federal and municipal government reports, and other academic sources that had previously examined the growth of theatres in Turkey.

All the interviews were recorded and transcribed (although interviewing is still ongoing). Critical portions of the interviews were translated into English. We explained to our respondents that we were doing research to understand how entrepreneurs create new theatres and why. The interviews were semi-structured and we presented interview questions to the respondents in advance, but we did not just depend on those questions, we also asked them to propose their own insights into and opinions about certain events (Yin, 1994, p. 90).

Our approach to data analysis (which is also ongoing) followed common prescriptions for inductive qualitative data analysis. More specifically, we conducted an open coding process in which initial concepts were identified and grouped together into first order categories. To do so, we examined each source of data (the interview transcripts, the field diary, internal documents, and newspaper coverage), looking for similarities and differences between them. This was done inductively. We then relied on axial coding, a process where first-order codes are related to one another using both inductive and deductive thinking. This enabled us to collapse the first-order categories that we had developed into a smaller group of second-order themes, and to more fully conceptualize the patterns in our data with respect to the dynamics of stigmatization. The process was iterative rather than linear, and involved moving among the data, the relevant literature, and the emerging patterns in order to refine the data into particular conceptual categories. Finally, we grouped the second-order themes into overarching theoretical dimensions. This involved looking at the relationship between the first and second-order themes, and seeking to refine them into a set of simpler and more parsimonious categories.

Findings and Discussion

The case of Turkish theatre highlights the importance of cultural entrepreneurship in new venture creation and provides important insights into how cultural templates are translated from one cultural context to another during this process. The case also shows that cultural entrepreneurship is not just about obtaining resources, but is much more profound involving both the editing of a cultural template and managing the local context to improve cultural fit. It also highlights the importance of innovation and creativity in the production of new templates and in the translation of existing foreign templates. What is clear from our case is that intense cultural work of various forms was required to launch new theatres.

At the same time, we also saw an important element of institutional entrepreneurship in the case: “the activities of actors who have an interest in particular institutional arrangements and who leverage resources to create new institutions or to transform existing ones” (Maguire, Hardy, and Lawrence, 2004: 657). While the primary focus of the entrepreneurs in our case was to translate the cultural template they had come to know from Europe or North America, they

also engaged in a process of institutional entrepreneurship to manage the broader institutional context in order to facilitate institutional change to further support their project.

This raises an important question: what, exactly, is the relation between cultural entrepreneurship and institutional entrepreneurship and what has our case provided in terms of further insight into how we should conceptualize them? First, while there has been little contact between the literature on institutional entrepreneurship and that on cultural entrepreneurship, it is important to recognize that institutional entrepreneurship is a form of cultural entrepreneurship. The growing literature on institutional entrepreneurship "focuses on the self-interested agent who commands and mobilizes resources to alter or create institutional structures" (Pacheco et al., 2010: 975). As institutional structures are inescapably cultural (DiMaggio & Powell, 1991), then this description clearly situates institutional entrepreneurship as a form of cultural entrepreneurship.

Second, we from our case we argue that successful new venture creation through cultural entrepreneurship may often include an important element of institutional entrepreneurship. While cultural editing and managing the local context can overcome aspects of cultural misfit, it may often be the case the cultural misfit may also occur with respect to the broader institutional or societal context. Successful cultural entrepreneurship may therefore require institutional entrepreneurship. In other cases, cultural entrepreneurs will act as institutional entrepreneurs in order to increase the success of their new ventures. While not strictly required for translation to succeed, judicious management of the institutional context may provide significant benefits in terms of the new venture.

Third, while institutional entrepreneurship is a particular sort of cultural entrepreneurship, it also seems to be the case that the skills and resources required for institutional entrepreneurship may differ from those of other forms of cultural entrepreneurship. The success of institutional actors depends on the skills of institutional entrepreneurs (Fligstein, 1997) and the sorts of resources they have at hand. From our case, it also seems that the skills and resources required for institutional entrepreneurship also differ from the forms of skills and resources required for cultural editing and narrative elaboration.

REFERENCES

Alvarez, S. A. (2007) "Entrepreneurial rents and the theory of the firm", *Journal of Business Venturing*, *22*(3), 427-442.

Brown, R. (2004) *Performing Arts Entrepreneurship*, Palatine: Lancaster.

David, R. J., Sine, W. D. and Haveman, H. A. (2013). "Seizing Opportunity in Emerging Fields: How Institutional Entrepreneurs Legitimated the Professional Form of Management Consulting", *Organization Science,* 24 (2): 356–377.

DiMaggio, Paul J., and Walter W. Powell. 1991. "Introduction." Pp. 1-38 in The New Institutionalism in Organization Analysis, Walter W. Powell and Paul J. DiMaggio, eds. Chicago: University of Chicago Press.

Fligstein, N. 1997 'Social skill and institutional theory.' *American Behavioral Scientist* 40: 397-405.

Lawrence, T. and Phillips, N. (2002) "Understanding Cultural Industries", *Journal of Management Inquiry,* 11(4): 430-441.

Lawrence, T. B. and Phillips, N. (2004). "From Moby Dick to Free Willy: Macro-Cultural Discourse and Institutional Entrepreneurship in Emerging Institutional Fields", *Organization,* 11(5): 689–711.

Lounsbury, M. and Glynn, M. A. (2001). "Cultural Entrepreneurship: Stories, Legitimacy, and the Acquisition of Resources", *Strategic Management Journal,* 22: 545–564.

Maguire, S., Hardy, C. and Lawrence, T. B. (2004). "Institutional Entrepreneurship in Emerging Fields: HIV/AIDS Treatment Advocacy in Canada", *Academy of Management Journal,* 47 (5): 657-679.

Pacheco, D. F., York, J. G., Dean, T. J., and Sarasvathy, S. D. (2010). "The Coevolution of Institutional Entrepreneurship: A Tale of Two Theories", *Journal of Management,* 36 (4): 974-1010.

Preece, S. B. (2011) "Performing Arts Entrepreneurship: Toward a Research Agenda", *The Journal of Arts Management, Law, and Society,* 41: 103–120.

Spilling, O. R. (1991). "Entrepreneurship in a cultural perspective", Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal, 3 (1): 33-48.

Steyaert, C. and Katz, J., (2004). "Reclaiming the Space for Entrepreneurship in Society: Geographical, Discursive, and Social Dimensions". *Entrepreneurship & Regional Development,* Vol. 16, May: 179-196. Swidler's (1986)

Townley, B., Beech, N., and McKinlay, A. (2009) "Managing in the creative industries: Managing the motley crew", *Human Relations,* 62(7): 939–962.

Weber, K., and Dacin, T. (2011). "The cultural construction of organizational life", *Organization Science,* 22: 286–298.

Wry, T., Lounsbury, M., and Glynn, M. A. (2011). "**Legitimating new categories of organizations: Stories as distributed cultural entrepreneurship"**, *Organization Science*, 22: 339-463.

Yin, R. K. (2014).Case Study Research: Design and Methods, 5th. Edition, Sage Publications.

Meslek Yüksekokulunda Eğitim Gören Kadın Öğrencilerin Girişimcilik Düzeylerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma

Inst. Dilek ŞENEL
Pamukkale University, Kale HS
dsenel@pau.edu.tr

Inst. Fatma Özge Özgen ÖNEY
Pamukkale University, Acıpayam HS
fozgen@pau.edu.tr

ÖZET

Küreselleşme ve teknoloji ile birlikte ülkelerin fiziki sınırları kalkmış, ülke ekonomileri ve üretim sistemleri farklı şekillenmeye başlamıştır. Bu kaçınılamaz değişimden en çok etkilenenler veya bu doğrultuda şekillenenler ise girişimcilerdir. Girişimcilerin bu değişime ayak uydurmalarına ve gelişimlerine katkı sağlamak için farklı teşvikler ve politikalar uygulanmaktadır. Bu noktada üniversiteler de, girişimcilik bilincinin yerleşmesi ve oluşturulması için müfredatlarına girişimcilik dersi eklemeyi gerekli görmüşlerdir. Potansiyel girişimci olarak atfedilebilecek üniversite öğrencilerinin girişimcilik düzeylerinin belirlenmesi ve girişimciliğe kanalize edilmesi önemli bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır.
Bu araştırma, Meslek Yüksekokullarında eğitim gören kadın öğrencilerin girişimcilik düzeylerinin belirlenmesi üzerine gerçekleştirilmiştir. Araştırmada Pamukkale Üniversitesi Kale Meslek Yüksekokulunda eğitim gören 236 kadın öğrenciye ulaşılmış ve anket yöntemi ile veri toplanmıştır. Araştırma neticesinde elde edilen veriler istatistik paket programı ile analiz edilmiştir. Araştırma neticesinde katılımcıların girişimcilik düzeyleri yüksek çıkmıştır. Ancak, katılımcıların yaşları ile, okudukları bölümleri ile, sınıf düzeyleri ile, girişimcilik dersi alıp almamalarına ile ve aile gelirleri ile girişimcilik düzeyleri arasında bir ilişki tespit edilememiştir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Girişimcilik Düzeyi, Kale Meslek Yüksekokulu

A Research on Determining Entrepreneurship Levels of Female Students Studying in Vocational School

ABSTRACT

With the globalization and technology, the physical borders of the countries have been lifted and the economies and production systems of the country have started to take different forms.Entrepreneurs are the ones most affected or shaped by this inevitable change. Different incentives and policies are applied in order to contribute to the adaptation and development of entrepreneurs.At this point, universities deemed it necessary to add entrepreneurship courses to their curricula in order to establish and establish entrepreneurship awareness.Determining the level of entrepreneurship of university students who can be attributed to potential entrepreneurs and channeling them to entrepreneurship is an important situation.
This research was carried out to determine the level of entrepreneurship of female students studying in Vocational Schools. In this research, 236 female students studying at Pamukkale University Kale Vocational School were reached and data were collected by questionnaire method. The data obtained as a result of the research was analyzed with statistical package program. As a result of the research, the entrepreneurship level of the participants was found to be high. However, there was no relationship between the participants' age, their departments, class levels, whether they took entrepreneurship courses, or family income and entrepreneurship levels.

Keywords: Entrepreneurship, Entrepreneurship Level, Kale Vocational School

1. Giriş

Girişimcilere atfedilen önem hem ülkemizde hem de tüm dünyada, ülkelerin gelişmişlik seviyelerine bakılmaksızın, günden güne artış göstermektedir. Bunun nedeni, girişimcilerin

ülkelerin pek çok sorununa çare olmaları gelmektedir. Girişimciler, istihdam yaratmakta, gelirin etkin dağılımına yardımcı olmakta, işgücüne katılım oranını artırmakta, işsizliğe çare olmakta ve hırsızlık, dolandırıcılık vb. gibi farklı sosyal sorunların gelişmesine engel olmaktadır. Bu idrak çerçevesinde ülkeler, girişimcilerin önünü açmak için farklı politikalar üretmekte ve bu yolla sosyo-ekonomik sorunlarına çare bulmaya çalışmaktalardır. Bu politikalardan bir kısmı da üniversiteler eliyle yapılmakta ve ülkemizde yirmi yıl öncesine kadar sadece İktisadi ve İdari Bilimler Fakültelerinde eğitim görenlere girişimcilik dersi verilmekteyken, artık pek çok fakülte ve yüksekokulda girişimcilik dersi verilmektedir.

Bu araştırma da Pamukkale Üniversitesi Kale Meslek Yüksekokulunda eğitim gören kadın öğrencilerin girişimcilik düzeylerini belirlemeyi hedeflemektedir. Bu bağlamda 236 kadın öğrenciye anket uygulanmış ve elde edilen veriler SPSS istatistik programı ile değerlendirilmeye alınmıştır.

Araştırma iki kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısımda girişimcilik kavramı açıklanmış ikinci bölümde alan araştırması ile araştırmanın bulguları ortaya konulmuştur.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Girişimcilik Kavramı

Kavram olarak incelendiğinde girişimciliğin tarihinin insanoğlunun tarihi kadar uzun zaman dayandığı bilinmekle beraber, iktisat literatüründe yerini alması 20.yy'dan sonraki zamana denk gelmektedir. İlk olarak Cantillon girişimciyi risk alan kişi olarak tanımlamış, sonrasında J.B.Say de girişimcinin risk alan kişi olması yanı sıra yönetici özelliğinin de bulunması gerektiğini ifade etmiştir. 1900'lü yılların başlarında da Schumpeter girişimcinin yenilik oluşturan veya mevcut bir ürün üzerinde değişiklik yapan kişi olarak tanımlamaktadır (Gümüşoğlu ve Karaöz, 2013: 64). Schumpeter girişimcinin yenilikçi bir özellik taşımasının yanı sıra mevcut yapıları zorlayan, kırmaya çalışan, meydan okuyan kişi olarak da ifade etmektedir (Cantner, Goethner, Silbereisen, 2017: 188; Dees, 1998: 2).

Literatür incelendiğinde girişimci ve girişimcilik kavramı esas olarak ekonomik bir çerçeve içerisinde ele alınmış ve arz ve talebe yön veren, ürettiği mal veya hizmet için uygun pazarlar arayan, üretim faktörlerini yönetip faaliyete geçiren kişiye girişimci, bu faaliyetin genel adına da girişimcilik adı verilmektedir (Aytaç, 2006: 141). Girişimcinin öncelikle bir iş fikrine sahip olması gerekmektedir. İşin kabul edilebilir oranda risk içermesi ve iş fikrin fiiliyata çevrilmesi esastır. Girişimciliği tanımlarken bu üç unsurun birbirini tamamlamaları beklenmektedir. Bu unsurlardan birinin eksikliği, girişimciyi başarısızlığa sürükleyebilmektedir (Güreşçi, 2014: 24).

Girişimcilik farklı araştırmacılar tarafından farklı şekilde ifade farklı yönleri vurgulanarak ifade edilmektedir. Bygrave ve Zacharakis'e göre (2010: 49) fırsatları algılayan, bu fırsatlara yönelen ve işletmesindeki eylem ve süreçleri bu yola kanalize eden kişi olarak ifade etmektedir. Aynı şekilde Müftüoğlu'da (2004: 4) girişimciyi fırsatları gören ve değerlendiren kişi olarak ifade etmektedir. Küçük (2013: 7) girişimciliği, bir işletmeyi kurmak adına yürütülen faaliyetlerin bütünü olarak ifade etmekteyken, Kuratko ve Hosgetts (2007: 33) girişimciliği, yeni fikirlerin, yaratıcı çözümlerin olduğu dinamik bir süreç olarak ifade etmektedir.

3.ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

3.1. Araştırmanın Metodolojisi

Araştırma teori ve uygulama olmak üzere iki kısımdan oluşmaktadır. Teori kısmında kitaplardan, makalelerden, tezlerden yararlanılmıştır. Uygulama kısmında ise Pamukkale Üniversitesi Kale Meslek Yüksekokulunda dört bölümde eğitim gören 236 kadın öğrenci üzerine anket uygulanmış ve elde edilen veriler istatistik paket programı ile değerlendirilmiştir.

3.2. Veri Toplama Yöntemleri

Kale Meslek Yüksekokulunda eğitim gören kadın öğrencilerin girişimcilik eğilimlerinin tespiti açısından bir anket uygulanmıştır. Uygulanmış olan anket iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde demografik veriler derlenmiştir, ikinci bölümde ise Yılmaz ve Sünbül (2009) tarafından geliştirilen 36 ifadenin bulunduğu girişimcilik ölçeği kullanılmıştır. Girişimcilik ölçeğinde beşli Likert ölçeği kullanılmıştır.

Anket, Pamukkale Üniversitesi Kale Meslek Yüksekokulundaki dört bölümde uygulanmıştır. Toplam 236 kadın öğrenciye ulaşılmıştır. Anketler 2018-2019 eğitim öğretim dönemi güz döneminde uygulanmıştır.

3.3.Güvenilirlik Analizi

Güvenilirlik analizi, ölçümün güvenilirliğini test etmek maksadıyla yapılmış ve Cronbach's Alpha değeri 0,92 olarak belirlenmiştir.

4.BULGULAR VE TARTIŞMA

4.1. Demografik Verilerin Analizi

Anketin ilk bölümünde demografik veriler yer almaktadır. Demografik veriler kapsamında Kale Meslek Yüksekokulunda eğitim gören kadın öğrencilerin eğitim gördükleri bölümler, kaçıncı sınıfta okudukları, girişimcilik dersi alıp almadıkları, cinsiyetleri, kaç kardeş oldukları gibi demografik değişkenler tespit edilmeye çalışılmıştır.

4.1.1.Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Bölümlere Göre Dağılımları

Anketin uygulandığı araştırma döneminde Kale Meslek Yüksekokulunda beş bölüm eğitim öğretime devam etmekte idi. Bu bölümler; Muhasebe ve Vergi Uygulamaları, İşletme Yönetimi, Turizm ve Seyahat Hizmetleri, Çocuk Gelişimi ve Maden Teknolojisi bölümleri idi. Ancak araştırmamız sadece kadın öğrencileri kapsama almaktadır ve Maden Teknolojisi Bölümünde kadın öğrencisi bulunmamaktadır. Araştırma kapsamında toplamda 236 kadın öğrenciye ulaşılmıştır. Bu öğrencilerin %83,1'i Çocuk Gelişimi Bölümünde eğitim görmektedir (Tablo 1).

Tablo 2. Kadın öğrencilerin eğitim gördükleri bölümler

	Bölüm	**Yüzde**	**Geçerli %**	**Kümülatif %**
Muhasebe ve Vergi Uygulamaları	11	4,7	4,7	4,7
İşletme Yönetimi	20	8,5	8,5	13,1
Turizm ve Seyahat Hizmetleri	9	3,8	3,8	16,9
Çocuk Gelişimi	196	83,1	83,1	100,0
Toplam	236	100,0	100,0	

4.1.2.Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Sınıflara Göre Dağılımları

Araştırmaya katılan öğrencilerin sınıflara göre dağılımları incelendiğinde %53'ünün birinci sınıf, %44,9'unun ikinci sınıf, geri kalanların ise okulu uzattıkları saptanmaktadır (Tablo 2).

Tablo 2. Kadın öğrencilerin eğitim gördükleri sınıf

	Bölüm	**Yüzde**	**Geçerli %**	**Kümülatif %**
1. sınıf	125	53,0	53,0	53,0
2.Sınıf	106	44,9	44,9	97,9
3.sınıf ve üzeri	5	2,1	2,1	100,0
Toplam	236	100,0	100,0	

4.1.3.Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Öğrenim Durumlarına Göre Dağılımları

Öğrencilerin %55,1'i normal öğretimde eğitim görmekte iken, %44,9'u ikinci öğretimde eğitim görmektedir (Tablo 3).

Tablo 3. Kadın öğrencilerin eğitim gördükleri öğretim durumları

	Bölüm	**Yüzde**	**Geçerli %**	**Kümülatif %**
Normal Öğretim	130	55,1	55,1	55,1
İkinci Öğretim	106	44,9	44,9	100,0
Toplam	236	100,0	100,0	

4.1.4.Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Girişimcilik Dersi Alıp Almama Durumu

Araştırmaya katılan öğrencilerin girişimcilik dersi alıp almadıkları sorulmuş ve katılımcıların %83,5'unun girişimcilik dersi almadığı saptanmıştır (Tablo 4).

Tablo 4. Kadın öğrencilerin girişimcilik dersi alıp almama durumları

	Bölüm	Yüzde	Geçerli %	Kümülatif %
Aldım	34	14,4	14,4	14,4
Almadım	197	83,5	83,5	97,9
Bu dönem alıyorum	5	2,1	2,1	100,0
Toplam	236	100,0	100,0	

4.1.5.Katılımcıların Kardeş Sayıları

Ailede kardeş sayısının girişimcilik eğilimi üzerinde etkisi olup olmadığı belirlemek maksadıyla, katılımcılara kaç kardeş oldukları sorulmuştur. Katılımcıların %77,1'inin üç kardeş olduğu saptanmıştır (Tablo 5).

Tablo 5. Kadın öğrencilerin kardeş sayıları

	Bölüm	Yüzde	Geçerli %	Kümülatif %
1 kardeş	12	5,1	5,1	5,1
2 kardeş	96	40,7	40,7	45,8
3kardeş	74	31,4	31,4	77,1
4 kardeş	21	8,9	8,9	86,0
5 kardeş	12	5,1	5,1	91,1
6'dan fazla kardeş	21	8,9	8,9	100,0
Toplam	236	100,0	100,0	

4.1.6.Katılımcıların Ailenin Kaçıncı Çocuğu Olduğu

Katılımcılara ailede kaçıncı çocuk oldukları sorulmuş ve %46,6'sı ailenin ilk çocuğu olduğunu, %32,2'si ise ailenin ikinci çocuğu olduğunu ifade etmişlerdir (Tablo 6).

Tablo 6. Kadın öğrencilerin ailede kaçıncı çocuk oldukları

	Bölüm	Yüzde	Geçerli %	Kümülatif %
1.çocuk	110	46,6	46,6	46,6
2.çocuk	76	32,2	32,2	78,8
3.çocuk	29	12,3	12,3	91,1
4.çocuk	8	3,4	3,4	94,5
5çocuk	5	2,1	2,1	96,6
6. ve üzeri çocuk	8	3,4	3,4	100,0
Toplam	236	100,0	100,0	

4.1.7.Katılımcıların Yaşlarına Göre Dağılımları

Girişimcilik eğilimi ile yaş arasında bir ilişki olabileceği düşünülerek, katılımcıların yaşlarını tespit etmek maksadıyla yaşları sorulmuş ve katılımcıların %78,4'ünün 17-20 yaş aralığında olduğu saptanmıştır.

Tablo 7. Kadın öğrencilerin yaşlarına göre dağılımları

	Bölüm	Yüzde	Geçerli %	Kümülatif %
17-20 yaş arası	185	78,4	78,4	78,4
21-25 yaş arası	50	21,2	21,2	99,6
26-30 yaş arası	1	0,4	0,4	100,0
Toplam	236	100,0	100,0	

4.1.8.Katılımcıların Medeni Durumlarının Tespiti

Katılımcıların medeni durumları incelendiğinde %99,6'sının bekâr olduğu saptanmıştır (Tablo 8).

Tablo 8. Kadın öğrencilerin medeni durumları

	Bölüm	Yüzde	Geçerli %	Kümülatif %
Evli	1	0,4	0,4	0,4
Evli değil	235	99,6	99,6	100,0
Toplam	236	100,0	100,0	

4.1.9.Katılımcıların Çalışma Durumlarının Tespiti

Katılımcıların daha önce bir işyerinde çalışmış olma durumları ile girişimcilik eğilimleri arasında ilişki olup olmadığını tespit etmek maksadıyla araştırma sorusu sorulmuş ve katılımcıların büyük çoğunluğunun (%94,9'unun) çalışmadığı saptanmıştır (Tablo 9).

Tablo 9. Kadın öğrencilerin bir işte çalışıp çalışmadıkları

	Bölüm	Yüzde	Geçerli %	Kümülatif %
Çalışıyorum	12	5,1	5,1	5,1
Çalışmıyorum	224	94,9	94,9	100,0
Toplam	236	100,0	100,0	

4.1.10.Katılımcıların Gelir Seviyesi

Katılımcıların hane gelirleri sorulmuş ve katılımcıların %34,3'ünün asgari ücret kadar bir gelire sahip oldukları belirlenmiştir. Geliri 5.001.-TL ve üzerinde olanlar ise %2,5'lik kısma tekabül etmektedir (Tablo 10).

Tablo 10. Kadın öğrencilerin ailelerinin gelir seviyesi

	Bölüm	Yüzde	Geçerli %	Kümülatif %
0.-TL-1.603.-TL arası	81	34,3	34,3	34,3
1.604.-TL - 2.000.-TL arası	95	40,3	40,3	74,6
2.001.-TL- 5.000.-TL arası	54	22,9	22,9	97,5
5.001TL ve üzeri	6	2,5	2,5	100,0
Toplam	236	100,0	100,0	

4.1.11.Katılımcıların Ebeveynlerinin Çalışıp Çalışmama Durumları

Katılımcılara anne ve babalarının çalışıp çalışmadıkları sorulmuş ve katılımcıların annelerinin %65,7'sinin çalışmadığı saptanmıştır (Tablo 11).

Tablo 11. Kadın öğrencilerin annelerinin çalışma durumları

	Bölüm	Yüzde	Geçerli %	Kümülatif %
Çalışıyor	70	29,7	29,7	29,7
Çalışmıyor	155	65,7	65,7	95,3
Emekli	3	1,3	1,3	96,6
Vefat	8	3,4	3,4	100,0
Toplam	236	100,0	100,0	

Katılımcıların babalarının durumları incelendiğinde ise katılımcıların babalarının %70,3'ünün çalıştığı saptanmıştır (Tablo 12).

Tablo 12. Kadın öğrencilerin babalarının çalışma durumları

	Bölüm	Yüzde	Geçerli %	Kümülatif %
Çalışıyor	166	70,3	70,3	70,3
Çalışmıyor	17	7,2	7,2	77,5
Emekli	48	20,3	20,3	97,9
Vefat	5	2,1	2,1	100,0
Toplam	236	100,0	100,0	

4.2. Araştırmanın Analiz Bulguları

4.2.1.Katılımcıların Girişimcilik Düzeylerinin Belirlenmesi

Araştırmanın ölçeği Yılmaz ve Sünbül (2009:198) tarafından geliştirilen girişimcilik ölçeğidir. Yılmaz ve Sünbül yaptıkları araştırmada bireylerin girişimcilik düzeylerini sınıflandırmaktalardır. Araştırmacılara göre girişimcilik düzeyleri şu şekilde belirlenmektedir (Tablo 13).

Tablo 13. Girişimcilik puanı değerlendirme kriteri

Toplam Girişimcilik Puanı	Girişimcilik Düzeyleri
36-64	Çok Düşük Girişimcilik
65-92	Düşük Girişimcilik
93- 123	Orta Düzey Girişimcilik
124-151	Yüksek Girişimcilik
152-180	Çok Yüksek Girişimcilik

Katılımcıların girişimcilik toplam puanları incelendiğinde ise ortalama toplam puanlarının 132,65 olarak saptanmıştır. Bu veriler ışığında katılımcıların yüksek düzeyde girişimcilik düzeyine sahip oldukları saptanmıştır (Tablo 14).

Tablo 14. Katılımcıların girişimcilik ortalamalarına göre girişimcilik düzeyleri

	N	Minimum	Maksimum	Ortalama	Std.Sapma
Girişimcilik	236	81,00	176,00	132,65	18,41

Araştırma kapsamında katılımcıların yaşları, bölümleri, sınıfları, girişimcilik dersi alıp almamaları ve gelir seviyeleri ile girişimcilik düzeyleri arasındaki ilişkiyi test etmek üzere One-Way ANOWA yapılmış, ancak değişkenler arasında bir ilişkiye rastlanmamıştır.

4.2.2.Demografik Değişkenler İle Katılımcıların Girişimcilik Düzeyleri Arasındaki İlişki

Katılımcıların bölümleri ile girişimcilik düzeyleri arasında bir ilişki olup olmadığını belirlemek maksadıyla çapraz tablo yapılmıştır. Buna göre Muhasebe ve Vergi Uygulamaları bölümünde eğitim gören öğrencilerde yığılım orta ve yüksek düzeyde girişimcilik olarak saptanmakta iken, diğer bölümlerde eğitim gören öğrencilerde yüksek düzeyde girişimcilik tespit edilmektedir (Tablo 15).

Tablo 15. Katılımcıların bölümleri ile girişimcilik seviyeleri arasındaki ilişki

		Girişimcilik Seviyesi				
		Düşük Girişimcilik	Orta Düzey Girişimcilik	Yüksek Girişimcilik	Çok Yüksek Girişimcilik	Toplam
Muhasebe ve Vergi Uygulamaları	**Sayı**	0	5	5	1	11
	% Bölüm	0,0%	45,5%	45,5%	9,1%	100,0%
	%Girişimcilik	0,0%	7,4%	4,0%	2,6%	4,7%
	% Toplam	0,0%	2,1%	2,1%	0,4%	4,7%
	Sayı	0	5	12	3	20

İşletme Yönetimi	**% Bölüm**	0,0%	25,0%	60,0%	15,0%	100,0%
	% Girişimcilik	0,0%	7,4%	9,5%	7,7%	8,5%
	% Toplam	0,0%	2,1%	5,1%	1,3%	8,5%
Turizm ve Seyahat Hizmetleri	**Sayı**	0	3	5	1	9
	% Bölüm	0,0%	33,3%	55,6%	11,1%	100,0%
	% Girişimcilik	0,0%	4,4%	4,0%	2,6%	3,8%
	% Toplam	0,0%	1,3%	2,1%	0,4%	3,8%
Çocuk Gelişimi	**Sayı**	3	55	104	34	196
	% Bölüm	1,5%	28,1%	53,1%	17,3%	100,0%
	% Girişimcilik	100,0%	80,9%	82,5%	87,2%	83,1%
	% Toplam	1,3%	23,3%	44,1%	14,4%	83,1%
Toplam	**Sayı**	3	68	126	39	236
	% Bölüm	1,3%	28,8%	53,4%	16,5%	100,0%
	% Girişimcilik	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% Toplam	1,3%	28,8%	53,4%	16,5%	100,0%

Katılımcıların sınıfları ile girişimcilik düzeyleri arasında ilişki incelendiğinde ise birinci sınıfta okuyan öğrencilerin, %54,4'ü yüksek girişimcilik sergilemekteyken, ikinci sınıfta okuyan öğrencilerin %51,9'u yüksek girişimcilik sergilemektedir (Tablo 16).

Tablo 16. Katılımcıların sınıfları ile girişimcilik seviyeleri arasındaki ilişki

		Girişimcilik Seviyesi				
		Düşük Girişimcilik	**Orta Düzey Girişimcilik**	**Yüksek Girişimcilik**	**Çok Yüksek Girişimcilik**	**Toplam**
1. sınıf	**Sayı**	2	38	68	17	125
	% Sınıf	1,6%	30,4%	54,4%	13,6%	100,0%
	% Girişimcilik	66,7%	55,9%	54,0%	43,6%	53,0%
	% Toplam	0,8%	16,1%	28,8%	7,2%	53,0%
2.Sınıf	**Sayı**	1	28	55	22	106
	% Sınıf	0,9%	26,4%	51,9%	20,8%	100,0%
	% Girişimcilik	33,3%	41,2%	43,7%	56,4%	44,9%
	% Toplam	0,4%	11,9%	23,3%	9,3%	44,9%
3.sınıf ve üzeri	**Sayı**	0	2	3	0	5
	% Sınıf	0,0%	40,0%	60,0%	0,0%	100,0%
	% Girişimcilik	0,0%	2,9%	2,4%	0,0%	2,1%
	% Toplam	0,0%	0,8%	1,3%	0,0%	2,1%

Toplam	**Sayı**	3	68	126	39	236
	% Sınıf	1,3%	28,8%	53,4%	16,5%	100,0%
	% Girişimcilik	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% Toplam	1,3%	28,8%	53,4%	16,5%	100,0%

Katılımcıların girişimcilik dersi alma ile girişimcilik düzeyi arasındaki ilişki çapraz tablolar aracılığı ile incelendiğinde girişimcilik dersi alanların %76,4'ü orta ve yüksek düzey girişimcilik sergilemekte iken, girişimcilik dersi almayanların %82,7'si orta ve yüksek düzey girişimcilik sergilemektedir (Tablo 17).

Tablo 17. Katılımcıların girişimcilik dersi alıp almama ile girişimcilik seviyelerinin belirlenmesi arasındaki ilişki

		Girişimcilik Seviyesi				
		Düşük Girişimcilik	**Orta Düzey Girişimcilik**	**Yüksek Girişimcilik**	**Çok Yüksek Girişimcilik**	**Toplam**
Aldım	**Sayı**	0	13	13	8	34
	% Ders Alma	0,0%	38,2%	38,2%	23,5%	100,0%
	% Girişimcilik	0,0%	19,1%	10,3%	20,5%	14,4%
	% Toplam	0,0%	5,5%	5,5%	3,4%	14,4%
Almadım	**Sayı**	3	53	110	31	197
	% Ders Alma	1,5%	26,9%	55,8%	15,7%	100,0%
	% Girişimcilik	100,0%	77,9%	87,3%	79,5%	83,5%
	% Toplam	1,3%	22,5%	46,6%	13,1%	83,5%
Bu dönem alıyorum	**Sayı**	0	2	3	0	5
	% Ders Alma	0,0%	40,0%	60,0%	0,0%	100,0%
	% Girişimcilik	0,0%	2,9%	2,4%	0,0%	2,1%
	% Toplam	0,0%	0,8%	1,3%	0,0%	2,1%
Toplam	**Sayı**	3	68	126	39	236
	% Ders Alma	1,3%	28,8%	53,4%	16,5%	100,0%
	% Girişimcilik	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% Toplam	1,3%	28,8%	53,4%	16,5%	100,0%

Katılımcıların yaşları ile girişimcilik düzeyleri arasındaki çapraz tablolar aracılığı ile incelendiğinde 17-20 yaş aralığında olanların %55,7'si yüksek girişimcilik sergilemekte iken, 21-25 yaş aralığında olanların %46'sı yüksek düzeyde girişimcilik sergilemektedir (Tablo 18).

Tablo 18. Katılımcıların yaşları ile girişimcilik seviyeleri arasındaki ilişki

	Girişimcilik Seviyesi				
	Düşük Girişimcilik	**Orta Düzey Girişimcilik**	**Yüksek Girişimcilik**	**Çok Yüksek Girişimcilik**	**Toplam**

17-20 yaşarası	**Sayı**	3	51	103	28	185
	% Yaş	1,6%	27,6%	55,7%	15,1%	100,0%
	% Girişimcilik	100,0%	75,0%	81,7%	71,8%	78,4%
	% Toplam	1,3%	21,6%	43,6%	11,9%	78,4%
21-25 yaş arası	**Sayı**	0	17	23	10	50
	% Yaş	0,0%	34,0%	46,0%	20,0%	100,0%
	% Girişimcilik	0,0%	25,0%	18,3%	25,6%	21,2%
	% Toplam	0,0%	7,2%	9,7%	4,2%	21,2%
26-30 yaş arası	**Sayı**	0	0	0	1	1
	% Yaş	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
	% Girişimcilik	0,0%	0,0%	0,0%	2,6%	0,4%
	% Toplam	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%	0,4%
Toplam	**Sayı**	3	68	126	39	236
	% Yaş	1,3%	28,8%	53,4%	16,5%	100,0%
	% Girişimcilik	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% Toplam	1,3%	28,8%	53,4%	16,5%	100,0%

Katılımcıların gelir seviyeleri ile girişimcilik düzeyleri çapraz tablolar aracılığı ile incelenmiştir. Buna göre; asgari ücret ve altında gelire sahip olanların %54,3'ü, geliri asgari ücret ile 2.000.-TL arasında olanların %51,6'sı, geliri 2.001.-TL ile 5.000.- TL arasında olanların %51,9'u, geliri 5.001.- TL ve üzerinde olanların %83,3'ü yüksek düzeyde girişimcilik sergilemektedir.

Tablo 19. Katılımcıların gelir seviyesi ile girişimcilik seviyesi arasındaki ilişki

		Girişimcilik Seviyesi				
		Düşük Girişimcilik	**Orta Düzey Girişimcilik**	**Yüksek Girişimcilik**	**Çok Yüksek Girişimcilik**	**Toplam**
0.-TL-1.603.-TL arası	**Sayı**	0	24	44	13	81
	% Gelir	0,0%	29,6%	54,3%	16,0%	100,0%
	%Girişim	0,0%	35,3%	34,9%	33,3%	34,3%
	%Toplam	0,0%	10,2%	18,6%	5,5%	34,3%
1.604.-TL - 2.000.-TL arası	**Sayı**	2	31	49	13	95
	% Gelir	2,1%	32,6%	51,6%	13,7%	100,0%
	%Girişim	66,7%	45,6%	38,9%	33,3%	40,3%
	%Toplam	0,8%	13,1%	20,8%	5,5%	40,3%
	Sayı	1	13	28	12	54

2.001.-TL-5.000.-TL arası	**% Gelir**	1,9%	24,1%	51,9%	22,2%	100,0%
	%Girişim	33,3%	19,1%	22,2%	30,8%	22,9%
	%Toplam	0,4%	5,5%	11,9%	5,1%	22,9%
5.001TL ve üzeri	**Sayı**	0	0	5	1	6
	% Gelir	0,0%	0,0%	83,3%	16,7%	100,0%
	%Girişim	0,0%	0,0%	4,0%	2,6%	2,5%
	%Toplam	0,0%	0,0%	2,1%	0,4%	2,5%
Toplam	**Sayı**	3	68	126	39	236
	% Gelir	1,3%	28,8%	53,4%	16,5%	100,0%
	%Girişim	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	%Toplam	1,3%	28,8%	53,4%	16,5%	100,0%

5. Sonuç ve Değerlendirme

Bu araştırma Pamukkale Üniversite Kale Meslek Yüksekokulunda eğitim gören 236 kadın öğrenci üzerinde yapılmıştır. Araştırmanın amacı, ön lisans eğitimi alan kadın öğrencilerin girişimcilik düzeylerinin belirlenmesidir. Araştırma 2018-2019 Güz döneminde uygulanmıştır. Araştırmaya katılan öğrenciler Muhasebe ve Vergi Uygulamaları, İşletme Yönetimi, Çocuk Gelişimi ve Turizm ve Seyahat Hizmetleri programlarında eğitim görmektedir.

Katılımcıların %53'ü birinci sınıf, %55,1'i normal öğretim, %44,9'u ikinci öğretimde eğitim görmektedir. Katılımcıların %83,5'i girişimcilik dersi almamıştır. Yaşları incelendiğinde %78,4'ünün 17-20 yaş aralığında olduğu saptanmıştır. Katılımcıların %94,9'u daha önce bir işyerinde çalışmadığını ifade etmektedir. Ankete katılan öğrencilerin %74,6'sının hane geliri aylık 2.000,-TL'nin altındadır. Katılımcılarının annelerinin %65.7'si çalışmazken, babalarının %90,6'sı ya çalışıyor ya da emeklidir.

Araştırma neticesinde katılımcıların toplam girişimcilik puanları 132,65 olarak saptanmış ve yüksek düzeyde girişimciliğe sahip oldukları belirlenmiştir. Araştırmaya yönelik yapılan istatistiksel analizler neticesinde ise katılımcıların bölümleri, sınıfları, ders alıp almadıkları, yaşları ve gelir seviyeleri ile girişimcilik düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Katılımcıların bölümleri ile girişimcilik seviyeleri arasında çapraz tablolar yapıldığında, Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Bölümü öğrencilerinin orta ve yüksek düzeyde girişimcilik gösterdikleri saptanmışken, diğer bölümlerdeki öğrencilerin çoğu yüksek girişimcilik sergilemektedir. Katılımcıların sınıf ve girişimcilik düzeyleri karşılaştırıldığında ise, birinci

sınıfta okuyanların daha fazla yüksek girişimcilik sergilediği gözlemlenmiştir. Girişimcilik dersi ile girişimcilik düzeyi karşılaştırıldığında ise ders almayanlar daha fazla orta ve yüksek girişimcilik sergilemektedir. Yaş bakımından çapraz tablo yapıldığında 17-20 yaş grubu daha fazla yüksek girişimcilik sergilemektedir. Gelir düzeyi yüksek olanlar da daha yüksek girişimcilik göstermektedir.

Türkiye İstatistik Kurumu verilerine göre kadınların işgücüne katılım oranları oldukça düşüktür. Bunda kadınların aldıkları eğitim seviyesinin düşüklüğü kadar, kadınların iş hayatından dışlanmalarının da etkisi oldukça büyüktür. İş hayatında kadınlar, evlenme, çocuk doğurma, evde yaşlı ve hasta bakımı gibi, toplumun kadına yüklediği bir takım sorumluluklardan ötürü dışlanmaktalardır. Yapılan araştırma kadınların girişimcilik düzeylerinin yüksek olduğunu ifade etmektedir. Bu bağlamda iş hayatından ücretli/maaşlı/yevmiyeli olarak çalışmadan dışlanan kadınların, kendi işlerinde çalışmalarına olanak sağlanmalı, kadına ve girişimcilere yönelik destekler artırılmalı ve kadınlara girişimcilik bilinci aşılanmalıdır. Ayrıca, en küçüğünden en büyüğüne kadar tüm yerleşim birimlerinde kadınlara verilen teşvikler hakkında bilgilendirme toplantıları yapılmalı ve kadınların girişimciliği desteklenmelidir.

KAYNAKÇA

Aytaç, Ö. (2006). Girişimcilik: Sosyo-kültürel bir perspektif. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, (15).

Bygrave W.,Zacharakıs A. (2010). Entrepreneurship, Second Editon, John Wiley&Son. Inc.,USA.

Cantner, U., Goethner, M., Silbereisen, R. K. (2017). "Schumpeter's Entrepreneur–A Rare Case". Journal of Evolutionary Economics, 27(1), 187-214.

Dees, J. G. (1998). The Meaning of Social Entrepreneurship. http://www.redalmarza.cl/ing/pdf/TheMeaningofsocialEntrepreneurship.pdf

Gümüşoğlu Ş., Karaöz B. (2013). "Tarihsel Süreçte Girişimcilik: Muğla Örneği", Uluslararası Girişimcilik ve Kariyer Sempozyumu Bildiriler Kitabı, 63-83.

Güreşçi, E. (2014). Girişimcilik Eğilimi Üzerine Bir Araştırma: İspir Hamza Polat MYO Örneği. Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi. Cilt:9. Sayı:1.

Kuratko D.F.,Hodgetts, R.M. (2007). EntrepreneurshipTheory, Process, Practice, Seventh Editon, Thomson South-Western, Canada.

Küçük, O. (2013). Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi, Seçkin, Ankara.

Müftüoğlu T., Ürper Y., Başar M., Tosunoğlu B.T., (2004).Girişimcilik, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.

Yılmaz, E., Sünbül, A. M. (2009). Üniversite Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeğinin Geliştirilmesi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (21), 195-203.

3rd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 28-30 June 2019, Lefkosa

İşsiz Bireylerin Demografik Özellikleri ve İş Arama Tercihleri Üzerine Bir Araştırma

Inst. Dilek ŞENEL
Pamukkale University, Kale HS
dsenel@pau.edu.tr

ÖZET

İşsizlik, özellikle gelişmekte olan ülkeleri olumsuz etkileyen, ekonomik, siyasi ve psikolojik yansımaları olan sosyal bir sorundur. Bu sorunun çözümü noktasında farklı politikalar üretilmekte ve işsizlik oranı kabul edilebilir bir düzeye çekilmeye çalışılmaktadır. Bu çalışmanın amacı; işsizlerin demografik özellikleri ortaya koymak ve işsizlerin hangi yollar ile iş aradıklarını tespit etmektir. Çalışmaya ilişkin olarak Türkiye İstatistik Kurumu 2017 yılı Hane Halkı İşgücü Anketi Mikro Veri Setlerinden yararlanılmıştır. Çalışma neticesinde Türkiye'de 2017 yılı itibariyle 3.454.295 işsiz bulunmaktadır ve 2013 yılından bu yana işsizlik oranı sürekli olarak artış göstermektedir. İşsizlerin yaklaşık yarısı 8 yıllık ilköğretim mezunudur. Yaklaşık %31'i 15-24 yaş aralığındaki genç nüfusu işaret etmektedir. İş arama kanalı olarak işsizlerin en fazla tanıdık vasıtası ile iş aradıkları veya doğrudan işverene başvurdukları saptanmıştır. İşsizlerin en az kullandıkları iş arama kanalı ise Türkiye İş Kurumu, özel istihdam büroları ve gazeteye başvurular olarak belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: İşsizlik, İş Arama Tercihleri, Türkiye İstatistik Kurumu Mikro Veri Setleri

A Research on Demographic Characteristics of Unemployment Individuals and Job Search Preferences

ABSTRACT

Unemployment is a social problem that has negative economic, political and psychological implications, especially affecting developing countries. Different policies are produced to solve this problem and the unemployment rate is tried to be reduced to an acceptable level. The aim of this study; to reveal the demographic characteristics of the unemployed and to determine the ways in which the unemployed are looking for work. Turkey Statistical Institute for the Study of the 2017 Household Labor Force Survey has benefited from Micro Data Set. Working in Turkey in 2017 as a result there are 3,454,295 unemployed since 2013 and the unemployment rate has been increasing continuously. Approximately half of the unemployed are primary school graduates of 8 years. Approximately 31% of the population points to the young population aged 15-24. As a job search channel, it was found that unemployed people were looking for a job through the most familiar way or applied directly to the employer. If at least they use the job search channels of unemployed Turkey Business Association it is designated as private employment agencies and newspaper applications.

Keywords: Unemployment, Job Search Preferences, Turkey Statistical Institute of Micro Data Sets.

1. Giriş

İşsizlik hem gelişmiş ülkelerin hem de gelişmekte olan ülkelerin çözüm bekleyen sosyal sorunları arasında yer almaktadır. Ülkemizde Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verileri incelendiğinde 2013 yılında 2.474.000 olan işsiz sayısı, 2017 yılı sonu itibariyle 3.454.000'e yükselmiştir. Bu 5 yıllık süreçte işsiz sayısındaki yaklaşık %40'lık artış, birtakım politikalar ile düşürülmeye çalışılsa da, istenilen seviyeye ulaşılamamıştır. Bu zaman zarfında işsizlik oranı da %9,7'den, %10,9'a yükselmiştir.

Öte yandan işsiz kalan bireyleri farklı sorunlar beklemektedir. Kişi eğer gerekli şartları sağlar ise işsizlik ödeneği alacak ancak, ödenek kendinin ve ailesinin masraflarını karşılamaya çoğu

zaman yetmeyecektir. Öte yandan uzun süren işsizlik dolayısıyla iş becerisi törpülemekte, bu da çalışmak isteyen bireyi budamaktadır. İşverenler, uzun süre işsiz kalan bireyleri, verimliliği düşük olabileceği sebebiyle tercih etmemektelerdir. Yine işsiz kalmak ve gelir düzeyindeki bozulmalar kişilerin psikolojilerine sirayet etmekte ve sağlıklarını tehdit etmektedir. Bireyi etkisi altında alan tüm bu sorunlar, topluma yansımakta ve sosyal bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu çalışma iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde işsizlik ve işsiz kavramları açıklanmıştır. İkinci bölümde ise TÜİK 2017 yılı Hane Halkı İşgücü Anketi Mikro Veri Set.(HHİAMVS) kullanılarak işsizlerin demografik özellikleri belirlenmiş ve iş arama kanal tercihler ortaya konmaya çalışılmıştır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. İşsizlik ve İşsiz Kavramı

İşsizlik kavramı dilimizde işi olmayan kişiyi tariflemek üzere kullanılmakta ve iş kökünden türetilmektedir. İktisatçılara göre işsizlik kavramı; "*Çalışma istek ve gücünde olan, günün ücretleri üzerinden çalışmaya istekli ancak belirli sürelerde iş aramasına rağmen bulamayan kişiye işsiz, bu olguya da işsizlik denmektedir"* şeklinde ifade edilmektedir (Lordoğlu ve Özkaplan, 2003: 394). Bunlara ek olarak bazı iktisatçılar ise işsizliği işgücü arzı fazlalığı olarak ifade etmektelerdir (Elliott, 1997:466)

İşsizlik kavramı birey ve toplum açısından iki ayrı anlama çıkmaktadır. Birey açısından ele alındığında işsizlik, çalışma kabiliyeti olan, çalışmayı isteyen ve iş bulması halinde çalışmaya hazır olan ve gelir sağladığı bir işe sahip olmayan kişileri ifade etmekteyken, toplum açısından irdelendiğinde ise işgücünün kullanılmaması veya boşa harcanması olarak tanımlanmaktadır (Tokol ve Alper, 2018:128).

Uluslararası Çalışma Örgütüne (ILO) göre işsiz, işi olmayan, belirli bir süre zarfında iş aramak için faaliyette bulunan ve şu anda bir iş imkânı olsa çalışmaya istekli olan kişi olarak tanımlamaktadır (ILO, 2019a). Türkiye İstatistik Kurumuna göre ise işsiz; referans haftası içinde istihdam halinde olmayan (kar karşılığı, yevmiyeli, ücretli ya da ücretsiz olarak hiçbir işte çalışmamış ve böyle bir iş bağlantısı da olmayan) kişilerdir. Bu kişilerin işsiz olarak ifade edilebilmesi için, iş aramak için son üç ay içinde iş arama kanallarından en az birini kullanmış olması ve 15 gün içinde işbaşı yapabilecek durumda olan kurumsal olmayan çalışma çağındaki tüm kişiler olması gerekmektedir (TÜİK, 2019a). TÜİK ayrıca iş bulmuş, kendi işini kurmuş ancak işe başlamak için eksikliklerini tamamlamayı bekleyenlerden 15 gün içinde işbaşı yapabilecek durumda olanları da işsiz olarak nitelendirmektedir (Biçerli, 2016: 430).

3. ALAN ARAŞTIRMASI

Araştırma kapsamında öncelikle araştırmanın metodolojisi aktarılmış ve araştırmaya ilişkin nicel bulgular raporlanmıştır.

3.1.Araştırmanın Metodolojisi

Araştırma iki kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısım teorik kısımdır ve kitaplardan, internet kaynaklarından, makalelerden oluşmaktadır. Uygulama kısmında ise TÜİK 2017 HHİAMVS'nden yararlanılmıştır. TÜİK'ten elde edilen veriler SPSS istatistik programı kullanılarak, betimleyici bulgular ortaya konulmuştur.

3.2.Araştırmanın Demografik Bulguları

TÜİK 2017 yılı HHİAMVS'ne göre Türkiye'de işgücünün durumu incelenmiştir. Buna göre 59.893.816 kişi 15 yaş üstü işgücü durumunu ifade ederken, bunun %47,1'i istihdam içerisinde, %5,8'i işsiz, %47,2'si ise işgücüne dâhil olmayan kişileri ifade etmektedir (Tablo1).

Tablo 3. Ferdin İşgücü Durumu

	Sıklık	Yüzde	Geçerli %	Kümülatif %
İstihdam	28.188.894	47,1	47,1	47,1
İşsiz	3.454.295	5,8	5,8	52,8
İşgücüne dâhil olmayan	28.250.627	47,2	47,2	100,0
Toplam	59.893.816	100,0	100,0	

Kaynak: TÜİK 2017 yılı Hane Halkı İşgücü Anketi Mikro Veri Setlerinden Derlenmiştir.

TÜİK 2017 yılı HHİAMVS'ne göre 3.454.295 kişi işsizdir. İşsizlerin cinsiyetlerine göre dağılımı incelendiğinde katılımcıların %58,6'sı erkek, %41,4'ü kadındır (Tablo 2).

Tablo 4. Katılımcıların Cinsiyete Göre Dağılımı

	Sıklık	Yüzde	Geçerli %	Kümülatif %
Erkek	2.023.645	58,6	58,6	58,6
Kadın	1.430.650	41,4	41,4	100,0
Toplam	3.454.295	100,0	100,0	

Kaynak: TÜİK 2017 yılı Hane Halkı İşgücü Anketi Mikro Veri Setlerinden Derlenmiştir.

İstihdamda olanların cinsiyetlerine göre dağılımı incelendiğinde ise Türkiye'de 15 yaş üzerinde istihdamda olan bireylerin %69'u erkek iken, %31'i kadındır (Tablo 3).

Tablo 5. İstihdamda Olan Bireylerin Cinsiyetlerine Göre Dağılımı

	Sıklık	Yüzde	Geçerli %	Kümülatif %
Erkek	19.460.208	69,0	69,0	69,0
Kadın	8.728.686	31,0	31,0	100,0
Toplam	28.188.894	100,0	100,0	

Kaynak: TÜİK 2017 yılı Hane Halkı İşgücü Anketi Mikro Veri Setlerinden Derlenmiştir.

İşsiz bireylerine medeni durumları incelendiğinde, %47,8'inin hiç evlenmediği, %47'sinin evli olduğu, %4,5'inin boşandığı ve %0,6'sının eşinin öldüğü tespit edilmiştir. Araştırma neticesinde elde edilen veriler Tablo 4'te verilmektedir.

Tablo 6. Katılımcıların Medeni Durumlarına Göre Dağılımı

	Sıklık	Yüzde	Geçerli %	Kümülatif %
Hiç evlenmedi	1.652.000	47,8	47,8	47,8
Evli	1.624.011	47,0	47,0	94,8
Boşandı	156.215	4,5	4,5	99,4
Eşi öldü	22.068	,6	,6	100,0
Toplam	3.454.295	100,0	100,0	

Kaynak: TÜİK 2017 yılı Hane Halkı İşgücü Anketi Mikro Veri Setlerinden Derlenmiştir.

İşsiz bireylerin eğitim seviyeleri incelendiğinde katılımcıların %49,2'sinin ilköğretim eğitimi aldığı belirlenmiştir. İşsizlerin %25,8'i ise üniversite mezunudur (Tablo 5).

Tablo 7. Katılımcıların Eğitim Seviyesi

	Sıklık	Yüzde	Geçerli %	Kümülatif %
Okul Bitirmeyenler	186.975	5,4	5,4	5,4
Ilkokul-5 yıl	761.076	22,0	22,0	27,4
İlköğretim (8 yıl)	750.496	21,7	21,7	49,2
Y.Okul, Fakülte	890.767	25,8	25,8	75,0
Yüksek Lisans, Doktora	39.112	1,1	1,1	76,1
Genel Lise	424.880	12,3	12,3	88,4
Mesleki-Teknik Lise	400.989	11,6	11,6	100,0
Toplam	3.454.295	100,0	100,0	

Kaynak: TÜİK 2017 yılı Hane Halkı İşgücü Anketi Mikro Veri Setlerinden Derlenmiştir.

İşsiz bireylerin yaşları incelenmiştir. TÜİK 2017 yılı verilerine göre işsizlerin %30,9'u 15-24 yaş aralığında, %30,4'ü 25-34 yaş aralığında ve %20,7'si 35-44 yaş aralığındadır (Tablo 6).

Tablo 8. Katılımcıların Yaşlarına Göre Dağılımı

	Sıklık	Yüzde	Geçerli %	Kümülatif %
15-24 Yaş	1.068.964	30,9	30,9	30,9
25-34yaş	1.050.624	30,4	30,4	61,4
35-44yaş	716.672	20,7	20,7	82,1
45-54 yaş	429.302	12,4	12,4	94,5
55-65 yaş	174.851	5,1	5,1	99,6
66 yaş ve üzeri	13.882	,4	,4	100,0
Toplam	3.454.295	100,0	100,0	

Kaynak: TÜİK 2017 yılı Hane Halkı İşgücü Anketi Mikro Veri Setlerinden Derlenmiştir.

3.3.İşsiz Bireylerin İş Arama Kanalları

TÜİK işsiz bireylere hangi yollardan iş aradıklarını sormuştur. Buna göre katılımcılara doğrudan kendileri mi müracaat ettikleri, yoksa bir tanıdık aracılığı ile mi işe başvurdukları ya da hangi kurumlar veya yollar ile iş aradıkları sorulmuştur.

Buna göre işsizlere "*Doğrudan bir işveren başvurdunuz mu*?" şeklinde bir soru yöneltilmiş ve katılımcıların %61,7'si başvurduklarını, geri kalan %38,3'ü ise başvuru yapmadıklarını ifade etmişlerdir (Tablo 7).

Tablo 9.Doğrudan bir işverene başvurdunuz mu?

	Sıklık	Yüzde	Geçerli %	Kümülatif %
Evet	2.095.363	61,7	61,7	61,7
Hayır	1.302.826	38,3	38,3	100,0
Toplam	3.398.189	100,0	100,0	

Kaynak: TÜİK 2017 yılı Hane Halkı İşgücü Anketi Mikro Veri Setlerinden Derlenmiştir.

TÜİK işsiz bireylere "*Size iş bulmaları için eşe, dosta ricada bulundunuz mu*?" şeklinde soru yöneltildiğinde ise katılımcıların %91,9'u bu soruya evet şeklinde yanıt verirken, %8,1'i tanıdık vasıtasıyla iş aramadıklarını ifade etmişlerdir (Tablo 8).

Tablo 10.Size iş bulmaları için eşe, dosta ricada bulundunuz mu?

	Sıklık	Yüzde	Geçerli %	Kümülatif %
Evet	3.122.317	91,9	91,9	91,9
Hayır	275.872	8,1	8,1	100,0
Toplam	3.398.189	100,0	100,0	

Kaynak: TÜİK 2017 yılı Hane Halkı İşgücü Anketi Mikro Veri Setlerinden Derlenmiştir.

Katılımcılara "*Türkiye İş Kurumuna (İŞKUR) başvurdunuz mu*?" şeklinde bir yöneltilmiştir. İşsiz bireylerden Türkiye İş Kurumuna başvuru yapmak suretiyle iş arayanların oranı %29 iken, bu kanaldan iş aramayanlar ise %71 olarak tespit edilmiştir (Tablo 9).

Tablo 11.Türkiye İş Kurumuna (İŞKUR) başvurdunuz mu?

	Sıklık	Yüzde	Geçerli %	Kümülatif %
Evet	987.034	29,0	29,0	29,0
Hayır	2.411.156	71,0	71,0	100,0
Toplam	3.398.189	100,0	100,0	

Kaynak: TÜİK 2017 yılı Hane Halkı İşgücü Anketi Mikro Veri Setlerinden Derlenmiştir.

TÜİK işsiz bireylere "*Özel istihdam ofislerine başvurdunuz mu?*" şeklinde bir soru yöneltilmiştir. Katılımcıların %24,4'ü bu soruyu evet şeklinde yanıtlarken, katılımcıların %75,6'sı hayır şeklinde yanıtlamıştır (Tablo 10).

Tablo 12.Özel istihdam ofislerine başvurdunuz mu?(İnternetteki "kariyernet", "yenibiriscom" vb dahil)

	Sıklık	Yüzde	Geçerli %	Kümülatif %
Evet	830.199	24,4	24,4	24,4

Hayır	2.567.990	75,6	75,6	100,0
Toplam	3.398.189	100,0	100,0	

Kaynak: TÜİK 2017 yılı Hane Halkı İşgücü Anketi Mikro Veri Setlerinden Derlenmiştir.

TÜİK işsizlere "*Gazete, dergi veya internetteki iş ilanlarına baktınız mı?*" şeklinde bir soru yöneltilmiştir. İşsizlerin %25,9'u gazete, dergi ve internet yoluyla iş aradıklarını ifade etmekteyken, işsizlerin %74,1'inin ise bu iş arama kanalını kullanmadığını ifade etmektedirler (Tablo 11).

Tablo 13.Gazete, dergi veya internetteki iş ilanlarına baktınız mı?

	Sıklık	**Yüzde**	**Geçerli %**	**Kümülatif %**
Evet	881.770	25,9	25,9	25,9
Hayır	2.516.419	74,1	74,1	100,0
Toplam	3.398.189	100,0	100,0	

Kaynak: TÜİK 2017 yılı Hane Halkı İşgücü Anketi Mikro Veri Setlerinden Derlenmiştir.

İşsizlere iş bulmak için "*Gazeteye ilan verdiniz mi?"* şeklinde bir soru yöneltilmiştir. İşsizlerin %94,7'sinin gazeteye ilan vermediği belirlenmiştir (Tablo 12).

Tablo 14.Gazeteye ilan verdiniz veya cevaplandırdınız mı?

	Sıklık	**Yüzde**	**Geçerli %**	**Kümülatif %**
Evet	179.221	5,3	5,3	5,3
Hayır	3.218.968	94,7	94,7	100,0
Toplam	3.398.189	100,0	100,0	

Kaynak: TÜİK 2017 yılı Hane Halkı İşgücü Anketi Mikro Veri Setlerinden Derlenmiştir.

TÜİK işsizlere "*Sözlü ya da yazılı iş sınavına, mülakata girdiniz mi?"* şeklinde bir soru yöneltilmiştir. Katılımcıların %92,9'u böyle bir sınava veya mülakata girmedikleri tespit edilmiştir. Araştırma neticesinde elde edilen veriler Tablo 13'de özetlenmektedir.

Tablo 15.Sözlü ya da yazılı iş sınavına mülakata girdiniz mi?

	Sıklık	**Yüzde**	**Geçerli %**	**Kümülatif %**
Evet	239.697	7,1	7,1	7,1
Hayır	3.158.493	92,9	92,9	100,0
Toplam	3.398.189	100,0	100,0	

Kaynak: TÜİK 2017 yılı Hane Halkı İşgücü Anketi Mikro Veri Setlerinden Derlenmiştir.

İşsizlere "*Kendi işyerinizi kurmak amacıyla mekân veya araç gereç baktınız mı?*" şeklinde bir soru yöneltilmiştir. Katılımcıların %97,8'sinin işyeri kurmak amacıyla mekân veya araç gereç bakmadığı tespit edilmiştir (Tablo 14).

Tablo 16.Kendi işyerinizi kurmak amacıyla mekân veya araç gereç baktınız mı?

	Sıklık	**Yüzde**	**Geçerli %**	**Kümülatif %**
Evet	73.667	2,2	2,2	2,2
Hayır	3.324.523	97,8	97,8	100,0
Toplam	3.398.189	100,0	100,0	

Kaynak: TÜİK 2017 yılı Hane Halkı İşgücü Anketi Mikro Veri Setlerinden Derlenmiştir.

İşsizlere *"Kendi işyerinizi kurmak amacıyla kredi, lisans vb araştırmalar yaptınız mı*?" şeklinde bir soru yöneltilmiş ve katılımcıların %98,2'si kendi işini kurmayı istemediklerini ifade etmiştir. Elde edilen veriler Tablo 15'te verilmektedir.

Tablo 17.Kendi işyerinizi kurmak amacıyla kredi, lisans vb araştırmalar yaptınız mı?

	Sıklık	Yüzde	Geçerli %	Kümülatif %
Evet	61.914	1,8	1,8	1,8
Hayır	3.336.276	98,2	98,2	100,0
Toplam	3.398.189	100,0	100,0	

Kaynak: TÜİK 2017 yılı Hane Halkı İşgücü Anketi Mikro Veri Setlerinden Derlenmiştir.

İşsizlerin ne tür iş aradıkları incelendiğinde ise %23,6'sının hizmet ve satış elemanı olarak çalışmayı istedikleri belirlenmiştir.

Tablo 18.Aranılan iş ya da mesleğin kodu

	Sıklık	Yüzde	Geçerli %	Kümülatif %
Yöneticiler	58.212	1,7	1,7	1,7
Profesyonel Meslek Mensupları	480.126	14,1	14,1	15,9
Yardımcı Prof.Mes.Mens.	266.391	7,8	7,8	23,7
Büro ve Müşteri Hizmetleri	470.518	13,8	13,9	37,6
Hizmet ve Satış Elemanları	803.227	23,6	23,7	61,2
Nit. Tarım, Orman ve Su Ür.	20.676	,6	,6	61,8
Sanatkâr, vb	430.042	12,7	12,7	74,5
Tesis ve Mak.Op. ve Montajcı	282.102	8,3	8,3	82,8
Nit.gerektirmeyen işlerde Çalış.	584.336	17,2	17,2	100,0
Toplam	3.395.631	99,9	100,0	
Kaçan Veri	2.559	,1		
Toplam	3.398.189	100,0		

İşsizlerin %17,2'si nitelik gerektirmeyen işlerde çalışmayı tercih ettikleri, %14,1'inin profesyonel meslek mensubu olarak çalışmayı tercih ettikleri belirlenmektedir (Tablo 16).

4. Sonuç ve Değerlendirme

Ülkemiz açısından işsizlik, çözüme kavuşturulması gereken önemli bir sosyal sorundur. Bu çalışma işsizlik ile ilgili olarak, işsizlerin demografik özelliklerini ve onların iş arama kanallarını tespit etmek maksadıyla gerçekleşmiştir. Çalışma kapsamında TÜİK 2017 yılı HHİAMVS'nden nicel veriler çekilmiş ve SPSS istatistik paket programı yardımıyla bulgulara ulaşılmıştır.

Ülkemizde 2017 yılı TÜİK HHİAMVS'ne göre 3.454.295 kişi, işsiz durumdadır. İşsizlerin %58,6'sı erkek, %41,4'ü kadındır. İstihdamda ise 28.188.854 kişi faaliyet göstermekte iken, bu kişilerin %69'u erkek, %31'i kadın olarak karşımıza çıkmaktadır. İki değişken bir arada

değerlendirildiğinde işsiz içindeki kadınların oranı, istihdam içindeki kadınların oranında daha fazla olduğu belirlenmiştir.

Medeni durumları incelendiğinde işsizlerin %47,8'inin hiç evlenmediği, %47'sinin evli olduğu saptanmıştır. Eğitim seviyeleri incelenmiş ve %49,2'sinin 8 yıllık ilköğretim ve altında bir eğitime sahip oldukları belirlenmiştir. Üniversite mezunu işsiz sayısı da azımsanmayacak kadar fazladır (%25,8). Araştırmada işsizlerin yaşları dikkate alınarak inceleme yapıldığında, genç işsizliğinin fazla olduğu saptanmıştır Nitekim işsizlerin %30,9'u 15-24 yaş aralığında iken, %30,4'ü 25-34 yaş aralığındadır.

İşsizler, iş arama kanalları bakımından incelendiğinde ise en fazla eş dost vasıtası ile aradıkları tespit edilmiştir. İşsizlerin %91,9'u eşe dosta söyleyerek iş aradıklarını ifade etmişlerdir. Bunu, doğrudan işverene başvuru yapanlar takip etmektedir. İşverene doğrudan başvuru yapmak suretiyle iş arayanların oranı %61,7 olarak karşımıza çıkmaktadır. İşsizler içerisinde iş arama yolu olarak İŞKUR'a müracaat edenler %29 iken, özel istihdam bürolarına başvuranların oranı ise %24,4 olarak belirlenmiştir. İletişim araçlarını kullanmak suretiyle iş ilanına başvuranlar %25,9 iken, kendi gazeteye ilan verenler ise %5,3 olarak belirlenmiştir. Bir işe başvurup da sınava veya mülakata girenlerin oranı %7,1'dir. Kendi işini kurmak maksadıyla araç ve/veya mekân bakan işsizlerin oranı da %2,2 iken, iş kurmak için kredi ve lisans vb. başvuru yapanların oranı ise %1,8 olarak karşımıza çıkmaktadır.

İşsizlerin hangi tür iş aradıkları incelendiğinde ise en çok %23,6 ile hizmet ve satış elemanları karşımıza çıkmaktadır. Bunu nitelik gerektirmeyen işler (%17,2), Profesyonel meslek mensupları (14,1) ve büro ve müşteri hizmetleri (13,8) gibi işler izlemektedir.

Sonuç olarak ifade etmek gerekirse, ülkemizde işsizlik gün geçtikçe artmaktadır. İşsizlerin eğitim seviyeleri oldukça düşüktür. Genç işsizliği oldukça fazladır. İşsiz bireyler en fazla eşe dosta söylemek suretiyle iş aramaktalardır. Bu durum liyakat kavramının önemini yitirmesine vesile olmakta ve işin niteliğine sirayet etmektedir. Devlet eliyle örgütlenen İŞKUR'a olan müracaatların oldukça geri kaldığı belirlenmiştir. Bu bağlamda İŞKUR yaptığı teşviklerden işsizleri haberdar etmeli, kamu spotları sunulmalı, halk eğitim merkezlerinde bilinçlendirme kampanyaları düzenlenmelidir. Öte yandan işsiz bireyler için, kendi işini kurmaktan ziyade başkasına bağımlı olarak çalışmayı tercih etmektelerdir.

KAYNAKÇA

Biçerli, K. (2016). Çalışma Ekonomisi. Beta Yayınları. İstanbul.

Elliott, R. (1997). Karşılaştırmalı Çalışma Ekonomisi, Ankara Üniversitesi Rektörlüğü Yayınları, Yayın no:210. Ankara.

ILO (2019a). https://www.ilo.org/ilostat/faces/ilostat-home/metadata?_adf.ctrl-state=it3tfaswz_4&_afrLoop=1619606843754444#! Erişim Tarihi: 10/02/2019.

Lordoğlu, K. Özkaplan, N. (2003). Çalışma İktisadı. Der Yayınları. İstanbul.

Tokol, A. Alper, Y. (2018). Sosyal Politika. Dora Yayınları.

Türkiye İstatistik Kurumu (2017) Hane Halkı İşgücü Anketi Mikro Veri Setleri

TürkiyeİstatistikKurumu(2019a).http://www.tuik.gov.tr/MicroVeri/Hia_2006/turkce/metaveri/tanim/index.html Erişim Tarihi: 09/02/2019.

3rd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 28-30 June 2019, Lefkosa

Kayıt Dışı İstihdam: Türkiye'de Genç İstihdam Üzerine Bir Araştırma

Inst. Dilek ŞENEL
Pamukkale University, Kale HS
dsenel@pau.edu.tr

ÖZET

Kayıt dışı istihdam, toplumları ve toplumların geleceklerini etkileyen önemli bir sosyo-ekonomik sorundur. Bu sorunun çözümü noktasında farklı mücadele yolları denense de, günümüzde halen kayıt dışı istihdam oranında arzu edilen bir seviye tutturulamamıştır. Yaşları 15-24 aralığındaki gençler incelendiğinde, kayıt dışı istihdama ilişkin olarak daha ağır bir tablo ile karşılaşılmaktadır. Nitekim Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) 2017 verilerine göre ülkemizde genel kayıt dışılık oranı % 34 iken, gençlerde bu oran % 45,6 olarak belirlenmektedir. Bu çalışmanın amacı; Türkiye'de 15-24 yaş aralığında istihdamda yer alan gençlerin kayıt dışı çalışmaya ilişkin durumlarını tespit etmektir. Bu bağlamda TÜİK 2017 yılı Hane Halkı İşgücü Anketi Mikro Veri Setleri kullanılarak bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Araştırma neticesinde gençlerde kayıt dışı çalışmanın, genel kayıt dışı çalışma oranına göre yüksek olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, gençlerde cinsiyet, eğitim seviyesi, işteki durum ve işyeri durumu ile kayıt dışı çalışma arasında ilişki olduğu saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kayıt Dışı İstihdam, Genç Kayıt Dışılığı, 15-24 Yaş Kayıt Dışı Çalışma, TÜİK Hane Halkı İşgücü Mikro Veri Setleri

Unrecorded Employment: An Investigation on Youth Employment in Turkey

ABSTRACT

Informal employment is an important socio-economic problem affecting societies and their future. Although different ways of struggle have been tried to solve this problem, today, the desired level of unrecorded employment has not been achieved yet. When the young people between the ages of 15-24 are examined, a more severe picture is observed regarding unrecorded employment. Indeed, Turkey Statistical Institute (TSI) overall informality rate in our country, according to 2017 data, while 34% of young people in this ratio is determined as 45.6%. The aim of this study; Located in the unregistered youth employment in the 15-24 age range in Turkey it is to determine the status of the study. In this context, a research was conducted by using TurkStat 2017 Household Labor Force Survey Micro Data Sets. As a result of the research, it is determined that the unrecorded employment among youth is higher than the general unrecorded employment rate. In addition, it was found that there is a relationship between gender, education level, job status and workplace status and unrecorded employment in young people.

Keywords: Unrecorded Employment, Young Informality, 15-24 Age Unrecorded Employment, TURKSTAT Household Labor Force Micro Data Sets

1. Giriş

Kayıt dışı istihdam birkaç farklı şekilde karşımıza çıkmaktadır. Bunlardan birisi; kayda alınması gereken çalışanların, hiçbir kamu kurumuna bildirilmemesidir. Bu kayıt dışılık şekli işçinin tamamen kayıt dışı olarak hizmet verdiğini göstermektedir. Bir diğeri; işçinin ilgili kuruma kayıtlı olmasına rağmen, ilgili kuruma yapılan gün bildiriminin gerçeğin altında gösterilmesidir. Örneğin; bir ay boyunca çalışan işçinin sigorta gününün 30 gün bildirilmesi gerekirken, 20 gün bildirilmesi gibi. İstihdama yönelik farklı bir kayıt dışılık şekli ise; işçilerin gerçek ücretleri üzerinden sigorta bildirimlerinin yapılmamasını ifade etmektedir. Kişi asgari ücretin üzerinde bir ücret ile çalışırken, asgari ücret üzerinden sigortaya bildirilmesidir. Bir diğer kayıt dışılık türü ise, kişi esas işinden dolayı kayıtlı olarak çalışmaktadır, ancak ikinci bir iş yapmaktadır. İkinci işinden kayıt dışı çalışmaktadır. Ancak her ne şekilde karşımıza çıkarsa

çıkan, kayıt dışı istihdam mücadele edilmesi gereken önemli sorunlar arasında yer almaktadır. Çünkü enflasyon, işsizlik, gelir dağılımı, yoksulluk, mevzuattan kaynaklanan nedenler, hızlı nüfus artışı, eğitim seviyesi, üretim sistemlerinde meydana gelen ve değişim ve dönüşümler kayıt dışı istihdamı etkilemektedir. Bu sosyal sorunlardan en fazla etkilenenler ise 15-24 yaş aralığında çalışan gençlerdir. Toplumsal olgularda yaşanan bu etkiler, gençleri kayıt dışı çalışmaya yöneltmektedir.

Bu çalışmanın amacı, Türkiye'de 15-24 yaş aralığından faaliyet gösteren gençlerin kayıt dışı çalışmaya ilişkin durumlarını ortaya koymaktır. Çalışma iki bölümden oluşmaktadır. Bölümlerden biri teori bölümünü, diğeri uygulama bölümünü ifade etmektedir. Teori bölümünde kayıt dışı çalışma kavramı açıklanmıştır. Uygulama bölümünde ise alan araştırması yapılmış ve TÜİK 2017 yılı Hane Halkı İşgücü Anketi Mikro Veri Setinden (HHİAMVS) yararlanılmıştır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Kayıt Dışı İstihdam Kavramı

Kayıt dışı istihdam kavramı, ilk kez Uluslararası Çalışma Örgütünün (ILO) 1970 yılında Dünya İstihdam Programı kapsamındaki Kenya Raporunda tanımlanmıştır (Çelik ve Güney, 2017: 215). Kenya Raporunda işsizlerin durumu irdelenmiş ve kayıtlı sektörde kendilerine yer bulamayan işsiz bireylerin kayıt dışı sektörde faaliyet gösterdikleri belirlenmiştir (Dam, Ertekin, Kızılca, 2018: 298).

Kayıt istihdam kavramına yönelik farklı tanımlamalar yapılmaktadır. Örneğin Avrupa Birliğinde (AB) kayıt dışı istihdam, bildirilmemiş istihdam olarak tanımlanmaktayken, Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) ülkelerinde saklanmış istihdam olarak ifade edilmektedir (İzgi, 2014: 94-95). TÜİK'e göre ise kayıt dışı istihdam; referans haftası içinde yaptığı işten dolayı herhangi bir sosyal güvenlik kuruluşuna kayıtlı olmayanları ifade etmektedir (TÜİK, 2019a).

Kayıt dışı istihdam farklı şekillerde karşımıza çıkmaktadır. Örneğin kayıt dışı çalışma, resmi kurumlara bildirilmesi gereken kişilerin hiçbir kuruma bildirilmemesi şeklinde olabilmektedir. Bunun yanı sıra kuruma bildirimi olmakla birlikte çalışanların gün sayıları veya kazanç miktarları eksik olarak bildirilebilmektedir ya da usulüne uygun bildirilmemektedir (Karadeniz ve Karadeniz, 2016). Farklı bir kayıt dışılık yolu da çalışanların iki işte birlikte çalışmaları ve ikinci işinde kayıtlı olmaması şeklinde karşımıza çıkabilmektedir (Özcan, 2011: 70). Genel olarak bakıldığında ikinci işte çalışanlar pazarcılık, kahve işletmeciliği, emlakçılık, işportacılık

gibi işler yürütmektedirler. İkinci işte çalışmanın nedeni ise gelirlerinin geçimlerini karşılamaya yetmemesidir (Güloğlu, Korkmaz, Kip, 2003: 55).

3. ALAN ARAŞTIRMASI

3.1.Araştırmanın Metodolojisi ve Bulguları

Araştırma teorik ve uygulama kısmından oluşmaktadır. Teori kısmında, literatür araştırılmış ve kayıt dışı istihdama yönelik bilgiler derlenmiştir. Uygulama kısmında ise TÜİK 2017 HHİAMVS'nden yararlanılarak bulgulara ulaşılmıştır.

3.2.Araştırmanın Demografik Bulguları

Araştırma kapsamında öncelikle TÜİK 2017 yılı HHİAMVS kullanılmak suretiyle Türkiye'de işgücü durumu incelenmiştir. Buna göre Türkiye'de toplam 59.893.816 kişi 15 yaş üzerinde kurumsal olmayan nüfusu ifade etmektedir. Bu kişilerin %47,1'i istihdam içerisinde yer almaktayken, %5,8'i işsiz ve %47,2'si ise işgücüne dâhil değildir (Tablo 1).

Tablo 19.Genel Ferdin işgücü durumu

	Sıklık	Yüzde	Geçerli %	Kümülatif %
İstihdam	28.188.894	47,1	47,1	47,1
İşsiz	3.454.295	5,8	5,8	52,8
İşgücüne dâhil olmayan	28.250.627	47,2	47,2	100,0
Toplam	59.893.816	100,0	100,0	

Kaynak: TÜİK 2017 yılı Hane Halkı İşgücü Anketi Mikro Veri Setlerinden Derlenmiştir.

Türkiye'de 15-24 yaş arası işgücünün durumu incelendiğinde ise, toplam 11.875.173 kişi bulunmaktadır. Bu kişilerin %34,3'ü istihdam içerisinde yer almaktadır. İlgili yaş aralığında yer alan kişilerin %9'u işsiz iken, %56,7'si işgücüne dâhil değildir (Tablo 2). Tüm yaşlar dikkate alınmak suretiyle yapılan araştırma neticesinde 2017 yılı için işsizlik oranı %10,9 iken, genç nüfus içerisinde işsizlik oranı %20,8 olarak karşımıza çıkmaktadır. Öte yandan Türkiye genelinde istihdam oranı %47,1 iken, gençlerde bu oran %34,3, işgücüne dâhil olmama durumu Türkiye genelinde %47,2 iken, gençlerde bu oran %56,7 olarak karşımıza çıkmaktadır.

Tablo 20. 15-24 Yaş Arası Ferdin İşgücü Durumu

	Sıklık	Yüzde	Geçerli %	Kümülatif %
İstihdam	4.077.310	34,3	34,3	34,3
İşsiz	1.068.964	9,0	9,0	43,3
İşgücüne dâhil olmayan	6.728.899	56,7	56,7	100,0
Toplam	11.875.173	100,0	100,0	

Kaynak: TÜİK 2017 yılı Hane Halkı İşgücü Anketi Mikro Veri Setlerinden Derlenmiştir.

Türkiye'de 15-24 yaş aralığında istihdamda yer alan 4.077.310 kişi faaliyet göstermektedir. Bu kişilerin demografik olarak dağılımları incelendiğinde ise %67'sinin erkek, %33'ünün kadın olduğu saptanmıştır. Elde edilen veriler Tablo 3 'de verilmektedir.

Tablo 21. Genç İstihdamın Cinsiyete Göre Dağılımı

	Sıklık	Yüzde	Geçerli %	Kümülatif %
Erkek	2.730.619	67,0	67,0	67,0
Kadın	1.346.691	33,0	33,0	100,0
Toplam	4.077.310	100,0	100,0	

Kaynak: TÜİK 2017 yılı Hane Halkı İşgücü Anketi Mikro Veri Setlerinden Derlenmiştir.

4857 sayılı İş Kanunun 71.maddesine göre; on beş yaşını doldurmamış çocukların çalıştırılması yasaktır. Buna istinaden gençlerde yaşlara göre dağılımlara bakılacak olursa, 15-19 yaş aralığında çalışan gençler, %36,4 olarak karşımıza çıkarken, 20-24 yaş aralığında olan gençlerin oranı %63,6 olarak karşımıza çıkmaktadır (Tablo 4).

Tablo 22. Genç İstihdamın Yaşlarına Göre Dağılımı

	Sıklık	Yüzde	Geçerli %	Kümülatif %
15-19 Yaş	1.485.819	36,4	36,4	36,4
20-24 Yaş	2.591.491	63,6	63,6	100,0
Toplam	4.077.310	100,0	100,0	

Kaynak: TÜİK 2017 yılı Hane Halkı İşgücü Anketi Mikro Veri Setlerinden Derlenmiştir.

İstihdamın içerisinde faaliyet gösteren gençlerin doğum yerlerine göre dağılımları incelenmiş ve Tablo 5'te özetlenmiştir. Buna göre genç nüfusun %97,1'i Türkiye doğumlu iken %2,9'u Türkiye dışında doğmuştur.

Tablo 23. Genç İstihdamın Doğum Yerlerine Göre dağılımı

	Sıklık	Yüzde	Geçerli %	Kümülatif %
Türkiye	3.958.287	97,1	97,1	97,1
Yurtdışı	119.023	2,9	2,9	100,0
Toplam	4.077.310	100,0	100,0	

Kaynak: TÜİK 2017 yılı Hane Halkı İşgücü Anketi Mikro Veri Setlerinden Derlenmiştir.

İstihdam içerisinde yer alan gençlerin eğitim seviyeleri incelenmiştir. Buna göre gençlerin %58,1'i ilköğretim mezunudur. Gençlerde üniversite mezunu olanların sayısı da %14,8'dir (Tablo 6).

Tablo 24. Genç İstihdamın Eğitim Seviyesi

	Sıklık	Yüzde	Geçerli %	Kümülatif %
Okul Bitirmeyenler	257.290	6,3	6,3	6,3
Ilkokul-5 yıl	73.013	1,8	1,8	8,1
İlköğretim (8 yıl)	2.039.488	50,0	50,0	58,1
Y.Okul, Fakülte	603.253	14,8	14,8	72,9
Yüksek Lisans, Doktora	5.215	,1	,1	73,0
Genel Lise	417.623	10,2	10,2	83,3
Mesleki-Teknik Lise	681.428	16,7	16,7	100,0
Toplam	4.077.310	100,0	100,0	

Kaynak: TÜİK 2017 yılı Hane Halkı İşgücü Anketi Mikro Veri Setlerinden Derlenmiştir.

Genç nüfusun işteki durumu incelenmiş ve %76,9'unun ücretli veya maaşlı olarak çalıştıkları tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra ücretsiz aile işçisi olarak çalışanların oranı da %19,4'tür (Tablo 7).

Tablo 7. Genç İstihdamın İşteki Durumuna Göre Dağılımı

	Sıklık	Yüzde	Geçerli %	Kümülatif %
Ücretli&maaşlı	3.133.600	76,9	76,9	76,9
İşveren	28.144	,7	,7	77,5
Kendi hesabına Çalışan	123.635	3,0	3,0	80,6
Ücretsiz aile işçisi	791.931	19,4	19,4	100,0
Toplam	4.077.310	100,0	100,0	

Kaynak: TÜİK 2017 yılı Hane Halkı İşgücü Anketi Mikro Veri Setlerinden Derlenmiştir.

Gençlerin özel sektör de mi, yoksa kamu da çalıştığını belirlemek üzere analizler gerçekleştirilmiş ve gençlerin %94,1'inin özel sektörde faaliyet gösterdiği, %5,5'inin ise kamuda faaliyet gösterdiği belirlenmiştir (Tablo 8).

Tablo 8. Genç İstihdamın İşyeri Statüsü

	Sıklık	Yüzde	Geçerli %	Kümülatif %
Özel	3.835.582	94,1	94,1	94,1
Kamu	222.407	5,5	5,5	99,5
Diğer	19.321	,5	,5	100,0
Toplam	4.077.310	100,0	100,0	

Kaynak: TÜİK 2017 yılı Hane Halkı İşgücü Anketi Mikro Veri Setlerinden Derlenmiştir.

Gençlerin, çalıştıkları işletme ölçeği incelendiğinde ise, 10 ve daha az kişinin çalıştığı işyerinde faaliyet gösterenlerin oranı %57,6 olarak karşımıza çıkarken, %20,4'ü işletme ölçeği 50 ve daha fazla olan işyerlerinde faaliyet gösterdikleri saptanmıştır (Tablo 9).

Tablo 9. Genç İstihdamın Çalıştığı İşyeri Ölçeği

	Sıklık	Yüzde	Geçerli %	Kümülatif %
10 ve daha az	2.346.871	57,6	57,6	57,6
11-19 kişi	287.403	7,0	7,0	64,6
20-49 kişi	605.903	14,9	14,9	79,5
50 veya daha fazla	833.036	20,4	20,4	99,9
Bilmiyor, ama 10'dan fazla	4.097	,1	,1	100,0
Toplam	4.077.310	100,0	100,0	

Kaynak: TÜİK 2017 yılı Hane Halkı İşgücü Anketi Mikro Veri Setlerinden Derlenmiştir.

Gençlerin Sosyal Güvenlik Kurumuna (SGK) kayıtlı olup olmadıkları araştırılmıştır. Buna göre katılımcıların %54,4'ü kayıtlı olarak çalışmakta iken, %45,6'sının kayıt dışı olarak çalışmaktadır (Tablo 10).

Tablo 25. Genç İstihdamın SGK'na Kayıtlılığı

	Sıklık	Yüzde	Geçerli %	Kümülatif %

Evet	2.218.643	54,4	54,4	54,4
Hayır	1.858.668	45,6	45,6	100,0
Toplam	4.077.310	100,0	100,0	

Kaynak: TÜİK 2017 yılı Hane Halkı İşgücü Anketi Mikro Veri Setlerinden Derlenmiştir.

2017 yılı itibariyle ülke genelinde kayıt dışı çalışanlar incelendiğinde ise kayıt çalışma oranı %66 iken, kayıt dışı çalışma oranı %34 olarak karşımıza çıkmaktadır. Buna göre gençlerde kayıt dışı çalışma, daha fazla olarak saptanmıştır (Tablo 11).

Tablo 11. 2017 yılı İstihdamın Kayıtlılık Oranı

	Sıklık	**Yüzde**	**Geçerli %**	**Kümülatif %**
Evet	18.613.546	66,0	66,0	66,0
Hayır	9.575.348	34,0	34,0	100,0
Toplam	28.188.894	100,0	100,0	

Kaynak: TÜİK 2017 yılı Hane Halkı İşgücü Anketi Mikro Veri Setlerinden Derlenmiştir.

3.3.Gençlerde Cinsiyet İle Kayıt Dışı çalışma Arasındaki İlişki

Gençlerde cinsiyet ile kayıt dışı çalışma arasında bir ilişki olup olmadığını belirlemek maksadıyla ki-kare analizi yapılmış ve iki değişken arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur (pearson ki kare=7636,086; s.d.= 1; p= .000). Analiz sonuçlarına göre kayıt dışı çalışanların %69,2'si erkek iken, %30,8'i kadın olarak karşımıza çıkmaktadır (Tablo 12).

Tablo 12. Cinsiyet ile Kayıt Dışı Çalışma Arasındaki İlişki

		Kayıtlılık		
		Evet	**Hayır**	**Toplam**
Erkek	Sayı	1.444.517	1.286.102	2.730.619
	% Cinsiyet	52,9%	47,1%	100,0%
	% Kayıtlılık	65,1%	69,2%	67,0%
	% Toplam	35,4%	31,5%	67,0%
Kadın	Sayı	774.125	572.566	1.346.691
	% Cinsiyet	57,5%	42,5%	100,0%
	% Kayıtlılık	34,9%	30,8%	33,0%
	% Toplam	19,0%	14,0%	33,0%
Toplam	Sayı	2.218.642	1.858.668	4.077.310
	% Cinsiyet	54,4%	45,6%	100,0%
	% Kayıtlılık	100,0%	100,0%	100,0%
	% Toplam	54,4%	45,6%	100,0%

Kaynak: TÜİK 2017 yılı Hane Halkı İşgücü Anketi Mikro Veri Setlerinden Derlenmiştir.

3.4.Gençlerde Eğitim Seviyesi İle Kayıt Dışı çalışma Arasındaki İlişki

Literatürde kayıt dışı çalışma ile eğitim seviyesi arasında ilişki olduğu ve iki değişkenin birbirini etkilediği yönünde araştırmalar bulunmaktadır. Buna göre eğitim seviyesi yükseldikçe kayıt dışı çalışma azalırken, eğitim seviyesi düştükçe kayıt dışı çalışma artmaktadır. Bu iki değişken arasındaki ters oranlı ilişkinin var olup olmadığı belirlemek amacıyla ki kare analizi

yapılmış ve iki değişken arasında ilişki tespit edilmiştir (pearson ki kare=518074,306; s.d.= 6; p= .000). Kayıt dışı çalışanlar içerisinde en büyük grubu ilköğretim 8 yıl mezunları oluşturmaktır (Tablo 13).

Tablo 13. Eğitim Seviyesi ile Kayıt Dışı Çalışma Arasındaki İlişki

		Kayıtlılık		
		Evet	**Hayır**	**Toplam**
Okul Bitirmeyen	Sayı	54.688	202.602	257.290
	% Eğitim Seviyesi	21,3%	78,7%	100,0%
	% Kayıtlılık	2,5%	10,9%	6,3%
	% Toplam	1,3%	5,0%	6,3%
5 yıl İlkokul	Sayı	15.894	57.119	73.013
	% Eğitim Seviyesi	21,8%	78,2%	100,0%
	% Kayıtlılık	0,7%	3,1%	1,8%
	% Toplam	0,4%	1,4%	1,8%
8 yıl İlköğretim	Sayı	906.651	1.132.837	2.039.488
	% Eğitim Seviyesi	44,5%	55,5%	100,0%
	% Kayıtlılık	40,9%	60,9%	50,0%
	% Toplam	22,2%	27,8%	50,0%
Yüksekokul Fakülte	Sayı	505.467	97.786	603.253
	% Eğitim Seviyesi	83,8%	16,2%	100,0%
	% Kayıtlılık	22,8%	5,3%	14,8%
	% Toplam	12,4%	2,4%	14,8%
Yüksek Lisans Doktora	Sayı	4.711	503	5.214
	% Eğitim Seviyesi	90,4%	9,6%	100,0%
	% Kayıtlılık	0,2%	0,0%	0,1%
	% Toplam	0,1%	0,0%	0,1%
Genel Lise	Sayı	248.462	169.161	417.623
	% Eğitim Seviyesi	59,5%	40,5%	100,0%
	% Kayıtlılık	11,2%	9,1%	10,2%
	% Toplam	6,1%	4,1%	10,2%
Mesleki Teknik Lise	Sayı	482.768	198.659	681.427
	% Eğitim Seviyesi	70,8%	29,2%	100,0%
	% Kayıtlılık	21,8%	10,7%	16,7%
	% Toplam	11,8%	4,9%	16,7%
Toplam	Sayı	2.218.641	1.858.667	4.077.308
	% Eğitim Seviyesi	54,4%	45,6%	100,0%
	% Kayıtlılık	100,0%	100,0%	100,0%
	% Toplam	54,4%	45,6%	100,0%

Kaynak: TÜİK 2017 yılı Hane Halkı İşgücü Anketi Mikro Veri Setlerinden Derlenmiştir.

3.5.Gençlerde İşteki Durum İle Kayıt Dışı çalışma Arasındaki İlişki

TÜİK işteki durumu dört gruba ayırmaktadır. Buna göre ücretli/maaşlı çalışanlar, işverenler, kendi hesabına çalışanlar ve ücretsiz aile işçileri olarak ayrılmaktadır. Genel olarak incelendiğinde ücretli/maaşlı çalışanların kayıt dışılığı oldukça yüksektir. Gençlerde bu durumu kıyaslamak maksadıyla işteki durum ile kayıt dışı çalışma arasında bir ilişki olup olmadığı ki kare analizi yapılarak araştırılmıştır. Ki kare analizi sonuçlarına göre işteki durum ile kayıt dışı çalışma arasında bir ilişki olduğu saptanmıştır (pearson ki kare=935477,745; s.d.= 3; p= .000). Ki kare analizi sonuçlarına göre en yüksek kayıt dışı çalışma ücretli/maaşlı çalışanlarda olduğu saptanmıştır (Tablo 14).

Tablo 14. İşteki Durum İle Kayıt Dışı Çalışma Arasındaki İlişki

		Kayıtlılık		
		Evet	**Hayır**	**Toplam**
Ücretli Maaşlı	Sayı	2.098.321	1.035.279	3.133.600
	% İşteki Durumu	67,0%	33,0%	100,0%
	% Kayıtlılık	94,6%	55,7%	76,9%
	% Toplam	51,5%	25,4%	76,9%
İşveren	Sayı	22.991	5.153	28.144
	% İşteki Durumu	81,7%	18,3%	100,0%
	% Kayıtlılık	1,0%	0,3%	0,7%
	% Toplam	0,6%	0,1%	0,7%
Kendi Hesabına Çalışan	Sayı	36.500	87.135	123.635
	% İşteki Durumu	29,5%	70,5%	100,0%
	% Kayıtlılık	1,6%	4,7%	3,0%
	% Toplam	0,9%	2,1%	3,0%
Ücretsiz Aile İşçisi	Sayı	60.831	731.100	791.931
	% İşteki Durumu	7,7%	92,3%	100,0%
	% Kayıtlılık	2,7%	39,3%	19,4%
	% Toplam	1,5%	17,9%	19,4%
Toplam	Sayı	2.218.643	1.858.667	4.077.310
	% İşteki Durumu	54,4%	45,6%	100,0%
	% Kayıtlılık	100,0%	100,0%	100,0%
	% Toplam	54,4%	45,6%	100,0%

Kaynak: TÜİK 2017 yılı Hane Halkı İşgücü Anketi Mikro Veri Setlerinden Derlenmiştir.

3.6.Gençlerde İşyeri Durumu İle Kayıt Dışı çalışma Arasındaki İlişki

TÜİK işyeri durumunu; tarla ve bahçe, düzenli işyeri, pazar yeri, seyyar ve evde olmak üzere kategorize etmektedir. Buna göre işyeri durumu ile kayıt dışı çalışma arasında bir ilişki olup olmadığı belirlemek maksadıyla ki kare analizi yapılmış ve ilişki saptanmıştır (pearson ki kare=1022494,361; s.d.= 4; p= .000). Gençlerden en fazla kayıt dışı çalışma; tarla ve bahçede (%95,6) görülmekteyken, en düşük kayıt dışı çalışma düzenli işyerinde (%32,6) çalışanlarda görülmektedir. (Tablo 15).

Tablo 15. İşyeri Durumu İle Kayıt Dışı Çalışma Arasındaki İlişki

		Kayıtlılık		
		Evet	**Hayır**	**Toplam**
Tarla, Bahçe	Sayı	31.839	689.097	720.936
	% İşyeri Durumu	4,4%	95,6%	100,0%
	% Kayıtlılık	1,6%	37,8%	18,8%
	% Toplam	0,8%	18,0%	18,8%
Düzenli İşyeri	Sayı	1.925.888	931.464	2.857.352
	% İşyeri Durumu	67,4%	32,6%	100,0%
	% Kayıtlılık	95,6%	51,1%	74,5%
	% Toplam	50,2%	24,3%	74,5%
Pazar Yeri	Sayı	3.142	17.297	20.439
	% İşyeri Durumu	15,4%	84,6%	100,0%
	% Kayıtlılık	0,2%	0,9%	0,5%
	% Toplam	0,1%	0,5%	0,5%
Seyyar	Sayı	49.529	149.032	198.561
	% İşyeri Durumu	24,9%	75,1%	100,0%
	% Kayıtlılık	2,5%	8,2%	5,2%
	% Toplam	1,3%	3,9%	5,2%
Evde	Sayı	3.786	34.509	38.295
	% İşyeri Durumu	9,9%	90,1%	100,0%
	% Kayıtlılık	0,2%	1,9%	1,0%
	% Toplam	0,1%	0,9%	1,0%
Toplam	Sayı	2.014.184	1.821.399	3.835.583
	% İşyeri Durumu	52,5%	47,5%	100,0%
	% Kayıtlılık	100,0%	100,0%	100,0%
	% Toplam	52,5%	47,5%	100,0%

Kaynak: TÜİK 2017 yılı Hane Halkı İşgücü Anketi Mikro Veri Setlerinden Derlenmiştir.

4. Sonuç ve Değerlendirme

Kayıt dışı çalışma, hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerin çözüm bekleyen sorunları arasında yer almaktadır. Türkiye'de TÜİK 2017 HHİAMVS'ne göre genel kayıt dışılık oranı %34 iken, 15-24 yaş aralığında olan genç nüfusta kayıt dışılık oranı ise %45,6 olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışma gençlerde artış gösteren kayıt dışı çalışma durumunu ortaya koymak amacıyla tasarlanmıştır.

Çalışma kapsamında Türkiye genelinde 15 yaş üstü kurumsal olmayan nüfusun %47,1'i istihdamda yer almaktayken, 15-24 yaş aralığında olanların %34,3 ü istihdamda yer almaktadır. Bunun nedeni bu yaş grubunda olanların eğitimlerinin devam etmesi olabileceği gibi, iş bulma ümidi kırılmış bireyler de olarak da karşımıza çıkabilmektedir.

TÜİK 2017 yılı verilerine göre işsizlik oranı %10,9 iken, 15-24 yaş aralığında işsizlik oranı %20,8 olarak belirlenmiştir. Gençlerde görülen işsizlik oranı genel işsizlik oranının neredeyse

iki katıdır. Yapılan araştırmalar, işsiz bireylerin kayıtlı sektörde kendilerine yer bulamadıkları takdirde kayıt dışı sektöre yöneldiklerini ifade etmektedir. Yüksek işsizlik oranının gençlerde kayıt dışı istihdamı arttırdığını düşündürtmektedir.

İstihdamda yer alan gençlerin %67'si erkek, %33'ü kadındır. 15-19 yaşında olanların oranı %36,4 iken, 20-24 yaş aralığında olanların oranı %63,6 olarak belirlenmiştir. Gençlerin %97,1'i Türkiye doğumludur. Katılımcıların %58,1'i 8 yıllık ilköğretim mezunudur. Katılımcıların sadece %14,8'i üniversite mezunudur. Genlerin işteki durumu incelendiğinde %76,9 ücretli/maaşlı olarak çalışmaktadır. Katılımcıların %94,1'i özel sektörde faaliyet göstermektedir. Katılımcıların çalıştıkları işletmelerin ölçeği incelendiğinde ise %57,6'sı 10 kişi ve az çalışanın olduğu işyerinde çalışmakta iken, %20,4'ü 50 kişi ve daha fazla çalışanın olduğu bir işyerinde çalışmaktadır.

Araştırmada cinsiyet, eğitim seviyesi, işteki durum ve istihdam durumu ile kayıt dışı çalışma arasında ilişki olup olmadığı analiz edilmiş ve değişkenler arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Analizlere göre; gençlerde erkekler, kadınlara göre daha fazla kayıt dışı çalışmaktadır. Sekiz yıllık temel eğitim mezunları diğer eğitim seviyelerine daha fazla kayıt dışı çalışmaktadır. Ücretli/maaşlı çalışanlar, işveren, kendi hesabına çalışan ve ücretsiz aile işçilerine göre daha fazla kayıt dışı çalışmaktadır. İşyeri durumu bakımından irdelendiğinde ise tarla ve bahçede çalışanlar, en fazla kayıt dışı çalışmayı tercih edenler olarak belirlenmiştir.

KAYNAKÇA

Çelik, E., Güney, A. (2017). Kayıt Dışı İstihdam Olgusu Ve Türkiye'de Kayıt Dışı İstihdam. *İktisadiyat Dergisi*, 1(1), 213-248.

Dam, M. M., Ertekin, Ş., Kızılca, N. (2018). Türkiye'de Kayıt Dışı İstihdamın Boyutu: Ekonometrik Bir Analiz. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 33(1).

Güloğlu, T., Korkmaz, A., Kip, M. (2003). Türkiye'de Kayıtdışı İstihdam Gerçeğine Bir Bakış, *Sosyal Siyaset Konferansları*, 45.

İzgi, Ş. Türkiye'de Sosyal Güvenlik Reformu Çerçevesinde Kayıt Dışı İstihdam. (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). Pamukkale Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Denizli.

Karadeniz, O., Karadeniz, H. (2016). Türkiye'de Eksik Ücret Bildiriminin Boyutları ve Çözün Önerileri. *Legal İş Hukuku Sosyal Güvenlik Hukuku Dergisi.*

Özcan, Z. (2011). Türkiye'de Kayıt Dışı İstihdam. (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.

Türkiye İstatistik Kurumu (2017). Hane Halkı İşgücü Mikro Veri Setleri.

Türkiye İstatistik Kurumu (2019a). http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1007 Erişim Tarihi: 05.01.2019.
4857 Sayılı İş Kanunu

Türkiye'deki Girişimcilik Faaliyetlerinin Analizi: Küresel Girişimcilik Endeksi Üzerine Bir İnceleme

Asst. Prof. Dr.Özlem YAŞAR UĞURLU
Gaziantep University, FEAS
yasar@gantep.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Duygu KIZILDAĞ
İzmir Demokrasi University, FEAS
duygu.kizildag@idu.edu.tr

ÖZET

Türkiye'deki girişimcilik faaliyetlerine etki eden temel dinamiklerin neler olduğunu belirlemeyi amaçlayan bu çalışmada, girişimcilik potansiyeli yüksek olarak değerlendirilen Türkiye'deki girişimcilik faaliyetleri 2006-2018 yılları arasındaki göstergeler dikkate alınarak değerlendirilmiştir. Küresel Girişimcilik Endeksinin web sayfasında yer alan ve 2006-2018 yıllarını kapsayan veri tabloları karşılaştırmalı olarak incelenmiş, endeks kapsamına 2006 yılında dahil olan Türkiye'de farklı yıllarda girişimcilik faaliyetlerine etki eden değişkenler olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Girişimcilik Faaliyetleri, Küresel Girişimcilik Endeksi, Türkiye

Analysis of Entrepreneurship Activities in Turkey: A Study on Global Entrepreneurship Monitor

ABSTRACT

This study aims to determine the fundamental dynamics of the impact on entrepreneurial activity in Turkey through the data of Global Entrepreneurship Monitor. In this context, entrepreneurial activity in Turkey was analyzed as the indicators between the years 2006-2018 in Global Entrepreneurship Monitor report. The data tables of indicators in the web page of monitor which covers the 2006-2018 are examined comparatively. As a result, it has seen that there are variables affecting entrepreneurship activities in different years in Turkey.

Keywords: Entrepreneurship, Entrepreneurial Activities, Global Entrepreneurship Monitor, Turkey.

2. GİRİŞ

Girişimcilik, ekonomik kalkınma, büyüme, yenilik ve istihdam yaratma konusunda yarattığı etkiler nedeniyle ülkeler açısından büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle ülkeler girişimciliğin teşviki ile ilgili olarak çeşitli programlar ve projeler hazırlamakta, girişimcilik ile ilgili istatistiksel göstergeleri düzenli olarak takip ederek, raporlar yayınlamaktadır. Ülkelerin yayınladıkları raporların yanında, global ölçekte kapsamlı raporlar da hazırlanmaktadır. Örneğin, bazı ülkelerin neden diğerlerinden daha "girişimci" olduğunu araştırmak amacıyla bir proje olarak ortaya çıkan Küresel Girişimcilik Endeksi (Global Entrepreneurship Monitor-GEM), ülkeleri belirli kriterler çerçevesinde değerlendirerek, girişimcilik faaliyetleri ile ilgili kapsamlı global raporlar sunmaktadır (https://gemconsortium.org/about/gem). Hazırlanan

endekste ülkelerdeki bireylerin girişimci davranış ve tutumları ile ulusal bağlamın girişimcileri nasıl etkilediğine bakılmaktadır.

Hem ülkelerdeki girişimci profilleri ve girişimcilik eğilimlerini hem de ülkelerarası girişimcilik faaliyetlerindeki farklılıkları araştıran çalışmalarda, özellikle ekonomik göstergeler üzerinden karşılaştırma yapıldığı ve Küresel Girişimcilik Endeksi (Global Entrepreneurship Monitor-GEM) verilerinin kullandığı görülmektedir (Blau, 1987; Evans ve Leighton, 1989; Sternberg ve Wennekers, 2005; Van Stel ve diğerleri, 2005).

Ülkemizdeki girişimcilik faaliyetlerini analiz etmeyi amaçlayan bu çalışmada literatürdeki karşılaştırmalı çalışmalardan hareketle Küresel Girişimcilik Endeksi (Global Entrepreneurship Monitor-GEM) göstergelerine ait veriler kullanılmıştır. Endeksteki veriler doğrultusunda, Türkiye'deki girişimcilik faaliyetlerine ilişkin unsurların 2006-2018 yılları arasında nasıl bir değişim gösterdiği analiz edilmiştir.

3. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Girişimcilik olgusu özellikle 1980'lerden sonra hem uygulamada hem de akademik literatürde sıkça ele alınan ve tartışılan bir konu haline gelmiştir. Günümüzde de akademik literatürde girişimcilik ve girişimcilik alt boyutlarına odaklanan çalışmalar önemini korumaya devam etmekte, bunun yanında tüm dünya ülkeleri girişimcilik faaliyetlerini özendirmeye, girişimcileri desteklemeye yönelik çalışmalarda bulunmaktadırlar.

Girişimcilik literatüründeki öncül çalışmalar temel alındığında, girişimciliğin tanımı ve girişimcilerin özellikleri ile ilgili pek çok çalışma yapılmış olmasına rağmen girişimci ve girişimcilik tanımıyla ilgili tam bir görüş birliği oluşamadığı görülmektedir. Cunnigham ve Lischeron literatürdeki girişimcilik ile ilgili görüşleri altı farklı okulda sınıflamışlardır (Koh, 1996:13):

Mükemmel İnsan Okulu: Girişimciyi doğuştan sezgi, kuvvet, enerji, kararlılık ve özsaygıya sahip birey olarak tanımlamıştır.

Klasik Okul: Girişimciyi yenilikçi, yaratıcı ve keşfedici özellikleriyle tanımlamıştır.

Yönetim Okulu: Girişimciyi organize eden, sahip çıkan, yöneten ve riskleri üstlenen birey olarak tanımlamıştır.

Liderlik Okulu: Girişimciyi motive eden, yönlendiren ve yol gösteren birey olarak tanımlamıştır.

İç Girişimcilik Okulu: Girişimciyi kompleks örgütlerdeki beceri sahibi birey olarak tanımlamış, bu bireylerin örgüt içinde yeni bir şeyler ortaya koymasından söz etmiştir.

Psikolojik Özellikler Okulu: Girişimciyi, eşsiz değerlere, tutumlara ve kendisini girişimci olmayanlardan ayıran ve yönlendiren ihtiyaçlara sahip birey olarak tanımlamış, girişimcilerin kişisel ve psikolojik özellikleri üzerine odaklanmıştır.

Hisrich ve Peters (2001)'e göre girişimcilik yeterli emek ve zaman ayırarak ve de mali, fiziksel ve sosyal riskler alarak, parasal ödüller elde edecek yeni bir değer yaratma sürecidir. Girişim fikri ile başlayan ve fikrin hayata geçirilmesi ile sonuçlanan bu süreç, sadece bireysel olarak girişimcinin değil, girişimcinin faaliyet gösterdiği ülkenin refahı ve ekonomik gelişimi için oldukça önemlidir. Girişimciliği ekonomik modelin önemli bir parçası olarak değerlendiren Joseph Schumpeter, neo-klasik iktisatçıların aksine ekonomik sistemdeki değişimlerin dışarıdan değil içeriden geldiğini savunmakta, içsel değişimlerin gerçekleştirenlerin ise girişimcilerin bizzat kendileri olduğunu vurgulamaktadır (Tanrısever, 2004). Schumpeter; yeni ya da daha farklı/kaliteli bir malın ya da hizmetin üretilmesi, yeni bir üretim metodunun geliştirilmesi, yeni bir pazarın oluşturulması, yeni bir hammadde kaynağının kullanılması ve/veya endüstrinin yeniden yapılandırılması şeklinde beş farklı girişimci davranışı tanımlamış ve girişimcilerin bu davranışlarla sürekli olarak kazanç yaratacak fırsatlar yaratmaya çalıştıklarını belirtmiştir (Drejer, 2004). Bu nedenle girişimcilik hem yeni fırsatlara yönelimi hem de kaynakların etkili kullanılmasını sağlamakta ve piyasa ekonomisinde değişimin temel unsurlarından biri olarak değerlendirilmektedir.

Günümüzde girişimcilerin canlı ve dinamik bir ekonominin kilit unsurlarından olduğu, girişimcilik faaliyeti olmadan, sürdürülebilir ekonomik kalkınmadan söz etmenin mümkün olmadığı bilinmektedir (Helms, 2003). Ekonomik kalkınmanın yanında girişimcilik, işsizlik ve yoksulluk gibi çok önemli sosyal problemlerin çözümünde alternatif bir yol haline gelmiştir. Özellikle az gelişmiş bölgelerde girişimciliğin özendirilmesi yeni iş alanlarının yaratılmasına ya da değerlendirilmesine, yatırımların geniş bir alana yayılmasına, böylece hem ekonomik hem de sosyal açıdan fayda sağlanmasına yol açmaktadır (OECD, 2018).

4. YÖNTEM

Türkiye'deki girişimcilik faaliyetlerine etki eden temel dinamiklerin neler olduğunu belirlemeyi amaçlayan bu çalışmada veri toplama tekniği olarak döküman incelemesi kullanılmıştır. Veriler girişimciliğin ekonomik büyüme sürecindeki önemini araştırmak amacıyla, 1997 yılında Babson College ve London Business School tarafından başlatılmış bir akademik araştırma olan Küresel Girişimcilik Endeksi (Global Entrepreneurship Monitor-GEM) raporlarından elde edilmiştir. GEM raporlarındaki modelin özelliği, girişimciliği bir süreç olarak ele almasıdır. GEM araştırması, işletme sahibi olan ve işletmesini yöneten girişimcilere ek olarak, yeni işletme kurma sürecindeki bireylerden de veri toplamaktadır. GEM

modeli ayrıca, girişimcilik tutumları, faaliyeti ve tutkusunu toplumsal girişimcilik ortamının dinamik unsurları olarak tanımlamakta ve unsurların ekonomik kalkınmanın farklı düzeylerinde birbirlerini ne kadar desteklediklerini saptamaya çalışmaktadır (Karadeniz, 2014).

GEM verilerini iki ana kaynaktan yıllık olarak elde etmektedir. Bunlardan ilki yetişkin nüfus anketidir. Ülkedeki 18-64 yaş aralığındaki en az 2000 bireye rastlantısal örnekleme yöntemi ile bir anket uygulanmaktadır. Örneğin, 2014 yılında Türkiye genelinde 31.105 bireye anket uygulanmıştır. Türkiye, GEM projesine katılan ülkeler arasında en fazla anket uygulayan ve 26 bölge düzeyinde araştırma yapan tek ülkedir (Karadeniz, 2014). GEM'in veri elde ettiği ikinci kayak ise ulusal uzmanlar anketidir. Bu anketin amacı ülkelerin girişimcilik ekosistemini değerlendirmektir. Uygulama esaslarına göre her bir kategori için en az 4 uzmanla görüşülmesi gerekmektedir. GEM raporu hazırlanırken bunlara ek olarak diğer uluslararası standart veriler de kullanılmaktadır (Bosma vd., 2011).

Ülkemiz 2009 yılı hariç, 2006 yılından beri GEM projesine kesintisiz olarak katılmaktadır. Bu doğrultuda GEM web sayfasında yer alan ve Türkiye'ye ait 2006-2018 yılları arasındaki raporlar incelemeye dahil edilmiştir. Verilerin incelenmesi sırasında ayrıca bir kategori belirlenmemiş, GEM raporlarında kullanılan temel göstergeler olan "Girişimcilik Davranışı ve Tutumları", "Girişimcilik Faaliyetleri", "Girişimcilik Hakkındaki Sosyal Değerler" ve "Sosyal, Kültürel, Politik ve Ekonomik Çevre" başlıkları ile bu başlıklar altında incelenen alt boyutlar temel alınmıştır. Alt boyutlara ilişkin tanımlamalar için ise Bosma ve Keley (2018) tarafından GEM verileri kullanılarak hazırlanan rapordan yararlanılmıştır. Göstergelerin alt boyutlarına ait 2006-2018 yılları arasındaki raporlardan alınan değerler, kıyaslama yapılacak şekilde analiz edilerek grafikleştirilmiştir. Grafiklerde yatay eksen yılları, dikey eksen ise göstergelere ait yıllık değerleri göstermektedir.

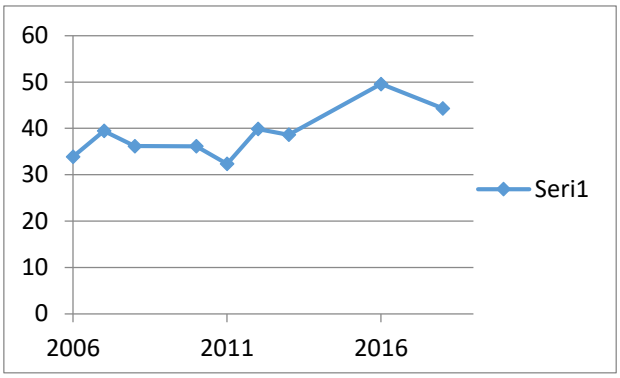
4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Küresel Girişimcilik Endeksi (Global Entrepreneurship Monitor-GEM) raporlarında kullanılan temel göstergeler olan "Girişimcilik Davranışı ve Tutumları", "Girişimcilik Faaliyetleri", "Girişimcilik Hakkındaki Sosyal Değerler" ve "Sosyal, Kültürel, Politik ve Ekonomik Çevre"ye ait verilerin her bir alt boyutu ile birlikte 2006-2018 yılları kapsamındaki analiz grafikleri aşağıda sıralanmıştır.

4.1. Girişimcilik Davranışı ve Tutumlarına İlişkin Göstergeler

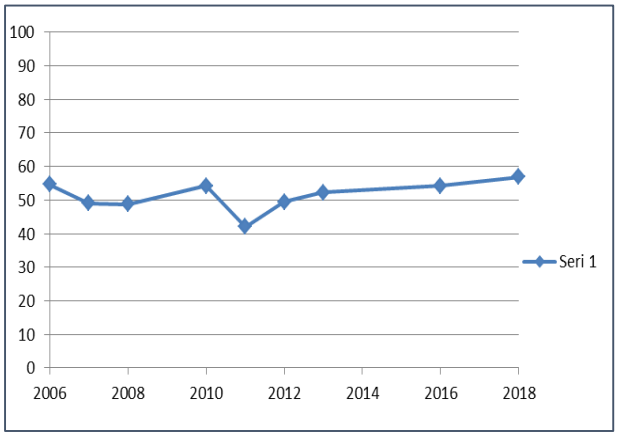
Algılanan Fırsatlar: Bu boyut yaşadıkları bölgede bir işletme kurmak için iyi fırsatlar bulunduğu düşünen 18-64 yaş arası nüfusu göstermektedir. Grafikteki değerler incelendiğinde yıllara göre iş fırsatlarının bulunduğuna yönelik düşüncenin artış gösterdiği ve 2016 yılında en yüksek seviyeye ulaştığı söylenebilir.

Grafik 1. Algılanan Fırsatlar



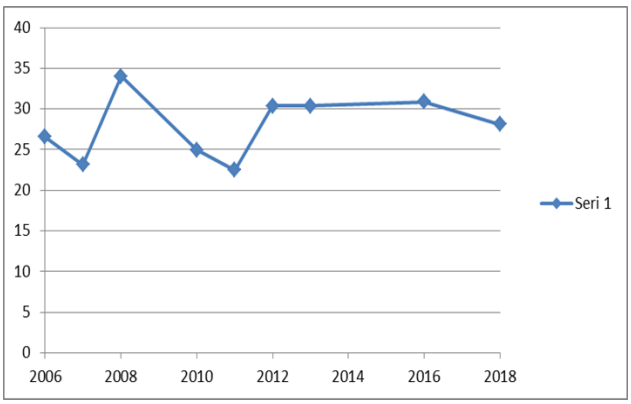
Algılanan Yetenekler: Bir işe başlamak için gerekli bilgi ve beceriye sahip olduklarını düşünen 18-64 yaş aralığındaki nüfusu belirten bu boyuta yönelik olarak yıllar arasında büyük farklılıklar olmadığı ancak ülkemizde ekonomik krizin yaşandığı 2011 yılında işe başlamak için girişimcilik yeteneğine sahip olduğunu düşünenlerin azaldığı görülmektedir.

Grafik 2. Algılanan Yetenekler



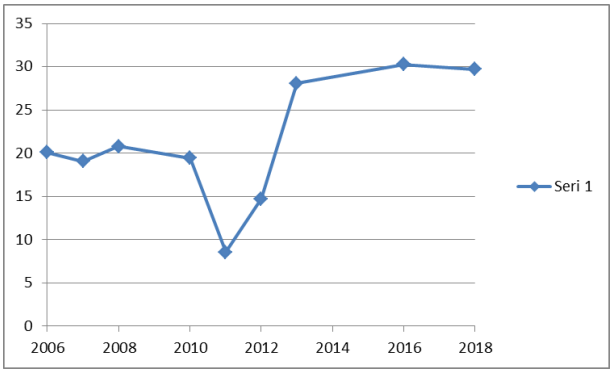
Başarısızlık Korkusu: Sahip olduğu fırsatlara rağmen başarısızlık korkusunun iş kurmalarını önleyeceğini düşünen 18-64 yaş aralığındaki nüfusu belirten bu alt boyutta da 2012-2018 yılları arasında belirgin bir farklılık olmamakla birlikte, 2007 ve 2011 yıllarında belirgin azalış 2008 yılında ise artış olduğu görülmektedir.

Grafik 3. Başarısızlık Korkusu



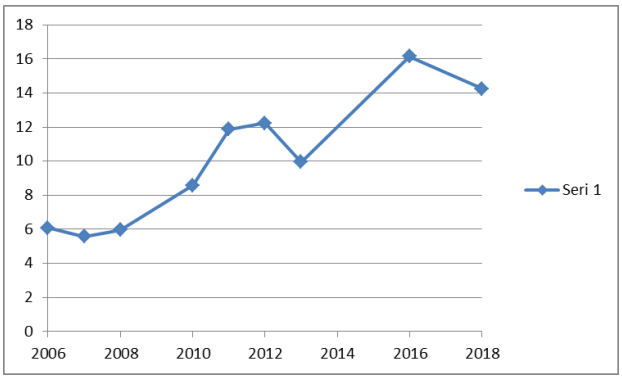
Girişimcilik Niyeti: Üç yıl içinde bir iş kurmak isteyen 18-64 yaş aralığındaki nüfusu (girişimcilik faaliyetinin herhangi bir aşamasında yer alan bireyler hariç) gösteren bu alt boyutta ekonomik krizin yaşandığı 2011 yılı en düşük değere sahipken, 2012 yılından itibaren artış yaşandığı ve en belirgin artışın 2012-2013 yılları arasında olduğu görülmektedir.

Grafik 4. Girişimcilik Niyeti



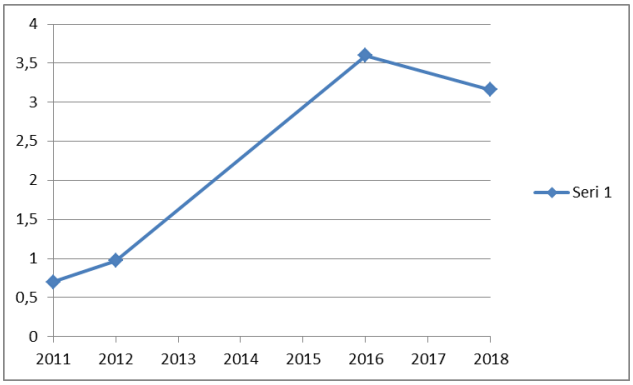
Erken Aşama Girişimcilik Faaliyeti: Yeni başlayan bir girişimci ya da yeni bir işletmenin sahibi olan 18-64 yaş aralığındaki nüfusu belirten bu alt boyutta en belirgin artışın 2013-2016 yılları arasında olduğu görülmektedir.

Grafik 5. Erken Aşama Girişimcilik Faaliyeti



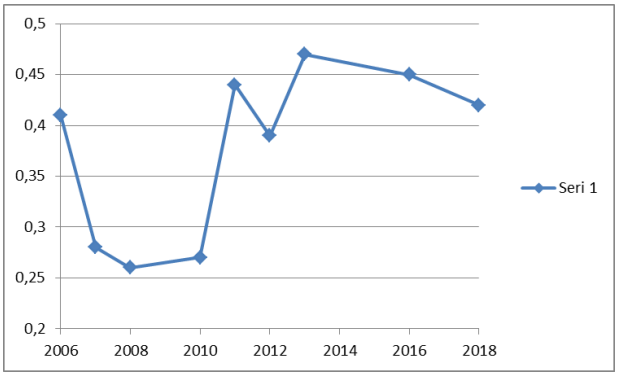
Girişimci Çalışan Aktivitesi: Çalışanlar olarak, yeni mal veya hizmetlerin geliştirilmesi veya başlatılması veya yeni bir iş birimi, yeni bir kuruluş veya bağlı kuruluş kurulması gibi girişimcilik faaliyetlerinde bulunan 18-64 yaş aralığındaki nüfusu gösteren bu alt boyutta, 2011 yılından 2016 yılına kadar sürekli bir artış, 2016 yılından sonra ise azalış yaşandığı görülmektedir.

Grafik 6. Girişimci Çalışan Aktivitesi



Yerleşik İşletme Sahibi Kadınların Erkeklere Oranı: Ülkedeki işletme sahibi kadınların erkeklere oranını gösteren bu alt boyutta 2010 yılından 2011 yılına geçişte belirgin bir artış yaşandığı, 2011 yılından 2012 yılına geçişte ise belirgin bir düşüş olduğu görülmektedir.

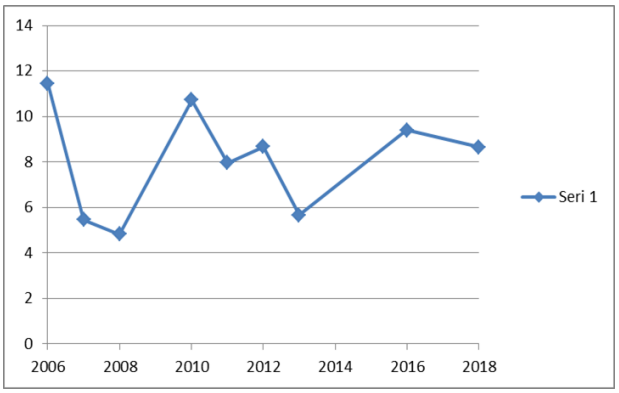
Grafik 7. Yerleşik İşletme Sahibi Kadınların Erkeklere Oranı



4.2. Girişimcilik Faaliyetine İlişkin Göstergeler

Yerleşik İşletme Sahipliği Oranı: Halen kurulu bir işletmenin sahibi olan 18-64 yaş aralığındaki nüfusu (42 aydan fazla bir süredir mal sahiplerine maaş, ücret veya diğer ödemeleri ödemiş bir işletmeyi sahiplenme ve yönetme) gösteren bu alt boyutta, 2008 yılı en düşük değere sahipken, 2008-2010 yılları arasında yerleşik işletme sahipliği oranında belirgin bir artış yaşandığı görülmektedir.

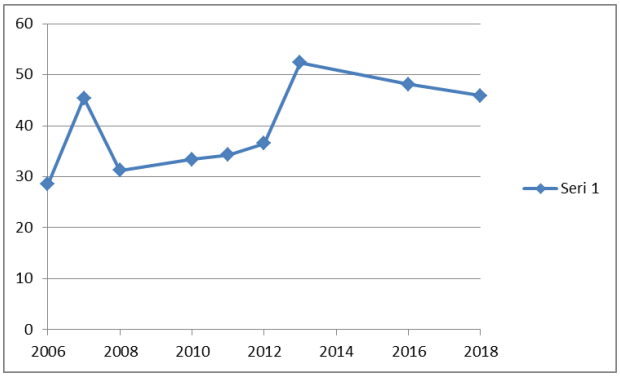
Grafik 8. Yerleşik İşletme Sahipliği Oranı



Yüksek İş Yaratma Beklentisi: Girişimcilik faaliyetinde bulunan bireylerin 5 yıl içinde 6 ya da daha fazla iş yaratma beklentisi oranı ile ilgili bu boyutta 2006-2007 ve 2012-2013 yılları

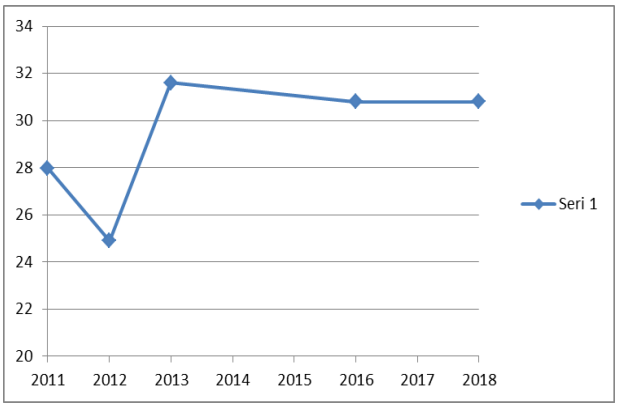
arasında belirgin bir artış olduğu, en belirgin azalışın ise 2007-2008 yılları arasında yaşandığı görülmektedir.

Grafik 9. Yüksek İş Yaratma Beklentisi



İnovasyon: Girişimcilik faaliyetinde bulunanların yeni bir mal veya hizmet üretiminde bulunduğuna dair oranı gösteren bu alt boyutta ise, en belirgin azalışın 2011-2012 yılları arasında, en belirgin artışın ise 2012-2013 yılları arasında olduğu görülmektedir. 2013-2018 yılları arasında ise bu alt boyutta değerlerin değişiklik göstermediği belirlenmiştir.

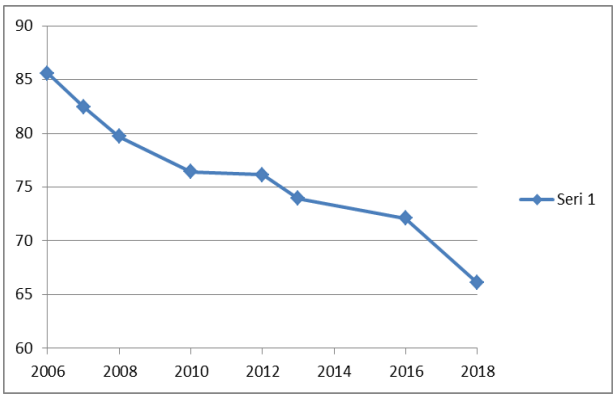
Grafik 10. İnovasyon



4.3. Girişimcilik Hakkındaki Sosyal Değerlere İlişkin Göstergeler

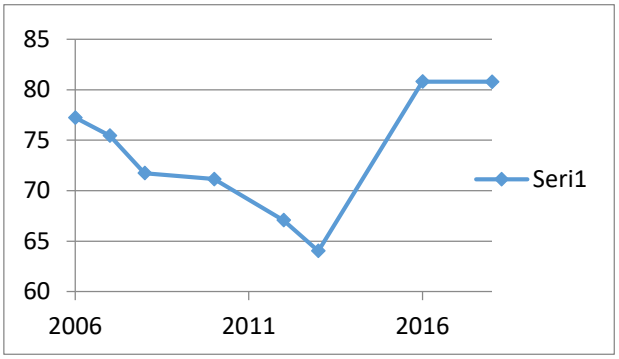
Başarılı Girişimcilere Yüksek Statü Atfetmek: Ülkedeki, başarılı girişimcilerin yüksek statü kazandıklarını belirten 18-64 yaş aralığındaki nüfusu belirten bu alt boyutta 2006 yılından günümüze başarılı girişimcilerin yüksek statü kazandığına ilişkin görüşün giderek azaldığı görülmektedir.

Grafik 11. Başarılı Girişimcilere Yüksek Statü Atfetmek



Girişimciliğin İyi Bir Kariyer Olarak Görülmesi: 18-64 yaş aralığındaki bireylerin iş kurmayı istenen bir kariyer olarak görmesi ile ilişkili bu alt boyutta ise 2006-2013 yılları arasında azalış, 2013-2016 yılları arasında ise belirgin olarak bir artış görülmektedir. Bu artış ilgili dönemlerde girişimcilik ile ilgili eğitim ve teşviklerin artışına paralel olarak değerlendirilebilir.

Grafik 12. Girişimciliğin İyi Bir Kariyer Olarak Görülmesi

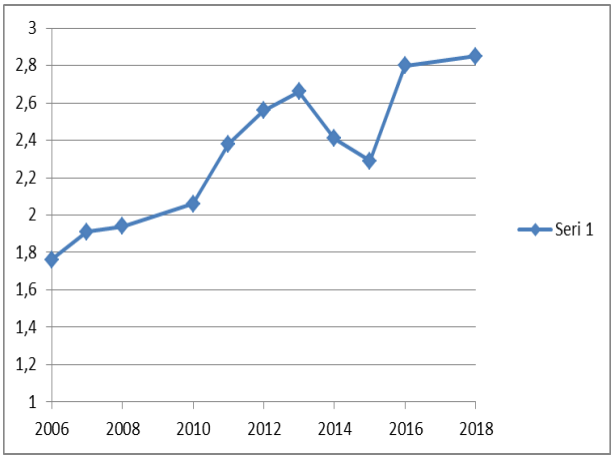


4.4. Sosyal, Kültürel, Politik ve Ekonomik Çevreye İlişkin Göstergeler

Bu başlık altındaki göstergeler 1 çok yetersiz, 5 çok yeterli aralığında puanlanmıştır.

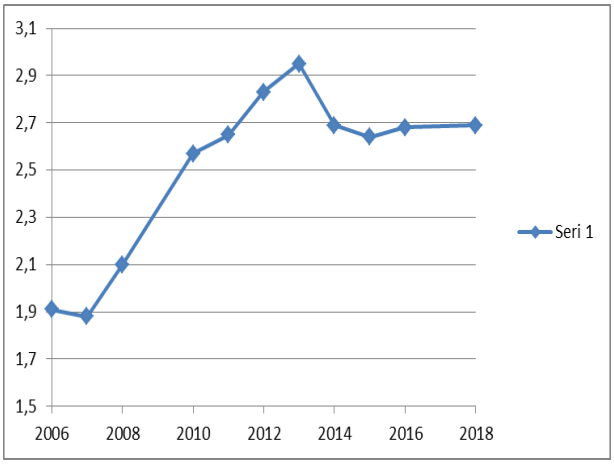
Girişimcilik Finansmanı: Bu alt boyut uzmanların mevcut ve potansiyel girişimciler için ne kadar yeterli fon olduğunu algıladığını açıklamaktadır. Bu oran ile uzmanlar, hisse senedi piyasalarının erişilebilirliğini, etkin işleyişini ve girişimciler için tipik finansman kanallarının kullanılabilirliğini değerlendirmektedir. Bu kanallar; gayrı resmi yatırımları, yatırım meleklerini, girişim sermayesini, bankaları, devlet kredilerini, hibeleri ve sübvansiyonları, kalabalık fonlamayı içermektedir. Grafikteki değerlere bakıldığında, 2006 yılından 2013 yılına kadar artış, 2013-2016 yılları arasında bir azalış, sonrasında ise yeniden artış yaşandığı görülmektedir.

Grafik 13. Girişimcilik Finansmanı



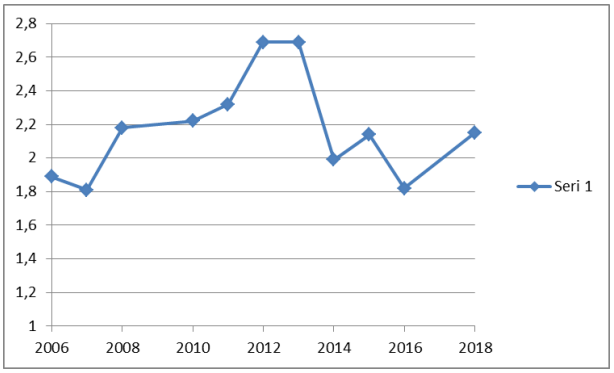
Girişimciliğe Yönelik Hükümet Desteği ve Politikalar: Ülkede girişimciliğe yönelik hükümet desteği ve politikaların değerlendirildiği bu alt boyuttaki değerlere bakıldığında, 2007 yılından itibaren destek ve politikalarda belirgin bir artışın olduğu, 2013-2014 yılları arasında artışın azaldığı ve sonrasında benzer şekilde devam ettiği görülmektedir.

Grafik 14. Girişimciliğe Yönelik Hükümet Desteği ve Politikalar



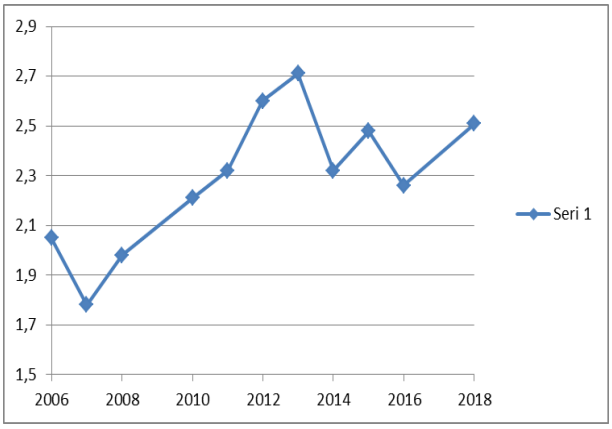
Vergi ve Bürokrasi: Bu alt boyut hükümet politikaları, vergiler ve bürokrasi, uzmanların mevcut vergilerin girişimciler için ne kadar uygun ve dengeli olduğunu ya da yeni başlayan ve büyüyen işletmeler için bir yük oluşturup oluşturmadığını yansıtmakta, iş süreçlerinde ve girişimcilik faaliyetlerini finanse etme sürecinde bürokrasiyi değerlendirmektedir. Ülkemiz açısından değerlendirildiğinde grafikte 2007-2012 yılları arasında vergiler bürokraside bir artış olduğu, 2013-2014 yılları arasında belirgin bir azalış yaşandığı, 2018 yılına kadar ise yıllar arasında artış ve azalışların devam ettiği görülmektedir.

Grafik 15. Vergi ve Bürokrasi



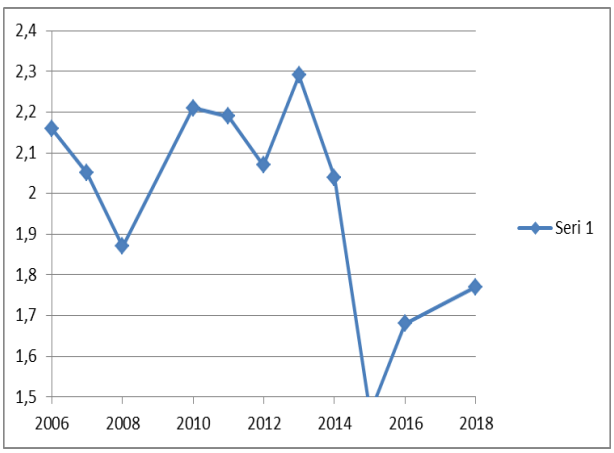
Devlet Girişimcilik Programları: Kamu kuruluşlarının girişimcilere özel programlar sağlayıp sağlamadığının değerlendirildiği bu alt boyutta, sübvansiyonlar, inkübatörler ve girişimcileri değerlendiren ve tavsiye eden ajansların mevcut olup olmadığı da ele alınmaktadır. Grafikte hükümet desteği ve politikalar boyutuna paralel olarak 2007 yılından itibaren destek ve politikalarda belirgin bir artışın olduğu, 2013-2014 yılları arasında artışın azaldığı görülmektedir.

Grafik 16. Devlet Girişimcilik Programları



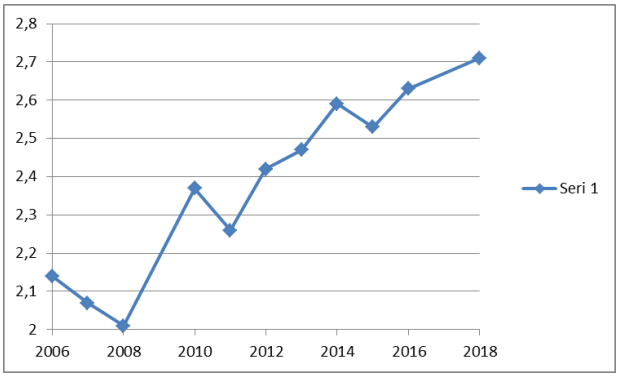
Okul Aşamasında Girişimcilik Eğitimi: Girişimcilik ile ilgili konuların okul programlarına ne derece dahil edildiğini ve okulların öğrencilere girişimci değerleri aşılamasını içeren bu boyutta, en belirgin kırılımın 2013-2015 yılları arasındaki azalış olduğu görülmektedir.

Grafik 17. Okul Aşamasında Girişimcilik Eğitimi



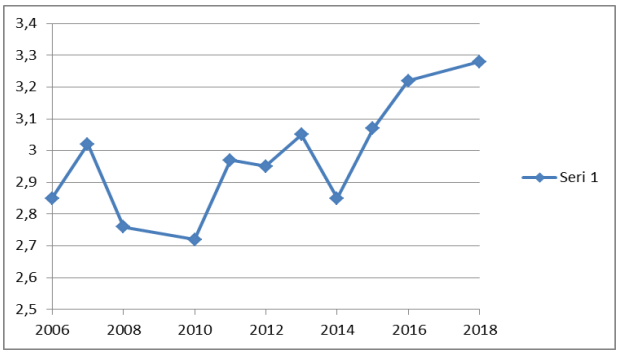
AR-GE Transferi: Üniversitelerden ve araştırma merkezlerinden iş sektörüne yönelik AR-GE transferinin uzman değerlendirmesini, mühendis ve bilim insanlarının araştırma bulgularını ne derece ticarileştirip piyasaya sunabileceklerini sentezleyen bu alt boyutta 2008 yılından itibaren kırılımlı da olsa bir artış olduğu görülmektedir.

Grafik 18. AR-GE Transferi



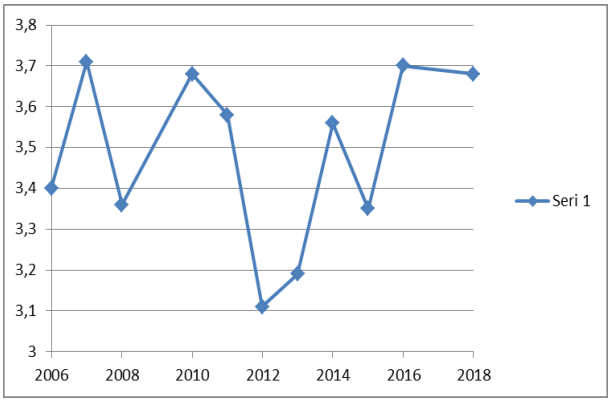
Ticari ve Profesyonel Altyapı: Girişimcilere, yeni iş kurmalarına ve yönetmelerine yardımcı olmaları için muhasebeciler, avukatlar ve danışmanlar dahil, hizmet veren profesyonellerin ve işletmelerin tedariğini ve satın alınabilirliğini temsil eden bu alt boyutta, en düşük değerin 2010 yılında olduğu, diğer düşük değerlerden birinin bulunduğu 2014 yılından itibaren ise artış yaşandığı görülmektedir.

Grafik 18. Ticari ve Profesyonel Altyapı



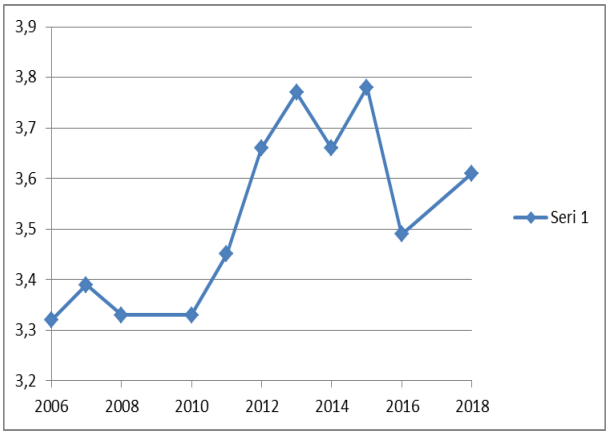
İç Pazar Dinamikleri: İşletmelerin fiyatları etkilemek veya belirlemek için güç kullanıp kullanmadığının ve talepteki değişikliklerin arzdaki değişikliklerle karşılanıp karşılanmadığının, bunun tersi durumda serbest ve açık bir pazar olup olmadığının analiz edildiği bu alt boyutta en büyük azalışın ekonomik krizin yaşandığı 2011-2012 yılları arasında olduğu görülmektedir.

Grafik 19. İç Pazar Dinamikleri



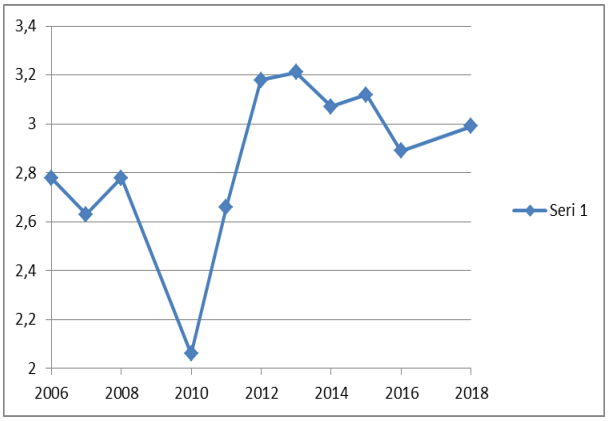
Fiziksel Altyapı: Hızlı Internet ve cep telefonu hizmeti, emlak (arsa, binalar), güvenilir tesisler ve gelişmiş otoyollar, demiryolları, limanlar ve havaalanları gibi unsurlarla, ulusal ve uluslararası iletişim, ulaşım ve iş operasyonlarının değerlendirildiği bu alt boyutta, 2010-2013 yılları arasında fiziksel altyapı açısından olumlu bir artış, 2015-2016 yılları arasında belirgin bir azalış olduğu görülmektedir.

Grafik 20. Fiziksel Altyapı



Kültürel ve Sosyal Normlar: Davranış, inançlar, dil ve gelenekler yoluyla toplumun kültür içinde bir girişimcilik odağını gösterip göstermediğini ve nasıl gösterdiğini gösteren bu alt boyut, ülkedeki girişimcilerin faaliyetlerini kabullenme, destek ve yüksek saygı göstererek teşvik etme oranını göstermektedir. Grafikteki değerlere bakıldığında 2010-2012 yılları arasında bu boyuta ilişkin olarak bir artış yaşandığı görülmektedir.

Grafik 21. Kültürel ve Sosyal Normlar



5. SONUÇ

Sosyal, ekonomik, teknolojik, kültürel ve ulusa ait unsurlarla, kişilik özellikleri ve demografik faktörlerin bir araya gelmesi sonucunda şekillenen girişimcilik, bireylerin yüksek bir girişimcilik motivasyonuna ve girişimcilik ruhuna sahip olmaları ve girişimcilik faaliyetlerine isteklilik göstermeleriyle açığa çıkarak gelişim göstermektedir (İşcan ve Kaygın, 2011).

Az gelişmiş toplumların en önemli sorunlarından biri, girişimci niteliklerine sahip bireylerin az olması ya da mevcudun yeterince desteklenememesidir. Türkiye'de, Cumhuriyetin kurulmasından sonra üzerinde hassasiyetle durulan husus girişimci bir sınıfın devlet koruyuculuğunda oluşturulmasıdır (Durukan, 2006). 2006 ve 2018 yılları arasında ülkemizde gerek girişimcilik davranışı ve faaliyetleri, gerekse de girişimciliğin gelişmesi yönünde sarf edilen sosyal, ekonomik ve politik çabaların nasıl bir değişim gösterdiğinin ortaya konulması girişimciliğin değer yaratarak büyümesi anlamında bir bakış açısı oluşturarak alana katkı sağlayabilir. Bu bağlamda araştırmanın alan yazın ve girişimcilik faaliyetlerinin derinleştirilmesi bakımından önemli olduğu düşünülmektedir.

Çalışmada Türkiye'de girişimcilik olgusu Küresel Girişimcilik Endeksi (Global Entrepreneurship Monitor-GEM) raporlarında kullanılan temel göstergeler olan "Girişimcilik Davranışı ve Tutumları", "Girişimcilik Faaliyetleri", "Girişimcilik Hakkındaki Sosyal Değerler" ve "Sosyal, Kültürel, Politik ve Ekonomik Çevre" başlıkları altında incelenmiştir.

Küresel Girişimcilik Endeksi kapsamına 2006 yılında dahil olan Türkiye'de farklı yıllarda girişimcilik faaliyetlerine etki eden farklı değişkenler olduğu görülmüştür. Göstergelere ilişkin değerlerin 2006-2018 yılları arasında değişkenlik göstermesi ülkenin içinde bulunduğu ekonomik, sosyal ve politik çevrelerde meydana gelen değişimlerle açıklanabilir. Örneğin 2011 yılında yaşanan ekonomik krizin girişimcilik sürecine olumsuz etki ettiği, AR-GE transferi, girişimcilik eğitimi, devlet girişimcilik programları, girişimciliğe yönelik hükümet desteklerinin ön plana çıktığı 2013 yılından itibaren ise girişimcilik sürecinde olumlu değişimler yaşandığı görülmektedir. Grafiklerdeki değerlerde artış ve azalışların keskinliği ve

ardışık yıllarda yaşanan kırılgan artış-azalışlar ekonomik politikalar, sermaye ve para piyasalarındaki dalgalanmaların girişimcilik sürecine doğrudan etki ettiğinin bir göstergesi olarak değerlendirilebilir. Buna karşın dikkat çeken önemli diğer bir sonuç, başarılı girişimcilere atfedilen yüksek statü algısında yaşanan düzenli düşüştür. Yine ülke sıralamalarına bakıldığında Türkiye'ye ait göstergelere ilişkin değerlerin yıllar bazında değişiklik gösterdiği tespit edilmiştir. Örneğin, 2016 yılı verileri baz alındığında, yetişkin nüfus girişimcilik niyeti açısından Türkiye araştırmaya katılan ülke arasından 14. sıradayken, 2018 verilerine bakıldığında aynı gösterge açısından 17. sırada yer aldığı görülmektedir.

KAYNAKÇA

Blau, D. (1987). A time series analysis of self-employment. Journal of Political Economy,95 (3), 445–467.

Bosma, N., Wennekers, S. ve Amoros, J.E. (2011). Global entrepreneurship monitor 2011 extended report: Entrepreneurs and Entrepreneurial Employees Across the Globe, https://www.researchgate.net/publication/254416507_The_Global_Entrepreneurship_Monitor_GEM_and_Its_Impact_on_Entrepreneurship_Research, Erişim Tarihi: 15/03/2019.

Bosma, N. ve Kelley, D. (2018). Global entrepreneurship monitor , 2018/2019 Global Report, https://www.babson.edu/media/babson/site-assets/content-assets/academics/centers-and-institutes/the-arthur-m-blank-center-for-entrepreneurship/global-research/gem-2018-2019-global-report.pdf, Erişim Tarihi: 15/02/2019.

Drejer, I. (2004). Identifying Innovation in Surveys of Services: a Schumpeterian Perspective. Research Policy, 33, pp.551–562.

Durukan, T. (2006). Dünden bugüne girişimcilik ve 21. yüzyılda girişimciliğin önemi. Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 1(2), 25-37.

Evans, D. S. ve Leighton, L. S. (1989). The determinants of changes in US self-employment, 1968-1987. Small Business Economics, 1(2), 111–119.

Global Entrepreneurship Monitor, https://gemconsortium.org/about/gem, Erişim Tarihi: 10/03/2019.

Helms, M. M. (2003). The challenge of entrepreneurship in a developed economy: The problematic case of Japan. Journal of Developmental Entrepreneurship, 8(3), 247-264.

Hisrich, R. ve Peters M. (2001). Entrepreneurship, 5 th Ed., McGraw Hill Higher.

İşcan, Ö. F. ve Kaygın, E. (2011). Potansiyel girişimciler olarak üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerini belirlemeye yönelik bir araştırma. Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 3(2), 275-286.

Karadeniz, E. (2014). Türkiye'de ve bölgelerde girişimcilik. https://www.kosgeb.gov.tr/Content/Upload/Dosya/Mali%20Tablolar/GEM-2014.pdf, Erişim Tarihi: 15/03/2019.

Koh, H, C. (1996). Testing hypotheses of entrepreneurial characteristic: A study of Hong Kong MBA students. Journal of Management Psychology, 11(3), 12-25.

OECD (2018). Entrepreneurship at a glance 2018 hightlights. https://www.oecd.org/sdd/business-stats/EAG-2018-Highlights.pdf, Erişim Tarihi: 15/04/2019.

Sternberg, R. ve Wennekers, S. (2005). Determinants and effects of new business creation using global entrepreneurship monitor data. Small Business Economics, 24(3), 193–203.

Tanrısever, N. H. (2004). Avrupa birliğinde girişimciliğin teşvik edilmesi için izlenen politikalar ve Türkiye'deki politikaların Avrupa Birliği uygulamalarına uyumu. Avrupa Birliği Genel Sekreterliği, Sektörel ve Bölgesel Politikalar Dairesi Uzmanlık Tezi, Mayıs 2004, Ankara.

Van Stel, A., Carree, M. ve Thurik, R. (2005). The effect of entrepreneurial activity on national economic growth. Small Business Economics, 24(3), 311–321.

Better Business Education towards Development of Entrepreneurship

Aril CANSEL
Ankara HBV University, Turkey
arilcansel@gmail.com

Erdogan EKIZ
King Abduaziz University, Saudi Arabia
hekiz@kau.edu.sa

ABSTRACT

Given the entrepreneurship often involves a capacity and willingness to develop, organize and manage a business venture along with any risks in order to make a profit, it is no surprise that creating this capacity and willingness cannot be left to chance. Education being the tool to train the minds and provide needed skills, entrepreneurship education has the mandate to equip the youth with functional knowledge and skills. Keeping this in mind, this paper explores the possibilities of better structuring and connecting the business education and business organizations for economic efficiency and effectiveness. By debating the question "Can adaptive business research and teaching help create sustainable economies in developing countries", this paper aims to provoke a discussion among the stakeholders. Most issues discussed in the paper are long debated in the literature for developed economies. A new approach for developing economies to remain competitive is a necessity and this non-empirical study aims to lead to empirical research to narrow that gap. Points highlighted in this brief summary provokes the discussion on how the education can be use better and points out few guidelines to assist not only the academia but also the industry members.

Keywords: Business education, developing economies, entrepreneurship, business academia, collaboration

Brief Background

Capitalism as a production mode, interlaced with sedentary human existence and with market exchange practices. Throughout the written history, capitalism changed forms from temple oriented profit making to aristocratic to corporate to individual oriented. Although the profit making remains as constant, market exchange methodology or "marketing" rapidly changes due to societal progress. The primary business function is marketing and marketing is the toolbox of capitalism. In today's business schools we teach legal and ethical corporate profit making with marketing and management skills which speeds up the process of capital accumulation in the hands of a few. There are various scenarios of our near future economic and social structure and they mostly emphasize the accelerating dominance of Big Data, AI, IOT and fully integrated robotic production. The predictions are pointing out to the disappearance of today's prominent human occupations such as medicine, law, management and teaching. Putting together the mega monopolies and the power of technology they will be controlling, the future does not appear bright neither for the SME's nor for the business schools. Adapting to change is necessary.

The majority of the human population lives in the developing nations and they are impacted by the capitalism one way or the other. Most developing countries lack of proper strategies to establish sound economic structures to make capitalist production approach work for the majority of the population. The cultural differences of sedentary and nomadic origins play an important role here. Nomadic cultures tend to develop collectivist behavior patterns as oppose to individualist western behavior. Therefore, their approach to capitalism should be German/Japanese type collectivist capitalism where the state plays a crucial role in guiding the large integrated capitalist entities with long term goals and a strategic road map. The same guidelines should also shape the country's education and overall human resources in an efficient manner. The business teaching becomes a key defining factor in developing markets. I need to mention the importance of researching and teaching a developing country's own PESTLEC environment and business climate by keeping the long term goals in sight.

The business education today follows the traditional social sciences teaching approach which includes collection of scarce data, interpreting it and with years of reading and writing to memorize the generated information. However, educational needs of the younger generations are changing rapidly. The data accumulation speed of human kind is exponential. More than 90% of the data available today was created within the last 2 years and the accumulation speed is accelerating. Our big data processing capability is increasing in a parallel fashion which leads to creating large amounts of information to be utilized as experience and knowledge in every aspect of life. Younger generations receive the information in the form of rich visual content including other people's experiences. The learning cycle is getting shorter and the need for memorization is getting lesser. In that fast changing and volatile environment the validity and usefulness of traditional approach to higher education has been debated from the early 2000's and the widening gap between the business academia and business practice is a fine example of what is happening in reality. In addition to unnecessarily long teaching times, the business academia is becoming more and more irrelevant to the business practice. Business faculty traditionally follows after critical problems and topics arise in practice. That elapsed time is critical in fast changing business environment. Also academic writing today is considered esoteric script most business people cannot understand and serves only as peer to peer communication. More than 90% of academic business writing never reaches the business people. Based on these facts AACSB estimates that out of 16,000 business schools around the world, none will remain in the current form within the next 25 years.

Unlike medicine or Law the Business education is not bind with national or international standards and controlling bodies such as a Bar Association. That makes the business school performances mostly immeasurable and incomparable. Most literature used in business schools around world originate from a few developed countries. The content of that teaching in most cases does not make sense in the realm of the developing countries. The teaching language also becomes a handicap for most of the students. Many students arrive with a poor ESL background at business schools where the common teaching language is English. Spending a year in the prep school does not suffice to fully understand a course in social sciences. As a result the fundamentals of the teaching remain insufficient for those students. On top of everything higher business education is prohibitively expensive in ranking schools which mostly benefit the already rich candidates or employees sponsored by a corporate entity.

Key Contributions

A new model of business research and teaching is needed to address the above discussed issues. The markets are inclining towards more service oriented businesses that are integrated with high technology. The business research and teaching must adapt to new conditions to remain relevant. The corporation and consumption oriented management and marketing teaching need to evolve into local market understanding, entrepreneurship and close collaboration with business practice. The local academia must involve proactively with the local businesses with continuous education and training, knowledge sharing and, apprenticeship programs. The business schools should not teach people how to fail startups but how to make them successful. They need to work closely with governments to develop programs to pave the way for globally successful startups. Women in most developing countries are unproductive and they need to be encouraged and educated to get involved in the economic cycle. They would help create a better balanced and human oriented socio-economic environment rather than a profit oriented one.

Uzbekistan and similar countries may consider the below guidelines for a sustainable economy supported by business research and teaching:

- Clearly and quantitatively defined economic goals and strategic planning under a long term policy
- Clearly defined competitive strengths
- Clearly defined social and environmental policies

- Needs assessment of HR and technology to develop such competitive strengths
- Large scale human capital analysis through job assessment centers
- Entrepreneurship oriented business schools
- Graduates with local and global business skills
- Local practice based research and business practice targeted academic writing
- Close consulting and mentorship
- Organized internship and apprenticeship schemes
- Flexible and short teaching modules for ongoing business education
- State funding and support for business education and entrepreneurship
- Constant collaboration of policy makers, businesses and academics
- Excellence in distance education

It is the authors hope that these points serve as starting of discussion points among the stakeholders. Moreover, given the immense importance of entrepreneurial education, further empirical, preferably mix method, research is needed. Only by doing so, we can gauge the current common practices and draft guidelines for future.

Sample References

Bercovitz, J., & Feldman, M. (2006). Entrepreneurial universities and technology transfer: A conceptual framework for understanding knowledge-based economic development. *The Journal of Technology Transfer*, 31(1), 175–188.

Boardman, C. P., & Ponomariov, B. L. (2007). Reward systems and NSF university research centers: The impact of tenure on university scientists' valuation of applied and commercially relevant research. *The Journal of Higher Education*, 78(1), 51–71.

Bradshaw, T. K., Kennedy, K. M., Davis, P. R., Lloyd, L., Gwebu, N., & Last, J. A. (2003). Science first: Contributions of a university-industry toxic substances research and teaching program to economic development. *Journal of Higher Education*, 74(3), 292-320.

Collins, S. (2017). Are Business Schools Fit for the Future? Re-thinking Business Education. Chartered Association of Business Schools. Trio Offset Ltd.: London.

Cutrer, E. F. (2005). Student social entrepreneurs: A classroom call to action. *Peer Review*, 7(3), 27-28.

Dill, D. D. (1995). University-industry entrepreneurship: The organization and management of American university technology transfer units. *Higher Education*, 29(4), 369-384.

Etzkowitz, H., Webster, A., & Healey, P. (Eds.). (1998). Capitalizing knowledge: New intersections of industry and academia. Albany, NY: State University of New York Press.

Fisher, D., & Atkinson-Grosjean, J. (2002). Brokers on the boundary: Academy-industry liaison in Canadian universities. *Higher Education*, 44(3-4), 449-467.

Gautam, M. (2015). Entrepreneurship education: concept, characteristics and implications for teacher education. *Shaikshik Parisamvad*. 5(1). 21-35.

Islam, J., Mohajan, H., & Data, R., (2013). Organizational Models in University-Industry Collaboration: International Perspective, Accessed on: 17.April.2019, Available at http://mpra.ub.uni-muenchen.de/ 50700/MPRA Paper No. 50700.

Kent, Calvin A. and Sexton, Donald L. and Vesper, Karl H. (1982). Encyclopedia of Entrepreneurship University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship. Available at SSRN: https://ssrn.com/abstract=1496225

Kotler, P. (2016). Democracy in Decline; Rebuilding its Future. Sage Publications: NY.

Marr, B. (2018). How much data do we create every day? The Mind-Blowing Stats. Forbes.com. Accessed on: 17.April. 2019 https://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2018/05/21/how-much-data-do-we-create-every-day-the-mind-blowing-stats-everyone-should-read/#3026333c60ba

Pfeffer, J., A (2016). Collective Vision for Business Education. AACSB International: Florida, USA.

Watkins, D. (2007). Best Practices & Pedagogical Methods in Entrepreneurship Education in Europe; Quality of Entrepreneurship Programmes in Europe. EU Socrates Program Publishing: Brussels.

Further Reading

- https://data.worldbank.org/indicator/sl.tlf.totl.fe.zs
- https://www.palgrave.com/jp/rethinking-business-schools/10009374
- https://techjury.net/stats-about/big-data-statistics/

3rd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 28-30 June 2019, Lefkosa

Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri İle Kuruluş Yeri Kararı: Atatürk Üniversitesi Girişimcilik Ofisi Örneği

Esra ÖZMEN
Atatürk University, SBE-YBS
ozmenesra25@gmail.com

Assoc. Prof. Dr. Ersin KARAMAN
Atatürk University, FEAS
ersinkaraman@atauni.edu.tr

ÖZET

Bu çalışmanın amacı Atatürk Üniversitesi yerleşkesinde açılması planlanan girişimcilik merkezine yönelik kuruluş yeri kararının çok kriterli karar verme yöntemleri ile belirlenmesidir. Bu amaç doğrultusunda karar verme aşamalarından; problemin belirlenmesi, istihbarat toplanması, tasarımın yapılması, seçimin gerçekleştirilmesi ve uygulanması adımları temel alınmıştır. Problemin belirlenmesi aşamasında teknoloji geliştirme bölgesinin ihtiyacı dikkate alınmıştır. Temel problem, teknoloji geliştirme bölgesinde girişimcilik merkezi olmasına rağmen, özellikle algısal uzaklığın bu hizmeti öğrencilere ve akademisyenlere etkili bir şekilde ulaştırılmasının maliyetinin yüksekliğidir. İstihbarat toplanması aşamasında temel öğeler olan çevre, raporlar, karşılaştırmalar, sorgular, veri toplama yöntemleri kullanılarak problem daha anlaşılır hale getirilmiştir. Özellikle girişimcilik konusu ile ilgili en az 5 yıl deneyimi olan uzmanlar ile görüşmeler yapılarak karar sürecinin nitelikleri belirlenmiştir. Tasarım aşamasında yine uzmanlar tarafından aktarılan görüşler dikkate alınarak Atatürk Üniversitesi kampüsü içerisinde 4 alternatif belirlenmiştir. Alternatiflerin seçimine yönelik ise AHP ve TOPSIS yöntemleri uygulanmıştır. Seçimin gerçekleştirmesi aşamasına yönelik farklı metotlardan elde edilen sonuçlar değerlendirilmiştir. Bu çalışma kapsamında uygulama aşaması gerçekleştirilmemiştir. Sonuç olarak; nicel ve nitel verilerin dikkate alındığı kuruluş yeri kararı süreçlerinde, çok kriterli karar verme yöntemlerinin kullanılmasına yönelik girişimcilik bağlamında bir örnek sunulmuştur.

Anahtar kelimeler: Karar destek sistemleri, Çok kriterli karar verme yöntemleri, AHP, TOPSIS

Location Decision Making with Multi-Criteria Decision Making Methods: The Sample of Ataturk University Entrepreneurship Office

ABSTRACT

The aim of this study is to make location decision of an entrepreneurship center which is planned to be opened on Atatürk University campus by multi-criteria decision making methods. In this scope, decision-making stages which are; determining the problem, gathering intelligence, design, selection and implementation steps have been take in to account. In the step of problem determination, the needs of technology development zone were regarded. The main problem is the fact that Atatürk university has already an entrepreneurship center in the technology development zone but the cost of delivering the services of the center to academician and students is higher because of the perceptual distance of the center. The problem was clarified by using environment, reports, comparisons, queries and data collection methods which are the main elements of intelligence gathering step. In order to determine the decision making attributes, interviews were made with experts who have at least 5 years of experience in the field of entrepreneurship. At the design stage, four alternatives were determined within the campus of Atatürk University considering the opinions given by the experts. AHP and TOPSIS methods were applied to the selection of alternatives. The results obtained from different methods for performing the selection were evaluated. Implementation phase could not be performed within the scope of this study. As a result; a case study which quantitative and qualitative data is taken into account for the location decision making by using multi-criteria decision-making methods in the context of entrepreneurship is presented.

Keywords: Decision support systems, Multi-criteria decision making methods, AHP, TOPSIS

1. Giriş

İnsanlar yaşamları boyunca bir kaç seçenek arasında kalırlar ve birini tercih ederler. Karşılaştığımız alternatifler arttıkça bu karar süreçleri daha da karmaşık hal almaya başlar. Bu durum organizasyonların kuruluş yeri, satın alma gibi karar süreçleri için de geçerlidir.

Bu çalışmada karar verme süreci, çok kriterli karar verme problemleri ve bu problemlerin çözümü için geliştirilmiş olan yöntemler hakkında detaylı bir bilgi verilmiştir. Sonrasında Atatürk Üniversitesine yönelik düşünülmüş bir karar probleminin karar süreci aşamaları değerlendirilmiştir. Söz konusu problem çok kriterli karar verme yöntemlerinden AHP ve TOPSIS yöntemleri ile çözümlenmiş ve sonuçları yorumlanmıştır.

2. Literatür

Karar verme, karar vericinin yani insanın düşünce yapısının gelişimine bağlı olarak sürekli değişim gösteren bir kavram olarak tanımlanabilir. Bir amaç doğrultusunda oluşturulan alternatifler arasından ve belirlenen nitelikler kapsamında en uygun alternatifin seçilmesi işlemi karar verme eylemini ifade etmektedir. Karar vermenin temelinde aslında tek bir amaç için yapılacak eylemler olsa da gelişen ve değişen anlayışlar doğrultusunda birden fazla amaca yönelik sistemler geliştirilmiştir (Turanlı ve Köse, 2005). Karar verme süreci; karar vericiler, amaç, nitelikler, alternatifler, olaylar, nitelik ağırlıkları, ölçme ve sonuç öğelerinden oluşmaktadır (Özbek, 2017).

Karar verme süreci istihbarat aşamasıyla başlar. Mevcut durum incelenir ve problem belirlenerek tanımlanır. Tasarım aşamasında sistemi temsil eden bir model inşa edilir. Bu, mevcut durumu basitleştiren ve tüm değişkenler arasındaki ilişkiyi yazacak varsayımlar yaparak yapılır. Model daha sonra geçerliliğini korur ve nitelikler belirlenen alternatif eylemlerin değerlendirilmesinde tercih edilen bir prensipte belirlenir. Genellikle tasarım aşaması alternatif çözümleri tanımlar. Tercih aşaması, modele önerilen bir çözümün seçimini içerir. Bu çözümün doğruluğunu belirlemek için test edilir ve duyarlılık analizi yapılır. Önerilen çözüm makul göründüğünde, son aşamaya hazır olunur ve kararın uygulanması aşamasına geçilir. Başarılı uygulama, gerçek problemi çözme ile sonuçlanır. Başarısızlık, sürecin daha erken bir safhasına geri dönmesine yol açar. Aslında, bu son üç aşamadan herhangi birinde hata yapılmasında daha önceki bir aşamaya dönülebilir.

Uygulama aşaması karar sürecinin en karmaşık aşaması olarak görülmektedir. Çözümün basit bir şekilde uygulanması, mutlaka bir bilgisayar sisteminin uygulanması ile ilgili değil, işe uygun bir çözüm getirilmesi anlamına gelir. Kısaca uygulama aşaması, probleme yönelik oluşturulan çözüm alternatifleri arasından seçilen en optimum seçeneği karar durumuna uyarlamayı içerir (Turban, Aronson, Liang ve Sharda, 2007). Bu ana adımların uygulanmasında birçok yöntem

uygulanmış özellikle birden fazla kriter olma durumları için çok kriterli karar verme yöntemleri alanyazına girmiştir.

Karar problemleri zaman açısından değerlendirildiğinde uzun vadeli, orta vadeli ve kısa vadeli karar problemleri olarak sınıflandırmak mümkündür. Uzun vadeli kararlar genellikle stratejik olan büyük ölçekli kararlardır. Bu kararlar karar verici veya karar veren gurup açısından yenilikleri getirmeyi amaçlar. Orta vadeli kararlar, yönetim biçimleri etkileyen organizasyon içerisinde mevcut olarak kullanılan uygulamaların yöntemlerini değiştirmeyi amaçlayan kararlardır. Kısa vadeli kararlar ise rutin olarak her gün gerçekleştirilen faaliyetler üzerinde verilen kararlardır (Ishizaka ve Nemery, 2013). Çok kriterli karar verme problemleri, birçok kriterin optimize edildiği potansiyel karar alternatifleri içerisinden en iyisinin seçildiği problemler olarak da tanımlanabilir (Turan, 2015). Çalışma kapsamında seçim problemlerinin çözümünde ve tekli sentezleme kriteri kullanan yöntemlerden olan AHP ve TOPSIS yöntemleri kullanılmıştır.

AHP (Analytic Hierarchy Process) yöntemi 1977 yılında Thomas L. Saaty tarafından karmaşık ve çok kriterli problemlerin çözümü için geliştirilmiştir. Yöntemin uygulanmasında karar problemi için belirlenen nitelikler ile ilgili göreceli önem derecelerinin saptanmasına yönelik uzman görüşlerine ihtiyaç vardır. Karar vericiler (uzmanlar) göreceli önem derecelerini belirlerken Saaty tarafından geliştirilen önem derecelerinin 1-9 arasında değiştiği anketleri kullanmak durumundadırlar (Anderson, Sweeney, Williams, 2008). AHP, karar almada nicel ve nitel kriterleri değerlendirebilen, karar vericinin deneyimlerini, tercihlerini, düşünce ve bilgilerini de karar sürecine dahil eden bir yöntemdir (Özbek ve Eren, 2012).

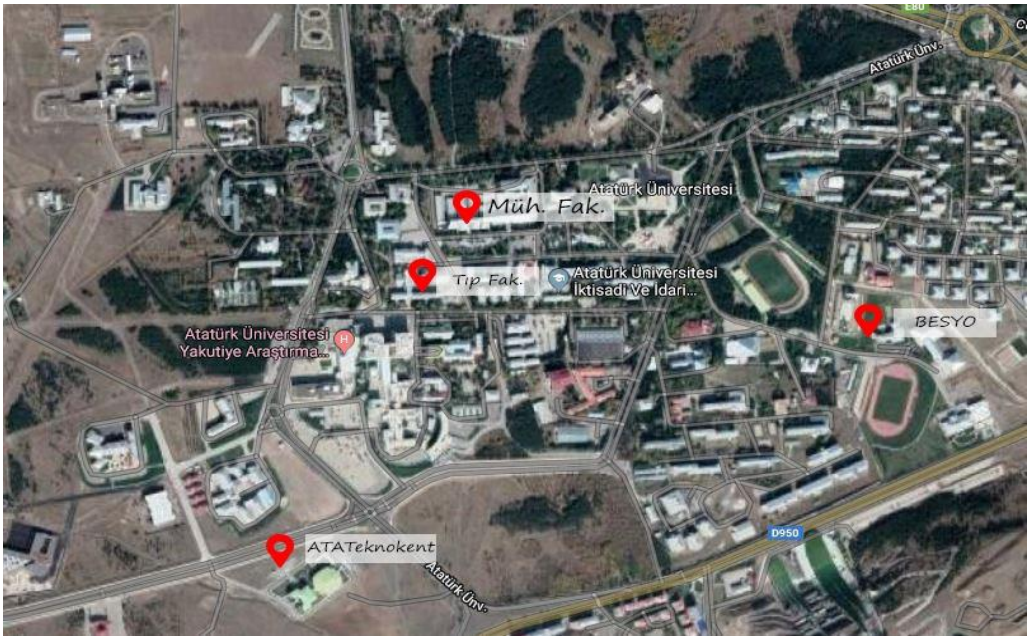
TOPSIS (Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution) 1980 yılında Hwang ve Yoon tarafından geliştirilmiş çok kriterli karar verme yöntemlerinden birisidir. TOPSIS yöntemi temel olarak karar problemine yönelik oluşturulacak çözüm için alternatifler arasından pozitif ideal ve negatif ideal çözümlerin bulunmasına dayanmakatadır. TOPSIS yöntemi alternatifler arasından en ideal çözümü bulmaya imkan tanımaktadır. Yönteme göre en ideal çözüm; pozitif ideal çözüm noktasına en yakın fakat negatif ideal çözüm noktasına en uzak olan alternatifin seçilmesidir (Hwang ve Yoon, 1981). TOPSIS yöntemine göre ideal çözümün pozitif ideal ve negatif ideal çözüm noktalarına olan uzaklıkları Öklid uzaklık teoremi yardımıyla hesaplanmaktadır. Yöntemde karar problemine yönelik belirlenen niteliklerin önem ağırlıkları için herhangi bir formül veya hesaplama bulunmamaktadır. Önem ağırlıkları başka bir yöntemde (Bu çalışma için AHP yönteminde bulunan W değerleri esas alınacaktır.) bulunan ağırlıklar alınarak veya toplamları 1 olacak şekilde uzman görüşü ile belirlenebilir (Janic, 2003).

3. Uygulama

Karar destek sürecinin aşamaları problemin belirlenmesi, istihbarat toplanması, tasarımın yapılması, seçimin gerçekleştirilmesi ve uygulanması olarak ortaya konmaktadır (Turban, Aronson, Liang ve Sharda, 2007). Bu çalışma kapsamındaki ele alınan karar süreci bu bağlamda değerlendirilecektir

Bu çalışmada ele alınan karar problemi Atatürk Üniversitesi yerleşkesinde açılması planlanan (varsayımdan yola çıkılmıştır) girişimcilik merkezinin konumunun belirlenmesidir. Temel amaç üniversite öğrencilerinin ve akademisyenlerin girişimcilik farkındalığını artırmak ve potansiyel girişimcilere erişilebilir bir merkez kurmaktır. Erişilebilirliğin en temel noktası ise kuruluş yeri kararıdır. Bu çalışma bağlamındaki temel soru: Atatürk Üniversitesi girişimcilik merkezi üniversite kampüsünün hangi bölgesine kurulmalıdır?

Karar destek sürecinin ikinci adımı ise istihbarat sürecidir. Temelde karar süreci bu adım ile başlamaktadır. Burada temel öğeler çevre, raporlar, karşılaştırmalar, sorgular, veri toplama gibi yöntemler kullanılarak problemin anlaşılır hale getirilmesi amaçlanır. Atatürk üniversitesinde her dönem yaklaşık 2000 kişi girişimcilik dersi almaktadır. Fakat bu ders her bölümde ve her fakültede verilmemektedir. Girişimciliği ön plana almış üniversiteler hem ders sayısını artırmak hem de girişimcilik özelliği olan öğrencileri yakalamak adına bir takım çalışmalar yürütmektedirler. Bunlardan biri ise üniversitelerin içerisinde kurulma zorunluluğu olan teknoloji geliştirme bölgelerindeki kuluçka/ön-kuluçka merkezleri veya dene-yap atölyeleridir. Bu imkânlara daha etkin bir şekilde ulaşılmasının sağlanması için öğrencilerin girişimcilik ile ilgili ihtiyaçlarına cevap verecek bir iletişim ofisi kurulması gerekliliği varsayımından yola çıkılarak bu çalışma tasarlanmıştır. Anlaşılır olması açısından Resim 1'de mevcut kuluçka merkezi (Teknokent içerisinde) ve öğrencilerin sosyal yaşam alanları ve fakültelerin işaretlendiği bir haritaya yer verilmiştir. Bu harita da da görülebileceği gibi bir mühendislik fakültesi öğrencisinin veya akademisyeninin kuluçka/ön-kuluçka merkezine ulaşabilmesi için yaklaşık 1,5 km'lik bir yolu kat etmesi gerekmektedir. Akla gelen ilk soru bu mesafenin büyük olmaması olabilir. Ancak haritaya dikkatle bakıldığında mekansal uzaklıktan ziyade algısal uzaklığın da bir sorun olduğu varsayılabilir. Bu varsayımı açıklamak amacıyla konu uzmanı ile görüşmeler yapılmıştır.



Resim 1. ATATeknokent ve Kampüs Genel Görünümü

Bu konu ile Atatürk Üniversitesi Teknoloji Transfer Ofisi (TTO) girişimcilik uzmanları ile temel sorunların yönetildiği görüşme gerçekleştirilmiştir. Sorular Atatürk Üniversitesi'nde girişimcilik dersi vermiş uzman ile birlikte hazırlanmıştır. Yöneltilen sorulara ve cevapların özetine aşağıda yer verilmiştir.

--Öğrencilerin kuluçka/ön-kuluçka merkezine gelme sıkılıkları nedir?

"*... öğrenciler özellikle burada yapılan etkinlikler olduğu zaman ziyaret etme eğilmindeler. Gelenlere yapılan toplu bilgilendirmeler sonucunda kuluçka veya ön kuluçka hakkında fikir sahibi olmaktadırlar. Ayrıca fakültelere dönemlik tanıtım etkinlikleri ile bilgilendirmeler yapılmaktadır. Bu toplantılar sonrasında da öğrenciler daha detaylı bilgi almaya gelmektedirler*"

--Öğrencileri kuluçka/ön-kuluçka merkezine gelmesine engel nedenler nelerdir?

"*....en önemli faktör bu merkezin göz önünde olmaması olduğunu düşünüyorum. Teknokent içerisinde yer alması bir avantaj olmasına rağmen, gelişmekte olan bir teknokent olduğu için henüz öğrencilerin cazibe merkezi olarak nitelendirilmesi açısından oldukça erken….*"

--Girişimcilik farkındalığının artırılmasına yönelik neler yapılabilir?

"*...Bu konuda eğitimlerin ve etkinliklerin düzenlenmesi gerekmektedir. Örneğin bir uygulamamız girişimcilik dersleri için dışarıdan davet edilen deneyimli kişilerin toplantılarını Teknokentte yapması. Ayrıca girişimcilikle destek tanıtımlarının yine Teknokent bünyesinde yapılarak öğrencinin en azından ziyaret etmesinin sağlanması. Bu uygulamalar sayesinde girişimcilikle ilgili daha fazla bilgi almak isteyen öğrencilerin ziyaretlerini artırmaktadır...*"

--Mevcut konum öğrencilere ve akademisyenlere ulaşma noktasında ne gibi avantajlara/dezavantajlara sahiptir.

" *Mevcut konumun en büyük avantajı 70'e yakın ar-ge şirketini barındıran bir teknokentte yer alması. Bu firmaların çoğu yazılım firması olsada birçok farklı alanda çalışmalar yapan firmalarda mevcut. Öğrencilerin staj, yarı zamanlı çalışma veya mezuniyet sonrası iş bulma/iş kurma imkanı açısından bir avantaj. Bir diğeri de öğrencilerin ekip çalışmasına imkan veriyor olması. Ancak öğrencilerin burayı sahiplenmesi zaman alıyor. Özellikle kış aylarında kısa mesafede olsa öğrenciler buraya gelmeye üşenebiliyorlar. Örneğin şu anda 20'ye yakın ön kuluçkaya kayıtlı öğrencimiz var bunlarda 7-8 tanesi artık burayı benimsemiş durumda.Yani, öğrencilerin sosyal ortamlarında uzak olması sürekli göz önünde olmaması bir dezavantaj. Özellikle büyük işletmelerin gelmesi daha cazip hale getirebilir. Biz genelde akıllarında kalması için stantlar açıyoruz. Bu durumda özellikle kış aylarında pek mümkün olmuyor."*

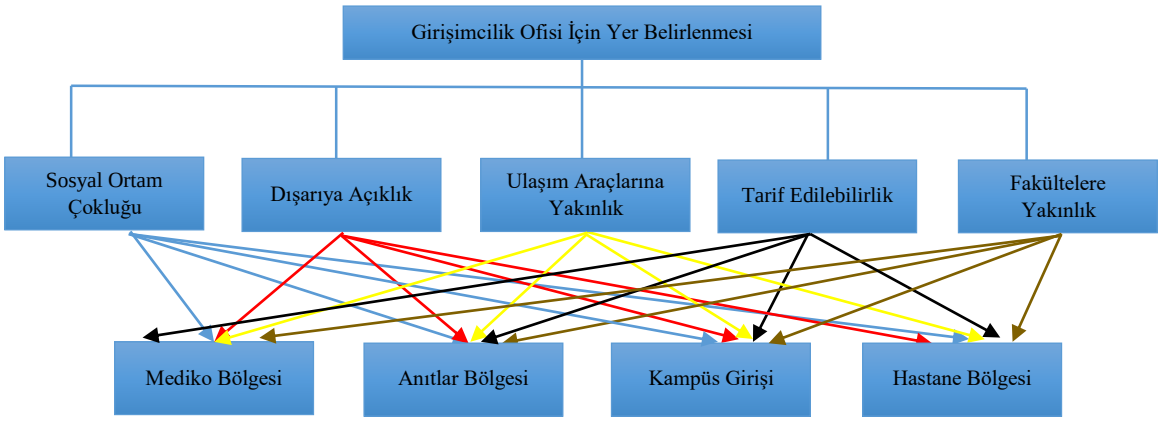
-- Sizce kampüs içerisinde kuluçka ofislerinin tanıtımının yapılabileceği veya bir deneyimin sunulabileceği yerler hangi bölgeler olmalıdır? Neden?

"...Kampüs içerisinde kuluçka ofislerinin tanıtımının yapılabileceği bölgeler Yemekhanenin (Mediko) bulunduğu bölge,... (bu bölgede aynı zamanda İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Edebiyat Fakültesi, Fen Fakültesi, kız öğrenci yurtları da bulunmaktadır),... ayrıca üniversite anıtlar bölgesinde bulunan alan... (bu bölgede Mühendislik Fakültesi, Eğitim Fakültesi, İlahiyat fakültesi ve kütüphane de bulunmaktadır),... ek olarak üniversite kampüsünün giriş bölgesi... son olarak da Hastane ve durakların bulunduğu bölge. Bu bölgelerin ortak noktaları sosyal ortamlarla bir arada olmaları, hareketliliğin ve hedef kitlenin hayli yoğun olması, tarif edilebilirliklerinin kolay olması, konumsal bağlam açısından dışa açıklıklarının olması, Fen, İİBF ve Mühendislik fakülteleri ile yakınlıklarının olması ve ulaşım araçlarına erişim bakımından uygun olması"

Bu bilgilerden hareketle kampüsün farklı yerlerinde bir irtibat ofisi veya ön kuluçkaya benzer ancak düşük kapasiteli bir mekan kurulması fikri ortaya çıkabilir ki bu da belirlenen problemle örtüşmektedir. Tasarım aşamasında alternatiflerin seçim ilkesi gereğince 3 uzman tarafından aktarılan görüşlere yönelik Atatürk Üniversitesi kampüsü içerisinde belirlenen alternatifler mediko bölgesi, anıtlar bölgesi, kampüs girişi, hastane bölgesi olarak belirlenmiştir. Geliştirilen alternatifler için karar sürecinde uygulanacak modeller ise çok kriterli karar verme yöntemlerinden AHP ve TOPSIS yöntemleri kullanılmıştır.

3.1. AHP

Belirlenen alternatif ve niteliklere yönelik AHP yönteminde hiyerarşik yapı Şekil 1'de sunulmuştur.



Şekil 1. Nitelikler ve Alternatiflerle Oluşturulmuş Hiyerarşik Yapı

AHP yönteminin temelini oluşturan ikili karşılaştırma matrislerinin bulunabilmesi için öncelikle alternatifler ve niteliklerin sahip oldukları performans değerlerinin bulunduğu matris Tablo 1'de sunulmuştur. Tablo 1'de belirtilen sosyal ortam çokluğu, dışarıya açıklık ve tarif edilebilirlik niteliklerinin alteranatiflere yönelik performans değerleri uzman görüşü sonucunda belirlenirken; ulaşım araçlarına yakınlık ve fakültelere yakınlık niteliklerinin performans değerleri Google Earth kullanılarak hesaplanmıştır.

Tablo 26. Alternatiflere Ait Nitelik Performans Değerleri

	Sosyal Ortam Çokluğu	**Dışarıya Açıklık**	**Ulaşım Araçlarına Yakınlık**	**Tarif Edilebilirlik**	**Fakültelere Yakınlık**
Mediko Bölgesi	9 adet	Orta	170,27 m	Orta	304 m
Anıtlar Bölgesi	4 adet	Kötü	461,12 m	Kötü	11 m
Kampüs Girişi	10 adet	Çok iyi	90,92 m	İyi	912,28 m
Hastane Bölgesi	2 adet	İyi	127,08 m	Çok iyi	758, 55 m

İkili karşılaştırma matrislerindeki önem derecelerinin belirlenmesi ve normalize edilmesi adımlarından sonra ağırlık (w) sütun vektörü hesaplanmıştır. Niteliklerin ikili karşılaştırılmasından sonra bulunan W değerleri ve her bir nitelik için alternatiflerin ikili karşılaştırılmasından sonra bulunan V değerleri çarpımından ağırlıklandırılmış toplam sütunu elde edilmiş ve en yüksek değere sahip alternatif Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 27. Ağırlıklandırılmış Toplam Yapılması ve Seçeneklerin Sıralanması

Yer Seçimi	**Sosyal Ortam Çokluğu**	**Dışarıya Açıklık**	**Ulaşım Araçlarına Yakınlık**	**Tarif Edilebilirlik**	**Fakültelere Yakınlık**	**Ağırlıklı Toplam**
W	**0,07**	**0,05**	**0,08**	**0,29**	**0,51**	
Mediko Bölgesi	0,33	0,16	0,10	0,09	0,30	**0,2175**
Anıtlar Bölgesi	0,14	0,04	0,04	0,05	0,54	**0,3042**

Kampüs Girişi	0,48	0,54	0,30	0,58	0,05	**0,2770**
Hastane Bölgesi	0,05	0,27	0,56	0,28	0,11	**0,2012**

3.2. TOPSIS

Öncelikle karar matrisindeki her bir hücrenin karesi alınmış ve sütun toplamlarının karekökü hesaplanmıştır. Sonrasında karar matrisindeki her bir değeri rij satırındaki değere bölerek normalize edilmiş matris hesaplanmıştır.

Tablo 28. Normalize Karar Matrisinin Elde Edilmesi

	Sosyal Ortam Çokluğu	**Dışarıya Açıklık**	**Ulaşım Araçlarına Yakınlık**	**Tarif Edilebilirlik**	**Fakültelere Yakınlık**
Mediko Bölgesi	0,6348	0,3114	0,3301	0,3114	0,2482
Anıtlar Bölgesi	0,2821	0,0000	0,8940	0,0000	0,0090
Kampüs Girişi	0,7053	0,7785	0,1763	0,5449	0,7448
Hastane Bölgesi	0,1411	0,5449	0,2464	0,7785	0,6193

Normalize edilmiş matrisin değerleri niteliklerin ağırlık değerleri ile çarpılarak ağırlıklandırılmış normalize matrisi elde edilir. Söz konusu çarpım yapılırken niteliklerin ağırlıkları bir önceki AHP yönteminde bulunan W değerlerinden alınmıştır (Tablo 4).

Tablo 29. Ağırlıklandırılmış Normalize Matrisinin Elde Edilmesi

	Sosyal Ortam Çokluğu	**Dışarıya Açıklık**	**Ulaşım Araçlarına Yakınlık**	**Tarif Edilebilirlik**	**Fakültelere Yakınlık**	
Ağırlık	**0,07**	**0,05**	**0,08**	**0,29**	**0,51**	1
Mediko Bölgesi	0,0434	0,0168	0,0271	0,0902	0,1255	
Anıtlar Bölgesi	0,0193	0,0000	0,0735	0,0000	0,0045	
Kampüs Girişi	0,0482	0,0421	0,0145	0,1579	0,3766	
Hastane Bölgesi	0,0096	0,0295	0,0202	0,2256	0,3131	

İdeal çözüm noktaları için sosyal ortam çokluğu, dışarıya açıklık ve tarif edilebilirlik niteliklerinin maksimum olduğu fakat ulaşım araçlarına ve fakültelere yakınlığın minimum olduğu noktalar tespit edilmiştir. Negatif ideal çözüm noktalarında ise ideal çözüm noktasındakilerin tam tersi durumlar göz önünde bulundurulmuştur. İdeal ve negatif ideal çözüm noktalarının bulunmasının ardından ayrım ölçümleri hesaplanmıştır. Son olarak ideal çözüme göreli yakınlığın bulunması ile optimum değere sahip alternatifler Tablo 5'de sunulmuştur.

Tablo 30. İdeal Çözüme Göreli Yakınlığın Hesaplanması

	S_i^+	S_i^-	C_i^*
Mediko Bölgesi	0,1838	0,2734	**0,5980**
Anıtlar Bölgesi	0,2387	0,3721	**0,6092**
Kampüs Girişi	0,3781	0,1780	**0,3201**
Hastane Bölgesi	0,3113	0,2421	**0,4375**

4. Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmada Atatürk Üniversitesi kampüsü içerisinde açılması planlanan (varsayım) Girişimcilik Ofisinin hangi bölgede konumlanacağı noktasında alternatif çözümler geliştirilmiştir.

Uzmanlarla yapılan görüşmeler sonucunda belirlenen alternatif ve nitelikler ile çok kriterli karar verme yöntemlerinden AHP ve TOPSIS yöntemleriyle en uygun alternatif belirlenmeye çalışılmıştır.

AHP yönteminin uygulanmasında ikili karşılaştırmalar ve ağırlıklı toplam sonucunda alternatifler; anıtlar bölgesi, kampüs girişi, mediko bölgesi ve hastane bölgesi olarak sıralanmaktadır. Yani bu yönteme göre en uygun yer seçimi anıtlar bölgesi alternatifi olarak görülmektedir. Optimal çözüme en uzak alternatif ise hastane bölgesi alternatifi sunulmaktadır. TOPSIS yönteminde ideal ve negatif ideal çözüm noktalarının bulunması ve ağırlıklı toplam sonucunda alternatifler; anıtlar bölgesi, mediko bölgesi, hastane bölgesi, kampüs girişi şeklinde sıralanmaktadır. Yani bu sonuca göre en uygun çözüme yakın alternatif yer seçimi anıtlar bölgesi ve negatif ideal noktaya en yakın bölge ise kampüs girişi olarak anlaşılmaktadır.

Çalışma diğer çok kriterli karar verme yöntemleri kullanılarak geliştirilebilir. Uzman görüşleri sonucunda alınan nitelikler ve alternatifler de çeşitlendirmeye açıktır. Çalışma sonrasında karar verici grup ile birlikte duyarlılık analizi, karar verme ve uygulama safhaları gerçekleştirilerek çalışma ile ilgili karar verme süreci sonuçlandırılabilir.

Sonuç olarak çok kriterli karar verme yöntemlerinin uygulanması ile mevcut alternatifler arasından ilk sırayı anıtlar bölgesi alırken son sırayı ise hastane bölgesi almaktadır. Anıtlar bölgesinin sosyal ortam çokluğu, dışarıya açıklık, ulaşım araçlarına yakınlığı, diğer alternatiflere göre daha kolay tarif edilebilirliğinin olması ve fakültelere yakınlığının olması seçim aşamasında alternatifler arasında ilk sırayı almasını sağlamıştır. Hastane bölgesinin son sırada olmasının nedeni ise çevresinde sosyal ortamları az olması, fakültelere uzak olması olarak gösterilebilir. En nihayetinde Atatürk Üniversitesinde açılabilecek bir Girişimcilik Ofisi kampüs içerisinde bulunan anıtlar bölgesi (İİBF, Mühendislik ve Fen fakültelerinin ortak

noktası) civarında açılmalı fakat hastane bölgesi civarında açılmaması en uygun sonuç olarak görülmüştür.

KAYNAKÇA

Anderson, D.R., Sweeney, D.J., Williams, T.A. (2008). *"Qantitative Methods for Business"*, 11th edition, South-Western Cengage Learning.

Hwang C.L., Yoon, K. (1981). "*Multiple Attribute Decision Making: Methods and Application"* Springer, NewYork.

Ishizaka, A., Nemery, P. (2013). *Multi-Criteria Decision Analysis Methods and Software*, Wiley.

Janic, M. (2003). Multicriteria Evaluation og High-Speed Rail, Transrapid Maglev and Air Passenger Transport in Europa. *Transportion Planning & Technology*, 26(6) (491-512).

Özbek, A. (2017). Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri ve Excel İle Problem Çözümü. Seçkin Yayıncılık, Ankara.

Özbek, A., Eren, T. (2012). Üçüncü Parti Lojistik (3PL) Firmanın Analitik Hiyerarşi süreci İle (AHS) Belirlenmesi, *İnternational Journal of Engineering Research and Development*, 4(2) (46-54).

Turan, G. (2015). Çok Kriterli Karar Verme (Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri içinde). Dora Yayıncılık. Bursa

Turanlı, M., Köse, A. (2005). Doğrusal Hedef Programlama Yöntemi İle Türkiye'deki Sigorta Şirketlerinin Performanslarının Değerlendirilmesi, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 4(7). (19-39).

Turban, E., Aronson, J.E., Liang, T.P., Sharda, R. (2007). *Decision Support and Business Intelligence Systems*. Eighth Edition. Perarson.

Dil Felsefesinin Tasavvuf İçerikli Şiirdeki Etkileri Üzerine Değerlendirmeler

Prof. Dr. H. Esra KARABACAK
esra.karabacak@neu.edu.tr
Near East University, FEF

ÖZET

İnsan, kültürel ve toplumsal çevresiyle sürekli etkileşim ve iletişim içindedir. Bu etkileşim ve iletişim sonucunda yaşam boyu yeni davranışlar kazanılır, kazanılmış olan davranışlarda ise değişiklikler süregelir. Filozoflar düşüncelerini dil aracılığı ile ifade eder, diğer insanlarla paylaşır, onlara aktarır. Dili, *herhangi bir zihin faaliyetinin açığa vurulmasını, bir zihinden diğer zihne aktarılmasına yarayan bir işaretler sistemi* olarak tanımlayabiliriz. Dil, felsefenin yayılmasında ve paylaşılmasında önemli bir role sahiptir. Dil, önemli bir iletişim aracıdır, düşüncelerini iletir. Mevlana'nın ifadesiyle *Ne kadar bilirsen bil, söylediklerin karşındakilerin anlayabileceği kadardır.* Şairlerin, söze ve sözcüklere kazandırdıkları anlamlar edebiyat için son derece önemlidir. Sözcüklerin yeni anlamlar kazanması ve anlatımın somuttan soyuta doğru uzanması doğudaki şiir geleneğinde belirli gelişmelerin sonucudur. Şiirde ortaya çıkan üslup farklılaşması ve konu tercihleri üslup altında açıklanmaktadır. Şiirlerde, düşündürücü, anlam yükü farklı bir tarz benimsenmektedir. Mesela, Mevlana'da anlam üstünlüğü ve maddenin değersizliği görülür. Şiir dilinde edebi gelenekten yararlanılarak eski sözcüklerle, yeni ve farklı anlamlar oluşturulur . Yine, Mevlana'nın ve Yunus Emre'nin eserleri kendilerinden önceki şairlerden etkilendikleri şiirlerindeki Arapça ve Farsça kelimeleri kullanışlarından anlaşılmaktadır. Şiirleri genel üslup özelliklerinin yanında kendine ait özellikler de taşımaktadır.Şairlerin düşüncesinde düşüncesinde felsefenin önemli bir yeri vardır. Özellikle de Mesnevide zaman zaman insanı çözümlemeye çalışan unsurlar vardır. Çalışmada, şairlerden beyitler ve onlara bağlı hikayelerle dil felsefesi odaklı değerlendirmeler yapılacaktır.
Anahtar Kelimeler: mevlana, yunus emre, dil felsefesi, aşık paşa, tasavvuf

Assessments on the Impact of Language Philosophy on Mystic Poetry

ABSTRACT

Human beings are in constant interaction and communication with their cultural and social environment. As a result of this interaction and communication, lifelong new behaviors are gained and the changes in acquired behaviors continue. Philosophers express their thoughts through language, share with other people, and convey their opinions to people.Language can be defined as *a system of symbols which are used to disclose any mental activity and to transfer it from one mind to another.* Language has an essential role in the diffusion and sharing of philosophy. Language is a critical means of communication which conveys thoughts. In Rumi's words, *no matter how much you know, what you say is not more than what the others understand.* The meanings that poets bring to words and wording are extremely important for literature. The fact that words gain new meanings and narration from abstract to concrete is the result of certain developments in the eastern tradition of poetry. The stylistic differentiation and the preferences of the subject in poetry are explained under the concept "style". In poetry, a thought-provoking style with different meaning load is adopted. For example, in Rumi's works, superiority of meaning and the worthlessness of matter are observed. In poetry language, new and different meanings are formed using old words of the literary tradition. Likewise, it can be understood that Rumi's and YunusEmre's works are affected by the previous works which is proved by the usage of Arabic and Persian words n their poems. The poems bear general stylistic features as well as their peculiar characteristics. Philosophy has an important place in the thinking of poets. Especially in Mesnevi, there are elements that attempt to analyze human occasionally. In this paper, poems will be evaluated based on verses and related stories based on language philosophy.

Keywords:Rumi, Yunus Emre, language philosophy, Âşık Pasha, mysticism.

GİRİŞ

Anlamın dil felsefesi içinde çok önemli olduğunu düşünürsek tasavvufi düşünceyi barındıran eserlerin felsefi bakımdan incelenmesi daha kolay anlaşılır olur. Dil felsefe yöntemlerine göre en küçük anlamlı birim cümledir. Cümleler hayatımızın her yönünü anlatır. Adeta aynamız olur. Tasavvuf sevgi ve aşk felsefesidir. Tasavvufun öğeleri dile yansır ve o zaman dil felsefesini çözmek ve kişiselleştirmek mümkün olur. Tasavvuf insanı eğiten ve olgunlaştıran bir unsurdur. Düşünce sistemidir. Özellikle tasavvuftaki birlik anlayışı çerçevesinde yapılan dil çalışmalarını tasavvufi eserleri destekleyecektir. Dilin sağladığı soyut düşünme kuvveti insanın kendi dışındaki hakikati kavramlaştırmasında ve çevreyle ilişkiler geliştirmesinde en önemli faktördür. Gerçekliği algılama şeklimiz dil sayesinde gerçekleşmektedir. Dil, üretilen felsefenin yayılmasında ve paylaşılmasında önemli bir role sahiptir. Zihinler arasındaki etkileşim ancak dil aracılığı ile mümkün olmaktadır. Dil düşüncelerin iletilmesinin bir aracıdır. Yeni anlamlar kazanan kelimeler ve anlatımın soyutlaşmasının sonucu olarak doğudaki şiir geleneğinde belirli gelişmelerin olmuştur. Dil felsefesi, insana ait bir parça aynı tarih felsefesi gibi kendine özgü sorunları ele alan bir felsefe alanıdır. Dil felsefesi bir dili oluşturan unsurların kendi aralarındaki karşılıklı ilişkileri değil, bunlarla dünya arasındaki ilişkileri inceler. Dil felsefesi, dilin nasıl çalıştığını, nasıl olup da işe yaradığını, iletişim için nasıl kullanıldığını açıklamaya çalışır.

Nitekim, Mevlana'ya göre dünya üzerinde karşıtlar arasındaki barış, mutlaka yaratılanların hayat sürdürmesi için en önemli ve kaçınılmaz bir gerçek olduğunu anlatmaya çalışıyor. Elbette bu arada karşıtlıkların doğuracağı yan etkileri de unutmamaktadır. Zaten bu gerçeği anlatmakla, olumsuz olayları bile hoşgörüyle izliyor ve onların arasındaki tezatlıkları bile barışın tecellisi olarak açıklamaya çalışıyor. Mevlana, şu gerçeği anlatmaktadır: "âlem-i vahdet ve ulûhiyette karşıtlık sorunu yoktur. Orada eşitlik, aynı olmak niteliği bulunmaktadır. Her karşı sandığımız nesne, olay vs. aslında bizi yüceliğe götürecek harekettir. Bu hareketi kabullenmek bile zaten barışın ta kendisidir!"

TEORİK ÇERÇEVE

Dil felsefesi bir bütün olarak dilin kökenini, yapısını, özünü ve doğasını, kapsamını ve içeriğini inceleyen; farklı diller arasındaki köken ve yapı bakımından ortak özellikleri araştıran; bilim dili, şiir dili, diye adlandırılan değişik söyleme olanaklarını çözümleyen; anlamın, anlamlı ifade ile anlamsız ifadeyi birbirinden ayıranın neler olduğunu ortaya koyan; dildeki anlamın nasıl oluşturduğunu, anlamların dilde nasıl dolaştığını, nasıl iletildiklerini, nasıl anlaşıldıklarını açıklayan, kavramlar ve sözcükler ile nesneler arasındaki ilişkiye odaklanarak dil ile gerçeklik arasındaki ilişkinin nasıl kurulduğunu açıklayan; dil yoluyla iletişimin nasıl ve hangi koşullar

altında olanaklı olduğunu dilin sözdizimi, anlambilim, retorik gibi dil çeşitliliğinin kavranmasında belirleyici konumda bulunan boyutlarını araştıran; dilin insan yaşamındaki yerini ve önemini, başta genel felsefe anlayışımıza ilişkin anlamları olmak üzere, bütün yönleriyle sistemli bir biçimde ele alan felsefe dalıdır.
İnsan konuşan bir varlık olduğu için dil, her çağda güncel bir konu olmuştur. Dil üstüne düşünüşün tarihi başta mantık olmak üzere bir bütün olarak felsefe tarihinden ayrılamaz. Bu temel gerçeğin en önemli kanıtı, geleneksel felsefe yapma tarzında bilgi, doğruluk, anlam, us gibi en önemli felsefe kategorileri üzerine düşünmek ile bu kategorileri dil yoluyla ifade etmek arasında bir ayrıma gidilmemiş olmasıdır. Tasavvuf içerikli şiirler dil felsefesinin sistemi içerisinde değerlendirilecektir.

YÖNTEM

İnsan zihni soyutlamalar yoluyla kavramlar oluşturma yeteneğine sahiptir. İnsan bu kavramlardan önermeler oluşturarak anlatmak istediklerini ifade etmeye çalışır. Dil, herhangi bir zihin faaliyetinin açığa vurulmasını, bir zihinden diğer zihne aktarılmasına yarayan bir işaretler sistemidir. Dilin sağladığı soyut düşünme kuvveti insanın kendi dışındaki hakikati kavramlaştırmasında ve çevreyle ilişkiler geliştirmesinde en önemli faktördür. Dil, üretilen felsefenin yayılmasında ve paylaşılmasında önemli bir role sahiptir. Dil önemli bir iletişim aracıdır. Zihinler arasındaki etkileşim ancak dil aracılığı ile mümkün olmaktadır. Dil düşüncelerin iletilmesinin bir aracıdır. Mevlana'nın ifadesiyle *Ne kadar bilirsen bil, söylediklerin karşındakilerin anlayabileceği kadardır.* Sözcüklerin yeni anlamlar kazanması ve anlatımın somuttan soyuta doğru uzanması doğudaki şiir geleneğinde belirli gelişmelerin sonucudur. Eski sözcüklerle, yeni ve farklı anlamlar oluşturulmasının yolu Mevlana tarafından onaylanıp pekiştirilmiş ve edebî gelenekten ciddi bir şekilde yararlanmıştır. (Gibb 1999: 55).
Dil felsefesi bir dili oluşturan unsurların kendi aralarındaki karşılıklı ilişkilerle düşünce unsurlarını birleştirerek inceler. Dilin bir iletişim aracı olarak işlev görebilmesi bu tür ilişkiler sayesinde mümkündür (Aksan 1978: 40). Dil felsefesi, dilin nasıl çalıştığını, işe yaradığını, iletişim aracı olarak nasıl kullanıldığını anlatır. Varlıkları gösterme işlevi nasıl yerine getirilmektedir ve ne gibi kurallara uygun olarak gerçekleştirilmektedir? Mevlana üzerinde çeşitli boyutlardan yaklaşım pek anlamlı olduğu gibi dil konusu yanı sıra bilgi özelliği de incelemeden uzak kalmamalıdır. Zira, onun edebi kişiliği ile birlikte felsefî görüşü, sosyo-kültürel bakış açısı ve öğretici- eğitici boyutları da dikkat çekicidir (Altınörs 2016: 63)
Nitekim Mevlana'ya göre dünya üzerinde karşıtlar arasındaki barış, mutlaka yaratılanların hayat sürdürmesi için en önemli ve kaçınılmaz bir gerçek olduğunu anlatmaya çalışıyor. Elbette bu arada karşıtlıkların doğuracağı yan etkileri de unutmamaktadır. Ona göre tüm karşıtlar

uyumlu bir düzen sürecinde evreni dinamik kılmakla birlikte aralarındaki hareketliliği ve de ilerlemeyi de sağlamaktadır. Zaten bu gerçeği anlatmakla, olumsuz olayları bile hoşgörüyle izliyor ve onların arasındaki tezatlıkları bile barışın oluşması olarak açıklamaya çalışıyor (Mengi 2006: 56) .

Mevlana görüşündeki irfan aslında soyut değil somut olarak anlatılmaktadır. O, irfan konusunu zaten toplumun içinde takip ediyor. Bu bağlamda insanlar arasındaki tezat ve sınıflandırılmayı kınamadığı gibi bunları karşılıklı işbirliği ve yakınlaşmayı *bütünleşmek ilkesi* üzere barış faktörü olarak saymaktadır. İşte bu düşünce ile Mevlana'nın tezattaki barış konusu bir entelektüel düşünce tarzı olarak kabul etmek mümkündür (Gölpınarlı 1999:45).

BULGULAR

Dil felsefesinin odağındaki konu ya da tema anlam ve anlamın doğasıdır. Anlam konusu dil felsefesi içindeki bütün araştırmaların kesiştiği bir önemli bir noktadır. Dil felsefesinde sorulan soru *bu kelime ne anlama gelir?* gibi bir soru değildir. Sorulan soru daha çok *bir şeyin başka bir şeyi anlatması ne demektir?* şeklinde bir sorudur. Bu soru *Bir dil sistemi içindeki bir parçanın bu dil sisteminin dışındaki bir şeyi anlatması ne demektir?* şeklinde de sorulabilir. Dile ait olan öğeler sözcükler, yani isimler, ad öbekleri, sıfatlar, bağlaçlar, zarflar, edatlar vb. , basit - karmaşık cümleler, yazılı metinler veya kalıplaşmış anlatımlardır.

Mevlana felsefeye çok yakın olduğu için, dili felsefi bir öğe olarak kullanmış ve kelimelerdeki akıcılığı her konuda yazdıklarına yumuşak bir yorum getirmiş hatta İslam dinine sevgi dolu bir yorum getirerek insan sevgisinin yayılmasına, dayanışmaya ve dinin içten sevilmesine katkıda bulunmuştur.

Mevlana'nın Yunan felsefesini okuduğu anlaşılmaktadır. Mesnevi'de Eflatun'dan Calinus'dan ve sofistlerden söz etmektedir. Felsefeye yakın olması dili kullanmasına da yansımaktadır. Üstelik Yunan felsefesini incelemiş olan Gazali'nin ve İbn-i Sina'nın görüşlerine de eserlerinde yer verir. Dolayısıyla dili kullanırken de bu felsefenin etkisiyle kelimeleri adeta kelime gruplarının içinde bir ana merkezli olarak hareket ettirir.Yani ona göre her kelime şiirin temel taşıdır. Her kelimenin değeri farklıdır. Düz yazıda akıcılık kolay sağlanır. Ancak şiirde özellikle de lirik ve pastoral bir şiirde kelimeleri aynı müzikteki nota gibi hareket ettirmek felsefi düşüncenin bir paraçasının etkisidir(Köprülü 1976: 30).

Ben bende değil, sende de hem sen, hem ben,
Ben hem benimim, hem de senin, sen de benim,
Bir öyle garip hale bugün geldim ki
Sen 'ben' misin, bilmiyorum, ben mi senim.

Dizelerinde kişi zamirlerinin kullanılışı, şairin kelimelerle tekrar mahiyetli kullanışı karşılıklı bir sahip olma duygusunu yansıtması ve soru kelimelerinin ifadeye destek olması anlatımı güçlendirmektedir. Ayrıca burada derin bir Allah aşkını da anlatır. *Enel Hak* da anlaşılır, *fani dünya* da. Kelime akışı ve hareketliliği son derece önemlidir (Kabaklı 1972: 32).

Mevlana, aklı temel alan düşünürleri eleştirmiştir. Örnek olarak da, bir bedevi ile bir filozofun yolda arkadaşlığını anlatımıştır: Bedevi, devesine iki dolu çuval yüklemiş. Çuvalın birinde buğday, ötekinde kum vardır. Filozof, Bedevi'yi uyararak kumu dökmesini, buğdayı iki çuvala yarı yarıya koymasını hatırlatmış. Böylece yükünün hafifleyeceğini anlatmıştır. Bu düşünce Bedevinin pek hoşuna gittiğinden filozofa hayran kalmış düşünce olarak ona bağlanmıştır.

Bedevi sonunda filozofun beş parasız ve başı dertten kurtulmayan bir kişi olduğunu anlayınca ondan uzaklaşmıştır. *Senin aklın ve hikmetin bir işe yaramaz* anlamında sözler söyleyerek filozoftan ayrılmıştır.Mevlana, filozof deyimiyle genellikle imandan yoksun düşünürleri tanımlamak istiyor. Nitekim öyküsünün sonunu *tabiattan doğan, hayalden meydana gelen hikmet, Tanrı nurunun feyzinden nasipsiz bir hikmettir* şeklinde tamamlamıştır. Burada filozof, bedevi, hayal, hikmet kelimelerinin birlikte kullanılması aslında anlam açısında tamamlayıcı unsurları seçtiğini gösterir. Tabii öyküleyici bir anlatımın içinde kullanılan kelimeler ifadeninin iç bölümünü teşkil eder, yani ana unsurdur.

Dil felsefesi anlatım biçimlerini inceler, birbirleri ile karşılaştırır, bunların bir kuram halinde güçlü ve zayıf yönlerini tespit eder ve nihayet daha ideal bir anlam kuramı uygulamaya çalışır. Yazarın dili özelleşmiş amaçlar için nasıl kullandıklarını betimlemek önemlidir. Sözlüğe bakmakla elde ettiğimiz şey gerçekte kelimenin anlamı değil, bir kelimenin bir dizi başka kelimeler yoluyla tanımlanmasıdır.

Ben bir demirim, mıknatıstan kaçıyorum.
Bir saman çöpüyüm ben, mıknatıslara yan çizmişim.
Ben öyle bir zerreyim ki, bütün âleme isyan etmişim.
Havaya, toprağa isyan etmişim, Ateşe, suya isyan etmişim.
Altı yöne isyan etmişim.
Beş duyuya isyan etmişim.
Benim için hiç bir şey umurumda değil.

Düşünürler öteden beri varlığın nasıl meydana geldiğini kendi kendilerine sormuşlardır. Varlığın ilk maddesinin su, hava, ateş ya da toprak olduğunu ileri süren Yunan düşünürleri olmuştur. İslam dininde ise varlığın Tanrının dilemesiyle var olduğu üzerinde durulmuştur. İslam'da orta yolu benimseyenler, varlığın Tanrının *kün feyekün* yani *ol deyince olur* kelimeleriyle yaratıldığına inanırlar. Ancak İslam'da varlık konusunda değişik yorumlar da

yapılmıştır. Mevlana ise varlığın birliğini dile getirmeye çalışmıştır. Esasen varlıkta birlik felsefesi Kur'an'ın kimi ayetlerinden ve Hz. Muhammed'in konuyla ilgili hadislerden çıkarılmışdır.

Mevlana, insan hayatındaki önemli unsurlardan biri olan sorumluluğu anlatırken dili işleyişi çok önemlidir: Adamın biri bir bağa girmiş, zerdali ağacını silkeleyerek meyveleri yemeğe başlamış. Bunu gören mal sahibi "Allahtan korkmuyor musun?" deyince "Neden korkayım? Ağaç Allahın ağacı, ben de Allahın kuluyum. "Allahın kulu, Allahın malını yiyiyor." karşılığını vermiş. Bunun üzerine bağ sahibi adamı bir ağaca bağlayarak bir sopa ile iyice dövmeye başlamış. Sopanın acılarına dayanamayan adam bağ sahibine "Allahtan korkmuyor musun?" deyince bağ sahibi "Niçin korkayım? Sen Allahın kulusun, bu da Allahın sopası Allahın kuluna vuruyorum." demiş. Böylece, Mevlana adamın çalma fiilinden dolayı sorumlu olduğunu vurgulamıştır.

Mevlana her şeyin Allahın bilgisi ve gücü içinde olduğunu kabul etmekle birlikte insanın sınırlı bir özgürlüğünün bulunduğunu vurgulamaktadır. Bundan dolayı insanı sorumlu tutmaktadır. Burada soru cevap cümleleri içinde soru kelimelerinin oluşturduğu akıcı bir ifade sağlanmış ve cevap cümleleri yine tekrar gruplarıyla tamamlamıştır.

Mevlana, insana yüce bir değer vermiş ve onu Allahın sevgisine layık bir varlık olarak görmüştür. Her şeyi insanda aramıştır. Ona göre insan ruhsal açıdan inceldikçe her şeyin hayalden ibaret olduğunu, varlık olarak yalnız Allahın bulunduğunu kavrar. Mevlana'ya göre *Kimyayı meydana getiren odur. Kimya ne oluyor ki...? Onun varlığına karşı yok olmak gerektir. Onun huzurunda varlık nedir? Anlamsız bir şeyden ibarettir. Bu vücudun Allah'ın varlığıyla var olduğunu bilmemek körlüğün delilidir*. Bu tarz inanç ifadeleri ise düşünce odaklı dil felsefesinin insan felsefesiyle bağlantısını en güzel ve açık şekliyle ortaya koyar.

Mevlana'nın ölümü anlatımı da dil bakımından çok önemlidir. Ölüm insan hayatı için kaçınılmazdır. Dünya hayatına bir nevi nokta koymaktır.Mevlana ölümden korkmaz ve adeta ölümü sevdirmeye çalışır. Onun düşüncesine göre insan Allahın dilemesiyle bu alemdedir. İnsan varlığın bir parçasıdır. Ona göre aşık olan sevgilişsine kavuşmaktan korkar mı? İşte ölüm de böyledir.Allah katına çıkmaktır. Yeniden dirilmektir. Burada zıt anlamlı kelimeler bir bütünü ifade etmektedir. Halbuki tam tersi olmalıydı. Ancak tamamlayıcı ifadeler anlatımı güçlendirmektedir.

Mevlana aktardığı bir öyküde algı, güvenilmezlik, duyu ve belirsizliğe işaret eder. Onun felsefesi görmek bakımından önemlidir. Kendisi eserlerinde felsefe terimini olumlu anlamda kullanmaz, ancak felsefe onun eserlerindeki özdür. Dolayısıyla kelimeler arasında bir anlam aktarması yapmaktadır.

Daima hakikatin ve eşyanın hakikatinin akıl ile kavranamıyacağını belirtirken kelimeleri hareket ettirir. Aklın dağınıklığını tenkit eder. O'na göre, dağınık akıl ışıkla aydınlanır. Eserlerinde derin bir sistem görülür. Kelimeler o sisteme göre sıralanır. Etkileşen kavramlar bile daha anlaşılır bir metot ve stil içinde sunulmuştur. Mevlana'da aklı ilgilendiren şey madde ve şekildir. Mevlana İslam filozofları gibi bazı Aristocu fikirleri kabul eder ve onlara göre kelimelerle destekler. Dil felsefesinin en önemli öğelerinden olan kavramları içiçe geçirir. Mevlana'ya göre insan bedenine veya nefsine değil, ruhuna yöneldiği zaman gerçek benliğine ulaşmada başarılı olur. Sen su değilsin, toprak değilsin, başka bir şeysin sen... Balçık dünyadan dışarıdasın, yolculuktasın sen. Kalıp dünyanın eksenidir, can ebedi su; fakat sen, sen olarak kaldıkça ikisinden de haberin yoktur sözleriyle Allah'ın emanetini yüklenen, yeryüzünde Allah'ın varlığını ispat etmek istemektedir. layıktır. O'na göre, her şeyi aramadıkça bulamazsın; Ancak gerçek dostu bulmadıkça aramazsın. İdeal insan kâinatın kalbidir, insan boşuna uzaklarda aranan, ancak aşırı istekli varlığın yıkıntıları içerisinde bulunan gizli hazineyi kendinde keşfetmesini bilmiştir.

Dil felsefesinin belki de üzerinde en çok durduğu konu, anlamı bütün yönleriyle açıklayacak genel bir kuramın oluşturulması, en azından kendi içinde tutarlı bir anlam çözümlemesine varma arayışıdır. Bu arayış doğrultusunda felsefecilerin en genel anlamda üç ayrı tutum sergiledikleri söylenebilir. Bunlardan ilki dildeki tek tek bütün anlam birimlerinin nesnelere karşılık geldiğini dildeki her sözcüğün bir şeye her tümceninse belli bir düşünceye gönderme yaptığını savunan anlam görüşüdür. ayrımı sağlama almış olmasıdır. Mevlana'da derin bir dil sistemi görülür. Felsefesine insanı konu ettiği gibi, tasavvuf felsefesi de insanın özüdür, öz benliğini ortaya koyar. Tabii burada dil araç olur. Burada olduğu gibi öyle bir mistisizm içine alır ki anlatırken benzetme kendisine yardımcı olur. Yara, ışığın aktığı, geldiği yere benzetilirken olduğu gibi. Öğüt verir. Bu tarz ifadelerde olumsuz emirle, olumlu geniş zamanı birlikte kullanır. Burada da dili adeta işler.

Küçük felsefeci kör olacak

Işık ondan uzakta kalacak

Burada felsefeyle ilgili olumsuz bir düşünce vardır. Adeta karamsarlık çökmüş durumda.Aslında tasavvuf daima iyiyi çağırır. Ama burada olumsuzluk ön plandadır. Dili olumsuz kelimelerle işlemiştir.

Mevlana'ya göre sevgi ve aşk insanlık vasıflarındandır. Hayvanın bu kavramlardan haberi olmadığı gibi, bu duyguları yaşaması imkansızdır. O bu konudaki düşüncelerinin şöyle ifade etmiştir:

Dil felsefesine göre, kelimeler, insanın tanımadığı şeylere verdiği işaretli sistemler değildirler. Bir kimse kendi sözcüklerini başkalarının zihnindeki kavramların işareti yapamaz. Kendisi bir takım düşünceler edinmedikçe, onların başka birinin kavramlarının karşılığı olduğunu varsayamaz; çünkü keklimeler bilmediği bir şeyin işareti olur ki, bu da gerçekte herhangi bir şeyin işareti olmamak demektir. Mevlana'da bunun en güzel örenklerini görüyoruz. Tasavvuf Mevlana'nın işaretler sistemidir. Onun etrafında kelimeleri nakış gibi işler (Köprülü 1999: 81).

Kalp deniz, dil kıyıdır. / Denizde ne varsa kıyıya o vurur…

Burada kalple dili denizle kıyı gibi düşünür. Kelimeleri kullanırken de adeta iyiyle kötüyü vurgalamaya çalışır. Dil felsefesinde zıtlık önemlidir. Zıtlığı ifade etmek zordur. Deniz güzel olursa, denizden kıyıya gelen her şey güzel olur. Bu nedenle insan önce kalbini düzeltmelidir. O zaman dil, iyi varken, kötüyü söylemez, gönül almak varken, gönlü kırmaz, mutlu etmek varken, mutsuz etmez, sevginin yerine nefreti aşılamaz.

Sen çiçek olup etrafa,

Gülücükler saçmaya

Söz ver.

Toprak olup, seni başının üstünde, taşıyan bulunur…"

İnsan, kendi toprağından, güzel bir sevgi (çiçek) çıkartmalı, o sevgiyi layık olan, bir başkasına vermeye çalışmalı, o sevgi çoğalıp gönülden gönüle geçmeli(verimli bir toprağa dönüşmeli) emek ve sevgi vermeden, sevgi hiç bir şey olamaz...

Bu ifade, adeta, ne ekersen onu biçersin atasözünü hatırlatmaktadır. Sevgi ifadeli kelimeleri birlikte kullanarak düşündürmüş ve felsefi bir aktarım yapmıştır. Dil felsefesi de bunu gerektirir. Söylediklerimiz düşündüklerimizi yansıtıyor mu? İnsan dilinin olanakları nelerdir? Mevlana, bunların hepsine cevap verir. Tasavvufi düşünce de bunda etkendir. Dil felsefesi düşüncenin, iletişimin olanaklarını sorgular. Dilbilim ve felsefe içiçedir. Düşüncenin hammaddesi dildir. Dili iyi bilirsek düşünceyi ve felsefeyi daha iyi tanıyabiliriz. İnsanı ayırt edici en büyük dildir. Dilin betimlemesi yapılırsa insanı da anlayabiliriz. Farklı dilleri anlamak için dilleri öğrendiğimiz gibi, insanı anlamak için de dil aracını öğrenebiliriz. Mevlana'nın düşünce kaynağında insan ve insan yaşantısı vardır. Tasavvufta dilin düşünceleri ifade edilebilmesi mistik düşünceyle birleşir. Dil, yaşayan bir canlı yapıdır. Kültürel birikimler dili betimlemeyle adeta işler. Mevlana yaşanmışlıkları anlatır.....Burada dilin sınırları gündeme gelir. Dil içerisinde yaşanmamış şeyler ifade edilir. Dilbilim de tüm bunları içine alır. Mevlana dilbilim açısından da incelendiğinde özellikle anlambilim açısından çok önemlidir. Anlam ayırıcı özellikler onun sözlerinin özüdür. Edebi sanatlar, eş ve zıt anlamlılar, anlam kaymaları, anlam değişmeleri, başka anlama geçiş gibi... Dil felsefesi için semantik özellikler de

önemlidir. Bir cümlenin çözümlemesi önemlidir. Ancak şiir nitelikli sözler söyleniş biçimleri itibariyle kurallı bir cümleyi vermez. Genelde devrik cümledir. Ancak zihinde somu veya soyut bir şeyi tasarlamak ve onu ifade etmek çok önemlidir. Anlamlar bir araya gelerek düşünceyi oluştururlar. dil felsefesinde **teori olarak** anlamın konuşma eylemi ve ifadelerin kendiliğinden oluşmadığı savunulmuştur Dil özür dilemek, soru sormak, oyun oynamak, ikna etmek, güç gösterisinde bulunmak gibi önemli eylemleri gerçekleştirir. Anlam işaretlere bağlıdır. Doğru ya da yanlış bir bildirimde bulunan bir cümleyi ele aldığımızda, söylenilene bir gönderme yapılarak anlam yüklenir. Böylece sözcüklerin anlamları yalnızca o sözcükleri kullanana ait olmayıp dış dünyada yaşananlarla da ilgili olduğu ortaya çıkar (Özcan 2014: 103).

Ben bende değil, sende de hem sen, hem ben, /Ben hem benimim, hem de senin, sen de benim, /Bir öyle garip hale bugün geldim ki /Sen ben misin, bilmiyorum, ben mi senim.

Sözlerinde tekrar sözcükleri anlamı tamamlar ve kuvvetlendirir ve cümle bazında içiçiçe geçen biçimleri içerir. Dilin tamamlayıcı öğeleri olan zamirlerin kullanılışı bakımından önemlidir.

Ey Tanrının yiğidi Şah! /Lütfundan, eğer bana bir damla damlarsan ne olur..

Şart ifadesi şiirsel anlatıma kuvvet vererek şiirin iç örgüsünü tamamlar.

Yüzün güneş midir, değil midir, bilmiyorum/ Bu ayrılık ateşine ciğerim daha ne kadar yanacaktır?

Olumlu olumsuz soru ifadeleri ve benzetmelerle ifadeyi tamamlayarak yine dil felsefesinin düşünce ifadesini tasavvuftaki düşünce sistemine bağlı olarak ifade eder.

Mevlana, toplum hayatına barış, düzen ve huzur vermek isteyen mutasavvıflardandır. Doğu'da bütün İslam dünyasını etkilemiş, Batı'da da ilgiyle incelenmiş olan evrensel bir düşünürdür. Ayrıca Anadolu'da 13.yüzyılda Türkçe şiirler yazmış olan şairlerimizin en eskilerinden biridir (Gölpınarlı 1958: 82). Bu nedenle, dili kullanışı dönemin özelliklerinin yanısıra daha tasavvufi düşünce biçimini içeren daha soyut kavramları ifade eden, cümleleri sorulu cevaplı açıklayıcı niteliktedir. Dönemi itibariyle dil felsefesi için en önemli kaynak olmuştur.

Mevlana, insanlara tek bir gözle bakan, sevgi ve hoş görüyü düşünceyle harmanlayan bir yazardır. Akıl insan için bir ışık, bir enerjidir. Doğruyu yanlıştan ayırmaya yardımcıdır. Aklı kimi zaman över, kimi zaman da adeta yerin dibine sokar. Mevlana, çoğu zaman tümden gelimi ve tüme varımı en iyi vurgulayanlardandır. Ona göre tasavvuf bütünden parçaya ve parçadan bütüne giden bir yoldur. Bu yolda en iyiyi ve en doğruyu bulmak mümkündür. Ona göre dünya işlerinde aklın yeri ve önemi büyüktür. İnsan doğru yapabilir, yanlış yapabilir, tökezleyebilir, yanılabilir, sonunda bir yol bulur.

Dil felsefesinin üzerine en çok yoğunlaştığı temel kavram *gönderme* kavramıdır. Dilbilimciler tarafından kabul gören ve gündelik dilde de sıklıkla kullanılan gönderme terimi daha kolay anlaşılabilir olması ve yeni türetmelere olması nedeniyle daha önemli olmuştur ve kabul görmüştür. Mesela, Mevlana felsefesinde Tanrı'yı, evreni ve insanı özdeşleştirerek hem varlığın nedenini Tanrıya götürür hem de insanın evrendeki yerine bir anlam verir (Rifat 2016: 68) . İnsanın özünde mutlaka gizemli bir şeylerin yattığını vurgular.. İnsanın var olma amacının görünen alemde erdemli davranışlarla kendi düşüncesini kavraması ve Tanrıda yokluğa ulaşmasıdır. Bu ilişki bir içiçe göndermedir. Cümlelerde kullanılan kullanılabilen zamirler gönderme yapan dilsel unsurlardır. Diğer taraftan cümlenin yüklem konumundaki kelimelerin neye ve nasıl gönderme yapıldığı konusu çeşitlilik getirir. Dil felsefesine göre insan zaman zaman çözümlenıneye çalışılır. Tasavvufta adeta insanın nasıl bir varlık olduğu bize anlatır. İnsanın öteki varlıklardan farklı yönlerini vurgulayarak nitelikleri açıklanır.

SONUÇ

Tasavvufta dil-düşünce ilişkisi en iyi şekilde kullanılmaktadır. Özellikle birlik konusunu Allaha aşkın coşkusu içinde anlatmış ve tasavvufa canlılık getirmiştir. Dili kullanırken insan felsefesi üzerinde durmuş, hayata anlam vermiş ve insanın evrendeki yerini değerlendirirken dili ön plana çıkarmıştır. Öyküleyici anlatımın öncülüğünü yapmıştır. Ancak tüm bunlardan dil, din, felsefe, sosyoloji, tarih, edebiyatın içiçe olduğunu, daha doğrusu birbirini tamamladığını da anlıyoruz. Mevlana'nın Divanı ve Mesnevisi çeşitli dillere çevrilmiştir. Eserleri Doğu ve Batı düşüncesini etkilemiştir. Büyük bir Türk düşünürüdür. Onun felsefesi aradan yedi yüz yıldan fazla zaman geçmesine rağmen insanlar tarafından okunmakta ve benimsenmektedir. Dilin kullanılışı ve ifade teknikleri de edebiyatta büyük rol oynamaktadır. Felsefi düşüncelerle ilgili ifadeler, dil felsefesinin en güzel örnekleri olmuştur. Bu tarz çalışmalar çoğaltılarak Türk edebiyatında tasavvuf içerikli şiirler dil felsefesiyle birleştirilebilir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

Aksan, Doğan (1978). *Anlambilimi ve Türk Anlambilimi*. Ankara: Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Yayınları.

Altınörs, Atakan (2016). *Dil Felsefesi -50 Soruda*. İstanbul, Bilim ve Gerçek Kitaplığı.

Gölpınarlı, Abdülbaki(1999).Mevlana *Celâleddin*. Ankara, İnkılap Kitabevi

Gölpınarlı, Abdülbaki (1958). Mevlana *Hayatı ve Eserlerinden Seçmeler.* İstanbul, Varlık Yayınları.

Gibb, E. J. Wilkinson(1999). *Osmanlı Şiir Tarihi* . Çev. Ali Çavuşoğlu, Ankara, Akçağ Yayınları.

Kabaklı, Ahmet (1972). Mevlana. İstanbul, Toker Yayınevi.

Köprülü, Fuad (1976). *Türk Edebiyatında İlk Mutasavvıflar*. Ankara.

Köprülü, Fuad(1999). *Edebiyat Araştırmaları*. Ankara, Türk Tarih Kurumu Yayınları.

Mengi, Mine (2006). *Eski Türk Edebiyatı Tarihi* . Ankara, Akçağ Yayınları.

Özcan, Zeki (2014). *Dil Felsefesi I.* Bursa, Sentez Yayıncılık.

Rifat, Hüseyin (2016). *Mevlana Celaleddin-i Rumi'ni Rubailerinden Manzum Tercümeler*. İstanbul, Yaba Yayınları.

3rd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 28-30 June 2019, Lefkosa

Leblebi Sektöründe Kayıtdışı İstihdam: Denizli İlinde Nitel Bir Araştırma

Inst. Fatma Özge Özgen ÖNEY
Pamukkale University
Acıpayam HS
fozgen@pau.edu.tr

Çağatay ÖNEY
Süleyman Demirel University
cagatayoney@hotmail.com

ÖZET

Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için en önemli sorunlarından biri kayıt dışı istihdamdır. Günümüzde kayıt dışı istihdam ülkeler için sonlandırılması gereken büyük bir tehdidi oluşturmaktadır. Türkiye' de de geniş sektör yelpazesinin varlığı kayıt dışı istihdamın gelişmesine neden olmuştur. Ayrıca ülkemizde demografik ve sosyo-ekonomik faktörlerin farklılığı sonucunda kırdan kente göç, kendi işinin sahibi olma, bilgi yetersizliği gibi nedenler işgücü piyasasında yeterli istihdamı yaratamamıştır. Günümüzde rekabet ortamında neredeyse her sektörde işçiler maliyet olarak görülmüştür. İşçilerin maliyetini azaltmak için işçilerin ücretlerinden veya sosyal güvencelerinden ödün verilmiştir. Ayrıca kayıt dışı istihdam, kendi hesabına çalışanların gelirlerinin azalması endişesi, yasa ve politikalardaki değişiklikleri takip edilmemesi sebebiyle çalışmalarını kurumlara ya hiç bildirmemesi ya da eksik bildirilmesiyle ortaya çıkar. Bu çalışmada Denizli ilinde faaliyet gösteren leblebi sektörünün kayıt dışı istihdam boyutunun araştırılması hedeflenmiştir. Bu doğrultuda Denizli ilinde faaliyet gösteren leblebi sektöründen rastgele seçilmiş 15 işçi ile derinlemesine mülakatlar gerçekleştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kayıt dışı İstihdam, Kayıt dışı Ekonomi, İşgücü Piyasası

Unregistered Employment in The Sector: A Qualitative Research in the Province of Denizli

ABSTRACT

One of the most important problems for developed and developing countries is informal employment. Today, unregistered employment constitutes a major threat to countries. Turkey as well as the presence of unregistered employment growth has led to a wide range of industries. In addition, due to the differences in the demographic and socio-economic factors in our country, the reasons such as migration from rural to urban areas, having own business and lack of information could not create sufficient employment in the labor market. In today's competitive environment, workers are seen as cost in almost every sector. Workers' wages or social security were compromised to reduce the cost of workers. In addition, unregistered employment occurs due to the fact that the self-employed employees are worried about the decrease of their incomes and they do not report their work to the institutions or they are under-reported due to not following the changes in laws and policies. In this study, it is aimed to investigate the informal employment dimension of leblebi sector operating in Denizli province. In line with this, in-depth interviews were conducted with 15 employers and 15 workers randomly selected from the sector in the province of Denizli.

Keywords: Unregistered Employment, Informal Economy, Labor Market

1. GİRİŞ

Neoliberal politikaların üretim biçimlerini değiştirmesiyle birlikte küreselleşmenin etkisi artmıştır. Kapitalizm petrol krizi ile sarsılmış, çalışma yaşamındaki dönüşüm özellikle işçi ücretlerinin maliyet olarak görülmesine sebep olmuştur. Kar artırıcı yöntem izleyen işletmeler maliyetlerini azaltmak adına kayıt dışı istihdamı artırmıştır. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde kayıt dışı istihdam yayılmıştır (Tansöker, 2017:3010).

Günümüzde kayıt dışı istihdam ülke ekonomilerinin çözmesi gereken önemli bir sorunu halini almıştır. Türkiye'de de ekonomik problemlerin ilk sıralarında gelmektedir. Kayıt dışı istihdamın neden olduğu vergi, prim ve gelir kayıplarını hem ülke ekonomisine hem de bireye ciddi zararlar vermektedir.

Birçok araştırmacı kayıt dışı istihdam hakkında çeşitli araştırmalar yapmıştır. Bu çalışmaların genel tanımına göre kayıt dışı istihdam "yasaların dışında yapılan istihdam" şeklinde ifade edilebilmektedir (Korkmaz, 2003). Kayıt dışı istihdamın nedenleri, sonuçları, etkileri, önemi, ekonomiye verdiği tahribatlar çok kez araştırılmıştır. Fakat işçi veya işverenler ile yüz yüze görüşülen nitel çalışmalar az sayıdadır. Bu bakımdan bu çalışma hem ülkemize hem de yaşadığımız bölgeye katkısı olacağı düşünülerek Denizli ili Leblebi İmalatı sektörüne yönelik hazırlanmıştır. Çalışmanın ilk bölümü 2017 TÜİK Hane Halkı Mikro Veri Seti aracılığıyla istihdamın genel görünümünü ve Türkiye'de kayıt dışı istihdamın yapısını, ikinci bölümü Denizli ilinde faaliyet gösteren leblebi imalatında istihdam edilen işçi ve istihdam eden işverenler ile gerçekleştirilen nitel çalışmadan oluşmaktadır. Bu çalışma ile kayıt dışı istihdam konusunda yaşanan sorunlara yakından şahit olan işçiler ile hem yaşanılan sorunların hem de görüşlerinin tespit edilmesi amaçlanmıştır.

2. KAYIT DIŞI İSTİHDAM

1970 yılında ILO kayıt dışı istihdam kavramını ilk kez Dünya İstihdam Programı'nın Kenya Raporu'nda "enformel sektör" şeklinde tanımlamıştır. Kayıt dışı sektörün kayıtlı sektörden ve göç sebebiyle oluşan açık işsizliği karşıladığı ifade edilmiştir (TOBB, 1994:126).

Kayıt dışı istihdam kavramı ile ilgili çeşitli tanımlar bulunmaktadır; "*Resmi makamların bilgisi dışında işçi çalıştırması*" (Altuğ, 1999:ll), AB raporunda "*niteliği itibariyle yasal fakat kamu makamlarına bildirilmemiş herhangi bir ücretli faaliyet*" (C.C.E. 1998), OECD raporunda "*çalışanlar ile ilgili normal yasal gerekliliklerin bir kısmının ya da tamamının yerine getirilmediği istihdam şekli*", "*çalışanların yeterli çalışma standartlarına sahip olmadan, asgari yaş haddi, asgari ücret hakkı, fazla mesai ücreti ve işyeri çalışma standartları gibi konulardaki düzenlemelere uyulmadan, sosyal güvenlik, vergi ve diğer fonların eksik ödendiği ya da hiç ödenmediği istihdam türüdür*." (Ilgın,1995:39), KADİM; "*kayıt dışı istihdam; kendi adına ya da bağımlı çalışanların çalışmalarının ve/veya elde ettikleri ücret ve kazançların ilgili kamu kurum ve kuruluşlarına (vergi dairesi, sosyal güvenlik kurumları vb.) hiç bildirilmemesini ya da gün veya ücret olarak eksik bildirilmesini ifade eder*", "*ülkenin çalışan nüfusunun resmi toplam istihdam rakamları içinde kapsanamaması*" (TİSK,2000:39) şeklinde tanımlar yapılmıştır.

Kayıt dışı istihdamın istatistiki olarak ölçülmesi oldukça zordur. *"Kayıt dışı istihdam içinde yer alan aktörler ise, işverenlerle birlikte, örgütlü olmayan, yasal ve sosyal destek mekanizmalarından yararlanmayan, eğitim ve vasıftan uzak, pazarlık gücü bulunmayan çalışanlardır*" (Kenar, 2002: 3).

	Sayı	Yüzde	Kümülatif Yüzde
İmalat	4968824	17,6	17,6
Diğer	23220070	82,4	100,0
Toplam	28188894	100,0	

3. TÜRKİYE'DE KAYIT DIŞI İSTİHDAMIN GENEL GÖRÜNÜMÜ

TÜİK Hane Halkı Mikro Veri Setine göre; Türkiye'de toplam 28.188.894 işgücünün %66'sı Sosyal Güvenlik Kurumu'na kayıtlı olarak istihdam edilirken % 34'ü Kayıt dışı istihdam edilmektedir. Toplam işgücünün %67,3'ünü ücretli maaşlı çalışanlar, %4,5'ini işverenler oluşturmaktadır. İşgücünün %69'u erkeklerden oluşurken ortalama ücretler 2017 TL'dir. İmalat sektöründe istihdam edilen işgücü toplam işgücünün%17,6'sını oluşturmaktadır. (Tablo 1)

Tablo 1. Türkiye'de İmalat Sektörü

Kaynak: TÜİK HİAMVS, 2017.

Türkiye'de Gıda imalatında ise 591.200 işgücü istihdam edilmektedir. Bu iş gücünün %72,5'i erkek, %27,5'i kadınlardan oluşmaktadır. Gıda imalatı sektöründe istihdam edilenlerin %78'i Sosyal Güvenlik Kurumu'na kayıtlı olarak istihdam edilmekte; %22'si Kayıt dışı istihdam edilmektedir. (Tablo 2) Kayıt dışı istihdamı oluşturanların %37'si kadınlardan oluşmaktadır.

Tablo 2. Türkiye'de İmalat Sektöründe İşgücünün Kayıtlılık Durumu

	Sayı	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Evet	461202	78,0	78,0
Hayır	129999	22,0	100,0
Toplam	591200	100,0	

Kaynak: TÜİK HİAMVS, 2017.

Gıda imalatı sektöründe istihdam edilenlerin 2017 yılı için ortalama geliri 1649,16 TL ve haftalık ortalama çalışma süresi 50,71 saat iken aynı sektörde kayıt dışı istihdam edilenlerin ortalama geliri 1259,93 TL ve haftalık ortalama çalışma süresi 52,43'tür. Genel istihdamda ise aylık ortalama gelir 2017 TL iken haftalık ortalama çalışma süresi 46,4'tür. Denizli ilinde kayıt dışı istihdam ise %34,2'dir.

4. NİTEL ARAŞTIRMA BULGULARI

Araştırmanın bulguları demografik bulgular, gelir ve çalışma bulguları, kayıt dışı istihdam bulguları olarak incelenmiştir.

Tablo 3. Demografik Bulgular

	YAŞ	CİNSİYET	EĞİTİM DURUMU	MEDENİ DURUM	ÇOCUK SAYISI
G1	38	K	İlkokul	Evli	3
G2	54	E	Lise	Evli	3
G3	29	E	Yüksekokul	Bekâr	0
G4	42	E	İlkokul	Evli	1
G5	37	K	Okuryazar	Evli	3
G6	33	E	Lise	Evli	2
G7	31	E	İlkokul	Bekâr	0
G8	27	E	Üniversite	Bekâr	0
G9	46	E	Lise	Evli	3
G10	57	E	Okuryazar	Evli	3
G11	44	E	İlkokul	Evli	3
G12	25	K	İlkokul	Evli	2
G13	55	E	Ortaokul	Evli	4
G14	32	E	İlkokul	Evli	2
G15	47	E	İlkokul	Evli	4

Kaynak: Nitel Çalışma Neticesinde Toplanan Veriler İle Hazırlanmıştır.

Tablo 3'e göre Denizli ilinde leblebi imalatı sektöründe istihdam edilen 15 işçi ile yapılan görüşme neticesinde işçilerin 12' si erkek iken 3' ünün kadın olduğu görülmüştür. Eğitim durumlarına bakıldığında; işçilerin 7'si ilkokul, 3'ü lise, ''si üniversite (yüksekokul), 2'si okuryazardır. Medeni durum bakımından 12 işçi evli 3 işçi ise hiç evlenmemiş bekârdır. Evli olan işçilerin ortalama çocuk sayısı 3'tür. Leblebi imalatı sektöründe yapılan çalışmaya göre ortalama yaş 38,1 iken en düşük 25 yaş en yüksek ise 57 yaş olarak görülmüştür.

Tablo 4. Gelir ve çalışma bulguları

	GELİR	ÇALIŞILAN SÜRE	ÇALIŞMA SÜRESİ
G1	2000	10 yıldan fazla	12
G2	3000	1-5 yıl	10
G3	2000	5-10 yıl	10
G4	4000	1-5 yıl	10
G5	2000	10 yıldan fazla	8
G6	2000	10 yıldan fazla	12
G7	1700	10 yıldan fazla	11
G8	2300	10 yıldan fazla	12

G9	1700	10 yıldan fazla	10
G10	2300	10 yıldan fazla	12
G11	1700	10 yıldan fazla	9
G12	2500	10 yıldan fazla	11
G13	2400	10 yıldan fazla	10
G14	2500	10 yıldan fazla	9
G15	3500	10 yıldan fazla	12

Kaynak: Nitel Çalışma Neticesinde Toplanan Veriler İle Hazırlanmıştır.

Tablo 4'e göre; nitel çalışma ile toplanan verilerden işçilerin gelir ve çalışmaların ait verilere bakıldığında işçilerin aylık ortalama geliri 2.373,33TL' dir. İşçilerin günlük çalışma saatleri ortalama 9,86 olarak hesaplanmıştır. Fakat bu durum; '4857 sayılı İş Kanunu'nun 63. maddesinde haftalık çalışma süresi 45 saat olarak belirlenmiştir. Ayrıca bu sürenin aksi kararlaştırılmadıkça çalışma günlerine eşit dağıtılmasını hükme bağlamıştır. Bu durumda, haftanın altı günü çalışılan bir işyerinde günlük çalışma süresi 7.5 saat olmalıdır. En fazla çalışma süresi günlük 11 saattir.' dışındadır. Fakat leblebi imalatında istihdam edilen işçilerin haftalık çalışma süresi İK' da belirtilen sürenin oldukça üzerinde 59,2 saat şeklindedir.

4.1.Kayıt Dışı İstihdam Bulguları

Denizli ili leblebi imalatı sektöründe istihdam edilen ve görüşülen işçilerin 4'ünün kayıt dışı istihdam edildiği ifade edilmiştir. Kayıt dışı olarak istihdamda yer almalarının temel nedenini Sosyal Güvenlik Kurumunu tanımamak, bilgisizlik ve maddi yetersizlikler oluşturmaktadır.

5. SONUÇ

Denizli ili kapsamında ve Türkiye işgücü piyasası verileri ile kayıt dışı istihdamın genel görünümü ve leblebi imalatı sektöründeki durumu incelemek amacıyla gerçekleştirilen bu çalışma neticesinde görüşme gerçekleştirilen işçilerin 4'ünün kayıt dışı çalıştığı tespit edilmiştir. Yalnızca ülkemizde değil tüm dünyada işgücü piyasası ve ekonomik bir problem olan kayıt dışı istihdamın nedenleri işçiler ile görüşüldüğünde; maddi yetersizlikler ve çaresizlik en çok alınan cevap olmuştur. İşçiler ailesine gelir kazandırabilmek amacıyla sigortalılık durumunu dikkate almaksızın istihdam edilmektedir. Bu konuda işverenlerin de maliyeti düşürmek amacıyla böyle bir yöntem izledikleri işçiler tarafından ifade edilmektedir. Gelecekte gelir kaybına sebep olacağını bildikleri halde şuan ki durumu kurtarmak amacıyla kayıt dışı çalışmak zorunda olduklarını ifade eden işçiler, işverenlerin kendilerini bu yola sürüklediğini ifade etmişleridir.

Bu durum gelecekte yaşlı yoksulu bir grup insan yaratacaktır. İşçiler işverenlere yapılan denetimlerin artırılması ve daha fazla bilgilendirme yapılmasının kayıt dışı istihdamı azaltmada faydalı olacağı görüşüne sahiptirler.

İstihdam, ekonomik faktörlerin bel kemiğidir. Hem makroekonomik göstergelerde hem de ülkelerin kalkınmasında çözülmesi gereken bu büyük sorun olan kayıt dışı istihdamın farklı sektörlerde işçiler ve işverenler ile derinlemesine mülakat görüşmeleri yapılarak içinde bulundukları durumun anlaşılması çözüm politikalarına destek sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

Altuğ, O. (1999). Kayıt dışı Ekonomi İstanbul: Türkmen Kitabevi.

COMMISION OF THE EUROPE AN COMMUNITIES. (1998) Comıiıununicalion from the Commission on Undeclared Work.

Ilgın, Y. (1995). Kayıt dışı Ekonomi ve Türkiye'deki Boyutları. Ankara: DPT Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi.

İş Kanunu (İK), Madde: 63, Sayı: 25134, R.G. 22.05.2003.

Kayıt Dışı İstihdamla Mücadele (KADİM) Projesi, 2006/28 Sayılı Başbakanlık Genelgesi (R.G., T. 04.10.2006, S. 26309),http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2006/10/20061004.htm, (Erişim Tarihi: 29. 07 2019).

Kenar, N. (2002) Kayıt dışı Sektörü Büyüten Faktörler Ekonomiye ve Çalışma Hayatına Etkileri ve Çözüm Önerileri. Büyüyen Kayıt dışı Sektör Semineri, Ankara: TİSK Yayınları.

Korkmaz, A. (2003). Türkiye'de Kayıt dışı İstihdam Gerçeğine Bir Bakış. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, (45), 51-96.

OECD. Declaring Work or Staying Underground: Informal Employment in Seven OECD Countries, 2008, http://www.oecd.org/els/emp/40843646.pdf, (Erişim Tarihi: 16. 06. 2019).

Tansöker, R. L. (2017). Türkiye'de Kayıt Dışı İstihdamın Vergi Takozu Açısından Değerlendirilmesi. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, *15*(30), 309-334.

TÜİK (2017). Hane Halkı Mikro Veri Seti.

Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu, (TİSK) (2000). Avrupa Birliğinde Kayıt dışı Çalışma. Ankara: TİSK Yayını, No:199.

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB), (1994). Ekonomik Rapor 1993. Ankara: TOBB Yayını, No: 285.

3rd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 28-30 June 2019, Lefkosa

Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Girişimcilik Eğiliminin Belirlenmesi

Inst. Fatma Özge Özgen ÖNEY
Pamukkale University, Acıpayam HS
fozgen@pau.edu.tr

Inst. Dilek ŞENEL
Pamukkale University, Kale HS
dsenel@pau.edu.tr

ÖZET

Küreselleşmeyle birlikte önem kazanan girişimcilik kavramı; risk almayı, ortaya çıkabilecek fırsatları sezmeyi ve yenilikçi olmayı gerektirmektedir. Girişimcilik kavramının popüler hale gelmesi, girişimcilik eğitimi veren kurumların sayısında oldukça artış göstermiştir. Meslek Yüksekokulları da potansiyel girişimci adayı olan öğrencilere girişimcilik eğitimi vermektedir. Çalışmanın amacı Denizli ili Acıpayam Meslek Yüksekokulu'nda eğitim alan öğrencilerin girişimcilik eğiliminin belirlenmesidir. Çalışma ile öğrencilerin demografik özellikleri ve girişimcilik eğilimleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Bu doğrultuda 328 öğrenciye ulaşılmış ve veriler anket aracılığıyla toplanmıştır. Anketin ilk bölümünde demografik bilgilerden oluşan sorular, ikinci bölümde Likert tipi olan ve girişimcilik eğilimlerini tespit etmeye yönelik sorular yer almaktadır. Çalışma sonucunda ulaşılan veriler istatistik paket programı ile analiz edilmiştir. Neticede katılımcıların girişimcilik eğilimlerinin yüksek çıktığı görülmüştür. Fakat katılımcıların yaşları, girişimcilik dersini alma durumu, okudukları bölümleri, sınıf düzeyleri ve ailelerinin gelir durumları girişimcilik eğilimleri hakkında bir ilişki tespit edilememiştir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Girişimcilik Eğilimi, Meslek Yüksekokulu Öğrencileri

ABSTRACT

The concept of entrepreneurship which gains importance with globalization; it requires taking risks, sensing opportunities and being innovative. The popularization of the concept of entrepreneurship has increased considerably in the number of institutions providing entrepreneurship education. Vocational Schools also offer entrepreneurship training to potential entrepreneur candidates. The aim of the study is to determine the entrepreneurship tendency of the students studying in Acıpayam Vocational School of Denizli. The relationship between demographic characteristics and entrepreneurship trends of the students was investigated. In this direction, 328 students were reached and data were collected through the questionnaire. In the first part of the questionnaire, questions are composed of demographic information, and in the second section there are questions that are Likert type and which are aimed at identifying entrepreneurship trends. The data obtained from the study were analyzed with the statistical package program. As a result, it was seen that the entrepreneurial tendencies of the participants were high. However, no relationship was found between age of participants, status of taking entrepreneurship course, their departments, class levels, and income status of their families.

Keywords: Entrepreneurship, Entrepreneurial Tendency, Associate students.

1. GİRİŞ

Sanayileşme ile birlikte gelişen ve günümüzde oldukça önem taşıyan girişimcilik kavramı ile ilgili birçok tanım yapılmıştır. Stevenson ve Sahlman'a (1989) göre girişimcilik mevcut kaynaklar yerine fırsatların peşinde koşma olarak tanımlanmaktadır. Johansen'e (2002) göre ise girişimcilik piyasanın ihtiyaçlarını ve üretim imkânlarını görebilme yeteneği olarak ifade edilmektedir. Tanımların ortak özellikleri fırsatları sezme, yenilikçi olma, risk alma, toplumun ihtiyaçlarına karşılık verme ve üretim faktörlerini inovatif biçimde bir araya getirme şeklinde ifade edilebilmektedir.

Gelişmekte olan ülkelerin işsizlik sorunu ile mücadele etmesinde girişimcilik kavramı önem kazanmaktadır. Ülkeler ekonomik, sosyal, teknolojik gelişmeyi sağlamak için toplumun istihdamını artırmayı hedeflemişlerdir (Karimi vd. 2013).

Türkiye'de son zamanlarda girişimcilik kavramını önemsemeye başlamıştır. Nitekim Türkiye'nin sahip olduğu genç nüfus bu şekilde ekonomiye entegre edilecektir. Bu amaç doğrultusunda yükseköğretim programlarının müfredatlarına girişimcilik dersi eklenmiş hatta KOSGEB ve üniversiteler arasında protokoller imzalanmıştır. Sivil toplum kuruluşları, KOSGEB ve Kalkınma Ajansları gibi kurumlar da girişimcilik eğitimleri vermeye başlamıştır. Üstelik bu eğitimler sonrasında başarılı olduğu düşünülen iş fikirlerine faizsiz ya da düşük faizli kredi veya hibe desteği sağlanmaktadır. Böylece genç ve dinamik girişimci adayları desteklenirken toplumun ihtiyaçlarının giderilmesi ve istihdam sağlanması hedeflenmektedir. Bu minvalde girişimcilik kavramı kalkınmayı sağlamak açısından önemlidir. Dolayısıyla bu çalışma meslek yüksekokulu öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerinin belirlenmesini çeşitli etkenler aracılığıyla incelemeyi amaçlamaktadır.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Genç ve dinamik girişimci adaylarının, girişimcilik motivasyonları ve girişimciliğe olan eğilimleri doğru yönlendirilmelidir. Bu bağlamda yapılmış çokça çalışma mevcuttur. Çalışmalar özellikle öğrenci veya yeni mezun olan girişimci adaylarının girişimcilik eğilimleri, girişimciliklerini etkileyen değişkenler çevresinde yoğunlaşmıştır. Kaya vd.'nin 2010 yılında yaptıkları Atatürk Üniversitesinin bazı fakülte ve meslek yüksekokulu öğrencilerinin girişimcilik özelliklerini incelemişlerdir. Araştırma neticesinde girişimcilik özelliklerinden özerk olma, cinsiyet ve öğrenim şekli farklılık göstermiş fakat fırsatları yakalama ve kontrolün cinsiyet ve öğrenim şekli üzerinde farklılığı tespit edilmemiştir. Fakülte ve meslek yüksekokul öğrencilerinin arasında girişimcilik özellikleri bakımından anlamlı farklılıklar saptanmamıştır. Bilge ve Bal'ın 2011 yılında yaptıkları Celal Bayar Üniversitesi öğrencilerinin girişimcilik eğilimine yönelik çalışmada fakülte, yüksekokul ve meslek yüksekokulunda öğrenim gören öğrencilerin girişimcilik eğilimleri incelenmiştir. Çalışma sonucunda cinsiyet ve girişimcilik eğilimi arasında anlamlı farklılık bulunamazken; fakülte, yüksekokul ve meslek yüksekokullarının girişimciliğin alt boyutları üzerindeki etkisi yalnız "gelecek odaklı" ve "liderlik yönlü" alt boyutlar bakımından anlamlı olarak saptanmıştır. Bulgulara göre öğrencilerin genel olarak girişimcilik ilgisi düşüktür.

Yılmaz ve Sünbül'ün 2009 yılında Selçuk Üniversitesinde yaptıkları çalışmada ise farklı bölümlere ait 474 öğrenciden sağlanan veriler istatistiki analiz yöntemleri ile incelenmiştir.

Analiz sonucunda kadın öğrencilerin ve erkek öğrencilerin girişimcilik düzeyinde anlamlı farklılık saptanmamıştır.

Aksel ve Bağcı'nın 2016 yılında bir kamu üniversitesinin İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinin farklı bölümlerinde öğrenim gören öğrencilerin girişimcilik eğilimini inceledikleri çalışmada 240 adet öğrenciden toplanan veriler istatistiki yöntemlerle incelenmiştir. Çalışma sonucunda erkek öğrencilerin ve 24-26 yaş grubunda bulunan öğrencilerin diğer öğrencilere göre girişimcilik düzeyleri yüksek olarak tespit edilmiştir. Fakat bölüm ve girişimcilik dersini alma bakımından anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir.

Uygun ve Güner'in 2016 yılında yaptığı çalışmada girişimcilik eğitiminin girişimcilik eğilimine etkisinin ölçülmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda Aksaray Üniversitesi'nde çeşitli bölümlerde öğrenim gören öğrencilerden girişimcilik dersini zorunlu olarak alan öğrencilerden (1340) veri toplanmıştır. Veriler ön-deneysel araştırma deseninin tek gruplu ön-test son-test cinsinden yararlanılarak incelenmiştir. Sonuç olarak girişimcilik eğitiminin girişimcilik eğilimi üzerinde belli düzeylerde anlamlı ilişkisinin olduğu tespit edilmiştir.

3. ALAN ARAŞTIRMASI

3.1.Araştırmanın Metodolojisi

Çalışma, girişimcilik ile ilgili kitaplar, makaleler, tezler ve elektronik kaynaklardan oluşan teori kısmı ve Pamukkale Üniversitesi Acıpayam Meslek Yüksekokulunda eğitim gören ön lisans öğrencileri üzerine anket uygulanarak elde edilen verilerin analiz edildiği uygulama bölümünden oluşmaktadır.

3.2.Veri Toplama Yöntemleri

Veriler, Acıpayam Meslek Yüksekokulunda eğitim gören öğrencilere 2018-2019 eğitim öğretim güz döneminde anket uygulanmak suretiyle elde edilmiştir. Anket için, Yılmaz ve Sünbül (2009) tarafından oluşturulan girişimcilik ölçeği kullanılmıştır. Anket, demografik verilerin toplandığı birinci bölüm ve girişimcilik ölçeğinin oluşturulduğu iki bölümden oluşmaktadır.

3.3.Güvenilirlik Analizi

Güvenilirlik analizi, ölçümün güvenilirliğini test etmek maksadıyla yapılmış ve Cronbach's Alpha değeri 0,928 olarak belirlenmiştir.

3.4.Sosyo - Demografik Verilerin Analizi

Araştırmanın sosyo-demografik verilerini, katılımcıların cinsiyetleri, bölümler, kaçıncı sınıf oldukları, yaşları, medeni durumları, kaç kardeş oldukları, anne ve babalarının çalışıp çalışmadığına ilişkin veriler, gelir seviyeleri, girişimcilik dersi alıp almadıkları gibi unsurlar derlenmiştir. Buna göre katılımcıların % 33,8' i erkek iken, %66,2'si kadındır. Ön lisans öğrencilerinden oluşan veriler neticesinde katılımcıların yaş dağılımları %83,5 gibi büyük bir oranla 17- 20 yaş arasında, %15,5' i 21-25 yaş arasında %0,9'u 26-30 yaş arasındadır. Katılımcıların %97,9' u bekârdır. Öğrenim gördükleri bölümlerin dağılımına bakıldığında öğrencilerin %16'sı Büro Yönetimi ve Yönetici Asistanlığı, %18,3'ü Çağrı Merkezi Hizmetleri, %20,4'ü Maliye, %4,3'ü Gıda Teknolojisi, %11'i Özel Güvenlik ve Koruma, %18,3'ü Laborant ve Veteriner Sağlık Hizmetleri ve %11'i Çocuk Gelişimi şeklinde iken sınıflara göre dağılımları %61,6'sı 1. sınıf %38,4'ü 2. sınıftır. Katılımcıların %100'ü normal öğretim görmektedir. Katılımcıların %10,7'si girişimcilik eğitimi aldıklarını, %89,3'ü almadıklarını beyan etmişlerdir. Katılımcıların %38,4'ü 2 kardeş sahibiyken %32,3'ü 3 kardeşe sahiptir ve katılımcıların %44,5'i ailesinin 1. Çocuğu iken %34,1'i ailesinin ikinci çocuğudur. Katılımcıların % 95,1'i daha önce bir işyerinde çalışmadıklarını beyan etmişlerdir. Bu durum yükseköğrenime yeni başlama ve yaş değişkenleriyle de uyumludur. Aile gelir seviyesine bakıldığında katılımcıların %35,4'ünin ailesinin gelir seviyesini 1604-2000 TL arsında olduğunu beyan etmiştir. Buradan anlaşılan ailede asgari ücretli ve an az bir çalışanın olduğudur. Katılımcıların %65,9'u annesinin çalışmadığını %68,3'ü babasının çalıştığını beyan etmiştir. %41,8'i ise ailesinin gelirinin 1603 TL den daha az olduğunu bildirmiştir. %11,9'u babasının çalışmadığını, %17,7'i emekli olduğunu ve %2,1'i vefat ettiğini beyan etmiştir. Bu durumda gelir ile uyuşmaktadır.

3.5.Katılımcıların Girişimcilik Düzeylerinin Belirlenmesi

Araştırmanın ölçeği Yılmaz ve Sünbül (2009:198) tarafından geliştirilen girişimcilik ölçeğidir. Yılmaz ve Sünbül yaptıkları araştırmada bireylerin girişimcilik düzeylerini sınıflandırmaktalardır. Araştırmacılara göre girişimcilik düzeyleri şu şekilde belirlenmektedir.

Tablo 1. Girişimcilik puanı değerlendirme kriteri

Toplam Girişimcilik Puanı	**Girişimcilik Düzeyleri**
36-64	Çok Düşük Girişimcilik
65-92	Düşük Girişimcilik
93- 123	Orta Düzey Girişimcilik
124-151	Yüksek Girişimcilik
152-180	Çok Yüksek Girişimcilik

Katılımcıların girişimcilik toplam puanları incelendiğinde ise ortalama toplam puanlarının 134,47 olarak saptanmıştır. Bu veriler ışığında katılımcıların yüksek düzeyde girişimcilik düzeyine sahip oldukları saptanmıştır.

Tablo 2.

	N	Minimum	Maksimum	Ortalama	Std.Sapma
Girişimcilik	327	69,00	180,00	134,47	19,34

3.6.Bağımlı Değişkenin Normal Dağılım Gösterip Göstermediği

Girişimcilik toplam puanlarının normal dağılım gösterip göstermediğini test etmek maksadıyla hipotez aşağıdaki gibi oluşturulmuştur.

H_0: Girişimcilik toplam puanları normal dağılım gösteriyor.

H_1: Girişimcilik toplam puanları normal dağılım göstermiyor.

Tablo 3. Bağımlı Değişkenin Normal Dağılım Gösterip Göstermediği

Değişken	n	x	ss	KS*	p
Girişimcilik	327	134,47	19,34	0,044	0,200

*=Kolmogorov-Smirnov Z.

Hipotez oluşturulduktan sonra değişkenleri test etmek amacıyla Kolmogrov- Smirnov testi yapılmış ve p değeri 0,05'den büyük olduğu için H_1 hipotezi reddedilmiş ve H_0 hipotezi kabul edilmiştir.

3.7.Cinsiyet ile Girişimcilik Arasındaki İlişki

Cinsiyet ile girişimcilik arasında bir ilişki olup olmadığını tespit etmek maksadıyla bağımsız örneklem t-testi uygulanmıştır. Analiz sonucu elde edilen sonuçlara göre iki değişken arasında istatistiksel olarak 0,05 anlamlılık düzeyinde bir ilişki olmadığı saptanmıştır ($t_{(327)} = ,179$; $p<0.05$). Grup ortalamalarına bakıldığında ise erkek öğrencilerin girişimcilik eğilimlerinin (xe=139,93) kadın öğrencilerin girişimcilik eğilimlerinden (xk=132,64) yüksek olduğu belirlenmiştir.

Tablo 4. Cinsiyet İle Girişimcilik Arasındaki İlişki

Cinsiyet	n	x	ss	t	p
Erkek	111	136,47	18,69	3,037	0,179
Kadın	216	133,43	19,62		

Erkeklerin risk alma potansiyelinin kadınlara göre daha yüksek oluşu anlaşılmaktadır.

3.8.Medeni durum ve Girişimcilik arasındaki İlişki

Katılımcıların medeni durumları ile girişimcilik eğilimlerinin belirlenmesi amacıyla yapılan bağımsız örneklem t testi analizine göre anlamlı bir ilişki (0,275) saptanmamıştır. Fakat evli olmayanların toplam girişimcilik puanı 134,64 iken evlilerin toplam girişimcilik puanı 126,57'dir. Bu durumda bekar olan katılımcıların girişimcilik düzeyi evli olan katılımcılara göre daha yüksektir. Bu durum hem risk alma hem de fırsatları daha kolay takip etme açısından bekar katılımcılar daha yüksek düzeyde girişimcilik puanına sahip olabileceğiyle ifade edilebilir.

3.9.Öğrencilerin Kardeş Sayıları ile Girişimcilik Eğilimleri Arasındaki İlişki

Öğrencilerin kardeş sayıları ile girişimcilik eğilimleri arasında bir ilişki olup olmadığını belirlemek maksadıyla tek yönlü varyans analizi (One Way Anowa) yapılmış ve iki değişken arasında $p<0,05$ anlamlılık düzeyinde ($F=0,739$; $p<0,05$)anlamlı bir sonuca ulaşılamamıştır.

Tablo 5. Öğrencilerin Kardeş Sayıları ile Girişimcilik Eğilimleri Arasındaki İlişki

	Kareler Toplam	SD	Ortalama Kare	F	p
Gruplar arası	8,273	5	,065		
Grup içi	71,20	321	,611	,739	,595
Toplam	79,293	326			

Kardeş sayısının girişimcilik toplam puanı üzerindeki dağılımını görmek amacıyla Post Hoc Analizi yapılmıştır. 6'dan fazla kardeşi bulunan 18 katılımcı en yüksek girişimcilik puanına sahiptir (140,50). En düşün girişimcilik toplam puanına sahip olan grup 4 kardeşi olan grup (130,94) olarak saptanmıştır.

Tablo 6. Kardeş sayısına İlişkin Ortalama

Kardeş Sayısı	n	x
4 Kardeş	39	130,9487
1 Kardeş	23	133,6957
2 Kardeş	125	134,1840
3 Kardeş	106	134,6887
5 Kardeş	16	138,1875
6'dan Fazla Kardeş	18	140,5000

Ailesinin ilk çocuğu olanların toplam girişimcilik puanları (131,93) iken ailesinin 6. Çocuğu olanların toplam girişimcilik puanları (142,83) ile en yüksek girişimcilik düzeyine sahiptirler.

3.10.Gelir Seviyesi İle Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişki

Önlisans öğrencilerinin ailelerinin gelir seviyesi ile girişimcilik eğilimlerinin belirlemek üzere tek yönlü varyans (One Way Anowa) yapılmış ve değişkenler arasında 0,05 anlamlılık düzeyinde bir ilişki tespit edilememiştir (F=0,788; p<0,501).

Tablo 7. Gelir Seviyesi İle Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişki

	Kareler Toplam	SD	Ortalama Kare	F	p
Gruplar arası	,252	3	,417		
Grup içi	73,002	279	,840	,788	,501
Toplam	73,254	282			

Katılımcıların gelir dağılımları ile girişimcilik düzeyleri arasındaki ilişkiyi belirleyebilmek adına Post Hoc analizi yapılmıştır. Geliri 5001 TL ve üzeri olan katılımcıların (141,56) girişimcilik düzeyi diğer gelir düzeyindeki katılımcılara göre daha fazladır.

Tablo 8. Gelir Seviyesine İlişkin Ortalama

Gelir	n	x
1.604.-TL - 2.000.-TL arası	116	133,7328
2.001.-TL- 5.000.-TL arası	59	133,9153
0.-TL-1.603.-TL arası	136	134,5074
5.001TL ve üzeri	16	141,5625
Toplam	327	

3.11.Annenin Çalışmaya İlişkin Durumu İle Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişki

Katılımcıların annelerinin çalışmaya yönelik durumları ile girişimcilik eğilimleri arasındaki ilişki incelenmiş ve iki değişken arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Tek yönlü varyans (One Way Anowa) analizi yapılmıştır ve anlamlı bir fark olmadığı bulgulanmıştır (F=,226; p<0,05).

Tablo 9. Annelerin Çalışmaya İlişkin Ortalamaları

Anne	n	x
Çalışıyor	86	134,5698
Çalışmıyor	216	134,7593
Emekli	11	130,2727

Vefat	14	132,7143
Toplam	327	

Bu farkın hangi grup lehine olduğu saptamak maksadıyla Post Hoc analizi yapılmış ve annesi çalışan katılımcıların (xç=134,56) annesi emekli olan katılımcılara (xe=130,27) ve annesi vefat eden katılımcılara (132,71) göre daha girişimci oldukları saptanmıştır.

Tablo 10. Annenin Çalışmaya İlişkin Durumu İle Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişki

	Kareler Toplam	SD	Ortalama Kare	F	p	Post Hoc
Gruplar arası	5,872	3	,291			
Grup içi	70,060	323	,791	,226*	,878	1>3
Toplam	75,932	326				

1=Çalışıyor, 2=Çalışmıyor, 3=Emekli, 4= Vefat
*=p<,05

3.12.Babanın Çalışmaya İlişkin Durumu İle Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişki

Katılımcıların babalarının çalışmaya yönelik durumları ile girişimcilik eğilimleri arasındaki ilişki incelenmiş ve iki değişken arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Tek yönlü varyans (One Way Anowa) analizi yapılmıştır ve 0,05 anlamlı bir fark olduğu bulgulanmıştır (F=,022; p<0,05).

Tablo 11. Babaların Çalışmaya İlişkin Ortalamaları

Baba	n	x
Vefat	7	113,1429
Çalışmıyor	39	132,2051
Emekli	58	135,1207
Çalışıyor	223	135,3677
Toplam	327	

Bu farkın hangi grup lehine olduğu saptamak maksadıyla Post Hoc analizi yapılmış ve babası çalışan katılımcıların (xç=135,36), babası vefat eden katılımcılara (xv=113,14) göre daha girişimci oldukları tespit edilmiştir.

Tablo 12.Babanın Çalışmaya İlişkin Durumu İle Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişki

	Kareler Toplam	SD	Ortalama Kare	F	p	Post Hoc

Gruplar arası	2,644	3	,085			4>1
Grup içi	72,913	324	,474	3,264*	,022	
Toplam	75,557	327				

1=Çalışıyor, 2=Çalışmıyor, 3=Emekli, 4= Vefat
*=p<,05

3.13.Katılımcıların Yaşları İle Girişimcilik Eğilimleri Arasındaki İlişkinin Analizi

Katılımcıların yaşları ile cinsiyetleri arasında ilişki olup olmadığını tespit etmek maksadıyla bağımsız örneklem t-testi uygulanmıştır. İki değişken arasında anlamlı fark tespit ($t_{(327)}$ = ,374; p < 0,05) edilememiştir. Fakat 17-20 yaş arasında olan katılımcıların (133,96) 21-25 yaş arasında olan katılımcılara göre daha (137,60) girişimci oldukları tespit edilmiştir.

Tablo 13. Yaş dağılımına İlişkin Ortalama

Yaş	**n**	**x**
26-30 yaş arası	3	127,0000
17-20 yaş arası	273	133,9670
21-25 yaş arası	51	137,6078

3.14.Daha Önce Bir İşyerinde Çalışıp çalışmama Durumları İle Girişimcilik Eğilimleri Arasındaki İlişki

Katılımcılara daha önce bir işyerinde çalışıp çalışmadıkları sorulmuş ve bu durum ile girişimcilik eğilimleri arasında bir ilişki olup olmadığını saptamak adına bağımsız örneklem t-testi uygulanmıştır. Yapılan analizler çerçevesinde öğrencilerin çalışma durumları ile girişimcilik eğilimleri arasında anlamlı bir fark ($t_{(327)}$=1,651; p<0,05)tespit edilememiştir. Farkın hangi grup lehine olduğunu tespit etmek maksadıyla grup ortalamalarına bakıldığında daha önce bir işyerinde çalışanların (xç=4,05), çalışmayanlara göre (xçm=3,69) daha fazla girişimci oldukları belirlenmiştir.

Tablo 14. Katılımcıların Bir İş Yerinde Çalışma İle Girişimcilik Eğilimleri Arasındaki İlişki

Çalışma	**n**	**x**	**ss**	**t**	**p**
Çalıştım	16	4,95	,81	1,651	0,126
Çalışmadım	311	1,09	,26		

Katılımcıların öğrenim gördükleri bölümler ile girişimcilik düzeylerine Tek Yönlü Varyans analizi (One Way Anova) yapılmış fakat anlamlı farklılık (0,117) görülmemiştir. Farklılığın belirlenmesi adına Tukey analizi uygulanmıştır. Bu bakımdan Çocuk Gelişimi Bölümü öğrencilerinin girişimcilik düzeyleri (139,91) en yüksek bölüm oldukları saptanmıştır.

Katılımcıların girişimcilik düzeylerinin en düşük (127,22) olduğu bölüm Özel Güvenlik ve Koruma bölümüdür.

Tablo 15. Bölümlere İlişkin Ortalama

Bölüm	n	x
Özel Güvenlik ve Koruma	36	127,2222
Gıda teknolojisi	14	130,5000
Büro Yönetimi	54	132,6667
Çağrı Merkezi Hizmetleri	60	134,6333
Maliye	67	135,2836
Laborant veteriner sağlık	60	137,0333
Çocuk Gelişimi	36	139,9167

3.15.Ön lisans öğrencilerin Bölümleri İle Girişimcilik Eğilimleri Arasındaki İlişki

Araştırmaya katılan öğrencilerin eğitim gördükleri bölümleri ile girişimcilik eğilimleri arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını tespit etmek maksadıyla tek yönlü varyans (One Way Anowa) yapılmıştır. Araştırma neticesinde elde edilen sonuçlara göre (F=0,739; p<0,05)öğrencilerin bölümleri ile girişimcilik eğilimleri arasında bir ilişki tespit edilememiştir.

Tablo 16. Katılımcıların Bölümleri İle Girişimcilik Eğilimleri Arasındaki İlişki

	Kareler Toplam	SD	Ortalama Kare	F	p
Gruplar arası	5,523	6	,587		
Grup içi	64,0	320	,672	1,713	,117
Toplam	69,523	326			

SONUÇ

Bu çalışma ile meslek yüksekokulu öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerinin incelenmesi hedeflenmiştir. Çalışma neticesinde katılımcıların girişimcilik eğilimlerinin yüksek olduğu tespit edilmiştir. Erkek katılımcıların kadın katılımcılara nazaran girişimcilik eğilimleri yüksek olması ataerkil toplum yapısının getirdiği erkeklerin eve gelir getirmesi fikri ile örtüşürken, erkeklerin gelir elde etmek amacıyla risk alma potansiyellerinin yüksekliği ile de ifade edilebilir. Evli olmayan katılımcıların diğer katılımcılara göre girişimcilik düzeylerinin yüksek olduğu bulgulanmıştır. Bu durum evli olan katılımcıların daha az risk alması ve düzenli ve sürekli gelir getirici işlerde çalışmayı tercih etmeleriyle ifade edilebilir. Gelir düzeyi en yüksek olan grupta yer alan katılımcıların girişimcilik eğilimleri diğer katılımcılara göre yüksek olduğu tespit edilmiştir. Girişimcilik sermaye gerektiriyor oluşu gelir düzeyi yüksek olan katılımcıların

girişimci adayı almaya daha kolay karar verebilecekleri ile açıklanabilir. Nitekim sermaye gerekliliği ve gelir düzeyi girişimcilik eğilimini etkileyebilmektedir. Annesi emekli olan katılımcıların diğer katılımcılara göre girişimcilik eğiliminin yüksek oluşu genç katılımcıların çocukluk dönemlerinde annelerinin çalışıyor olmasının etkisi olabileceğini düşündürmektedir. Babası çalışıyor olan katılımcılar diğer katılımcılara nazaran girişimcilik eğilimlerinin yüksek oluşu sosyal destek alma anlamında girişimcilik eğilimini etkilemektedir. Daha önce bir yerde çalışan katılımcılar ile girişimcilik eğilimi arasında anlamlı farklılık tespit edilmiş hem girişimcilik eğilimlerinin yüksek olduğu saptanmıştır. Katılımcıların çalışma durumları gelir elde etmelerine, iş hayatını tanımalarını ve katılımcıları kendi işinin patronu olmaya yönlendirdiği düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

Aksel, İ., Bağcı, Z. (2016). Girişimcilik Eğilimi; Bir Kamu Üniversitesinin İİBF'sinde Öğrenim Gören Son Sınıf Öğrencilerinde Bir Araştırma. İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 5(7), 2120-2133.

Bilge H. ve Bal V. (2012). Girişimcilik Eğilimi: Celal Bayar Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 16: 131-148.

Johansen, Karl-Johan (2002). Organizatinal factors and Intrapreneurship, Harvard Bussines Review, 23, (3), 315-334.

Karimi, S., Biemans, H. J., Lans, T., Chizari, M., Mulder, M., and Mahdei, K. N. (2013). Understanding Role Models And Gender İnfluences On Entrepreneurial İntentions Among College Students. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 93, 204-214.

Kaya, D., Güzel; D. ve Çubukçu, B.(2010). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Araştırılması: Atatürk Üniversitesinde Bir Araştırma, Kafkas Üniversitesi İİBF Dergisi, 1 (2), 77-89.

Stevenson, H. H. ve Sahlman, W. A. (1989). The Entrepreneurial Process. Small Business And Entrepreneurship, 94-157.

Uygun M., Mete S. ve Güner E. (2012). Genç Girişimci Adaylarının Girişimcilik Eğilimi ve Girişimcilik Özellikleri Arasında İlişkiler, Organizasyon ve Yönetim Bilimler Dergisi, 4(2), 145-156.

Yılmaz E. ve Sünbül A. M. (2009). Üniversite Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeğinin Geliştirilmesi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 21: 195-203.

3rd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 28-30 June 2019, Lefkosa

Demografik Değişkenler İle Girişimcilik Eğilimleri Arasındaki İlişki: Kale Meslek Yüksekokulu Örneği

Inst. Fatma Özge Özgen ÖNEY
Pamukkale University, Acıpayam HS
fozgen@pau.edu.tr

Inst. Dilek ŞENEL
Pamukkale University, Kale HS
dsenel@pau.edu.tr

ÖZET

Girişimcilik kavramı günden güne önem kazanmıştır. Bireylerin birçok özelliği girişimci olma veya olmama durumlarında etkili olmaktadır. Bu çalışmanın amacı Pamukkale Üniversitesi Kale Meslek Yüksekokulu'nda öğrenim gören öğrencilerin demografik değişkenleri ile girişimcilik düzeylerinin incelenmesidir. Bu doğrultuda 283 öğrenciye anket uygulanmış ve veriler istatistik paket programıyla analiz edilmiştir. Anket sorularının ilk kısmı demografik özellikleri, ikinci kısmı ise girişimcilik eğilimini belirlemeye yöneliktir. Çalışmanın sonucunda erkek öğrencilerin girişimcilik düzeyinin kadın öğrencilerin girişimcilik düzeyine göre daha fazla olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik Eğilimi, Girişimcilik, Üniversite Öğrencisi

ABSTRACT

The concept of entrepreneurship has gained importance day by day. Many features of individuals are effective in being entrepreneurial or not. The aim of this study is to investigate the demographic variables and entrepreneurship levels of the students studying at Pamukkale University Kale Vocational School. In this direction, a questionnaire was applied to 283 students and the data were analyzed with statistical package program. The first part of the survey questions is aimed at determining the demographic characteristics and the second part is the determination of entrepreneurship tendency. As a result of the study, it has been determined that the level of entrepreneurship of male students is higher than that of female students.

Keywords: Entrepreneurship Tendency, Entrepreneurship, University Student

1. Giriş

Girişimcilik günümüzün popüler kavramlarından biridir. Girişimcilik kelimesi ilk olarak Ortaçağ'da kullanılmıştır. Kelimenin anlamı üstlenmek, girişmek olarak ifade edilmektedir. Cantillion girişimcilik kavramını ilk kez "risk alan kişi" olarak tanımlamıştır (Bozkurt, Kalkan, Koyuncu, ve Alparslan, 2012).

Zimmerer ise girişimcilik kavramını fırsatları değerlendiren ve çevreyi geliştiren kişi olarak tanımlamıştır (Zimmerer,2007). Genel anlamıyla girişimcilik, içinde bulunduğu toplumun ihtiyaçlarını sezen, bu ihtiyaçları fırsata çeviren, risk alabilen ve yenilikçi düşünen kişi olarak ifade edilmektedir (Koçel,1998). Gün geçtikçe girişimcilik kavramı önem kazanmıştır. Ekonomik, sosyal, teknolojik, kültürel, demografik özellikler birleşerek bireylerin girişimci olmasını, girişimcilik motivasyonlarını ve isteklerini etkilemektedir (İşcan ve Kaygın).

Bu çalışmada meslek yüksekokulu öğrencilerinin demografik değişkenleri ile girişimcilik düzeyleri arasındaki ilişki incelenmiştir.

2. Literatür Taraması

Literatüre bakıldığında üniversite öğrencilerinin girişimcilik düzeyleri, girişimcilik eğitimleri ve eğilimleri üzerine yapılmış birçok çalışma bulunmaktadır. Çalışmaların temel amacını öğrencilerin girişimcilik düzeylerinin belirlenmesi üzerine olup öğrencilerin girişimci olmalarını etkileyen unsurlar oluşturmaktadır.

Soylu vd.'nin 2015 yılında yaptıkları çalışma ile Pamukkale Üniversitesi Honaz Meslek Yüksekokulu'nda öğrenim gören öğrencilerin girişimcilik eğitimi almalarının girişimcilik eğilimlerine etkisi incelenmiştir. Çalışmanın sonucunda girişimcilik eğitiminin girişimcilik eğilimi üzerinde olumlu etkisinin bulunduğu sonucuna varılmıştır.

Yelkikalan vd.'in 2010 yılında yaptıkları çalışmada Dünya'da ilk 100 de bulunan üniversiteler ile Türkiye'deki üniversitelerde öğrenim gören öğrencilerin girişimcilik eğitimlerini incelemişlerdir. Çalışmanın sonucunda Dünya'da girişimcilik eğitiminin lisans düzeyinde yoğun Türkiye'de ise ön lisans düzeyinde yoğun olarak verildiği saptanmıştır.

Sarıtaş ve Duran'ın 2017 yılında Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi'nde öğrenim gören öğrencilerin girişimcilik eğilimlerinin tespitine ilişkin olarak yaptıkları çalışmanın sonucunda kadın ve erkek öğrencilerin girişimcilik eğilimlerine dikkat çekilmiş ve öğrencilerin girişimcilik eğiliminin yüksek olduğu sonucuna varılmıştır. Ayrıca çalışma neticesinde öğrencilerin çoğunun girişimci olmak için bir iş fikrine sahip olduğu ifade edilmiştir.

Yüzüak'ın 2010 yılında yaptığı çalışmada Çanakkale 18 Mart Üniversitesinde öğrenim gören kız öğrencilerin girişimcilik eğiliminin belirlenmesi hedeflenmiştir. 502 öğrenci üzerinden anket tekniğiyle toplanan veriler istatistiksel olarak analiz edilmiştir. Analiz sonucunda ailede girişimci bir bireyin bulunması, anne ve babanın eğitim durumunun yüksek olması ve girişimcilik eğitimi alınmasının girişimcilik eğilimi üzerinde etkisinin bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır.

3. Alan Araştırması

3.1.Araştırmanın Metodolojisi

Araştırma kitaplardan, makalelerden, tezlerden ve elektronik kaynaklardan oluşan teori kısmı ile Pamukkale Üniversitesi Kale Meslek Yüksekokulunda eğitim gören ön lisans öğrencilerine anket uygulanmak suretiyle elde edilen verilerden oluşan uygulama bölümünden oluşmaktadır.

3.2.Veri Toplama Yöntemleri

Veriler, Kale Meslek Yüksekokulunda eğitim gören öğrencilere 2018-2019 eğitim öğretim güz döneminde anket uygulanmak suretiyle elde edilmiştir. Anket için, Yılmaz ve Sünbül (2009) tarafından oluşturulan girişimcilik ölçeği kullanılmıştır. Anket, demografik verilerin toplandığı birinci bölüm ve girişimcilik ölçeğinin oluşturulduğu iki bölümden oluşmaktadır.

3.3. Güvenilirlik Analizi

Güvenilirlik analizi, ölçümün güvenilirliğini test etmek maksadıyla yapılmış ve Cronbach's Alpha değeri 0,926 olarak belirlenmiştir.

3.4. Sosyo - Demografik Verilerin Analizi

Araştırmanın sosyo-demografik verilerini, katılımcıların cinsiyetleri, bölümler, kaçıncı sınıf oldukları, yaşları, medeni durumları, kaç kardeş oldukları, anne ve babalarının çalışıp çalışmadığına ilişkin veriler, gelir seviyeleri, girişimcilik dersi alıp almadıkları gibi unsurlar derlenmiştir. Buna göre katılımcıların % 16,6'sı erkek iken, %83,4'ü kadındır. Ön lisans öğrencilerinden oluşan veriler neticesinde katılımcıların yaş dağılımları %74,6 gibi büyük bir oranla 17- 20 yaş arasında, %25,1' i 21-25 yaş arasında %0,4 26-30 yaş arasındadır. Katılımcıların %99,6 'u bekâr iken öğrenim gördükleri bölümlerin dağılımı %8,8'i Muhasebe ve Vergi Uygulamaları, %13,1'i İşletme Yönetimi, %1,4'ü Maden Teknolojisi, %4,9'u Turizm ve Seyahat Hizmetleri ve %71,7'si Çocuk Gelişimi şeklinde iken sınıflara göre dağılımları %52,7'si 1. Sınıf %43,5'i 2. Sınıf ve %3,9'u 3. Sınıftır. Katılımcıların öğrenim durumları %59,7'si Normal Öğretim ve %40,3'ü İkinci Öğretimdir. Katılımcıların %16,6'sı girişimcilik eğitimi aldıklarını, %80,9'u almadıklarını ve %2,5'i bu dönem girişimcilik eğitimi aldıklarını beyan etmişlerdir. Katılımcıların %42,8'i 2 kardeş sahibiyken %28,6'sı 3 kardeşe sahiptir ve katılımcıların %48,1'i ailesinin 1. Çocuğu iken %31,1'i ailesinin ikinci çocuğudur. Katılımcıların % 92,2'si daha önce bir işyerinde çalışmadıklarını beyan etmişlerdir. Bu durum yükseköğrenime yeni başlama ve yaş değişkenleriyle de uyumludur. Aile gelir seviyesine bakıldığında katılımcıların %39,2'si ailesinin gelir seviyesini 1604-2000 TL arsında olduğunu beyan etmiştir. Buradan anlaşılan ailede asgari ücretli ve bir çalışanın olduğudur. Zira katılımcıların %64'ü annesinin çalışmadığını %69,6'sı babasının çalıştığını beyan etmiştir. %34,6'sı ise ailesinin gelirinin 1603 TL den daha az olduğunu bildirmiştir. %8,5'i babasının çalışmadığını, %20,1'i emekli olduğunu ve %1,8'i vefat ettiğini beyan etmiştir. Bu durumda gelir ile uyuşmaktadır.

3.5. Bağımlı Değişkenin Normal Dağılım Gösterip Göstermediği

Girişimcilik ortalama puanlarının normal dağılım gösterip göstermediğini test etmek maksadıyla hipotez aşağıdaki gibi oluşturulmuştur.

H_0: Girişimcilik ortalama puanları normal dağılım göstermiyor.

H_1: Girişimcilik ortalama puanları normal dağılım gösteriyor.

Tablo 14. Bağımlı Değişkenin Normal Dağılım Gösterip Göstermediği

Değişken	n	x	ss	KS*	p
Girişimcilik	283	3,71	0,51	0,044	0,200

*=Kolmogorov-Smirnov Z.

Hipotez oluşturulduktan sonra değişkenleri test etmek amacıyla Kolmogrov- Smirnov testi yapılmış ve p değeri 0,05'den büyük olduğu için H_0 hipotezi reddedilmiş ve H_1 hipotezi kabul edilmiştir.

3.6. Cinsiyet ile Girişimcilik Arasındaki İlişki

Cinsiyet ile girişimcilik arasında bir ilişki olup olmadığını tespit etmek maksadıyla bağımsız örneklem t-testi uygulanmıştır. Analiz sonucu elde edilen sonuçlara göre iki değişken arasında istatistiksel olarak 0,05 anlamlılık düzeyinde bir ilişki olduğu saptanmıştır ($t_{(281)} = 2,444$; $p<0.05$). Grup ortalamalarına bakıldığında ise erkek öğrencilerin girişimcilik eğilimlerinin (xe=139,93) kadın öğrencilerin girişimcilik eğilimlerinden (xk=132,64) yüksek olduğu belirlenmiştir.

Tablo 15. Cinsiyet İle Girişimcilik Arasındaki İlişki

Cinsiyet	n	x	ss	t	p
Erkek	47	139,93	18,71	2,444	0,017
Kadın	236	132,64	18,41		

Erkeklerin risk alma potansiyelinin kadınlara göre daha yüksek oluşu anlaşılmaktadır.

3.7. Ön lisans öğrencilerin Bölümleri İle Girişimcilik Eğilimleri Arasındaki İlişki

Araştırmaya katılan öğrencilerin eğitim gördükleri bölümleri ile girişimcilik eğilimleri arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını tespit etmek maksadıyla tek yönlü varyans (One Way Anowa) yapılmıştır. Araştırma neticesinde elde edilen sonuçlara göre (F=0,308; p<0,05)öğrencilerin bölümleri ile girişimcilik eğilimleri arasında bir ilişki tespit edilememiştir.

Tablo 16. Katılımcıların Bölümleri İle Girişimcilik Eğilimleri Arasındaki İlişki

	Kareler Toplam	SD	Ortalama Kare	F	p
Gruplar arası	,334	4	,083	,308	,872

Grup içi	75,224	278	,271		
Toplam	75,557	282			

3.8. Öğrencilerin Kardeş Sayıları ile Girişimcilik Eğilimleri Arasındaki İlişki

Öğrencilerin kardeş sayıları ile girişimcilik eğilimleri arasında bir ilişki olup olmadığını belirlemek maksadıyla tek yönlü varyans analizi (One Way Anowa) yapılmış ve iki değişken arasında p<0,05 anlamlılık düzeyinde (F=0,580; p<0,05)anlamlı bir sonuca ulaşılamamıştır.

Tablo 17.Öğrencilerin Kardeş Sayıları ile Girişimcilik Eğilimleri Arasındaki İlişki

	Kareler Toplam	**SD**	**Ortalama Kare**	**F**	**p**
Gruplar arası	,783	5	,157		
Grup içi	74,775	277	,270	,580	,715
Toplam	75,557	282			

3.9. Gelir Seviyesi İle Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişki

Önlisans öğrencilerinin ailelerinin gelir seviyesi ile girişimcilik eğilimlerinin belirlemek üzere tek yönlü varyans (One Way Anowa) yapılmış ve değişkenler arasında 0,05 anlamlılık düzeyinde bir ilişki tespit edilememiştir (F=0,702; p<0,551).

Tablo 18.Gelir Seviyesi İle Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişki

	Kareler Toplam	**SD**	**Ortalama Kare**	**F**	**p**
Gruplar arası	,566	3	,189		
Grup içi	74,991	279	,269	,702	,551
Toplam	75,557	282			

3.10.Annenin Çalışmaya İlişkin Durumu İle Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişki

Katılımcıların annelerinin çalışmaya yönelik durumları ile girişimcilik eğilimleri arasındaki ilişki incelenmiş ve iki değişken arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Tek yönlü varyans (One Way Anowa) analizi yapılmıştır ve 0,05 manidarlık düzeyinde bir fark olduğu bulgulanmıştır (F=3,821; p<0,05).

Tablo 19.Annelerin Çalışmaya İlişkin Ortalamaları

Anne	**n**	**x**	**ss**
Çalışıyor	84	130,58	19,11

Çalışmıyor	181	134,38	17,93
Emekli	6	155,00	14,57
Vefat	12	138,25	20,85
Toplam	283		

Bu farkın hangi grup lehine olduğu saptamak maksadıyla Post Hoc analizi yapılmış ve annesi emekli olan katılımcıların (xe=155), annesi çalışanlara(xç=130,58) göre daha girişimci oldukları saptanmıştır.

Tablo 20.Annenin Çalışmaya İlişkin Durumu İle Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişki

	Kareler Toplam	**SD**	**Ortalama Kare**	**F**	**p**	**Post Hoc**
Gruplar arası	2,982	3	,994			3>1
Grup içi	72,575	279	,260	3,821*	,010	
Toplam	75,557	282				

1=Çalışıyor, 2=Çalışmıyor, 3=Emekli, 4= Vefat
*=p<,05

3.11.Babanın Çalışmaya İlişkin Durumu İle Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişki

Katılımcıların babalarının çalışmaya yönelik durumları ile girişimcilik eğilimleri arasındaki ilişki incelenmiş ve iki değişken arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Tek yönlü varyans (One Way Anowa) analizi yapılmıştır ve 0,05 manidarlık düzeyinde bir fark olduğu bulgulanmıştır (F=3,373; p<0,05).

Tablo 21. Babaların Çalışmaya İlişkin Ortalamaları

Baba	**n**	**x**	**ss**
Çalışıyor	197	132,65	18,83
Çalışmıyor	24	140,91	20,19
Emekli	57	136,57	16,54
Vefat	5	116,40	8,01
Toplam	283		

Bu farkın hangi grup lehine olduğu saptamak maksadıyla Post Hoc analizi yapılmış ve babası çalışmayanlar (xç=140,91), babası vefat eden katılımcılara (xv=116,40) göre daha girişimci oldukları tespit edilmiştir.

Tablo 22.Babanın Çalışmaya İlişkin Durumu İle Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişki

	Kareler Toplam	SD	Ortalama Kare	F	p	Post Hoc
Gruplar arası	2,644	3	,881			2>4
Grup içi	72,913	279	,261	3,373*	,019	
Toplam	75,557	282				

1=Çalışıyor, 2=Çalışmıyor, 3=Emekli, 4= Vefat
*=p<,05

3.12. Katılımcıların Yaşları İle Girişimcilik Eğilimleri Arasındaki İlişkinin Analizi

Katılımcıların yaşları ile cinsiyetleri arasında ilişki olup olmadığını tespit etmek maksadıyla bağımsız örneklem t-testi uygulanmıştır. İki değişken arasında anlamlı fark tespit ($t_{(281)} = 1,137$; $p < 0,05$) edilememiştir.

3.13. Daha Önce Bir İşyerinde Çalışıp çalışmama Durumları İle Girişimcilik Eğilimleri Arasındaki İlişki

Katılımcılara daha önce bir işyerinde çalışıp çalışmadıkları sorulmuş ve bu durum ile girişimcilik eğilimleri arasında bir ilişki olup olmadığını saptamak adına bağımsız örneklem t-testi uygulanmıştır. Yapılan analizler çerçevesinde öğrencilerin çalışma durumları ile girişimcilik eğilimleri arasında anlamlı bir fark ($t_{(281)=}3,233$; $p<0,05$)tespit edilmiştir. Farkın hangi grup lehine olduğunu tespit etmek maksadıyla grup ortalamalarına bakıldığında daha önce bir işyerinde çalışanların (xç=4,05), çalışmayanlara göre (xçm=3,69) daha fazla girişimci oldukları belirlenmiştir.

Tablo 23. Katılımcıların Bir İş Yerinde Çalışma İle Girişimcilik Eğilimleri Arasındaki İlişki

Çalışma	n	x	ss	t	p
Çalıştım	22	4,05	,54	3,223	0,001
Çalışmadım	261	3,69	,50		

4. Sonuç

Bu çalışmada meslek yüksekokulu öğrencilerinin demografik değişkenler ile girişimcilik eğilimleri incelenmiş olup çalışma neticesinde literatür ile bağlantılı şekilde sonuçlara ulaşılmıştır.

Girişimcilik kavramının artan önemine değinilen çalışmada katılımcıların da girişimcilik eğilimlerinin yüksek olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Katılımcıların genç ve teknolojiyi takip eden yapıda olmaları, yeniliğe açık ve risk alma potansiyeli yüksek olmaları girişimcilik eğilimlerini artırıcı unsur olabileceği ile ifade edilebilir.

Erkek katılımcıların kadın katılımcılara nazaran girişimcilik eğilimlerinin yüksek olduğu bulgulanmıştır. Bu durum erkeklerin risk alma potansiyelinin yüksek olması ile ifade edilebilir. Daha önce bir işyerinde çalışan öğrencilerin çalışmayan öğrencilere göre girişimcilik eğilimlerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca annesi emekli olan öğrencilerin annesi çalışanlara göre girişimcilik düzeyleri yüksek iken, babası vefat eden katılımcıların babası çalışmayan katılımcılara göre girişimcilik eğiliminin düşük olduğu bulgularına ulaşılmıştır. Diğer demografik değişkenler ile girişimcilik eğilimi arasında anlamlı ilişki tespit edilememiştir.

KAYNAKÇA

BOZKURT, Ö. Ç., KALKAN, A., KOYUNCU, O., ALPARSLAN, A. M. (2012). Türkiye'de Girişimciliğin Gelişimi: Girişimciler Üzerinde Nitel Bir Araştırma. Journal of Süleyman Demirel University Institute of Social Sciences Year, 1(15), 229-247.

ZİMMERER, T. W., SCARBOROUGH, N. M., WİLSON, D. (2007). Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

İŞCAN, Ö., KAYGIN, F. (2011). Potansiyel Girişimciler Olarak Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma, Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 12, (2), 275-286.

YÜZÜAK, E. (2010). Üniversitelerde Öğrenim Gören Kız Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerini Etkileyen Faktörler: Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi Biga İ.İ.B.F. Örneği. Yüksek Lisans Tezi. Çanakkale: Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi.

SARITAŞ, A., DURAN, G. (2017). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Tespitine İlişkin Bir Araştırma, Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 5,(1).

YILMAZ, E., SÜNBÜL, A.M. (2009), "Üniversite Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeğinin Geliştirilmesi", Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 21, 195-203.

YELKİKALAN, N., AKATAY, YILDIRIM, A., KARADENİZ, H M., KÖSE, Y., KONCAGÜL, ÖZNUR, C., ÖZER, E. (2010). Dünya ve Türkiye Üniversitelerinde Girişimcilik Eğitimi. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, (2), 51-59.

KOÇEL, Tamer; (1998), İsletme Yönetimi, Beta Yayınları, İstanbul.

SOYLU, A., ŞENEL, D., KALFA, V. R., KOCAALAN, M.L. (2015), Girişimcilik Eğitimlerinin Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerine Olan Etkilerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Pamukkale Üniversitesi Honaz Meslek Yüksekokulu Örneği, İşletme Araştırmaları Dergisi, 7, (3), 311-315.

Bankacılık Ve Sigortacılık Ön Lisans Programında Öğrenim Gören Öğrencilerin Zorunlu Staj Eğitimleri İle Mesleki Bağlılıkları Arasında İlişki: Bir Odak Grup Çalışması

Inst. Gökhan BİLİCİ
Selçuk University, Taşkent, HS
gokhanbilici@selcuk.edu.tr

Nuray BİLİCİ
Selçuk University, FEAS
nuraybilici0@gmail.com

ÖZET

Bu çalışmanın amacı zorunlu staj eğitimini tamamlayan öğrencilerin staj sürecinde elde ettikleri tecrübelerinin bankacılık ve sigortacılık alanında teorik bilgi ve becerilerini uygulamaya yansıtıp yansıtamadıklarını incelemek, mesleki bağlılık, mesleki beklenti ve gelecek üzerindeki etkilerini değerlendirmektir. Selçuk Üniversitesine bağlı iki farklı meslek yüksekokulu "Bankacılık ve Sigortacılık" programı öğrencilerinden iki ayrı grup oluşturularak nitel araştırma yöntemlerinden odak grup görüşmesi ile çalışma analiz edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Staj, Mesleki Bağlılık, Odak Grup Görüşmesi

Relationship between Compulsory Internship Training and Professional Affiliations of Students Studying in the Banking and Insurance Associate Degree Program: A Focus Group Study

ABSTRACT

The aim of this study is to examine whether the experience gained by the students in the internship process can reflect their theoretical knowledge and skills in the field of banking and insurance, evaluate their professional commitment, professional expectations and their impact on the future. Two different vocational schools affiliated to Selçuk University were formed by two separate groups of students from the "Banking and Insurance" program and the study was evaluated by focusing group interviews on qualitative research methods.

Keywords: Internship, Occupational Commitment, Focus Group Interview

GİRİŞ

Ülkemizde bankacılık ve sigortacılık sektörünün gelişmesiyle birlikte bankacılık ve sigortacılık bir meslek olarak önem kazanmaktadır. Bankacılık ve Sigortacılık sektörünün büyümesi ile meslekte istihdam edilen çalışan sayısı artmaktadır. Bankacılık ve Sigortacılık mesleği itibariyle staj ile kazanılacak birçok beceri barındırmaktadır. Öğrenciler staj yaparak bankacılık ve sigortacılık birçok alanında uygulamayı öğrenebilir, deneyim kazanabilir ve sektör hakkında bilgi sahibi olabilirler. Bankacılık ve sigortacılık sektörü çok hızlı değişim gösteren bir yapıya sahip olduğu için öğrencilerin sigortacılık konusundaki güncel bilgi ve birikimi staj ile artacaktır. Bilgi ve beceri kazanmadaki en önemli adım staj olarak nitelendirilebilir. Üniversitelerde, teori uygulama ilişkisinin önemli olduğu alanlarda, öğrencilerin her anlamda iş hayatına hazır bir şekilde mezun olması için staj uygulamaları kayda değer bir öneme sahiptir. Üniversite öğrencilerinin, ön lisans eğitimi sürecinde yaptıkları stajların; genel anlamda iş hayatının ilk adımı olarak görülmesi, teori uygulama ilişkisine katkı sağlaması, mesleki bilgi ve becerileri etkilemesi, iş hayatının tecrübe edilmesi ve mesleki gelecek konusunda fikir vermesi gibi önemli faydaları olduğu da bilinmektedir (Katajavuori vd., 2006: 440).

Çalışmamızın ilk bölümünde staj, mesleki bağlılık ve iki kavram arasındaki ilişkiye, ikinci bölümde ise bankacılık ve sigortacılık eğitimi alan öğrencilerle yapılan odak grup görüşmelerinin sonuçlarına ve araştırmamıza yönelik çalışmalara yer verilmiştir.

1. Kavramsal Çerçeve

1.1. Staj

Staj kavramı Türk Dil Kurumu'na göre; "Meslek edinmek veya mesleki bilgisini arttırmak isteyen bir kişinin, bir kurumda çalışarak geçirdiği uygulamalı öğrenme dönemi" olarak ifade edilmiştir (http://www.tdk.gov.tr). Staj eğitiminin, öğrencilerin eğitim kurumlarından aldıkları teorik bilgileri uygulamaya dönüştürebilmeleri, onların ileride çalışacakları işi ve sektörü tanıyabilmeleri açısından büyük bir önem taşımaktadır (Yazıt, 2013; 37). Staj eğitimi, öğrenmenin temelidir. Bilindiği gibi sadece okuldaki öğrenmelerin yeterince etkili olmamasının nedeni öğrenme ortamının gerçekçi olmayışında yatmaktadır. Burada öğrenci açısından esas amaç derslerden geçer not almaktır. Staj faaliyetleri ise eğitimin uzun dönemdeki yararlarıyla iş yaşamının geçerliliği arasında bir bağ kurarak öğrenci yönünden motive edici bir öğrenme ortamı oluşturmaktadır. Okuldaki staj koordinatörleri ve öğretmenler derslerinde çok parlak olmayan öğrencilerin gerçek iş yaşamında son derece başarılı olabildiklerini sıklıkla gözlemektedirler (Aydoğan, 2002: 21).

Staj öğrencilerin önceden sosyalleşme süreci olarak gelecekteki mesleki rollerine, bankacılık ve sigortacılık da dâhil olmak üzere öğrencileri hazırlamak için hizmet göstermektedir. Mevcut literatür araştırması, stajın bir organizasyonun nasıl çalıştırılacağını öğrenmek için çok önemli olduğunu ve stajın stajyerlerin mentorları, rol modellerini ve saha denetçilerini karşılayabileceği önemli bir çerçeve sağladığını göstermektedir. Stajyerler, çeşitli yönetim stilleri de dâhil olmak üzere birçok yönden bir banka ve sigorta şirketi organizasyonuna uyum sağlamayı ve organizasyonun ihtiyaçları tarafından işe alınan bireylerin anlayışını kazanmayı öğrenirler. Çoğu zaman, bir öğrencinin stajyer için en uygun zaman yaz aylarında olduğundan, tüm dikkatini staja odaklayabilirler.

Öğrenciler staj sırasında gözlem ve uygulama yoluyla teknik becerilerini geliştirdikleri gibi okulda öğrendikleri teorik bilgilerin gerçek iş yaşamıyla ne şekilde bağdaştığını keşfetmektedirler. Kendi görevlerinin sistem içinde nereye oturduğunu, yaptıkları isin önemini ve sistemi ne şekilde etkilediğini öğrenmekte, bu anlamda genişleyen bakış açıları sayesinde daha becerili, daha esnek ve iş yerindeki üretkenliğe daha katkılı olabilmektedirler (Maines, 2000: 35). Öğrencilerin hem staj sonrası kariyerleri hem de mezuniyet için gereken koşulları yerine getirmesi açısından staj önemli bir rol oynamaktadır. Fakat bu durum farklı bakış açılarının olduğunu göstermektedir. Staj öğrencinin sektörle ilk tanışması ve sektörde devam edip etmek istemeyeceklerini anlayabilecekleri ilk aşamadır. Öğrenciler açısından stajın birçok önemli rolü vardır. Bunlar; sektöre ilişkin sorunları tanımak, işletme içinde iyi bir iletişim kurmak, müşteri tiplerini tanımak ve beklentilerine cevap verebilmektir. Bu sayede, bireylerin özgüveni gelişir ve sektöre hakim olabilirler. (Çetin, 2005: 154).

Staj uygulamaları, öğrenci ve işverenin mesleki anlamda iletişime geçtiği ilk adımlardan biridir. Bu etkileşim, organizasyonlara da çeşitli katkılar sağlamaktadır. Birçok kurum staj uygulaması ile ileriye dönük kalıcı istihdam için kurum kültürüne uygun adaylar belirlemektedir. Mezun olduktan sonra staj yaptığı kurumda işe girenlerin sayısı da oldukça fazladır. Çünkü kurumlar risk almamak adına daha önce birlikte çalıştıkları ve kendilerinde olumlu izlenime sahip adaylara öncelik vermektedirler. Aynı zamanda daha düşük bütçeli kurumlar için staj programları, dönemsel olarak bazı özel projelerin gerçekleştirilmesi ve mevcut işgücüne destek olması sebebiyle önemlidir (Çaylan vd., 2016: 246).

Cannon ve Arnold'un "İş Dünyasındaki Üniversitelere Özgü Staj Programlarının Öğrenciler Tarafından Beklentileri" başlıklı bir çalışması, öğrencilerin 1986'dan 1998'e kadar stajdaki beklentilerini araştırdı. Araştırmalarının sonuçları, öğrencilerin bölümlerinin staj olanakları sunması gerektiğini güçlü bir şekilde hissettiklerini gösterdi. Ankete katılan öğrenciler, stajların vaka çalışmaları veya konuk konuşmacılardan daha değerli olduğunu kabul ettiler. Öğrenciler

staj eğitimlerini iş hayatına atılmak ve piyasada rekabet için bir araç olarak görmüşlerdir. Ekonomik faktörler, öğrencileri stajlarını tamamlamayan meslektaşlarından ayırt etmek için giderek daha fazla staj yapmaya zorlayabilir (Cannon ve Arnold, 1998).

1.2. Mesleki Bağlılık

Bireyin belirli bir iş çizgisine olan bağlılığı, mesleki bağlılık veya kariyer taahhüdü olarak anılmıştır. Mesleki bağlılık birçok yönden tanımlanmıştır: belirli bir kariyerde çalışmak için çalışanın motivasyonu, çalışanın toplam yaşamındaki kariyer değerlerinin kolaylığı, çalışanın kendi kimliği için kariyerinin merkeziyet derecesi, belirli bir çalışma ortamından ayrı olarak, uzun bir süre boyunca bir zanaat, meslek veya mesleğe bağlılık veya çalışanın mesleği veya mesleği ile ilgili tutumlar olarak literatürde tanımlandığını görmekteyiz.

Mesleki bağlılık, mesleğe kendini adama, mesleki etik ilkelere uyma ve mesleki amaçlara inanarak bunları kabullenmeyi ifade eder (Lachman ve Aranya, 1986: 228). Bir kimse mesleği için uzun yıllar harcayıp, mesleği kendisi için giderek daha önemli olmaya başladığında o kişi, mesleğinin değer ve ideolojisini içselleştirmeye başlamaktadır (Özdevecioğlu ve Aktaş, 2007: 5). Meyer ve meslektaşları (1993), mesleki bağlılığın uygun işleyişiyle ilgili bazı tartışmalara rağmen, mesleki bağlılık fikrini 3 bileşenli örgütsel bağlılık modeli ile bütünleştirerek 3 bileşenli bir mesleki bağlılık modeli oluşturdu. Duygusal mesleki bağlılık, bir meslekte kalma arzusunu, devam bağlılığı meslekten ayrılmanın sonucunda oluşabilecek ilgili maliyetler nedeniyle belirli bir meslekte kalmayı, son olarak, normatif mesleki bağlılık sosyal etkiler nedeniyle bir meslekte kalmayı ifade etmektedir. (Meyer ve ark., 1993),

1.2.1. Duygusal Bağlılık

Mesleğe bağlılığın duygusal bağlılık boyutu, mesleği severek yapmayı ve onunla özdeşleşmiş olmayı ifade eder (Baysal ve Paksoy, 1999: 8). Duygusal bağlılık, bireyin mesleğinde kalmak istemesini, meslekle özdeşleşmesini, mesleğin amaç ve değerlerini kabullenmeyi ve mesleği severek yapmayı ifade etmektedir (Uştu, 2014: 50). Duygusal bağlılık kişinin mesleği ile güçlü bir duygusal bağ kurduğu, kişinin mesleğine kendisini adayarak onunla özdeşleştiği ve mesleğe olan aidiyetini devam ettirmekten mutlu olduğu bir durumdur (Shore ve Wayne, 1993:774; Allen ve Meyer, 1990: 2). Tutumsal bağlılık olarak da bilinen duygusal bağlılık, mesleğe ilişkin duygusal tepkilerle yakından ilgili olup daha çok işe kendini vermeyle, işten ve mesleğe bağlılıktan sağlanan doyumla ilişkilidir (Balay, 2000:73).

Duygusal bağlılığı yüksek olan kişiler meslekleri ile kendilerini özdeşleştirmekte ve kendileri ile meslekleri arasında bir bütünlük ilişkisi kurmaktadırlar. Bu durum, mesleklerini kendilerinin bir parçası olarak görmelerini ve meslekleri ile ilgili çalışmalarda yüksek performans

sergilemelerini sağlayabilir. Ayrıca duygusal yönde bağlılık yüksek iş performansı, düşük oranlı devamsızlık ve işten ayrılmalarda azalma gibi işle ilgili olumlu davranışlar ortaya çıkarmaktadır (Clifford, 1989: 144). Mesleklerde ve örgütlerde en çok istenen bağlılık boyutu duygusal bağlılıktır (Kaya ve Zerenler, 2014: 69). Çünkü duygusal bağlılıkta mesleği severek yapma, mesleğin ilkelerini benimseme ve bu ilkelere uygun davranmaya çalışma söz konusudur. Bu durum mesleki başarının gelmesinde önemli bir etken olarak değerlendirilebilir.

1.2.2. Devam Bağlılığı

Devam bağlılığı, mesleğe yapılan yatırımların miktarı ve kişilerin algıladığı alternatif iş imkânlarının sayısı gibi faktörlerden etkilenir (Allen ve Mayer, 1990: 4). Mesleğe devam bağlılığı; meslekten ayrılmanın yüksek maliyetli oluşunu, mesleğe vazgeçemeyecek kadar çok yatırım yapmış olmayı açıklar (Çetin vd., 2010: 126). Devam bağlılığı yüksek olan bireyler mesleğinden ayrılmak isteseler bile ayrıldıktan sonra karşılaşabilecekleri güçlükleri ve mali kayıpları öngörerek meslekten ayrılmamakta, devam etmektedirler (Allen & Mayer, 1990: 4). Devam bağlılığı, meslekten ayrılmanın kişiye yüksek maliyet getireceği ve mesleğine yaptığı yatırımları kaybedeceği düşüncesiyle mesleğine devam etmesidir. Bireyin örgütten ya da meslekten ayrılması meslekten elde ettiği kazanım ve mesleğe yaptığı yatırımların kaybolması anlamına gelmektedir. Kişi bir örgüte ya da mesleğe katılmakla bazı ekonomik (maaş artışları, teşvik edici ve kıdeme dayalı ödüller) ve sosyal (iş arkadaşlarıyla arkadaşlık bağları) yan faydalar elde eder. Kişi bu yan faydaları kaybedeceği korkusuyla örgüt ya da meslek üyeliğine devam edebilir (İçöz, 2014: 51).

Devam bağlılığı yüksek çalışanların mesleklerini yalnızca asgari sınırlarda sürdürme olasılıklıları yüksektir. Yüksek oranda devamsızlığa ve düşük motivasyona sahip olabilmektedirler (Çetin, 2004: 92). Devam bağlılığı yüksek olan bir kişi, mesleğinden ayrılması halinde başka meslekleri yapma konusunda daha az seçeneği olacağı fikrine sahiptir. Bu kişilerden bazıları, başka iş bulamadıklarından dolayı örgütte kalırlar. Devam bağlılığı gösteren iş görenler kötü iş alışkanlıkları yanında mesleğe ve mesleği ile ilgili kişilere olumsuz tavır sergiler ve yöneticiler için bir sorun kaynağı oluştururlar (Bayram, 2005: 133).

1.2.3. Normatif Bağlılık

Mesleki normatif bağlılık, kişilerin meslekte kalmalarının ahlaki açıdan doğru olduğunu düşünmeleri sonucu oluşan bağlılık bileşenidir. Mesleğin bireye yapmış olduğu katkılar, bireyin mesleğe karşı kendisini borçlu hissetmesini sağlamaktadır (Meyer ve Allen, 1991: 66, 72). Normatif bağlılık, kişinin mesleğine karşı kendisini yükümlü hissetmesidir (Blau, 2001: 283). Normatif bağlılık, bir bakıma kişinin mesleğine karşı sadakatli davranma konusunda kendini sorumlu hissetmesi olarak tanımlanabilir. Normatif bağlılık, iş görenin çalıştığı örgüte

ya da mesleğine karşı sorumluluğu ve yükümlülüğü olduğuna inanması ve bu yüzden kendini örgütte veya meslekte kalmaya zorunlu görmesine dayanan bir bağlılıktır (Yalçın ve İplik, 2005: 398). Normatif bağlılığı yüksek olan kişiler, mesleklerine karşı sorumlu olmayı ahlaki açıdan gerekli gören, mesleğin gereklerini yerine getirmeyi etik değerler açısından önemli bulan kişiler olarak tanımlanabilir.

Meslekî bağlılığın üç bileşeni (duygusal, devamlılık ve normatif), bir bireyin mesleğine devam etme niyeti ile ilgili olmakta ve meslekî bağlılığın üç bileşeninin, mesleğe devam etme niyeti farklılaşmaktadır. Buna göre, duygusal bağlılığı ve/veya normatif bağlılığı yüksek olan bir kimse, mesleğindeki gelişmeleri takip etme, ilgili birliklere katılma ve katılımcı olma vb. konularda daha ilgiliyken; yüksek devamlılık bağlılığı duyan kimseler, meslekî davranışlara katılmaya daha az oranda eğilim gösterebilmektedirler (Meyer vd., 1993: 540).

Duygusal bağlılığı yüksek olan çalışanlar mesleklerini "istedikleri" için sürdürürler; devamlılık bağlılığı yüksek olan çalışanlar mesleklerini "gereksinim (ihtiyaç) duydukları" için sürdürürler; normatif bağlılığı yüksek olan çalışanlar ise mesleklerini kendilerini "yükümlü hissettikleri" için sürdürürler (Blau, 2001: 285). Çalışanın, mesleki bağlılıkla ilgili bu üç bileşenin her birini ayrı düzeyde yaşayabilmesi söz konusu olmaktadır. Bu nedenle, çalışanın örgüte ya da mesleğe bağlılığı, belirtilen psikolojik durumların her birinin toplamının bir yansıması olmaktadır (Balay, 2000: 72).

1.3. Staj ve Mesleki Bağlılık İlişkisi

Staj kişinin eğitimini aldığı alanda ilk iş tecrübesi olduğu için, kişinin gelecekte yapmayı düşündüğü bu mesleğe karşı düşüncelerini önemli derecede etkileyebilecek niteliktedir. Türkiye'de stajlarla ilgili pek çok çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmalar ağırlıklı olarak işletme ve öğrencilerin staj algılamaları ve stajdan beklentileri arasında farklılıkların olup olmadığı üzerinedir (Pelit ve Güçer, 2006: 144).

Öğrenciler yapmış oldukları staj ile gelecekte yapacakları meslek hakkında ön bilgi sahibi olurken aynı zamanda mesleklerini yakından tanıyabilmektedir. Mesleklerini ait birçok farklılıkları, özellikleri vb. birçok değişkeni staj sayesinde öğrenebilmektedirler. Bu öğrenim onların mesleki bağlılık düzeylerini olumlu veya olumsuz etkilemektedir.

2. Araştırmaya İlişkin Bilgiler

2.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Bu araştırmanın amacı 2018 yılının yazında zorunlu staj eğitimlerini yapan Selçuk Üniversitesi Hadim ve Taşkent Meslek Yüksekokulu Bankacılık ve Sigortacılık Programı ikinci sınıf

öğrencilerinin, staj süresince edinmiş oldukları bilgi ve tecrübelerini değerlendirerek zorunlu staj ile mesleki bağlılık arasındaki ilişkiyi odak grup görüşmesi yöntemi ile açıklamaktır.

2.2. Araştırmanın Yöntemi

Araştırma kapsamında nitel veri toplama yöntemlerinden biri olan odak grup görüşme yöntemi belirlenmiştir. Her iki okuldan altışar öğrenci seçilmiş ve iki grup oluşturularak farklı zaman ve mekânlarda görüşmeler not altına ve ses kaydına alınarak gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya başlamadan önce görüşme yerleri, görüşülecek kişiler, raportörler ve sorulacak sorular önceden hazırlanmıştır.

Malhotra'ya (2007:145) göre odak gruplar, uygulamada en çok kullanılan niteliksel veri toplama yöntemidir. Odak grup, "eğitimli bir moderatör yönetiminde, yapılandırılmamış ve doğal bir şekilde, küçük bir grupla yapılan görüşme" olarak tanımlanmıştır. Moderatör tartışmayı yönlendirir. Odak gruplarının asıl amacı uygun hedef kitleden oluşan bir grubun, araştırmacının ilgi duyduğu konu üzerine yaptığı tartışmaları dinleyerek, konu hakkında derin bir anlayışla sahip olmaktır.

Odak grup sürecini ele alan bir diğer çalışma ise, süreci birbirinin içine geçmiş yedi aşamada açıklamaktadır. Bu aşamalar; (1) Amacın belirlenmesi (2) Araştırma ve görüşme sorularının geliştirilmesi (3) Yer ve teknoloji planlaması (4)Bütün sürecin pilot denemesinin yapılması (5) Katılımcıların belirlenmesi ve davet edilmesi (6) Moderatör özellikler ve çalışmanın gerçekleştirilmesi, (7) Verinin düzenlenmesi ve analizi şeklinde sıralanmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2006:155-162).

Odak grup görüşmeleri için, katılımcı sayısı ile ilgili farklı görüşler olsa da, genellikle bu çalışmaların az sayıda katılımcı ile gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Bu sayı da genellikle 4 ile 10 kişi arasında değişmektedir. Edmunds'a göre (2000) grubun 10 kişiden fazla olması grubun dinamiğini düşürebilmekte, katılımcılar arasındaki etkileşim etkisini yitirebilmekte ve grubun kontrolü daha da zorlaşabilmektedir (Çokluk vd., 2011: 101).

2.3. Verilerin Değerlendirilmesi ve Bulgular

2.3.1. Verilerin Değerlendirilmesi

Araştırmada not alma ve ses kayıt cihazı ile toplanan veriler yazılı hale getirilerek analiz edilerek raporlaştırılmıştır. Araştırma grubuna birtakım sorularak yöneltilerek staj süresince elde ettikleri deneyimleri paylaşılması ve mesleki bağlılık ile olan ilişkileri anlaşılmak istenmiştir.

Tablo – 1. Araştırma Grubu

Kodlama	Cinsiyet	Yaş
ÖH1	Erkek	20
ÖH2	Kız	20
ÖH3	Kız	20
ÖH4	Kız	20
ÖH5	Erkek	22
ÖT1	Kız	20
ÖT2	Kız	24
ÖT3	Erkek	21
ÖT4	Kız	20
ÖT5	Kız	20

Araştırma grubunu iki farklı meslek yüksekokulundan öğrenciler oluşturmaktadır. ÖH = Öğrenci Hadim, ÖT = Öğrenci Taşkent şeklinde kısaltılmıştır. Sayılar ise rastgele her biri bir öğrenciyi temsil edecek şekilde kodlanmıştır. Her iki okuldan altışar öğrenci ile görüşme yapılmış, öğrencilerden birer tanesi raportör olarak görev yapmıştır. Odak grup görüşmeleri iki farklı oturum olarak gerçekleşmiştir.

2.3.2. Araştırma Soruları ve Yanıtlar

Katılımcılara okulda almış oldukları teorik bilgileri stajda uygulama imkânlarının olup olmadığı sorulmuş ve yanıtlardan bazılarına aşağıda yer verilmiştir.

- ÖT2: Bilgisayar ekranlarında yetkimiz olmadığı için takip ederek aşinalık oluştu. Bu şekilde kısıtlı uygulama imkânım oldu.
- ÖH1: Okulda teminat mektupları konusunu işlerken bir şeyler havada kalıyordu. Fakat stajda teminat mektubunu ve sürecini gördüm. Böylelikle teorik bilgilerimi uygulamış oldum.

Staj esnasında öğrencilere uygulama alanı oluşturulması, öğrencilerin geri planda bırakılmaması teorik bilgilerin uygulamada geliştirilmesine yardımcı olmaktadır.

Katılımcılara bankacılık ve sigortacılık mesleği ile ilgili olarak staj öncesi ve sonrası fikirleri sorulmuş ve yanıtlardan bazılarına aşağıda yer verilmiştir.

- ÖT4: Staj öncesi okulda aldığım derslerden dolayı mesleğe karşı ön yargı oluşmuştu. Bankacılık ve sigortacılık korkutucu geliyordu. Fakat işin içine girince alıştım ve yapabileceğimi fark ettim. Staj sonrası mesleğe karşı ilgim daha çok arttı ve teşvik edici oldu.

- ÖT2: Staj öncesinde rahat bir meslek olduğunu düşünüyordum. Staj yaparken yoğun bir meslek olduğunu anladım. Bayanlar için ideal bir meslek olduğunu düşünüyorum.
- ÖH1: Staj yapmadan önce staj ile ilgili beklentim çok fazlaydı. Boşa geçen zamanım çok olduğu için staj sıkıcıydı. Bankacılığında sıkıcı olabileceğini düşündüm. Staj öncesinde çok rahat bir meslek olarak düşünüyordum. Çünkü bankacıları sürekli oturarak masa başında çalıştıklarını düşünmüştüm. Ama içine girince stres çok fazla, personellerin çoğu meslekten bıkmışlardı.
- ÖH5: Sigorta şirketlerinin kolay para kazandığını düşünüyordum. Staj yaparken çok fazla rekabetin olduğunu gördüm.

Staj bir mesleğin, kolaylıklarını, zorluklarını yakından tanımak açısından oldukça önemlidir. Teorik bilgilerle donatılan öğrencilerin saha içerisine girmeleri mesleğe başlamadan mesleki bağlılık noktasında bir farkındalık oluşturmaktadır. Staj sayesinde öğrenciler kendilerinin ilerde muhtemel karşılaşacağı birçok olayla karşılaşmış tecrübe edinmiş kişilerle çalışma imkânı sağlamıştır.

Katılımcılara staj yaptıkları süre boyunca bankacılık veya sigortacılık mesleğine karşı aidiyet/bağlılık oluşup oluşmadığı sorulmuş yanıtlardan bazılarına aşağıda yer verilmiştir.

- ÖH3: Zor bir meslek olduğunu gördüm. Kişi isterse yapılmayacak bir meslek değil, bu sorumluluğu kazanmak lazım.
- ÖT1: Ben sahiplendim. İnsanlar iletişim kurmak güzeldi. Kendi işim gibi hissettim.
- ÖT4: Bir süre sonra benimsiyorsunuz.
- ÖH5: İş ortamındaki yoğunluğu gördüm. Yapım gereği bana zor gelmektedir.
- ÖT2: Öncelikle bu işi yapamayacağımı düşündüm. Oradaki çalışanları tanıyınca bu mesleği yapabileceğimi anladım.
- ÖT5: Yaptığım işler sınırlı olduğu için kendimi adapte edemedim.
- ÖH1: Bir mesleki bağlılık oluştu fakat benim için ikinci planda.
- ÖH4: Bir bayan olarak sigortacılık zor bir meslek, sürekli koşuşturma içerisindesiniz.

Katılımcıların verdiği yanıtlara bakılarak staj süresince staj yapılan alan yakından tanınmakta, katılımların kişisel özelliklerine göre mesleki aidiyet duygusu pozitif veya negatif olarak sonuçlanmaktadır.

Katılımcılara staj sonrası elde ettiğiniz tecrübe sonrasında ilerde stajın katkıları ve bu meslekte başarılı olup olmayacakları noktasında düşünceleri sorulmuş ve yanıtlardan bazılarına aşağıda yer verilmiştir.

- ÖH2: Staj bana iş disiplini kazandırdı. Staja hep on dakika erken geldim ve diğer stajyerlerden hep sonra çıktım. Erken gelmek, geç çıkmak beni rahatsız etmiyordu.
- ÖH1: Bankacılık mesleğinde başarılı olabilmenin ön şartı bence çevreyle yani iş yapabileceğiniz insanlarla ilgili, bu yüzden çevremiz geniş olduğu için bu meslekte başarılı olabilirim.

Katılımcılar staj süresince birçok deneyim elde etmişler, kişisel yetkinliklerini artırmışlardır. Katılımcılar staj esnasında meslekte başarılı olabilmenin ne gibi alternatiflerden oluştuğunu gözlemleyerek gerek iş disiplini gerekse müşteri edinimine bağlamışlardır. Mesleki bağlığın oluşabilmesi için başarı faktörü çok önemlidir.

Katılımcılar zorunlu staj eğitiminin mesleki bağlılık noktasında olumlu/olumsuz katkıları sorulmuş ve yanıtlardan bazılarına aşağıda yer verilmiştir.

- ÖH2: Müşteriler ile iş iletişimi noktasında yetersiz olduğumu gördüm. Müşterilere kredi evrakları imzalatırken verdikleri sorulara cevap veremiyordum. Bu konuda eksikliklerim vardı. Bu noktada bankacılık mesleğini yapıp yapmayacağım konusunda düşüncelerim oluştu.
- ÖT2: Ben gişede çalıştım. Kendimi personel gibi hissettim. Kendime olan güvenim arttı. Bana saygı gösterilmesi hoşuma gitmişti.
- ÖT1: İnsan ilişkilerim güçlendi, daha sabırlı bir insan oldum.
- ÖT4: Bedenen değil ama ruhen çok yoruluyorsunuz. Kendinizi rahat bir ortamda değil, kuralların varlığını hissettiğiniz bir ortamda buluyorsunuz. Bu durum bir kasılma bir baskı oluşturuyor. Olumlu olarak kişisel ve mesleki gelişim sağladı.

Zorunluğu staj eğitimi katılımcılara mesleki bağlılık noktasında mesleki alandaki eksiklikleri ve zorlukları yakından göstermiştir. Katılımcılardan ÖT2 staj esnasında mesleki bağlılığı yaşayarak kendisini bir banka personeli olarak görmüştür. Staj, iş başı eğitimleri gibi mesleği yakından tanımak, meslekte neler yapıp yapmayacağını görmek açısından oldukça önemlidir.

Katılımcılara staj eğitiminin bankacılık/sigortacılık mesleğini uzun yıllar yapıp yapmayacakları noktasında nasıl bir algı oluşturduğu sorulmuş ve yanıtlardan bazılarına aşağıda yer verilmiştir.

- ÖH2: Stajdan önce bankacılıkta ilerleyebileceğimi düşünmüyordum. Fakat yapabileceğimi anladım, yaparım şu anda da. Çünkü staj bana çok şey kattı. İş

ortamında nasıl çalışacağımı, nasıl davranacağımı öğrendim. Staj yapmasaydım bu mesleğe mezun olduktan sonra devam etmek istemezdim. Ben çocuk gelişimi bölümü meslek lisesi mezunuyum. Çocuklardansa müşterilerle çalışmak bana daha cazip geldi.

- ÖH4: Staj sonrası keşke başka bölüm yazsaydım dedim.
- ÖT1: Uzun yıllar yapabileceğimi düşünmüyorum. Yıpranırım. İnsanlarla uğraşmak zor.
- ÖT2: Şu an yaşım genç olduğu için bir süre çalışabilirim. Ama ilerleyen sürede iş ile ilgi bazı şeyleri algılayamayabilirim. Çok ileriye taşıyabileceğimi düşünmüyorum.
- ÖT3: Yoğun stresli çalışma ortamını sevmiyorum. Bana göre çalışma ortamı rahat olmalı, iş yerindeki arkadaşlar ile samimi iletişim kurabileceğim bir yer olmalı.
- ÖT4: Emek verdiğim için bu mesleği bırakmam, çok yorulursam daha sakin bir bölümde çalışmak isterim.

Katılımcılar bankacılık ve sigortacılık mesleğine karşı neredeyse kesin yargılarını stajlarını bitirdikten sonra karar vermişlerdir. Bazı katılımcılar stresli yoğun çalışma temposu olduğu için bu işi yapamayacakları noktasında hem fikir olmuşlardır. Bazı katılımcılar mesleğin yıpratıcı olduğunu gözlemlemişler, bir süre çalışsalar dahi daha ileriye götüremeyeceklerini söylemişlerdir. Bazı katılımcılar ise bu mesleğe karşı elde ettikleri birikimleri düşünerek yapmaları gerektiğini, yapabileceklerini söylemişlerdir. ÖH2'ye göre müşterilerle çalışmak çocuklar çalışmaktan daha cazip gelmektedir. ÖT4 ise mesleki bağlılığın devam boyutuna değinerek verdiği emeklerin karşılığını görmek istemektedir.

3. Sonuç ve Değerlendirme

Katılımcılara odak grup görüşmesi kapsamında yöneltilen soru ve alınan yanıtlar neticesinde staj ile mesleki bağlılık noktasında güçlü bir ilişkinin olduğu anlaşılmıştır. Staj yapan öğrenciler mesleki bilgi ve tecrübe anlamında birçok değişkeni yakından görerek mesleki bilinç oluşturmaktadırlar. Öğrenciler açısından staj profesyonel iş hayatıyla tanışmanın ilk aşamasıdır. Mezun olduktan sonra meslek seçiminde staj bireyde mesleki bağlılık oluştururs kişinin tercihlerini daha anlamlı kılacaktır. Stajların öğrencilerin beceri kazanmasına izin verdiğini bilmek ve izlemek, mümkün olan en iyi deneyimi sunmanın anahtarıdır.

KAYNAKÇA

Aydoğan, Z.F. (2002). Büro Yönetimi Ön lisans Programlarında Staj Eğitiminin Önemi. Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Büro Yönetimi Eğitimi Bilim Dalı, Ankara.

Balay, R. (2000). Yönetici ve Öğretmenlerde Örgütsel Bağlılık. Ankara: Nobel.

Baysal, A., Paksoy, M. (1999). Mesleğe ve Örgüte Bağlılığın Çok Yönlü İncelemesinde Meyer-Allen Modeli. İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, 28, 1-15.

Blau, G. (2001). On Assessing The Constructvalidity Of Two Multidimensional Constructs: Occupational Commitment And Occupational Entrenchment. Human Resource Management Review, 11, 279-98.

Cannon, J.A., Mark J.A., "Student Expectations of Collegiate Internship Programs in Business: A 10-Year Update." Journal of Education for Business, vol. 73, no. 4, March/April 1998, pp. 202-205.

Clifford, J. M. (1989). An Analysis Of The Relationship Between Attitudinal Commitment And Behavioral Commitment. The Sociological Quarterly, 30 (1), 143-158.

Çaylan, Ö., Didem, A.V., Deveci, D.A. (2016). Öğrencilerin Staj Programları İle İşe Alım Süreci: Denizcilik Sektöründe "Rotamız Arkas Projesi" Örnek Olay İncelemesi. Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 14(1), 241-264.

Çetin, M., Cihangiroğlu, N., Türk, Y.Z. (2010). Bir Grup Eczacının Mesleki Bağlılık Algılarının İncelenmesi, Pamukkale Tıp Dergisi, 3(3), 125-130.

Çetin, M.Ö. (2004). Örgüt Kültürü ve Örgütsel Bağlılık. Ankara: Nobel.

Çetin, Ş. (2005). Öğrenci Stajlarında Yararlanılan Dersler Üzerine Ampirik Bir Değerlendirme: Mersin Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokul Örneği', Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 16(2), 153-169, 2005.

Çokluk, Ö., Yılmaz, K., Oğuz, E. (2011). Nitel Bir Görüşme Yöntemi: Odak Grup Görüşmesi, Kuramsal Eğitimbilim Dergisi, 4(1), 95-107.

İçöz, D. (2014). Algılanan Örgütsel Adaletin Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkileri: Kayseri İmalat Sanayinde Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir.

Katajavuori, Nina, Lindblom-Ylänne, Sari ve Hirvonen, Jouni (2006). The Significance Of Practical Training İn Linking Theoretical Studies With Practice. Higher Education, Volume 51 Issue(3),

Kaya, D., Zerenler, M. (2014). Çalışma Hayatında Psikolojik Sermaye, Mesleki Bağlılık ve Kariyer Planlamasına Genel Bakış. Ankara: Nobel.

Lachman, R., Aranya, N. (1986). Evaluation Of Alternative Models Of Commitments And Job Attitudes Of Professionals. Journal Of Occupational Behaviour, 7 (3), 227-243.

Maines, P. (2000). More Then Just A Job. Techniques. 75(4),34.

Malhotra, N.K. (2007), Marketing Research: An Applied Orientation. 5.Baskı, Amerika, Pearson Prentice Hall.

Meyer, J.P., Allen, N.J., Smith, C.A. (1993). Commitment To Organizations And Occupations: Extensionand Test Of A Three-Component Conceptualization. Journal of Applied Psychology, 78, 538-551.

Meyer, John. P. ve Allen, Natalie. J. (1991). A Three- Component Conceptualization Of Organizational Commitment. Human Resource Management Review, 1 (1), 61–89.

Özdevecioğlu, M ve Aktaş, A. (2007). Kariyer Bağlılığı, Mesleki Bağlılık ve Örgüte Bağlılığın Yaşam Tatmini Üzerindeki Etkisi: İş-Aile Çatışmasının Rolü, Erciyes Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 28: 1-20.

Pelit, E. ve Güçer, E. (2006). Turizm Alanında Öğretmenlik Eğitimi Alan Öğrencilerin Turizm İşletmelerinde Yaptıkları Stajları Değerlendirmeleri Üzerine Bir Araştırma. Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, 1.

Shore, L. M. ve Wayne, S. J. (1993). Commitment And Employees Behavior: Comparision Of Affective Commitment And Continuance Commitment With Perceived Organizational Support. Journal of Applied Psychology, 7(5), 774- 780.

Uştu, H. (2014). Sınıf Öğretmenlerinin Mesleki Bağlılık, İşten Ayrılma Niyeti Ve Sosyodemografik Özelliklerinin Örgütsel Bağlılığı Yordama Düzeylerinin İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.

Yalçın, A ve İplik, F.N. (2005). Beş Yıldızlı Otellerde Çalışanların Demografik Özellikleri İle Örgütsel Bağlılıkları Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Adana İli Örneği. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 14 (1), 395-412.

Yazıt, H. (2013). Turizm İşletmeciliği Eğitimi Alan Lisans Ve Ön lisans Öğrencilerinin Staj Konusundaki Düşünce Ve Algılamaları Arasındaki Farklılıkların Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2006), Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, 5. Baskı, Ankara, Seçkin Yayınevi,

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5c4b89c7a4c3b5.65633414 , (Erişim Tarihi: 26.01.2019).

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5c4c5bfeaa65f0.88854627 , 26.01.2019

3rd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 28-30 June 2019, Lefkosa

Legal Responsibilities and Liabilities of Occupational Health Professionals

Assist.Prof.Dr. Gülay TAMER
İstanbul Gelişim University
gtamer@gelişim.edu.tr

ABSTRACT

Due to their contribution to human health, healthcare professionals who have been endowed with a noble mission to provide health care to everyone. Unfortunately, when they are performing their duties these professionals sometimes face with conditions which are prohibited under laws, regulations and rules.
However, this problem is an obstacle that can be solved by the contribution of experts who are equipped with healthcare industy administrative methods and public health legislation.
This study on the legal responsibilities and professional liability of the healthcare employees has been prepared to provide a new perspective to the researchers on this subject and nonetheless to provide a future reference for their studies.

Keywords: Health Professionals, Legal Responsibility, Scope of Obligation, Scope of Obligation to Report Criminal.

INTRODUCTION

There may be three judicial questions between doctors and patients ; contractual relationships,acting without authority and civil wrong ,which set the basis of doctoral responsibility. Apart from this, there are cases that relationships between doctors and patients are based on law.Thus relationships between government doctors and patients are not contractual , but judicial. As patients directly apply for doctors and are promised for treatment by doctors, a contractual relationship is set between them. It is necessary to explain the legal feature of this treatment contract.As in every other agreement, a kind of creditor-debtor relationship occurs between doctors and patients.Regarding the feature of this relation, doctors' debt is a sort of 'transaction' and they become responsible to treat patients or manage illnesses as possible as medicine allows . Similarly, patients are to pay accordingly with contracts or pricelist.

Unlike other contracts, topic of a medical agreement is not beyond agreers, but it is one part's (patient's) physical integrity. The area where doctors perform as debtors is patients' body. A mistake made during the treatment will cause harm to 'human', not to "goods". Due to this fact, doctors must show great care. Since doctors have a great debt of care to pay and their performance is on human body, there exist different views in this principle about the type of contractual relation between a freelance doctor and a patient .

1. JUDICIAL QUALITY AND FEATURES OF REGULATION OF PATIENTS' RIGHTS

Regulatıon of patıents' rıghts was publıshed ın 1st august 1998 –date and 23420 –number Official Paper in Turkey, related to the rights of patients.This regulation is legally binding between doctors and patients.

(Şukru Hatun, Istanbul, 1999, p.29) To sum up the Regulation of Patients' Rights, these values that are defined under the title of Patients Rights in its modern concept , which are the products of humans' common intelligence, conscience and below-mentioned values aim patients to reach services they require easily; to be informed about their illness and treatment;to have free will; to be treated equally, elaborately and respectfully; to keep their privacy and not to be harmed by medical applications.

2. RIGHT TO BENEFIT FROM HEALTH SERVICES

Right to benefit from health services are classified under 9 headings.

First is the right to benefit from health services fairly and equally that also lead health personnel to serve with the principle of justice and equality in all health institutions and establishments .

Second is the right to get information about which institutions to benefit from and how, as well; what services and facilities are provided by health institutions and establishments; how to benefit from these health services in the institutions where the patient has applied.

Third is the right to change to another health institution as long as it is appropriate for legal procedures of dispatching . This right is applied only if patients are informed by doctors and have no medical risks to change to another institution.

When demands can not be sufficiently met on time, the fourth right is, to be able to ask for the legal priority determined in the legal procedures that depend on medical criteria and objectivity about emergencies, forensic cases, the elderly and the disabled.

Fifth is the right to choose the health personnel freely, change the doctor on service to another, ask for the consultation of other doctors and to get to know, choose and change the personnel, when demanded ,only with the condition how identities, duties and titles of the ongoing or next doctors and the personnel that are defined in the legislation.

With the sixth one, along with the right to demand for diagnosis, medication, and care that is appropriate for medical requirements, patients have the right to be diagnosed accordingly with

the necessary medical knowledge and technology, to get treatment and to demand for care. Other rights of patients beyond medical obligations are intervention ban, euthanasia and medical care Doctors have to save and protect lives or minimize the pain ,even if the illness can not be treated .

Each patient has the right to use health services. Patients'views need to be taken while building health policies and patients should be supported to contribute to the administrational period of running the health services. Patients should easily reach the medical support they require. Even if not being ill, they should get all the support they need to protect their health and also improve it. Each patient has to be diagnosed and medicated according to the valid knowledge and methods. Sustainability is vital in health services. When patients are treated in one hospital and need to be transfered to another for treatment, responsible doctors should negotiate with the other institution where they send their patients to and assure the coordination and the necessary conditions are provided for a safe transfer with no cuts in the treatment.Patients who are discharged from hospital should be given home care or outpatient treatment as the medical conditions require, and they also be followed. (Alaattin Fırat, pp.163.164)

3. VIEWS ABOUT THE QUALITY OF DOCTOR-PATIENT RELATIONSHIP AND LEGAL AGREEMENTS.

3.1.Relation of Transaction without Proxy In some obligatory cases

Doctors intervene medically on behalf of patients , to help them recover, without depending on their will.In these interventions of doctors, regulations for transaction without proxy are applied.Acting without authority is caused by an obligation and in these cases doctors have to apply medical treatment. This is the case when a doctor treats a patient who is badly wounded in a traffic accident and has lost consciousness ,to save his life or to prevent a worse damage .The same case is valid when a doctor is called for emergency action by a third person for a patient who has lost consciousness. (Seza Reisoğlu, Istanbul,1983)

3.2. Contractual Relationship

In many cases when the responsibility of doctors is argued, there is a relation of agreement between patients and doctors; and doctors ,as a rule, treat their patients accordingly with this so-called doctors' agrement or contract of treatment. According to this agreement mainly based on the guidelines of medicine and its practice, doctors are responsible for necessary diagnosis

and choosing the appropriate treatment. While Agreement of treatment or doctoral agreement structurally is not different from other contracts of Obligations Law , however it has some features to be taken into account such as its theme, purpose, partners' conditions as they sign it. Mainly, the subject of the agreement is made up of some essential values of personal rights like integrity of body and medical actions.

This case requires doctors to act more elaborately than any other debtors of transactional contracts such as workers , because if they act against agreement this will usually cause damage to some asset, whereas act of doctors against debt may not only damage asset, but also and more importantly, may cause personal damage that is hardly or impossibly compensated .Moreover, this agreement is established between two parts that are not completely equal that they are, on one hand an expert and skillful doctor and on the other ,a patient who has austerity related to their health and life ; who does not have necessary information about it,who is weak and in need due to his illness.This case increases the significance of trust between a doctor and a patient even more. In existence of such an agreement between a doctor and a patient, the doctor's responsibility will depend on the basis of a patient who has been harmed by the treatment. (Cevdet Yavuz ,Istanbul, 2016, p. 694-698)Although this relation seems to be a transactional contract since the doctor fulfils a duty while he is doing his profession, we should yet be aware that this kind of relation does not exist in transactional contracts of Law of Debt and should also check which items it involves appropriate to the legal transactional contracts.

3.3. Legal Relation Between Patients and Doctors (Agreement of Service)

The liability between employees and employers required in the content of the agreement and also what distinguishes it from other transactional contracts , do not exist in the provision of law. However it is accepted in practice and doctrine that employees have to be dependant on employers in order to make a valid agreement of service. It is specified that this issue is important and base to distinguish this contract from other agreeements of service.As aspects of the agreement of service considered , it will be found out that the duration and liability are not the main items in the relation of doctors and patients. Although there have been considerations that the agreement of service will be valid in some situations ,for instance, when family doctors and patients have a certain or uncertain-period agreement and when doctors are under the heel of institutions such as insurance, public agencies and unions, there always exists a hierarchy in this agreement . Regarding the doctor- patient relation, patients are seniors who order and doctors are subordinates who get orders.There has been a common view in the doctrine as legal interaction between patients and doctors does not have the quality of service

contract.(Yavuz, s.732)Interaction between families and family doctors is considered as service agreement due to the fact that family doctors provide medical service for families in a certain or uncertain –period of time and this period is significant in their interaction.The Supreme Court defines liability as "It is a kind of liability that in each time and case, enables employers to inspect or assure that their orders are met and that without orders, employees will not find opportunity to work." (Yarg. 10.H.D, 1984).

Family doctors are neither bound to any orders of any authority as they perform their job, nor they are under the control of families they treat or deal with the health problems of,yet they accomplish what their job requires with their own equipment. Besides, doctors will provide families with medical rules to be followed and supervise them as well, accordingly with their professional superiority. Doctors do not only depend on families economically, but also their interaction is trust-based just like in an interaction between a self-employed doctor and a patient in his office. A high degree of trust between doctors and families have leaded doctors to be given and carry out the responsibility to treat families in a certain or uncertain period of time .The difference in this bilateral relation is that doctors have become responsible for the treatment of all possible health issues, not only for once , but as long as the agreement lasts; which explains that this relation does not have the quality of a service agreement.(Mustafa Kolenoğlu, Istanbul,2009. p.7)Rules and regulations to protect patients are defined by law.

PRR/ Item 5- (Regulations of Patients Rights) When the medical service is provided ,the following principles have to be obeyed

f) Excluding legal allowance and medical obligations, the privacy of patients' personal lives can not be interfered. (Ergun Ozbudun, Ankara, 2003 p,47-58)

3.4. Obligation of Medical Personnel to Denounce Crime and Criminal

In item 5237 in Turkish Criminal Law , new crimes have been defined related to the medical personnel..These crimes are summed as follows:Medical employees who encounter a sign of crime committed on duty yet don't inform the authority or delay it , will be sentenced to one-year imprisonment.Who is meant by medical personnel are doctors, dentists, pharmacists, midwives, nurses and other people who work in health service.

-Changing a child's geneology,

-Applying or selling medicine that endanger people's lives and health.

-Illegal abortion ,

-Sterilization

Those who manufacture or sell medicine which will endanger people's lives and health will be sentenced to one to five -year imprisonment and charged wtih a legal fine.(Gürkan Sert Istanbul, 1998, p:44)

3.4.1. Punishment- intensifying crimes of the medical staff

- Crimes ,when being a medical employee intensifies punishment , are as follows:
- Drug making and selling,
- Facilitating drug use,
- Sexual child harrassment,

3.5. Denouncement –obligatory Cases

Medical personnel who see a crime sign are responsible legally for the denouncement. In this covering, doctors are legally given a great deal of reaponsibility for announcing legal cases. A fore mentioned obligation is not only limited with medical personnel. For instance the personnel that work in a dissection lab are also responsible for denouncement. Thus, facing these cases more often, emergency service staff have to know what cases to denounce.

- Death
- Injuries of any weapons and explosives
- Any injuries of hacking and /or a piercing tool
- Traffic accidents
- Fall-overs
- Blow cases
- Medicine poisoning, insecticides, gas suffocating, etc.
- Burns
- Occupational accidents
- Electric shocks and lightning strikes
- Mechanical asphyxia
- Suicide attempt
- Taking, making, selling and encouraging of drugs
- Genocide
- Suspicion, claim and probability of cases like torture and human rights abuse
- Suspicion, claim and probability of cases like ill-treating
- Sexual harrassment, violence against women and family violence

- Miscarriage and premature birth after trauma
- Illegal scientific research and testing on human body

When aforementioned cases occur, related authority has to be immediately informed , both written and spoken.(Urgent intervention for patients is a must)

3.5.1. Obligation to Prepare a Legal Report

Doctor –patient relation becomes multidimensional when doctors examine patients in legal cases and write reports about them, since the cases are related to both victims and defendants.Any smallest detail that is ignored or missed out could result in devastating damage, in which doctors act a significant role in establishing justice.

When patients apply for emergency services,their personal reports carry out an important role as they usually have a legal side.One of the factors that affect legal punishment at court is how big is the injury. Thus, the main guides used in forensic science applications should be the base for emergency service reports.

According to this guide, issues to be specifically pointed out in injuries are as follows:

- Anatomical localizations, sizes and features of traumatic leisons should be identified.
- Colour and size of ecchymoses should be identified.
- It should be clarified whether there is myorrhexis or not.
- It should be specified whether there is tendon or nerve transection .
- Entry and exit spots in firearm injuries should be defined.
- It should be identified whether the broken bone is linear, compund fracture or thrypsis.
- Degree of burn and the covering area should be clarified.
- Medical evidence for injuries occur on abdomen or thorax ought to be clarified.
- Motor and sense test should be specified in neural injuries.
- Clinical evidence, labarotary results and the treatments applied should be identified in cases of poisoning .
- Medical evidence in circulatory system and any cardiac influence should be defined in electric shock injuries. (Harun Tuğcu, 2009)

3.5.2. Views on Denouncement of Crime and Criminals

If doctors encounter a sign of crime during their work, they have to denounce it.As they examine patients and realize that they are the victims of the case, denouncement will not be considered as disclosing patients' privacy, because- that- privacy does not belong to the patient who is a victim ,but to the criminal.For instance, when the doctor finds out during examination that the patient has been raped, denouncement of the issue will not be considered as disclosing privacy, since this secret belongs to the offensive, not the victim. Here one can not mention about keeping privacy , even if the offensive is an aquintance of the victim. Findings of a crime can be taken off the victim's body provided that taking it off or out of his body will not harm the life of the victim and the integrity of his body and also only if it is needed legally for the trial . However , if there is no medical harm of leaving the evidence as where it is in the body, taking it out does not depend on a medical obligation and if the patient allows such an operation to take it out must only be based on the judge's verdict and any operation needed must be applied after necessary legal procedures are accomplished.

Besides TCL, Issue of denouncement obligation, has also been organized in he Regulation of the Institutional Management of Inpatient Treatment. Excluding the ,issues set in Penalty Code, Item 86 of the related regulation, has set forth that denouncement obligation must be applied as soon as possible.

Moreover ,according to this item, any evidence taken from the dead or the injured must immediately be taken by the legal authority, the way it is founded. With this law again, it has been issued to register patients in the examination book and inform the related units in birth - giving and miscarriage cases.

3.5.3.1. Transaction of the Authority Order

Item 5237-New Turkish Penalty Code has passed the law that any criminal order can not be obeyed and the ones who order and obey it will be responsible.In the same law it is specified that when the order is legally blocked to be checked , the person giving the order will be the responsible. Thus, if the authority order is against the law, the officer will also be responsible for obeying the criminal order given by the authority. In the light of these regulations, disclosing an occupational privacy is banned even if the order is given by the authority.

3.5.3.2. Testifying

Testifying is when other people than the parts of the trial, provide the court with what information they themeselves have obtained, in order to help the case to be solved.

It is is one of the evidence types and one of the weakest links- of the legal system,because it is argumentative how objective and certain the witness is as he tells about what he knows.It is possible that people who have weak morale, honour and rectitute can lie easily and misguide the justice. In our system it is undisputable that the witness is open to outer guidance and pressure.According to the Civil Procedure Law (CPL), any witness has to swear if invited. Some who have been counted by the Civil Procedure Law and Court of Republic can refuse to testify.

There are some systems related to testify refusal in the world. As there are systems that see it as a definite right due to the occupational privacy, and there are some which accept refusal for some occupations. Both in our country and some European countries such as Italy, Switzerland and Germany, occupations which can refuse testify due to professional privacy are identified by law.These are specified as doctors, lawyers, noters and assistant lawyers. In French regulations, it is is approved for all occupations due to professional privacy,that is, there is no specification or limiting.

3.5.3.3. Testifying Due to Occupational Privacy in Turkish Law

According to the reasoning of Civil Procedure Law with its related regulations, one can refuse testify on an occupational secret that shouldn't be known by others .

CPL has identified occupations which can do it. Besides, CPL's existing general regulation, Law of Lawyering has a special regulation for its own occupational testify refusal ,as well. Similarly, government officers also can not testify without official permission ,even after they retire.This permission is given to members of the parliament by Turkish Assembly , and to ministers by President. After the permission of testify, it is no more a personal decision anymore, but an obligation to witness. (Salih Y. Özden, İstanbul, 1993, s.101)

Regarding to the testify refusal ,accordingly with Code of Penalty, we see some differences between the regulation issue 1412 in The reasoning of Civil Procedure Law and issue 5271 in new Law of Criminal Procedure.In item 49 in the old CPL it was issued that the refusal is possible due to a governmental secret and the permission for it would be given to the witness by the comitted decretory.

Whereas in issue 47 of the new CPL it is defined that a crime-issued information can not be hidden and as the refusal considered, the verdict about what information is counted as a governmental secret will be given by the court.

Furthermore, even if the aforementioned secret is a governmental one, it has been issued that the witness can only be listened by the judge or the court and what he tells can be recorded

officially in an environment where there is even no court clerk .That means ,the covering of this refusal due to governmental privacy has been limited to a great an extent that it is almost abolished. (Yazıcıoğlu, 2009.s.202) .A state hospital doctor can not be a witness unless he is allowed by the Ministery of Health as issued in the related item of RCPL. However ,doctors are counted as self-employed , which means the relation between a doctor and a patient is a special legal relation. From this point of view, the issue in RCPL is not appropriate . Privacy of the patient is more likely his own concern than of the public safety. Here doctors should be assigned to determine whose benefit should be superior and the patient's allowance must be sufficient for the refusal.. According to the old 1412-numbered issue in RCPL it was put forth hat Lawyers, doctors and midwives could refuse to testify about their occupational secrets. The same issue also certified that the consent of the witness was the exception for the refusal.. As for t he new 5271 numbered issue of the CPL, lawyers and their trainees, doctors, dentists, pharmacists, midwives, all medical staff, noters, financial advisors are counted as the ones who can reject testify, due to their occupational information. In the ongoing paragraph of the related law it is issued that if the permission of the authority required for occupations excluding lawyers and their assistants, they would not be able to refuse testify. From this point of view we see that to refuse testify is not obligatory, but relative for doctors. (Ayşe Nuhoğlu ve Feridun Yenisey, İstanbul, 2015, p.336) A doctor may be forced to testify a private case of a patient due to his profession ,but not as a result of an obligation., even though the patient does not allow him to. For instance, a doctor who is called to treat a patient in coma and witnesses that his relatives argue about his inheritance and tear the letter up ,demolish and becloud it will testify related to the issue. Because there exists a situation on behalf of the patient. (Metin Feyzioğlu, Ankara, 1996 p,561)

3.5.4.Expertise

Expertise are knowledgeable and experienced people who are consulted by the court when faced a difficulty with solving a case. Anaylsis like leisons in human body, how they occured, pshychiatric situations, etc. are carried out by the expert doctors in health issues.Cases which the doctor examines the patient as an expert, releases him from being free from silence and also frees him to share his opinions about the issue.The aim of the doctor, gathering enough data, is to enlighten and help the court solve the case of the patient. (Metin Feyzioğlu, , Ankara, 1996 p,56)

3.5.5. Fulfilment of Legal Regulation

One of the common legal rules is o sacrifice a less superior benefit, to save a more superior one..To testify about a contagious disease of a patient aims to save the health of the society.In the 53rd issue of 1593-number Public Health Law informing about some contagious diseases such as cholera, plague,smallpox,diphteria,yellow fewer,measels,anthrax,dengue,leprosy,etc and in the 97th, maleria, in the 104th syph and in the 114th tuberclosis are obligatory to be informed to the related authority defined in the 58th issue of the same law .Besides ,veneral diseases defined in issue 107 are also to be denounced.Patients who have these aforementioned diseases have to be kept in isolation and treated in hospitals.For those who do not obey the regulation of denouncement , the punishment for this action or even an attempt to hesitatate is issued in T.C.L as from 3 days to 1 month imprisonment ,according to item 282 of PHL , if not a bigger punishment required by TCL .The aim of these regulations is to be able to be aware of contagious diseases and prevent them from spreading with well-timed and appropriate measurements to protect the heath of the society.(İlbaşı Karakuzu, İstanbul, 1996 s,41)

3.5.6. Obligatrory Cases

Obligation can occur when the person who has to keep a secret ,yet forced to testify it due to legal investigation .One of the cases that legalizes testifying about a private issue and that saves people from feeling guilty ,is -obligation-.For instance a surgeon who is claimed to cause a damage by his own fault ,will naturally have to decipher the patient's private issues to enable himself to prove that some complications caused by the patient occurred during the surgery . Since an obligatory situation exists, this kind of testify does not mean denouncing the patient's privacy.Similary, it is also obligatory for a doctor to testify medical methods he used for treating a patient when he is not paid for his service. Here the aim is to prove why he deserves the pay. İpekyüz,Istanbul: s.24)

3.6. Asset of Patient

One of the most important exceptions of keeping the privacy is patient's asset.The doctor must ask for the patient's permission .This permission could be implicit or open.Written permission is not a must.(Hancı, Istanbul.s 22) .If keeping the secret is an intrusion for the secret holder, for a person who has an occupational privacy dependance or just for a third person, then the professional can testify it. Just likely, the risk of disciplinary investigation for the occupational secret holder leads a situation of refusal. These situations are of self defence. To assure the self defence ,this intrusion needs to be against the personal rights of the occupational secret holder. (İpekyüz,Istanbul s.76)

Conclusion

In Turkey and the world, expectations from health services and medical staff increases day by day accordingly with the improvements in the medical field. Along with this expectation, medical staff may encounter some negative situations.Regulations, rules and notifications prepared and issued related to the working methods and basics of medical staff such as doctors, dentsits , pharmacists, midwives ,nurses and paramedics, have been analyzed and classified occupasionally and these professions have been informed about their duties and obligations. Analyzing the cases and consequences of what medical staff may encounter during medical practice, they have been aimed to inform with attention to the written legal responsibilities in Turkish Criminal Law , Government Officers Law and in other laws ,as they fulfil their job.
It is claimed that medical service quality will increase as medical staff perform their job legally aware, along with the patients who fulfil their responsibilities.

It might be a solution to employ professional medical administrators who are knowledgeable in Health Law and have accomplished their academic education in Health Management which has a growing role in recent years to minimize the problems of medical staff.

REFERENCE

BOOKS

AŞÇIĞLU Çetin, Doktorların Hukuki ve Cezai Sorumluluğu, kenar kitapevi, Ankara, 1982

AŞÇIĞLU Çetin, Tıbbi Yardım ve El Atmalardan Doğan Sorumluluk, Neva kitapevi, İstanbul,1993,

ENGELHARDT Dietrich,Tıbbın Gündelik Yaşamında Etik, Araştırmadan Terapiye Disiplinler Yelpazesi, Çev: Arın Namal, İstanbul, 2000

Ercan İsmail ve KAYMAK Ümit,Ceza hukuku Genel ve Özel Hükümler, İstanbul, 2007

FEYZİOĞLU Metin, Ceza Muhakemesi Hukukunda Tanıklık, US-A Yayıncılık, Ankara, 1996

GÜLER Mustafa, Hekimler ve Tabip Odası Yöneticileri İçin Mevzuat, Türk Tabipleri birliği yayınevi, Ankara, 2001

HAKERİ Hakan vd., Karşılaştırmalı Ceza Hukuku YasalarI, Beta yayınevi,İstabul,2017

HANCI Hamit, Malpraktis, Tıbbi Girişimler Nedeni ile Hekimin Ceza ve Tazminat Sorumluluğu, Seçkin yayınevi, Ankara, 2002

HATUN Şükrü, Hasta Hakları Temel Belgeler, İletişim yayınları, İstanbul, 1995

İPEKYÜZ Filiz Yavuz, Türk Hukukunda Hekimlik Sözleşmesi, Legal Kitapevi, İstanbul 2003

HARRİS John, Tıp Etiğine Giriş, Çev. Süha Sertabiboğlu, Ayrıntı yayınevi, İstanbul, 1998

KARAKUZU İlbaşı, Türk Sağlık Mevzuatı, Tüm Sağlık Personel ve Kurumlarını İlgilendiren Hukuk Kuralları, Yasa yayınları, İstanbul, 1996

NUHOĞLU Ayşe ve YENİSEY Feridun, Ceza Muhakemesi Hukuku, Seçkin yayıncılık, İstanbul, 2015,

ÖZBUDUN Ergun, Türk Anayasa Hukuku, Yetkin Yayınları, Ankara, 2003

ÖZDEN Salih Yaşar, Adli Tıp El Kitabı, Nobel Tıp Kitapevleri, İstanbul, 1993

PARLAR Ali, Özel içtihatlarla açıklamalı Teori ve uygulamada TCK, Ankara, Bilge yayınevi, 2015

SERT Gürkan, Hasta Hakları Yönetmeliği, Babil yayınları, İstanbul, 1998

TANDOĞAN Haluk, Borçlar hukuku, vedat kitapçılık, İstanbul, 2008

TANERİ Gökhan, uygulamadan örnek hükümlerle Türk hukukunda Hekimin Ceza Sorumluluğu, Ankara, Bilge yayınevi, 2014

YAVUZ Cevdet, Borçlar Hukuku Özel Hükümler, Beta yayınları,İstanbul, 2001

YAZICIOĞLU Yılmaz, Eski Yeni Karşılaştırmalı Ceza Ve Ceza Usul Kanunları, tbb yayınları, İstanbul, 2007

ZEVKLİLER Aydın ve GÖKYAYLA Emre, Borçlar Hukuku, Özel Borç İlişkileri, seçkin yayınları İstanbul, 2017

ARTICLES

ATABEK Reşat, ve SEZEN Merih, Hekimin Mesuliyeti, İBD, 1954

ERTEM Gül vd., ‘’Hatalı Tıbbi Uygulamalar (Malpraktis) ile İlgili Retrospektif Bir İnceleme’’, Dirim Tıp Gazetesi,2009

ERTİN Hakan, İnsanlar üzerindeki deneylerle ilgili uluslararası düzenlemeler, Anadolu Kliniği,2016

FıIRAT Alaattin, Türkiye Sağlık İşletmelerinde Hasta Hakları ve Sorumlulukları, Dergipark Akademi, 2017

REİSOĞLU Seza,Türk hukukunda Hekimin Hukuki ve Cezai Sorumluluğu,

Sorumluluk Hukukundaki Yeni Gelişmeler Sempozyumu, Türkiye Adalet Akademisi Dergisi, İstanbul, 1983

THESIS

KOLENOĞLU Mustafa, ‘’Sağlık mesleği mensuplarının sır saklama ve suçu bildirme (İhbar) yükümlülüğü’’,Adli Tıp Enstitüsü, İstanbul Üniversitesi,2009 (Yayımlanmış yüksek lisans tezi)

HIZAL ARSLAN Sevinç,Yeni Türk ceza kanunuda sağlık personelinin ihbar yükümlülüğü, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir,2006. S.13(Yayımlanmış yüksek lisans tezi)

OFFICIAL PUBLICATIONS

Ambulans ve Acil Bakım Teknikerleri İle Acil Tıp Teknisyenlerinin Çalışma Usul ve Esaslarına Dair Tebliğ, Resmi Gazete-27181, 26 Mart 2009

Devlet Memurları Kanunu, 657, 23 Temmuz 1965

Eczacılar ve eczaneler hakkında kanun, 6197, 18 Aralık 1953

Sağlık Bakanlığı Taşra Teşkilatı Yatak ve Kadro Standartları Yönetmeliği ile Eki Cetvellerin Değiştirilmesine Dair Yönetmelik, 27622, 25 Haziran 2010

Sağlık hizmetlerinin sosyalleştirilmesi hakkında kanun, 224, 12 Ocak 1961

Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmelik, 29007, 22 Mayıs 2014

Tababet ve Şuabatı San’atlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun, 1219, 11 Nisan 1928

Türk Borçlar Kanunu, 6097,11 Ocak 2011

Türk Eczacıları Deontoloji Tüzüğü, 12961, 27Temmuz 1968

Türk Tabipleri Birliği Kanunu, 6023, 23 Ocak 1953

Yataklı Tedavi Kurumları İşletme Yönetmeliği, 17927, 13 Ocak 1983

INTERNET REFERENCE

Azizoğlu Ferzan,’’Tıbbi Komplikasyon ve Malpraktis Ayrımı’’,
http://www.ferzanazizoglu.com/tibbi-komplikasyon-ve-malpraktis-ayrimi/,
(Erişim Tarihi: 14.05.2018)

Denizcan Demirkılıç, Hekimin Hukuki sorumluluğu,
http://www.demirkilichukuk.com/Hukuki-Yayinlar/Makaleler/hekimin-hukuki-sorumlulugu-malpraktis, (Erişim Tarihi: 14.05.2018)

Eczacının sesi ’’ Eczacılıkta mesleki sorumluluk’’
http://eczacininsesi.com/index.php?yon=yasal_mali&id=162
(Erişim Tarihi: 20.05.2018)
Hukuk dergi, ’’Diş Hekimlerinin Hukuki Sorumluluğu’’, http://hukukdergi.erzincan.edu.tr/wp-content/uploads/2015/10/2011_1_8.pdf,
(Erişim tarihi: 24.05.2018)
Medimagazin,‘'Diş Hekimlerinin Tazminat ve Disimlin Sorumluluğu’’,
https://www.medimagazin.com.tr/authors/hakan-hakeri/tr-dis-hekimlerinin-tazminat-ve-disiplin-sorumlulugu-72-64-2002.html , (Erişim tarihi: 24.05.2018)
Medimagazin,‘’Yeni TCK 'da hekimleri ilgilendiren maddeler ve yorumları’’, https://www.medimagazin.com.tr/guncel/kategorisiz/tr-yeni-tck-da-hekimleri-ilgilendiren-maddeler-ve-yorumlari-11-666-1074.html,
(Erişim Tarihi: Mayıs 14, 2018)
Milli Eğitim Bakanlığı, Sağlık hizmetleri meslek etiği ve ilkeleri, http://www.megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller/Meslek%20Eti%C4%9Fi%20ve%20%C4%B0lkeleri.pdf, (Erişim Tarihi: 18.05.2018)
Sağlık Atölyesi, ’’Hastane Öncesi Acil Sağlık Hizmetlerinde Paramediklerin Hukuki ve Cezai Sorumluluğu’’, http://www.saglikatolyesi.com/hastane-oncesi-acil-saglik-hizmetlerinde-paramediklerin-hukuki-ve-cezai-sorumlulugu/,
(Erişim Tarihi:31.05.2018)
Tuğcu Harun, ‘’Acil Olgularda Hekim Sorumluluğu’’,
http://www.klinikgelisim.org.tr/eskisayi/klinik_2009_22/13.pdf,(Erişim Tarihi:28.05.2018)

Meslek Seçimini Etkileyen Değişkenlerin Analizi: Sivil Havacılık Kabin Hizmetleri Bölümünde Bir Alan Araştırması

Asst. Prof. Dr. Gülbeniz AKDUMAN
Fatih sultan mehmet vakıf university
gakduman@fsm.edu.tr

Asst. Prof. Dr. Zeynep HATİPOĞLU
Nişantaşı University, SBE
zynhatipoglu@gmail.com

Inst. Dr. Gülnaz KARAHAN
Fatih Sultan Mehmet Vakıf University
gkarahan@fsm.edu.tr

ÖZET

Meslek seçimi kişinin kendi özellikleri ve isteklerine en uygun olan işi seçip icra etmesi olarak tanımlanmaktadır (Özer, 2002: 6). Meslek sayesinde kişi bir grubun üyesi olarak tanınarak hem maddi ve manevi güvenceye hem de imkanlara sahip olur (Kordon, 2006: 13). Meslek seçimi kişinin hayatında yaptığı en önemli seçimlerden biridir. Kişiler kendi yetenek ve ilgi alanlarının dışında okul, aile ve çevrelerinden de etkilenerek meslek seçimi yaptıkları için zamanla sahip oldukları meslekten memnuniyetsiz yaşayabilmektedirler. Buna istihdam kaygısı da eklenince kişiler çoğu zaman istemedikleri bölümleri seçmektedirler. Bu bağlamda kişinin meslek seçimini etkileyen değişkenlerin analiz edilmesi doğru bölüme doğru öğrenci yerleşmesi için önemlidir. Bu çalışmanın amacı meslek seçimini etkileyen değişkenlerin sivil havacılık kabin hizmetleri alanında analiz edilmesidir. Bu amaçla İstanbul'da bir vakıf üniversitesinde sivil havacılık kabin hizmetlerinde okuyan 135 birinci sınıf öğrencisine anket uygulanmıştır. Araştırmada veri toplama aracı olarak anket formu kullanılmıştır. Anket formunda öğrencilerin cinsiyet, doğum tarihi (kuşağı), mezun olduğu lise türü, okuduğu üniversite ve sivil havacılık kabin hizmetleri bölümünü tercih nedenleri bilgilerinden oluşan bilgi formu yer almaktadır. Veriler, SPSS (Statistical Package Program for Social Science) 21.0 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda öğrencilerin üniversiteyi seçme nedenlerinin anlamlı farklılık gösterdiği, üniversiteyi seçmede en önemli nedenlerin akademik kadro/mezuniyet sonrası işe giriş başarısı ve havayolu çalışanlarının tavsiyesi olduğu, bölümü seçme nedenlerinin anlamlı farklılık gösterdiği; sivil havacılık kabin hizmetleri bölümünü seçmede en önemli nedenlerin prestijli iş sahibi ve özgürlük/seyahat olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Meslek seçimi, meslek seçimi kuramları, sivil havacılık kabin hizmetleri.

Analysis of Variables Affecting Occupation Selection: A Field Study in the Department of Civil Aviation Cabin Services

ABSTRACT

Occupation selection is defined as an individual's deciding the most suitable job for their characteristics and preferences and putting it into practice (Özer, 2002:6). Thanks to the profession, the individual is recognized as a member of a group; he has both moral and material guarantee and opportunities (Kordon, 2006: 13). The occupation is one of the most important choices that the individual has ever made. Since individuals decide on their occupations being affected by school, family and community apart from their own abilities and interests; they

may be, in time, displeased with the profession they possess. When employment concern is additionally involved, individuals frequently choose domains which they would not like. In this regard, it is crucial to analyze variables affecting individuals' occupation selection so that right students can be enrolled in suitable programs. The purpose of this study is to analyze variables affecting individuals' occupation selection in the field of Civil Aviation Cabin Services. For this purpose, 135 first grade students who are studying Civil Aviation Cabin Services at a foundation university in İstanbul were administered a questionnaire. In the study, a survey was used as data collection tool. The survey includes students' sex, birth date, type of graduated high school, current university and reasons why they prefer the department of Civil Aviation Cabin Services. The data were analyzed with the use of SPSS program 21.0 (Statistical Package Program for Social Science). As a result, it has been found that the reasons why students prefer university differ significantly, the most important factors in university choice are academic staff, employment after graduation and airline personnel's suggestion; the reasons for department selection differ greatly; the most important factors in the selection of Civil Aviation Cabin Services Department are having prestigious occupation and independence/travel.

Keywords: Occupation selection, occupation selection theories, civil aviation cabin services.

1. Giriş

Arapça kökenli bir kelime olan meslek, Türk Dil Kurumu sözlüğünde "*bir kişinin geçimi için icra ettiği sürekli iş*" olarak tanımlanmaktadır (TDK, 1988). Meslek seçimi kişinin kendi özellikleri ve isteklerine en uygun olan işi seçip icra etmesi olarak tanımlanmaktadır (Özer, 2002: 6).

Türkiye'de meslek seçimi genellikle kişinin okulda başarılı olduğu derslere veya ailenin seçimi ya da baskısıyla yapılmaktadır. Oysa ki kişi, bir ömür boyu yapacağı mesleği seçme hakkına sahiptir ve kendi özelliklerine uygun istediği mesleği yaparsa mutlu olabilecektir.

Ulaşım araçları arasında sivil havacılık sektöründe en hızlı büyüyen ve teknik açıdan en yenilikçi ulaşım şekli olarak görülmektedir. İnsanın ilk güçlü uçuş denemelerinden günümüze düzenli uzay seyahatlerine kadar yaklaşık 100 yıllık havacılık tarihini geride bırakmış bulunuyoruz. İlk tarifeli uluslararası uçuş hizmeti 1919 yılında başlamıştır. Yirminci yüzyıl ortalarından itibaren havacılık teknolojisindeki hızlı gelişmeler, dünyada havacılık ve uzay sanayinin hızla büyümesine neden olmuştur. Dünyanın küreselleşmesi sonucunda insanların, ürünlerin vb. taşınması konusunda yeni, hızlı ve daha az üretim maliyetli ulaşım olanaklarının geliştirilmesi bir zorunluluk haline gelmiş ve hava ulaşımı konusunda büyük gelişme yaşanmıştır. Teknolojik yenilikler, daha hızlı ulaşım talepleri sivil havacılığı tüm dünyada tercih edilir kılmıştır. Her geçen gün sayıları artan havayolu şirketleri ve artan rekabetle ucuzlayan bilet fiyatları sivil havacılığın büyümesine önemli bir katkı sağlamıştır. Sivil havacılığın ülkelerin milli gelirlerine ciddi katkısı bulunmakta ve önemli bir istihdam alanı yaratmaktadır (Demir, 2016: 81).

Sivil havacılık sektörünün gelişmesi ile birlikte sektörün hizmet anlayışı ve çalışan profilinde beklentiler yükselmiş ve değişim kaçınılmaz olmuştur. Bunların sonucu olarak, havayollarında daha nitelikli, tecrübeli, bilgili ve iletişim becerilerine sahip çalışanların istihdamı zorunlu hale gelmiştir. Kabin hizmetleri, havayolu şirketlerinin hedeflenen hizmetin gerçekleştirilebilmesinde büyük bir öneme sahiptir. Kabin hizmetleri, uçuşun başlaması ile birlikte uçak içerisinde, kabin ekiplerinin yolcuların güvenlik ve emniyetlerini sağlamak, ihtiyaçlarını karşılamak ve memnun etmek için kullandıkları tüm yöntemleri ve uygulamaları kapsamaktadır. Kabin ekiplerinin havayolu işletmelerinin kurumsal imajını oluşturması açısından oldukça önemli bir görevleri bulunmaktadır(Gürbüz ve Sözen, 2016;47-48).

Meslek seçimini etkileyen değişkenlerin artması ve hızla değişmesi meslek seçimi konusunu daha önemli hale getirmiştir. Yeni nesillerin kişisel seçim yapma özgürlüklerinin daha fazla olması yani meslek seçimini kişinin kendi öz iradesiyle yapması meslek seçiminin kişinin istekleri doğrultusunda yapılmasını sağlarken, meslek seçeneklerinin çok olması da süreci daha zor ve karmaşık hale getirmektedir. Meslek seçimini etkileyen değişkenleri analiz etmek hem meslek seçecek kişilere hem de meslek seçimi yapacak kişilere destek veren kurum ve kişilere bilgi sağlama açısından faydalı olacaktır. Bu bağlamda kişinin meslek seçimini etkileyen değişkenlerin analiz edilmesi doğru bölüme doğru öğrenci yerleşmesi için önemlidir. Bu çalışmanın amacı meslek seçimini etkileyen değişkenlerin sivil havacılık kabin hizmetleri alanında analiz edilmesidir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1 Meslek Seçimi

Meslek, ev işlerinin dışında kalan iktisat amaçlı bir faaliyettir (Marshall, 1999: 491). Yapılan bir faaliyetin meslek olarak algılanması için aşağıda sıralanan özellikleri taşıması gerekmektedir (Kuzgun, 2000: 3; Sokolowski, 1991: 23);

- Yasal olması,
- İnsanlığa faydalı olma amacıyla mal veya hizmet üretilmesi,
- Para kazanma amacıyla yapılması,
- Faaliyetle ilgili eğitim alınması,
- Bilgi ve yetenek temelli olması,
- İşin belirli kural ve prosedürler kapsamında bir amaca yönelik olarak yapılması,
- Etik ilkelerle yürütülmesi.

Meslek seçimi kişinin olası seçenekler arasından kendine en uygun olanı seçmesi olarak tanımlanabilir (Kuzgun, 2003: 5). Meslek sayesinde kişi bir grubun üyesi olarak tanınarak hem maddi ve manevi güvenceye hem de imkanlara sahip olur (Kordon, 2006: 13). Meslek seçimi psikolojiden sosyolojiye, eğitim bilimlerinden işletmeye kadar birçok farklı alanda araştırılan multidisipliner bir kavramdır (Aytekin, 2005: 3).

Kişinin meslek seçimi için gerekli bilgi ve zihinsel yetkinliğe ulaşmasına "mesleki olgunluk" adı verilmektedir. Mesleki olgunluğa sahip birey kendisi için doğru olan mesleği seçebilme yetisine sahip olmuştur (King, 1989: 209; Ohler vd., 1995). Kişinin mesleki olgunluğa sahip olması için lise öğrenimini tamamlamadan önce yapması gereken mesleki gelişimiyle ilgili sorumlulukları vardır;

- Kişisel yetkinliklerini analiz ederek, hedefteki meslekle yetkinlik uyumunu değerlendirilmesi,
- Meslek seçme sorumluluğuna sahip olması,
- Hedeflediği meslek hakkında bilgi sahibi olması.

Meslek seçimi bir anlamda kişinin yaşam şeklini belirleme sürecidir. Seçtiği mesleği yaşam biçimini ve koşullarını bilmeyerek seçen kişiler zamanla mesleği icra ederken mutsuz ve verimsiz çalışmaktadırlar (Baltaş, 1993: 36).

Meslek seçimi kişiye maddi bir kazanç sağlamanın yanı sıra, bireysel kapasitesini performansa dönüştürmesini, kendini işe yarayan bir birey olarak görmesini, toplumda bir yer edinerek kendini gerçekleştirmesini sağlar (Kuzgun, 2000: 2). Meslek seçimi kişinin hayatının çerçevesini belirleyen bir süreçtir. Meslek seçimi sonucunda kişi yapacağı işi seçerken bir yandan sahip olacağı işi sevip sevmeyeceğini, mutlu olup olmayacağını birlikte çalışıp arkadaş

olacağı kişileri, yaşayacağı çevreyi, oturacağı semti hatta evleneceği kişiyi seçeceği çevreyi seçmiş olur (Kuzgun, 2003:6; Tan, 1992: 122).

Meslek seçimi bir anda verilen bir karar değil uzun zamana yayılan bir süreçtir. Meslek seçimi kişinin çocukluk döneminden başlayıp ergenlik döneminde gelişip netlik kazanan bir süreçtir (Tan, 1992: 123). Meslek seçimi kişinin hayatı boyunca etkileri duygusal, psikolojik ve zihinsel olarak gelişerek devam eden dinamik bir süreçtir (Seligman, 1980).

Meslek seçiminin doğru yapılması hem kişinin hem de toplumun gelişimi ve mutluluğu için çok önemli bir süreçtir (Uysal, 1970: 10).

Meslek seçimini etkileyen birçok faktör vardır (Turan, 2018: 8);

- Kişinin gelecek vizyonu ve talepleri,
- Demografik özellikler,
- Fizyolojik ve psikolojik özellikler,
- Kişinin sahip olduğu yetkinlik ve beceriler,,
- Zeka,
- İlgi alanı,
- Okul başarısı,
- Okul çevresinin (öğretmen ve arkadaşlar) görüş ve önerileri,
- Ailenin görüş ve önerileri,
- Ekonomik nedenler,
- Psikolojik ihtiyaçlar,
- Değişen dünya koşulları,
- Mesleğin itibarı,
- Mesleğin değerleri,
- Mesleğin sağlayacağı maddi ve manevi imkanlar,
- Mesleğin sunacağı eğitim, gelişim ve terfi olanakları.

Meslek Seçimi Kuramları

1. **Özellik-Faktör Uyumlu Kuramlar:** Bu kuramlar mesleki özelliklerle kişinin özelliklerinin uyumlu olmasının doğru meslek seçiminin temeli olduğunu savunmaktadırlar. Özellik-faktör kuramları aşağıda sıralanmıştır (George, Cristiani, 1981);
    - Özellik-Faktör Kuramı: Bir mesleğin gerektirdiği yetkinlik ve özelliklerle kişinin sahip olduğu ve etkin kullanabildiği yetkinlik ve özelliklerin uyumlu olması meslek seçiminin doğruluğunu belirlemektedir (Gökcan, 2018: 18).
    - İş Uyumu Kuramı: İş uyumu kuramı kişi ve iş çevresinin uyumlu olması gerektiğine dayanmaktadır. Kişi iş çevresinin gerektirdiği yetkinliklere sahipken, iş çevresi de kişiyi tatmin edecek özelliklere sahip olmalıdır (Gökcan, 2018: 19).
    - Holland Tipoloji Kuramı: Özellik-faktör kuramına benzer şekilde temellendirilen bu kuramda gerçekçi, araştırmacı, sanatçı, sosyal, girişimci ve geleneksel olarak belirlenen 6 farklı kişilik tipine göre işler kategorize edilmiştir (Bacanlı vd., 2013: 286). Gerçekçi, araştırmacı, sosyal, gelenekçi ve girişimci olmak üzere 6 tip karaktere uygun olmak üzere 6 ana meslek grubu belirlenmiştir. Bu kurama göre kişinin karakteri analiz edildiğinde uygun meslek grubu belirlenebilir (Kuzgun, 1982).
2. **Psikodinamik Yaklaşımlar:** Psikodinamik yaklaşımlar meslek seçiminde erkem çocukluk dönemindeki deneyimlerin etkili olduğunu savunmaktadır. Psikodinamik yaklaşımlar aşağıda sıralanmıştır;

- Psikanalitik Yaklaşım: Bu yaklaşım, meslek seçiminde kişiliğin önemli olduğunu, erken çocukluk döneminin bilinç altında yarattığı etkiyle kişinin meslek seçiminin belirlendiğini savunmaktadır (Gökcan, 2018: 19).
- Adler Yaklaşımı: Bu yaklaşıma göre kişinin meslek seçimini etkileyen en önemli kriterler kişinin ailesindeki yeri, kaçıncı çocuk olduğu ve aile içi ilişkilerdir. Bu kriterler kişinin meslek seçiminin yanı sıra tüm çalışma yaşamını da etkilemektedir (Gökcan, 2018: 20).
- Ann Roe Yaklaşımı: Bu yaklaşıma göre kişinin çocukluk dönemi ihtiyaçlarının Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi çerçevesinde değerlendirilerek karşılanıp karşılanmaması, gelecekteki meslek seçiminin insan odaklı ya da insan odaklı olmamasını etkilemekterdir (Gökcan, 2018: 20).
- Briggs Tip Teorisi: Bu teori içe dönüklük- dışa dönüklü, duyumsama- sezgi, düşünme- hissetme ve yargılama- algılama olarak belirlenen kişilik özellikleriyle meslek seçimi ilişkisini yapılandırılmıştır (Gökcan, 2018: 20).

3. **Gelişimsel Yaklaşımlar:** Meslek seçiminin başladığı andan tüm kariyer süreci boyunca etkili olan faktörler gelişimsel yaklaşımlarla incelenmiştir.

- **Ginzberg Gelişim Kuramı:** Bu kurama göre kişinin doğduğu andan itibaren ölene kadar meslek seçiminde yaşayacağı dönemler üç ana başlık altında toplanmaktadır. Birinci dönem olan 0-11 yaş arası hayal döneminde kişi çevresindeki kişilere göre bazı mesleklere ilgi duyarak sahip olmak istemektedir. 11-17 yaş arası olan geçici seçimler döneminde ise, ergenlik çağına gelen birey önce ilgi ve yeteneklerini analiz eder, toplumda sahip olacağı yeri belirler ve sahip olmak istediği meslek için gerekli eğitime veya işe yönelir. Son dönem olan 19-21 yaş arası dönemde ise, kişi ömrü boyunca yapacağı işi seçer ve ona yönelir (Adams, 1968).
- **Gottfredson Daraltma- Uzlaşma Kuramı:** Kişi bir mesleğe sahip olup toplumda bir yer edinebilmek adına yapabileceği meslekleri analiz ederek olası seçenekleri daraltır ve yapmak istediği, yeteneklerine en uygun seçenek üstünde uzlaşır (Kuzgun, 2006).
- **Değer Destekli Bütüncül Kariyer ve Yaşam Rolleri Modeli:** Kişinin sahip olduğu değerler hayattaki seçim ve davranışlarını etkilemektedir. Bu bağlamda değer destekli bütüncül kariyer ve yaşam rolleri modeli diğer modellerden farklı olarak değerlerin meslek seçimini etkilediğini savunmaktadır (Brown, 2003).
- **Super'in Benlik Kuramı:** Kişi meslek seçimini yapıp, mesleğini yerine getirirken birtakım süreçlerden geçer. Bu süreçler meslek seçimini netleştirme, meslek seçme, mesleği icra etme, meslekte istikrarlı devam etme ve kariyerdir (Super, 1963: 33).

Toplumda mesleklere kadın ya da erkek işi olarak anlam yükleyerek ayrıştırmak meslek seçimini cinsiyet bazında etkilemektedir (Kumaş, Fidan, 2005: 509). Cinsiyet meslek seçimini etkilemektedir (Malakçıoğlu, 2009; Tan, 1986). Meslek seçiminde cinsiyete göre farklılıklar görülmektedir. Özellikle bazı mesleklerin toplumda kadın ya da erkek mesleği olarak gruplandırılması belirleyici olmaktadır.

Meslek seçiminde kadın ve erkekleri farklı gruplara ayıran kadın ve erkeklerin yaptıkları işin farklılığına dayanan "ayrılma ilkesi" ve erkeklerin yaptıkları işlerin daha kıymetli olduğunu savunan "hiyerarşi ilkesi" etkin rol oynamaktadır (Urhan, Etiler, 2011: 193). Mühendislik gibi teknik uzmanlık gerektiren işler genellikle erkeklere uygun görülürken hizmet sektörü kapsamında yer alan garsonluk, kabin memurluğu veya sağlık sektöründeki hemşirelik ve ebelik, ilköğretim öğretmenliği gibi çocuk odaklı meslekler kadınlara yakıştırılmaktadır. Bu yaklaşımda kadının aile ve toplum içinde eş ve anne rolünü üstlenmesi etkili olmaktadır. Kadın ve erkek mesleği fikrini destekleyen araştırmalar (Eser, 2010; Özçatal, 2011; Barak vd., 1991;

Jacquelynne, 1994; Melamed, 1995; Deleire, Levy, 2001; Correll, 2001; England, 2005; Oswald, 2008; Gönç, 2016) mevcuttur. Cinsiyete dayalı kariyer farklılaşması olduğunu savunan ilgili alan yazında farklı araştırmalar da (Karaş, 2013; Berk, 2013; Eren, 2014; Kırağ, 2015; Özkaplan, 2015) vardır. Bunun yanı sıra meslek seçiminin cinsiyete bağlı olmadığını düşünen eşitlikçi toplumsal cinsiyet yargısı olduğunu savunan araştırmalar da (Çetinkaya, 2013; Çelik vd., 2013; Altuntaş vd., 2016; Seymenler vd., 2016) mevcuttur.

Mezun olunan lise de meslek seçimini etkilemektedir. Fen lisesinden mezun olanlar yoğunlukla sağlık bilimleri (tıp, eczacılık, diş hekimliği vb.) tercih ederken, normal lise mezunları sosyal bilimler, eğitim ev fen-edebiyat alanlarını tercih etmektedir (Ayık vd., 2007).

Yüksek gelir getiren, kişiye güç ve beceri kazandıran meslekler daha çok tercih edilmektedir (Sarıkaya, Khorshid, 2009; Frey vd., 1962; Felton vd.,, 1994). Mesleki güvence de meslek seçimini etkileyen en önemli kritedir (Bundy, Norris, 1992). Günümüzde meslek seçimi yapan adaylar mezuniyet sonrası iş olanaklarından da etkilenmektedir (Kar vd.,).

2.2 Sivil Havacılık Sektörü

Sivil Havacılık günümüzde en büyük gelişimi gösteren ve en hızlı büyüyen sektörlerden biri olarak büyük bir yatırım düzeyine erişmiştir. Sürekli gelişen ve artan rekabet, havacılık sektöründe olan her kurumun gelişimine katkı sağlamaktadır. Havacılık artan karlılığa sahip bir sektör olarak kabul edilmekte ve bu etkileyici gelişim nedeniyle bu sektörde çalışmak isteyenlerle sektöre yatırım yapmak isteyenlerin sayısı her geçen gün artmaktadır. Havacılık sektörünün kapsamında çok farklı alanlar bulunmakta ve bu alanlar yatırım etkisini artırarak sektörü son derece güçlü bir noktaya taşımaktadır. Sivil havacılık sektörünün hizmetleri, dünyanın bir noktasından diğerine gidişi açısından en mantıklı tercih olması, havacılık sektörün hizmetlerinin vazgeçilmez hale gelmesini sağlamıştır. Ortaya konulan olanaklar ve hizmetlerin her geçen gün artması yolcular için havacılığın çekiciliğini artırmaktadırlar. Sektör son derece hızlı büyüyen bir yolcu kapasitesine de sahiptir. Bu nedenle de artık diğer taşımacılık sektörleri birer alternatif olarak görülebilecekken sivil havacılık sektörü birincil tercih olarak yolcuların düşünceleri arasında yerini almaktadır (İşbitir, 2018:1-2).

Turizm sektöründe ki seyahatlerde uçak yolculuklarının tercihlerinde ki artışla sivil havacılık insanlarda bir alışkanlık yaratmaya başlamıştır. Turizm ile Havacılık sektörleri karşılıklı olarak birbirlerinin gelişimine büyük katkı sağlamıştır. Sivil havacılık turizmle birlikte kendisine uygun sistemler oluşturan ve istihdam kapasitesini arttıran bir sektör olmuştur. Bunların sonucunda havacılık sektörü nitelikli bir büyüme gerçekleştirmektedir (Arıkan, 1998: 46).

Sivil havacılık sektörü özellikle ABD' de ve Avrupa'da ki sektöre yatırım düzeyinin gelişimi, devlet ve özelleştirme faaliyetlerinin desteği ile yatırım potansiyeli yaratmıştır (Cento, 2009: 13). Türkiye son 16 yıl içinde gösterdiği gelişim ivmesiyle Dünya sivil havacılık sektörünün gelişimini olumlu yönde etkilemiştir. Uluslararası Havalimanları Konseyi (ICAO) 2018 yılı faaliyet raporuna göre yılda 25 milyon üstünde yolcu taşıyan havalimanları kategorisinde yolcu sayısındaki %21 artışla Antalya Havalimanı Avrupa'da en fazla büyüyen havalimanı, olmuştur. Aynı raporda Sabiha Gökçen ise %8,8 yolcu artışıyla 4. Sırada yer almaktadır (https://www.aci-europe.org/policy/connectivity.html; Erişim tarihi: 21.05.2019).

Sivil havacılık sektörünün günümüzde ki durumuna bakıldığında eskiye oranla çok daha geniş bir halk kitlesi tarafından tercih edildiği görülmektedir. Diğer ulaşım araçlarına göre daha kolay ve daha hızlı olması ve uzak noktaları ulaşılabilir hale getirmesi sivil havacılığı öncül bir ulaşım tercihi haline getirmiştir. Hem ülkemizde hem de dünyada tercih edilen bir ulaşım aracı olması

sebebiyle sektör büyümekte ve yolcular için nitelikli bir alternatif ortaya çıkmaktadır. Havacılık sektörünün büyümesi hizmet alımı için ödenen rakamların artmasına sektörün sunduğu istihdam imkanlarıyla birlikte daha çok insanın iş bulması ve milli gelir düzeyinin yükselmesine ortam hazırlamaktadır. Havacılık sektörünün ekonomisi son yıllarda çok gelişmiş ve genele katkısı olan bir yapıya sahip olmuştur (Arıkan, 1998: 46).

Sivil hava taşımacılığı yapan şirketler arasındaki rekabet uluslararası bir boyutta devam etmekteyken havayolu şirketleri ile sürecin içinde yer alan tüm unsurlar bu yapının içerisinde var olmak için çabalamaktadırlar. Bu çabanın nedeni havacılık sektörün tüm sorunlara rağmen büyüme trendin de ki yükselişi ve yatırımcılara karlılık konusunda önemli finansal vaatleridir. Tüm bunların sonucunda sivil havacılık sektörü yatırımcılar için yatırımların karşılığını veren, çekici bir görünüme sahiptir ve içeriği de canlılığını korumaktadır (İşbitir, 2018: 1).

Havacılık sektöründe 2003 yılı sonrasında yapılan yasal düzenlemeler sonucunda sivil havacılık sektöründe faaliyet gösteren işletme sayısını artarken, işletmeler arasında yaşanan rekabet uçak biletleri fiyatlarının düşmesini sağlarken hizmet kalitesine de olumlu etki etmiştir. Sektörün büyümesiyle birlikte sivil havacılık alanında çalışan sayısı 2003 yılında 65.000 iken, 2017 yılında 196.041 olmuştur (Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü Faaliyet Raporu, 2018)

Sivil Havacılık Kabin Hizmetleri

Kabin hizmetleri, havayolu şirketlerinin, yolcularına kaliteli hizmet sunmalarını sağlayacak temel unsurlardır. Uçuş öncesi, sırası ve sonrasında geniş ölçekli sorumlulukları bulunan kabin ekipleri, kabin hizmetlerinin nitelikli bir şekilde sunulması konusunda havayolu şirketlerinin temsilcileri konumunda olmaktadırlar. Bu temsilcilik, yolcuların memnun edilmesi konusunda kritik bir öneme sahip olmakla birlikte, bir havayolu şirketinin imajının şekillendirilmesi açısından da destekleyici ya da süreci olumsuz olarak sonlandırıcı bir niteliğe sahip olmaktadır. Kabin ekipleri ve onların sunmuş oldukları ürün ve hizmetler, yolcuların karar vermesine yardımcı olacak niteliktedir (Akan, 2017: 2).

Kabin hizmetleri çalışanları havayolu şirketlerinin yüzü olarak kabul edilmektedir. Bu bağlamda hava yolları kendilerini yolculara ve genel olarak kamuoyuna, tercih edilebilir bir işletme olarak tanıtabilmek adına, kabin hizmetlerinin belirleyiciliği üzerinden mesaj vermeye çalışırlar. Bu sebeple hava yolu şirketleri, kabin hizmetleri çalışanlarının arayışında havayolu şirketinin toplumsal imajını yükseltebilecek, yolcuların isteklerine ve beklentilerine yeterli şekilde cevap verebilecek özellikler aramaktadırlar (Görkem, Yağcı, 2016: 432-433).

Kabin hizmetleri çalışanlarının etkisi sadece havayolu şirketlerinde değil aynı zamanda geniş bir tedarik zinciri içerisinde, turizm vb. alanlarında da etkili olmaktadırlar. Kabin hizmetlerindeki performans, yolcuların havacılıkla paralel olarak işleyen tüm sektörlerde ki tercihleri konusunda ki düşüncelerini etkilemektedir. Bu bağlamda kabin hizmetleri, sivil havacılık sektörünün faaliyet alanı kabul edilmekle birlikte, etkileri nedeni ile bu alanın dışına taşan bir faaliyet yapısını ifade etmektedir (König, Strausss, 2000: 366).

3. Araştırma

3.1 Veri Toplama Aracı

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket formu kullanılmıştır. Anket formunda öğrencilerin cinsiyet, doğum tarihi (kuşağı), mezun olduğu lise türü, okuduğu üniversite ve sivil havacılık kabin hizmetleri bölümünü tercih nedenleri bilgilerinden oluşan bilgi formu yer almaktadır. Araştırmada nitel ve nicel araştırma yöntemleri bir arada kullanılmıştır.

3.2 Verilerin Analizi

Veriler, SPSS (Statistical Package Program for Social Science) 21.0 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Öğrencilerin demografik bilgileri frekans ve yüzde tablosu olarak gösterilmiştir. Üniversiteyi ve bölümü seçme nedenleri frekans ve yüzde tablosu ile gösterilmiş olup belirtilen nedenler arasında anlamlı farklılık olduğunu belirlemek amacıyla tek örneklem ki-kare testinden yararlanılmıştır. Üniversiteyi ve bölümü seçme nedenlerinin cinsiyet, mezun olunan lise ve doğum tarihi (nesil) değişkenlerine göre karşılaştırılmasında çok değişkenli ki-kare testinden yararlanılmıştır. Analizlerde güven aralığı %95 ($p<0,05$) olarak belirlenmiştir.

3.3 Bulgular

Tablo 1'de öğrencilerin demografik özelliklerine göre frekans ve yüzde dağılımı gösterilmiştir.

Tablo 1. Öğrencilerin Demografik Özelliklerine Göre Dağılımı

Demografik Değişken	Gruplar	n	%
Cinsiyet	Kadın	54	40,0
	Erkek	81	60,0
Mezun olduğu lise	Meslek lisesi	89	65,9
	Anadolu lisesi	18	13,3
	Normal lise	28	20,7

Araştırmaya katılan 135 sivil havacılık kabin hizmetleri bölümü öğrencisinin %40'ı kadın, %60'ı erkektir. Öğrencilerin %65,9'u meslek lisesi, %13,3'ü Anadolu lisesi, %20,7'si normal lise mezunudur.

Tablo 2'de öğrencilerin üniversiteyi seçme nedenlerine göre frekans ve yüzde dağılımı gösterilmiştir.

Tablo 2. Öğrencilerin Üniversiteyi Seçme Nedenlerine Göre Dağılımı

Üniversiteyi Seçme Nedeni	n	%	X^2	p
Arkadaş/akraba tavsiyesi	24	17,8	32,26	**0,000**
Havayolu çalışanlarının tavsiyesi	42	31,1		
Akademik kadro/mezuniyet sonrası işe giriş başarısı	56	41,5		
Diğer (reklam, tanıtım vs.)	13	9,6		

Öğrencilerin %17,8'inin üniversiteyi arkadaş/akraba tavsiyesi ile %31,1'i havayolu çalışanlarının tavsiyesi, %41,5'i akademik kadronun kuvvetli ve okulun mezuniyet sonrası işe girişte başarılı olması nedeniyle, %9,6'sı diğer nedenlerle (reklam, tanıtım günleri, tesadüf) şu anki üniversiteyi tercih etmiştir. Üniversiteyi seçme nedenlerinin anlamlı farklılık gösterdiği ($X^2=32,26$; $p<0,05$); üniversiteyi seçmede en önemli nedenlerin akademik kadro/mezuniyet sonrası işe giriş başarısı ve havayolu çalışanlarının tavsiyesi olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 3'te öğrencilerin sivil havacılık ve kabin hizmetleri bölümünü seçme nedenlerine göre frekans ve yüzde dağılımı gösterilmiştir.

Tablo 3. Öğrencilerin Sivil Havacılık ve Kabin Hizmetleri Bölümünü Seçme Nedenlerine Göre Dağılımı

Bölümü Seçme Nedeni	n	%	X^2	p
Maddi kazanç	13	9,6	13,93	**0,008**
Yaşam şekli	23	17,0		
Özgürlük/seyahat edebilme	35	25,9		
Farklı kültürleri tanıma	27	20,0		

Prestijli iş sahibi olma	37	27,4	

Öğrencilerin %9,6'sı sivil havacılık kabin hizmetleri bölümünü maddi kazanç nedeniyle, %17'si yaşam şekli, %25,9'u özgürlük/seyahat edebilme, %20'si farklı kültürleri tanıma, %27,4'ü prestijli iş sahibi olma nedeniyle tercih etmiştir. Bölümü seçme nedenlerinin anlamlı farklılık gösterdiği (X^2=13,93; p<0,05); sivil havacılık kabin hizmetleri bölümünü seçmede en önemli nedenlerin prestijli iş sahibi ve özgürlük/seyahat olduğu tespit edilmiştir.
Tablo 4'te öğrencilerin üniversiteyi seçme nedenlerinin cinsiyete göre karşılaştırılmasına ait ki-kare analizi sonuçları gösterilmiştir.

Tablo 4. Üniversiteyi Seçme Nedenlerinin Cinsiyete Göre Karşılaştırılması

Üniversiteyi Seçme Nedeni	Cinsiyet	n	%	X^2	p
Arkadaş/akraba tavsiyesi	Kadın	7	13,0	2,21	0,529
	Erkek	17	21,0		
Havayolu çalışanlarının tavsiyesi	Kadın	20	37,0		
	Erkek	22	27,2		
Akademik kadro/mezuniyet sonrası işe giriş başarısı	Kadın	22	40,7		
	Erkek	34	42,0		
Diğer (reklam, tanıtım vs.)	Kadın	5	9,3		
	Erkek	8	9,9		

Kadın öğrencilerin %40,7'si, erkek öğrencilerin %42'si üniversiteyi akademik kadronun kuvvetli ve okulun mezuniyet sonrası işe girişte başarılı olması nedeniyle okuduğu üniversiteyi tercih etmiştir. Üniversiteyi tercih nedenleri cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermemektedir (p>0,05).
Tablo 5'te öğrencilerin sivil havacılık kabin hizmetleri bölümünü seçme nedenlerinin cinsiyete göre karşılaştırılmasına ait ki-kare analizi sonuçları gösterilmiştir.

Tablo 5. Sivil Havacılık Kabin Hizmetleri Bölümünü Seçme Nedenlerinin Cinsiyete Göre Karşılaştırılması

Bölümü Seçme Nedeni	Cinsiyet	n	%	X^2	p
Maddi kazanç	Kadın	2	3,7	6,46	0,168
	Erkek	11	13,6		
Yaşam şekli	Kadın	8	14,8		
	Erkek	15	18,5		
Özgürlük/seyahat edebilme	Kadın	15	27,8		
	Erkek	20	24,7		
Farklı kültürleri tanıma	Kadın	15	27,8		
	Erkek	12	14,8		
Prestijli iş sahibi olma	Kadın	14	25,9		
	Erkek	23	28,4		

Kadın öğrencilerin %27,8'i, erkek öğrencilerin %24,7'si sivil havacılık kabin hizmetleri bölümünü özgürlük/seyahat edebilme nedeniyle sivil havacılık kabin hizmetleri bölümünü tercih etmiştir. Sivil havacılık kabin hizmetleri bölümünü tercih nedenleri cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermemektedir (p>0,05).

Tablo 6'da öğrencilerin üniversiteyi seçme nedenlerinin mezun olduğu lise türüne göre karşılaştırılmasına ait ki-kare analizi sonuçları gösterilmiştir.

Tablo 6. Üniversiteyi Seçme Nedenlerinin Mezun Olduğu Lise Türüne Göre Karşılaştırılması

Üniversiteyi Seçme Nedeni	Mezun Olduğu Lise	n	%	X^2	p
Arkadaş/akraba tavsiyesi	Meslek lisesi	15	16,9	4,49	0,611
	Anadolu lisesi	4	22,2		
	Düz lise	5	17,9		
Havayolu çalışanlarının tavsiyesi	Meslek lisesi	26	29,2		
	Anadolu lisesi	8	44,4		
	Düz lise	8	28,6		
Akademik kadro/mezuniyet sonrası işe giriş başarısı	Meslek lisesi	37	41,6		
	Anadolu lisesi	6	33,3		
	Düz lise	13	46,4		
Diğer (reklam, tanıtım vs.)	Meslek lisesi	11	12,4		
	Anadolu lisesi	0	0,0		
	Düz lise	2	7,1		

Meslek lisesi mezunu öğrencilerin %41,6'sı, Anadolu lisesi mezunu öğrencilerin %33,3'ü, düz lise mezunu öğrencilerin %46,4'ü akademik kadro/mezuniyet sonrası işe giriş başarısı nedeniyle okuduğu üniversiteyi tercih etmiştir. Üniversiteyi tercih nedenleri mezun olduğu lise türüne göre anlamlı farklılık göstermemektedir (p>0,05).

Tablo 7'de öğrencilerin sivil havacılık kabin hizmetleri bölümünü seçme nedenlerinin mezun olduğu lise türüne göre karşılaştırılmasına ait ki-kare analizi sonuçları gösterilmiştir.

Tablo 7. Sivil Havacılık Kabin Hizmetleri Bölümünü Seçme Nedenlerinin Mezun Olduğu Lise Türüne Göre Karşılaştırılması

Bölümü Seçme Nedeni	Mezun Olduğu Lise	n	%	X^2	p
Maddi kazanç	Meslek lisesi	9	10,1	7,50	0,484
	Anadolu lisesi	0	0,0		
	Düz lise	4	14,3		
Yaşam şekli	Meslek lisesi	13	14,6		
	Anadolu lisesi	5	27,8		
	Düz lise	5	17,9		
Özgürlük/seyahat edebilme	Meslek lisesi	20	22,5		
	Anadolu lisesi	7	38,9		
	Düz lise	8	28,6		
Farklı kültürleri tanıma	Meslek lisesi	20	22,5		
	Anadolu lisesi	3	16,7		
	Düz lise	7	14,3		
Prestijli iş sahibi olma	Meslek lisesi	27	30,3		
	Anadolu lisesi	3	16,7		
	Düz lise	7	25,0		

Meslek lisesi mezunu öğrencilerin %22,5'i özgürlük/seyahat edebilme, %30,3'ü prestijli iş sahibi olma nedeniyle; Anadolu lisesi mezunu öğrencilerin %38,9'u özgürlük/seyahat edebilme, %16,7'si prestijli iş sahibi olma; düz lise mezunu öğrencilerin %28,6'sı özgürlük/seyahat edebilme, %25'i prestijli iş sahibi olma nedeniyle sivil havacılık kabin hizmetleri bölümünü tercih etmiştir. Sivil havacılık kabin hizmetleri bölümünü tercih nedenleri mezun olduğu lise türüne göre anlamlı farklılık göstermemektedir (p>0,05).

4. Sonuç

Meslek seçimi insan hayatını etkileyen en önemli kararlardan biridir. Lise döneminden sonra üniversite seçme sınavına katılan öğrenciler sadece okuyacakları üniversiteyi değil bir ömür yapacakları mesleği de seçmiş olurlar. Öğrencinin cinsiyeti, karakteri, yetenek ve yetkinlikleri, ailesi, arkadaşları ve sosyal çevresi, lisede okuduğu bölümün sayısal ya da sözel olması, mesleğin maddi ve manevi getirisi, itibarı, kariyer seçenekleri gibi birçok değişken öğrencilerin meslek seçimini etkilemektedir.

Sivil Havacılık son yıllarda yükselen bir trendle gelişim gösteren alanlardan birisidir. Türkiye'de Sivil Havacılık sektörü son beş yılda yüksek ivme ile büyüme gerçekleştirmiştir. Uluslararası Sivil Havacılık Örgütü (ICAO) raporuna göre Türkiye'de 2017 yılında toplam 37 milyon tarifeli uçak kalkışı ve 4,1 milyar tarifeli yolcu taşımacılığı gerçekleşmiştir. Havacılık sektöründe 2003 yılı sonrasında yapılan yasal düzenlemeler sonucunda sivil havacılık sektöründe faaliyet gösteren işletme sayısını artarken, işletmeler arasında yaşanan rekabet uçak biletleri fiyatlarının düşmesini sağlarken hizmet kalitesine de olumlu etki etmiştir. Sektörün büyümesiyle birlikte sivil havacılık alanında çalışan sayısı 2003 yılında 65.000 iken, 2017 yılında 196.041 olmuştur.

Kabin hizmetleri, havayolu şirketlerinin, yolcularına kaliteli hizmet sunmalarını sağlayacak temel unsurlardır. Uçuş öncesi, sırası ve sonrasında geniş ölçekli sorumlulukları bulunan kabin ekipleri, kabin hizmetlerinin nitelikli bir şekilde sunulması konusunda havayolu şirketlerinin temsilcileri konumundadırlar.

Meslek seçimi kişinin hayatında yaptığı en önemli seçimlerden biridir. Kişiler kendi yetenek ve ilgi alanlarının dışında okul, aile ve çevrelerinden de etkilenerek meslek seçimi yaptıkları için zamanla sahip oldukları meslekten memnuniyetsiz yaşayabilmektedirler. Buna istihdam kaygısı da eklenince kişiler çoğu zaman istemedikleri bölümleri seçmektedirler. Bu bağlamda kişinin meslek seçimini etkileyen değişkenlerin analiz edilmesi doğru bölüme doğru öğrenci yerleşmesi için önemlidir. Meslek seçimini etkileyen değişkenlerin sivil havacılık kabin hizmetleri alanında analiz edilmesi amacıyla yapılan araştırmaya katılan 135 sivil havacılık kabin hizmetleri bölümü öğrencisinin %40'ı kadın, %60'ı erkektir. Öğrencilerin %65,9'u meslek lisesi, %13,3'ü Anadolu lisesi, %20,7'si normal lise mezunudur.

Araştırma sonucunda üniversiteyi seçmede en önemli nedenlerin akademik kadro/mezuniyet sonrası işe giriş başarısı ve havayolu çalışanlarının tavsiyesi olduğu tespit edilmiştir. sivil havacılık kabin hizmetleri bölümünü seçmede en önemli nedenlerin prestijli iş sahibi ve özgürlük/seyahat olduğu tespit edilmiştir. Üniversiteyi ve Sivil havacılık kabin hizmetleri bölümünü tercih nedenleri cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

Meslek lisesi mezunu öğrencilerin %41,6'sı, Anadolu lisesi mezunu öğrencilerin %33,3'ü, düz lise mezunu öğrencilerin %46,4'ü akademik kadro/mezuniyet sonrası işe giriş başarısı nedeniyle okuduğu üniversiteyi tercih etmiştir. Üniversiteyi tercih nedenleri mezun olduğu lise türüne göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

Meslek lisesi mezunu öğrencilerin %22,5'i özgürlük/seyahat edebilme, %30,3'ü prestijli iş sahibi olma nedeniyle; Anadolu lisesi mezunu öğrencilerin %38,9'u özgürlük/seyahat edebilme, %16,7'si prestijli iş sahibi olma; düz lise mezunu öğrencilerin %28,6'sı özgürlük/seyahat edebilme, %25'i prestijli iş sahibi olma nedeniyle sivil havacılık kabin

hizmetleri bölümünü tercih etmiştir. Sivil havacılık kabin hizmetleri bölümünü tercih nedenleri mezun olduğu lise türüne göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

Kişinin tüm hayatını etkileyecek meslek seçiminin doğru yapılabilmesi için daha ilköğretimden başlayarak kişilerin yetkinlik ve özellikleri belirlenerek onlara uygun meslek seçimi yapmaya yönlendiren bilgilendirmeler yapılmalıdır. Doğru meslek seçimi için kişilerin ilköğretim seviyesinde yetkinlik ve karakteristik özelliklerini analiz edecek ölçme ve değerlendirme araçları uygulanmalıdır (Aydın, 2007: 59).

Araştırmanın daha fazla katılımcı grupla ve ergenlik döneminin benlik saygısı ve psikolojik sağlamlık üstündeki etkisinin analiz edilmesi ve kişilik özelliklerinin henüz tam belirlenmediği dönem öncesi ve sonrasında kıyaslanması amacıyla demografik özelliklerden yaş değişkeni de hesaba katılarak yapılması daha genellenebilir sonuçlara ulaşılmasını sağlayacaktır.

KAYNAKLAR

Adams, F. J. (1968). Counseling and Guidence. New York: The Mac Millan Co.

Akan, S. (2017). Sivil Havacılık Sektöründe Kabin Memurluğu Eğitimi ve Bireylerin Mesleki Tercihlerine Etkisi, Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Yönetimi Anabilim Dalı, Beykent Üniversitesi, İstanbul.

Altuntaş, S., Atlı A..ve Kış, A. (2016). Öğrencilerin Mesleki Olgunluk Düzeylerinin Cinsiyetlerine Göre Meta Analizi. Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi. (31). 88-106.

Aydın, B. (2007). Rehberlik. Ankara: Pegem Akademik Yayıncılık.

Arıkan, İ. (1998). Havayolu Ulaşımı ile Turizm İlişkisi ve Havaalanları, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 9, 46-54.

Ayık, Y. Z., Özdemir, A. ve Yavuz, U. (2007). Lise Türü ve Mezuniyet Başarısının Kazanılan Fakülte İle İlişkisinin Veri Madenciliği Tekniği İle Analizi. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 10 (2), 441-454.

Aytekin, A. (2005). Meslek Seçimini Etkileyen Sosyo- Ekonomik ve Kültürel Faktörler Isparta Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal bilimler Enstitüsü Sosyoloji Bölümü, Isparta.

Bacanlı, F., Doğan. H., Hamamcı, Z. (2013). İlköğretim, Ortaöğretim ve Üniversite
Öğrencilerinin Mesleki ve Eğitsel Kararlarını Etkileyen Faktörlerin İncelenmesi. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 12(44), 284-299.

Baltaş, A. (1993). Öğrenme ve Sınavlarda Üstün Başarı. İstanbul: Remzi Kitapevi.

Barak, A.. Feldman. S., Noy, A. (1991). Traditionality of Children's İnterests as Related to Their Parents' Gender Stereotypes and Traditionality of Occupations. Sex Roles. 24(7-8). 511-524.

Berk, S. K. (2013). Toplumsal Cinsiyet ve Profesyonelleşme: Hukuk Mesleğinde Kadın Örneği. Sosyoloji Araştırmaları Dergisi. 16(1), 74-103.

Brown, D. (2003). Career Information, Career Counseling and Career Development. ABD: Pearson Education, Inc.

Bundy, P., Norris, D. (1992). What Accounting Students Consider Important In Thr Job Selection Process. Journal of Applied Business Research. 8-2.

Büyüköztürk, Ş. (2011). Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı (14. Baskı). Ankara: PEGEM Akademi.

Cento, A. The Airline Industry: Challenges in the 21st Century, Berlin.

Correll, S. J. (2001). Gender and The Career Choice Process: The Role of Biased Selfassessments. American J0ournal of Sociology. 106(6). 1691-1730.

Çelik, A. S., Pasinlioğlu, T., Gonca, T A. N., Koyuncu, H. (2013). Üniversite Öğrencilerinin Cinsiyet Eşitliği Tutumlarının Belirlenmesi. Florence Nightingale Hemşirelik Dergisi, 21(3), 181-186.

Çetinkaya, S. (2013). Üniversite Öğrencilerinin Şiddet Eğilimlerinin ve Toplumsal Cinsiyet Rollerine İlişkin Tutumlarının İncelenmesi. Nesne, 1(2), 21-43.

DeLeire, T., Levy, H. (2001). Gender. Occupation Choice and The Risk of Death At Work. (No. w8574). National Bureau Of Economic Research.

Demir, A. Z. (2016) .Hava Taşımacılık Sektörü, İstanbul Yeni Havalimanı ve İnsan Kaynağı Planlama İhtiyacı, Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, 4(25), 79-94.

England, P. (2005). Gender Inequality in Labor Markets: The role of Motherhood and Segregation. Social Politics: International Studies in Gender. State &0Society. 12(2). 264-288.

Eren, E. (2014). Kız Meslek Lisesi Öğrencilerinin Toplumsal Cinsiyet Rol ve Kimliklerinin İnşasına Yol Açan Süreçlerin Analizi (Ankara İli Mamak İlçesinde Bir Anadolu Meslek ve Kız Meslek Lisesi Örneği). Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Eser, Ş. (2010). Toplumsal Cinsiyetin Meslek Seçimindeki Rolü ve Sekreterlik Mesleği Üzerine Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara

Felton, S., Burh, N. and M. Northey, (1994). Factors İnfluencing The Business Student's Choice of a Career in Chartered Accountancy, İssues in Accounting Education 9 (1), 131-41.

Frey, W. G. A. (1962) Öğrencilerin Meslek Gruplarına Bağladıkları Değerler. Ankara: Milli Eğitim Bakanlığı Talim ve Terbiye Dairesi Eğitim Araştırmaları ve Değerlendirme Merkezi.

George, L., Rickey-Cdistiani, T. Stridde. (1981). Theory, Methods and Process of Counsling and Psychotherapy. Englewood, Cliffs, N. J. Prentice Hull.

Gönç, T. (2016). Hemşireliğin Geleceği Mesleğin Cinsiyetsizleşmesini Vadediyor Mu? Erkek ve Kadın Hemşirelik Öğrencilerinin Meslek ve Toplumsal Cinsiyeti İlişkilendirme Eğilimlerinin Sosyolojik Analizi. Fe Dergi: Feminist Eleştiri. 8(1), 144-167.

Görkem, O., Yağcı, K. (2016). Evaluation of Airline Passangers' Perceptions of In-Cabin Services: Turkish Airlines Example, İşletme Araştırmaları Dergisi, 8.(1), 432-435.

Gürbüz, T. İ., Sözen, İ. (2016) .Kabin Ekiplerinin Duygusal Zekâ Yeteneklerinin Problem Çözme Becerilerine Etkisi Üzerine Bir Çalışma, BUJSS, 9(1), 39-60.

Jacquelynne, S. (1994). Understanding Womens Educational and Occupational Choices. Psychology of Women. 18, 585-609.

İşbitir, D. (2018). Sivil Havacılıkta Uygulanan Motivasyon Yöntemlerinin Kabin Memurlarının Performansına Etkisi, Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Yönetimi Anabilim Dalı, İstanbul.

Karataş, A. (2013). Bankacılık Sektöründe Cinsiyete Dayalı Kariyer Farklılaşması: Muğla ili örneği. Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi. 5(2), 1-16.

Kars, V., Arslan, N., Erik, L., Avcı, N., Bucaktepe, P. G., Celepkolu, T. ve Şahin, H. A. (2014). Lise Son Sınıf Öğrencilerinin Meslek Seçiminde Karşılaştığı Sorunlar ve Bu Sorunların Anksiyete ve Depresyonla İlişkisi. Dicle Tıp Dergisi, 41 (1), 187-190.

Kırağ, N. (2015). Hemşirelik Mesleğinin Seçiminde İlişkili Olan Faktörler. Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektronik Dergisi. 8(4), 226-231.

King, S. (1989). Sex Differences in a Causal Model of Career Maturity. Journal of Counseling and Development, 68, 208-214.

Koenig, J., Strauss, C. (2000). Supplements in Airline Cabin Service. In "Information and Communication Technologies in Tourism", Fesenmaier D. R., Klein S. and Buhalis D. (eds.), Springer, Vienna, 365-374.
Kordon, E. (2006). Yetkinliklere Dayalı Kariyer Planlama ve Endüstri Mühendisliği Öğrencileri İçin Bir Uygulama. Yüksek lisans Tezi. Pamukkale Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Denizli.
Kumaş, H. ve Fidan, F. (2005). Akademisyen ve Tekstil İşçileri Karşılaştırılması Örneğinde Çalışan Kadınların Çalışma Olgusuna Bakışları. Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi, 50, 507-532.
Kuzgun, Y. (2000). Meslek Danışmanlığı Kuramlar ve Uygulamalar, Ankara: Nobel Yayınları.
Kuzgun, Y. (2003). Meslek Rehberliği ve Danışmanlığına Giriş, Ankara: Nobel Yayınları.
Kuzgun, Y. (2006). Meslek Rehberliğine ve Danışmanlığına Giriş. 3. Basım, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
Malakcıoğlu, C. (2009). Duyusal mizaç ve diğer faktörlerin Türkiye'deki bir grup lise son sınıf öğrencisi ergenin meslek seçimine etkileri: Bir betimleyici. kesitsel alan çalışması. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Bilgi Üniversitesi, İstanbul.
Marshall, G. (1999). Sosyoloji Sözlüğü, Çev. Osman Akınay-Derya Kömürcü, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
Melamed, T. (1995). Career success: The Moderating Effect of Gender. Journal of vocational behavior. 47(1). 35-60.
Ohler, D. L., Levinson, E. M. and Sanders, P. (1995). Career Maturity in Young Adults with Learning Disabilities: What Employment Counselors Should Know. Journal of Employment Counseling. 32, 65–78.
Oswald, D. L. (2008). Gender Stereotypes And Women's Reports Of Liking and Ability in Traditionally Masculine and Feminine Occupations. Psychology of Women Quarterly. 32(2). 196-203.
Özer, E. (2002). Üniversite giriş sınavı öncesinde öğrencilerin cinsiyet farklılığının meslek seçimindeki yeri. Yüksek lisans tezi. Selçuk Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
Özkaplan, N. (2015). Hizmet Sektöründe Duygusal Emek ve Toplumsal Cinsiyet. Mesleki Sağlık ve Güvenlik Dergisi (MSG). 15(56).
Sarıkaya, T., Khorshid, L. (2009). Üniversite Öğrencilerinin Meslek Seçimini Etkileyen Etmenlerin İncelenmesi: Üniversite Öğrencilerinin Meslek Seçimi. Türk Eğitim Bilimleri Dergisi, Bahar 7 (2), 393-423.
Seligman, L. (1980). Assessment in Developmental Career Counseling. Cranston: The Carroll Pres.
Seymenler, A. G. S., Siyez, D. M. (2016). Lise Öğrencilerinde Kariyer Denetim Odağını Yordayıcı Değişkenler Olarak Toplumsal Cinsiyet ve Ebeveyne Bağlanma. Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi, 5(4), 286-300.
Sokolowski, R. (1991). The Fiduciary Relationship and the Nature of Professions. In: Pellegrino E, Veatch R, Langan J, eds. Ethics, Trust and The Professions. Washington: Georgetown University Press.
Super, D. E. (1963). 'Toward Making Self-concept Theory Operational. In D. E. Super, R. Starishewsky, N. Matlin, & J. P. Jordaan (Eds.), Career Developmerre SeIf-cancept Theory. N. Y.: Teachers College, Columbia University, 17-32.
Tan, H. (1986). Psikolojik Yardım İlişkileri: Danışma ve Psikoterapi. İstanbul: Milli Eğitim Basımevi.
Tan, H. (1992). Psikolojik Danışma ve Rehberlik. İstanbul: Millî Eğitim Bakanlığı Yayınları.
Türk Dil Kurumu, Türkçe Sözlük, Türk Dil Kurumu Yay., No:549, Ankara-1988.

Uysal, Ş. (1970). Bireysel ve Toplumsal Faktörlere Göre Lise Öğrencilerinin Meslek Seçimi, Ankara Üniversitesi Eğitim Fakültesi Yayın No :12, Ankara: Yeni Desen Matbaası.
Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü Faaliyet Raporu, 2018.
https://www.aci-europe.org/policy/connectivity.html ; Erişim tarihi: 21/05/2019.

3rd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress**, 28-30 June 2019, Lefkoşa**

Çocukluk Çağı Travmaları ile Evlilik Uyumu Arasındaki İlişkide Başa Çıkma Tutumlarının Aracı Rolü

Hacer AYDINOVA
Near East University
hacerbozkurt06@gmail.com

Fatma Gül CIRHINLIOĞLU
Sivas Cumhuriyet University
fgcirhinlioglu@gmail.com

ÖZET

Bu araştırmada, çocukluk çağı travmaları ile evlilik uyumu arasındaki ilişkide başa çıkma tutumlarının aracı rolü incelenmiştir. Araştırma KKTC/Girne'nin çeşitli bölgelerinde ikamet eden 20-65 yaş arası, evli ve eşiyle birlikte yaşayan 275 katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmada veri toplama araçları olarak; Sosyo-Demografik Veri Formu (SDVF), Çocukluk Çağı Ruhsal Travma Ölçeği (ÇÇTÖ), Evlilik Uyum Ölçeği (EUÖ) ve Başa Çıkma Tutumlarını Değerlendirme Ölçeği (COPE) kullanılmıştır. Katılımcıların EUÖ ile ÇÇTÖ'den aldıkları toplam puanlar ve duygusal istismar, fiziksel ihmal, duygusal ihmal ve cinsel istismar alt boyutlarından aldıkları puanlar arasında düşük düzeyde ve anlamlı ilişki bulunmuştur. Katılımcıların ÇÇTÖ'den aldıkları toplam puan ve duygusal istismar, fiziksel ihmal, duygusal ihmal ve cinsel istismar alt boyutlarından aldıkları puanlar arttıkça, EUÖ'den aldıkları puanlar azalmaktadır. Katılımcıların EUÖ'den aldıkları puanlar ile COPE'deki problem odaklı başa çıkma stratejileri olan aktif başa çıkma, plan yapma alt boyutlarından aldıkları puanlar arasında pozitif yönlü, duygu odaklı başa çıkma stratejisi olan kabullenme alt boyutundan ve işlevsel olmayan başa çıkma stratejisi olan madde kullanımı alt boyutundan aldıkları puanlar arasında negatif yönlü korelasyonlar olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların aktif başa çıkma ve plan yapma alt boyutlarından aldıkları puanlar arttıkça, evlilik uyumları artmakta, kabullenme ve madde kullanımı puanları arttıkça, evlilik uyumları azalmaktadır. Katılımcıların COPE'de bulunan problem odaklı başa çıkma alt boyutundan aldıkları puanlar ile evlilik uyumu arasında pozitif yönlü, işlevsel olmayan alt boyutu puanları ile evlilik uyumu arasında ise negatif yönlü korelasyonlar olduğu görülmüştür. ÇÇTÖ'de yer alan fiziksel ihmal alt boyutu puanları ve COPE'deki kabullenme ve soruna odaklanma ve duyguları açığa vurma puanları EUÖ puanlarını negatif yönde yordamaktadır.

Anahtar kelimeler: Travma, çocukluk çağı travmaları, başa çıkma tutumları, evlilik uyumu

Mediating Role of the Coping Attitudes on The Relationship Between Childhood Traumas and Marital Adjustment

ABSTRACT

In this study, the role of coping attitudes in the relationship between childhood trauma and marital adjustment is examined. The study was carried out with 275 participants who were married and living with their spouses between the ages of 20-65 residing in various regions of KKTC / Kyrenia. In the research as data collection tools; The Socio-Demographic Data Form (SDDF), the Childhood Trauma Questionnaire (CTQ), the Marital Adjustment Test (MAT) and the COPE inventory was used. It was found that there were low and significant correlations between the scores obtained from the marital adjustment and the total score of childhood trauma, and the sub-dimention scores of emotional abuse, physical neglect, emotional neglect and sexual abuse. As the total scores of the participants from the childhood trauma questionnaire and the scores of emotional abuse, physical neglect, emotional neglect and sexual abuse sub-dimensions increased, the scores they got from the marital adjustment scale decreased. Between the score of the marital adjustment scale and the scores active coping and the planing sub-dimentions of problem-focused coping strategies are the positive correlations; the acceptance sub-dimension of the emotional-focused coping strategy, and substance abuse sub-dimention of the non-functional coping are negative correlations. Participants as the scores they get from active coping and planning sub-dimensions increase, marital adjustment increases, and as the acceptance and substance abuse scores increase, marital adjustment decreases. Participants there were positive correlations between the scores of the problem-focused coping and the marital adjustment, and there were negative correlations between the non-functional sub-dimension scores and marital adjustment. Physical neglect sub-dimension scores of Childhood Trauma Questionnaire and the acceptance and focus on and venting of emotions sub-dimention scores of COPE inventory negatively predict the scores of the marital adjustment scale.

Keywords: Trauma, childhood traumas, coping attitudes, marital adjustment

GİRİŞ

Güncel durumlardan etkilenen ve zamanla değişime uğrayan travma kavramı, 2013 yılında yayımlanan DSM-V' te hakiki bir ölüm ve/veya ölüm tehdidinin bulunduğu, ciddi yaralanmanın, cinsel şiddetin ya da fiziki tamamiyetine yönelik tehdidin ortaya çıktığı durumlar olarak tanımlanmıştır (APA, 2013). Çocukluk çağı travmaları olarak bilinen çocuk istismar ve ihmali ise; bakım verenleri tarafından çocuğa karşı zarar verici ya da kısıtlayıcı davranışlarda bulunulmasıdır. Dünya Sağlık Örgütü "Çocuk istismarı ya da kötüye kullanımı, çocuğun sağlığına, hayatta kalmasına, gelişimine veya sorumluluk, güven ve güç bağlamında itibarına zarar veren ya da zarar verme potansiyeli bulunan her türlü fiziksel ve/veya duygusal kötü davranış, cinsel istismar, ihmal veya ihmalkâr davranışlar ve ticari veya başka türlü şekillerde sömürülmeyi içerir" şeklinde bir tanım yapılmıştır (WHO, 1999). Dünya Sağlık Örgütü ihmal ve istismarı dört başlık altında incelemektedir. Bunlar; fiziksel istismar, duygusal istismar ve cinsel istismar ve ihmallerdir (WHO, 2006). Diğer taraftan evlilik uyumu eşlerin birbirleriyle iyi iletişim kurması, birbirlerinden zevk alarak etkinlikte bulunması, haklarında olumlu duygu ve düşüncelere sahip olması, sorunları ve çatışmaları çözebilmesi, olumlu ilişki şemalarına sahip olması şeklinde tanımlanabilir (Öztürk ve Arkar, 2014). Uyumlu bir evlilikte çiftler birbirleriyle etkileşim hâlinde olmakta, birbirlerinin ilgilerini, amaçlarını, değerlerini ve görüşlerini önemsemekte, evlilik ve aile ile ilgili konularda fikir alışverişinde bulunmakta, bunlarla ilgili sorunlara yapıcı bir biçimde çözüm aramakta ve dolayısıyla daha az çatışma yaşamaktadırlar (Boden, Fisher ve Niehuis, 2010). Ayrıca, evlilikleri uyumlu olan çiftler hem birbirleriyle hem de başkalarıyla iyi iletişim kurabilmekte ve ortak ilgi alanları oluşturup ortak aktivitelerde bulunmaktadırlar (Özuğurlu, 2013). Başa çıkma ise yaygın kabul gören tanıma göre "stres oluşturan durumlar karşısında bireyin iç ve dış taleplerini yönetmek için kullandığı düşünce ve davranışlar" olarak tanımlanmaktadır (Zapitelli, Pinto ve Grizenko, 2001). Literatürde baş etme tutumları ile ilgili çeşitli sınıflandırmalar mevcuttur. En basit sınıflama ile baş etme tutumları işlevsel olan ve olmayan tutumlar şeklinde ayrılarak incelenebilir. Stresli durumun görmezden gelinmesi ve soruna çözüm aranmaması işlevsel stratejiler değildir. İşlevsel baş etme stratejileri ise somut çözüm elde edebilmeye yönelik davranışlarda bulunmak, destek aramak ve olası çözümleri araştırmaktır (Sachs vd., 2003). Başa çıkma yöntemlerinin iki temel hedefi bulunmaktadır; problemin esas sebebine yönelik başa çıkma yöntemlerini kullanarak strese sebep olan sorunlarla başa çıkmayı sağlayan "sorun temelli başa çıkma" ve esas durumun yol açtığı duygusal etkiyle başa çıkma tutumlarını belirten "duygu temelli başa çıkma" dır (Kraaij, Garnefski ve Maes, 2002; Ağargün vd., 2005). Duygu temelli başa çıkma yöntemleri, kişinin

stresörün anlamını değiştirerek ya da stresörün sebep olduğu duyguları ele geçirerek kendi duygularını anlamasını ve ifade etmesini, krizler karşısında yaşanan duygusal stresin azaltılmasını ifade etmektedir. Sorun temelli başa çıkma ise problemin çözümü için gerekli aşamaları kulanma, farklı fikirleri değerlendirme, problemin çözümü için gerekli fikirler üreterek problemin çözümü için bilinçli olarak gösterilen çabayı ifade etmektedir (Lane, Jones ve Stevens, 2002; Baker ve Berenbaum, 2007).

Yapılan çalışmalar evlilik uyumuna pek çok değişkenin etki ettiğini göstermektedir. Bu çalışmada temel olarak çocukluk çağı travmaları ile evlilik uyumu arasındaki ilişkide başa çıkma tutumlarının aracı rolü incelenmiştir. Bu amaçla aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır.

Çocukluk çağı travmaları ve başa çıkma tutumları ile evlilik uyumu arasında anlamlı ilişki var mıdır?
Çocukluk çağı travmaları ve başa çıkma tutumları evlilik uyumunu anlamlı düzeyde yordamakta mıdır?
Çocukluk çağı travmaları ile evlilik uyumu arasındaki ilişkide başa çıkma tutumlarının aracı rolü var mıdır?

YÖNTEM

Evli bireylerde çocukluk çağı travmaları ile evlilik uyumu arasındaki ilişkide başa çıkma tutumlarının aracı rolünün incelendiği bu çalışma ilişkisel tarama modeli kullanılmış, betimsel bir çalışmadır..

Katılımcılar

Araştırma kolay örnekleme yöntemiyle, Girne'nin çeşitli bölgelerinde ikamet eden 20-65 yaş arası, evli ve eşiyle birlikte yaşıyan 141'i kadın ve 134'ü erkek 275 evli gönülü katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Çalışmada veri toplama araçları katılımcılara ev veya iş yerlerinde uygulanmıştır. Katılımcılara Gönüllü Katılım Formu ile bilgilendirme yapılıp onayları alınmıştır.

Veri Toplama Araçları

Araştırmada Sosyo-Demografik Veri Formu, Çocukluk Çağı Ruhsal Travma Ölçeği, Evlilik Uyum Ölçeği ve Başa Çıkma Tutumları Değerlendirme Ölçeği kullanılmıştır.

Kişisel Bilgi Formu

Kişisel Bilgi Formunda katılımcılara yaş, cinsiyet, uyruk, doğum yeri, eğitim durumu, gelir durumu ve çalışıp çalışmama gibi bilgiler sorulmuştur.

Çocukluk Çağı Travmaları Ölçeği: Çocukluk Çağı Ruhsal Travma Ölçeği (ÇÇTÖ) (Childhood Trauma Questionnaire) Bernstein (1994) tarafından geliştirilmiş, Türkçeye uyarlaması Şar (1996) ve geçerlik ve güvenirlik çalışması Şar, Öztürk ve İkikardeş (2012) tarafından yapılmıştır. Kişi bildirimine dayalı 5'li likert tipi bir ölçektir. Ölçekte her bir soru, (1) hiçbir zaman, (2) nadiren, (3) kimi zaman, (4) sık olarak, (5) çok sık olarak şeklinde puanlanmaktadır. Ölçeğin kesme puanı, cinsel ve fiziksel istismar için 5 puan, fiziksel ihmal ve duygusal istismar için 7 puan, duygusal ihmal için 12 puan ve ölçek toplam puanı için 35 puan seviyelerinde olabileceği belirtilmiştir (Şar, Öztürk ve İkikardeş, 2012). Ölçek 20 yaş öncesi duygusal, fiziksel ve cinsel kötüye kullanım ile fiziksel ve duygusal ihmali geçmişe dönük ve niceliksel olarak değerlendirmektedir. Ölçeğin cinsel istismar, fiziksel istismar, duygusal istismar, duygusal ihmal ve fiziksel ihmal olmak üzere beş alt ölçeği bulunmakta ve alt ölçeklerin toplam puanı ÇÇTÖ toplam puanını vermektedir. Ölçeğin Cronbach alfa değeri 0.93 ve Guttman yarım test katsayısı 0.97'dir (Şar, Öztürk ve İkikardeş, 2012). Her bir alt ölçek için Cronbach alfa değerleri 0.79-0.94 arası değişmektedir (Bernstein ve ark.,1994). Şar ve arkadaşlarının (2012) 28 maddelik kısa formunun güvenirlik ve geçerlik çalışmasında orjinal ölçeğe uygun 5 faktör elde edilmiştir. Ölçeğin, Cronbach alfa değeri 0.93 ve Guttman yarım test katsayısı 0.97'dir (Şar, Öztürk ve İkikardeş, 2012).

Evlilikte Uyum Ölçeği (Marital Adjustment Test): Locke ve Wallace (1959) tarafından geliştirilen ve Tutarel-Kışlak (1999) tarafından Türkçeye uyarlanıp geçerlik ve güvenirlik çalışması yapılan Evlilik Uyum Ölçeği (EUÖ), evlilik ilişkisinden alınan doyum ve evlilik uyumunu ölçmeyi amaçlamaktadır. 15 maddeden oluşan ölçekte her madde, seçenek sayısına göre farklılaşan 0 ile 6 arasında bir puan almaktadır. Ölçekten alınan toplam puan 0–60 arasında değişmektedir. 43 puanın üzerinde alanlar evlilik ilişkileri açısından uyumlu, altında alanlar ise uyumsuz olarak kabul edilmektedir. Ölçeğin Cronbach alfa iç tutarlılık katsayısı .80, iki yarı güvenirlik katsayısı .67'dir (Tutarel-Kışlak, 1999).

Başa Çıkma Tutumları Değerlendirme Ölçeği

Kişilerin günlük hayatlarında karşılaştıkları bunaltı verici ve müşkül olaylar karşısında kullandıkları başa çıkma tutumlarını değerlendirmek için Carver, Scheier ve Weintraub (1989) tarafından geliştirilen COPE (The Coping Orientations to Problems Experienced scale)

Ağargün ve diğerleri (2005) tarafından Türkçe'ye uyarlanıp geçerlik ve güvenirlik çalışması yapılmıştır. Toplam 60 sorudan oluşan bir özbildirim ölçeğidir. 60 değişik durum ve 4 seçenek üzerinden cevaplanan ölçekte; 1 (Asla böyle bir şey yapmam) ile 4 (Çoğunlukla böyle yaparım) arasında derecelendirilen ifadeler içermektedir. Alt ölçeklerden alınan yüksek puanlar kişinin hangi başa çıkma tutumunu daha fazla kullandığı hakkında değerlendirme yapmaya imkan sağlamaktadır (Ağargün vd., 2005). Ölçekte yer alan 15 alt ölçek; yararlı sosyal destek kullanımı, aktif başa çıkma, zihinsel boş verme, kabullenme, pozitif yeniden yorumlama ve gelişme, dini olarak başa çıkma, soruna odaklanma ve duyguları açığa vurma, şakaya vurma, davranışsal olarak boş verme, plan yapma, duygusal sosyal destek kullanımı, inkar, madde kullanımı, geri durma ve diğer meşguliyetleri bastırma şeklindedir (Ağargün vd., 2005). Ölçeğin Cronbach alfa değeri 0.79'dur.

Verilerin İstatistiksel Analizi

Bu araştırmada elde edilen veriler SPSS 25.0 (Statistical Package for Social Sciences) programında çözümlenmiştir. İstatistiksel analizlere geçilmeden önce ÇÇTÖ, COPE ve EUÖ'ye ilişkin güvenirlik analiz çalışması kapsamında ölçeklere ait Cronbach alfa değerleri saptanmıştır. Yapılan Cronbach alfa testi sonucunda ÇÇTÖ'de ait iç tutarlılık katsayısının 0,71, EUÖ iç tutarlılık katsayısının 0,80 ve Başa Çıkma Tutumları Değerlendirme Ölçeği Cronbach alfa katsayısının 0,84 olduğu tespit edilmiştir. Evli bireylerin ÇÇTÖ, COPE ve EUÖ puanları arasındaki ilişkiler, veri seti normal dağılım gösterdiğinden dolayı Pearson korelasyon analizi ile test edilmiş ÇÇTÖ ve COPE puanlarının evlilik uyumunu yordama durumu ise lineer regresyon ile incelenmiştir.

BULGULAR

Çocukluk çağı travmaları ile evlilik uyumu arasındaki ilişkide başa çıkma tutumlarının aracı rolünün incelenmesi amacıyla yapılmış çalışmaya ait bulgular aşağıdadır.

Katılımcıların Sosyo-Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Katılımcıların %28,73'ünün 35 yaş ve altı, %36'sının 36-45 arası, %35,27'sinin 46 ve üzeri yaş grubunda, %51,27'sinin kadın, %48,73'ünün erkek, %69,82'sinin TC, %30,18'inin KKTC uyruklu, %15,27'sinin en uzun yaşadığı yerleşim biriminin köy, %28'inin ilçe/kasaba ve %56,73'ünün il merkezi olduğu saptanmıştır. Katılımcıların öğrenim düzeyleri incelendiğinde, %13,09'unun ilköğretim, %14,55'inin lise, %58,18'inin lisans ve %14,18'inin lisans üstü

mezunu olduğu, %87,64'ünün çalışan, %12,36'sının çalışmayan, %46,18'inin gelir düzeyinin iyi, %49,82'sinin orta, %4'ünün kötü olduğu saptanmıştır.

Katılımcıların Çocukluk Çağı Travmaları, Başa Çıkma Tutumlarını Değerlendirme ve Evlilik Uyumu Ölçeklerine Göre Bulguları

Tablo 1'de katılımcıların ÇÇTÖ, COPE ve EUÖ'den aldıkları puanlar verilmiştir.

Tablo 1. ***Katılımcıların ÇÇTÖ, COPE ve EUÖ'den aldıkları puanlar***

	n	$\bar{x}$	s	Min	Max
Duygusal İstismar	275	6,36	2,74	5	22
Fiziksel İstismar	275	5,65	2,27	5	25
Fiziksel İhmal	275	7,09	2,73	5	20
Duygusal İhmal	275	11,98	3,10	5	22
Cinsel İstismar	275	5,37	1,65	5	24
ÇÇTÖ	275	42,47	6,92	33	93
Aktif başa çıkma	275	12,95	2,22	4	16
Plan yapma	275	13,11	2,40	4	16
Diğer meşguliyetleri bastırma	275	10,99	2,20	4	16
Geri durma	275	10,00	2,14	4	15
Yararlı sosyal destek kullanımı	275	11,14	3,01	4	16
Problem Odaklı	275	58,19	7,94	20	74
Duygusal sosyal destek kullanımı	275	10,40	2,81	4	16
Pozitif yeniden yorumlama ve gelişme	275	13,71	1,95	4	17
Kabullenme	275	10,06	2,62	4	16
Şakaya vurma	275	7,99	2,95	4	16
Dini olarak başa çıkma	275	11,34	3,93	4	18
Duygu Odaklı	275	53,49	8,07	20	75
Zihinsel boş verme	275	8,95	2,70	4	16
Soruna odaklanma ve duyguları açığa vurma	275	11,37	2,52	4	16
İnkâr	275	6,41	2,65	4	16
Davranışsal olarak boş verme	275	6,11	2,31	4	14
Madde kullanımı	275	5,09	2,06	4	14
İşlevsel Olmayan	275	37,94	7,77	20	72
EUÖ	275	44,27	9,01	10	60

Tablo 1 incelendiğinde, katılımcıların çocukluk çağı travmaları ölçeği alt boyutlarından aldıkları ortalama puanların; duygusal istismar 6,36±2,74, fiziksel istismar 5,65±2,27, fiziksel ihmal 7,09±2,73, duygusal ihmal 11,98±3,10, cinsel istismar 5,37±1,65, çocukluk çağı travmaları ölçek genel puan ortalaması 42,47±6,92, minimum 33, maksimum 93 olduğu gözlenmiştir. Katılımcıların problem odaklı başa çıkma ölçeği ortalama puanları 58,19±7,94, minimum 20, maksimum 74, aktif başa çıkma 12,95±2,22, plan yapma 13,11±2,40, diğer meşguliyetleri bastırma 10,99±2,20, geri durma 10±2,14, yararlı sosyal destek kullanımı 11,14±3,01 olup, duygu odaklı başa çıkma tutumları ortalama puanları 53,49±8,07, minimum

20, maksimum 75; duygusal sosyal destek kullanımı 10,40±2,81, pozitif yeniden yorumlama ve gelişme 13,71±1,95, kabullenme 10,06±2,62, şakaya vurma 7,99±2,95, dini olarak başa çıkma 11,34±3,93 şeklindedir. İşlevsel olmayan başa çıkma tutumları ortalama puanları 37,94±7,77, minimum 20, maksimum 72; zihinsel boş verme 8,95±2,70, soruna odaklanma ve duyguları açığa vurma 11,37±2,52, inkar 6,41±2,65, davranışsal olarak boş verme 6,11±2,31, madde kullanımı 5,09±2,06'dır. Evlilik uyum ölçeği genel puan ortalamasının ise 44,27±9,01, minimum 10, maksimum 60 olduğu görülmüştür.

Tablo 2'de katılımcıların ÇÇTÖ, COPE ve EUÖ puanları arasındaki korelasyon analizi sonuçları incelendiğinde, evlilik uyumları ile ÇÇTÖ'den aldıklar toplam puanlar ve duygusal istismar, fiziksel ihmal, duygusal ihmal ve cinsel istismar alt boyutlarından aldıkları puanlar arasında düşük kuvvette ve anlamlı korelasyonlar bulunduğu tespit edilmiştir ($p<0,05$). Bu korelasyonlar negatif yönlü olduğundan dolayı evli bireylerin çocukluk çağı travmaları ölçeğinden aldıklar toplam puanlar ve duygusal istismar, fiziksel ihmal, duygusal ihmal ve cinsel istismar alt boyutlarından aldıkları puanlar arttıkça, EUÖ'den aldıkları puanlar azalmaktadır. Katılımcıların EUÖ'den aldıkları puanlar ile COPE problem odaklı başa çıkma stratejileri olan aktif başa çıkma, plan yapma alt boyutlarından aldıkları puanlar arasında pozitif yönlü, duygu odaklı başa çıkma stratejisi olan kabullenme alt boyutundan ve işlevsel olmayan başa çıkma stratejisi olan madde kullanımı alt boyutundan aldıkları puanlar arasında negatif yönlü korelasyonlar olduğu belirlenmiştir ($p<0,05$). Evli bireylerin aktif başa çıkma ve plan yapma alt boyutlarından aldıkları puanlar arttıkça, evlilik uyumları artmakta, kabullenme ve madde kullanımı puanları arttıkça, evlilik uyumları azalmaktadır. Katılımcıların COPE problem odaklı başa çıkma alt boyutundan aldıkları puanlar ile evlilik uyumu arasında pozitif yönlü, işlevsel olmayan alt boyutu puanları ile evlilik uyumu arasında ise negatif yönlü korelasyonlar olduğu görülmüştür.

Tablo 2. Katılımcıların ÇÇTÖ, COPE ve EUÖ puanları arasındaki korelasyonlar

		EUÖ
Duygusal İstismar	r	-0,182
	p	0,002*
Fiziksel İstismar	r	-0,095
	p	0,117
Fiziksel İhmal	r	-0,249
	p	0,000*
Duygusal İhmal	r	-0,226
	p	0,000*
Cinsel İstismar	r	-0,163
	p	0,007*
ÇÇTÖ	r	-0,210
	p	0,000*
	r	0,144

Aktif başa çıkma	p	0,017*
Plan yapma	r	0,132
	p	0,029*
Diğer meşguliyetleri bastırma	r	0,069
	p	0,254
Geri durma	r	0,012
	p	0,847
Yararlı sosyal destek kullanımı	r	0,073
	p	0,226
Problem Odaklı	r	0,130
	p	0,031*
Duygusal sosyal destek kullanımı	r	0,084
	p	0,165
Pozitif yeniden yorumlama ve gelişme	r	0,136
	p	0,024*
Kabullenme	r	-0,162
	p	0,007*
Şakaya vurma	r	-0,090
	p	0,138
Dini olarak başa çıkma	r	0,036
	p	0,555
Duygu Odaklı	r	-0,006
	p	0,923
Zihinsel boş verme	r	-0,023
	p	0,707
Soruna odaklanma ve duyguları açığa vurma	r	-0,116
	p	0,054
İnkâr	r	-0,046
	p	0,449
Davranışsal olarak boş verme	r	-0,181
	p	0,003
Madde kullanımı	r	-0,192
	p	0,001*
İşlevsel Olmayan	r	-0,166
	p	0,006*

**p<0,05*

Tablo 3. ÇÇTÖ, COPE puanlarının EUÖ puanlarını yordaması

	Standardize Olmayan Katsayılar		**Standardize Katsayılar**	**t**	**p**
	B	**S.H.**	**Beta**		
(Sabit)	54,98	6,56		8,374	0,000
Duygusal İstismar	-0,44	0,30	-0,13	-1,453	0,147
Fiziksel İstismar	0,51	0,35	0,13	1,437	0,152
Fiziksel İhmal	-0,52	0,26	-0,16	-2,055	0,041*
Duygusal İhmal	-0,12	0,23	-0,04	-0,525	0,600
Cinsel İstismar	-0,45	0,34	-0,08	-1,330	0,185
Aktif başa çıkma	-0,03	0,36	-0,01	-0,076	0,940
Plan yapma	0,33	0,33	0,09	0,998	0,319
Diğer meşguliyetleri bastırma	0,01	0,28	0,00	0,032	0,974
Geri durma	0,20	0,29	0,05	0,700	0,485
Yararlı sosyal destek kullanımı	-0,09	0,26	-0,03	-0,344	0,731

Duygusal sosyal destek kullanımı	0,54	0,28	0,17	1,929	0,055
Pozitif yeniden yorumlama ve gelişme	-0,01	0,35	0,00	-0,030	0,976
Kabullenme	-0,50	0,22	-0,15	-2,228	0,027*
Şakaya vurma	-0,29	0,20	-0,09	-1,447	0,149
Dini olarak başa çıkma	-0,05	0,15	-0,02	-0,315	0,753
Zihinsel boş verme	0,15	0,24	0,04	0,627	0,531
Soruna odaklanma ve duyguları açığa vurma	-0,48	0,24	-0,13	-1,998	0,047*
İnkâr	0,36	0,26	0,11	1,428	0,155
Davranışsal olarak boş verme	-0,27	0,32	-0,07	-0,826	0,410
Madde kullanımı	-0,49	0,29	-0,11	-1,652	0,100

$*p<0,05$, $R^2=0,106$

Tablo 3'de verilen ÇÇTÖ, COPE puanlarının, EUÖ puanlarını yordamasına dair yapılan doğrusal regresyon analizi sonuçları incelendiğinde, kurulan modelin istatistiksel açıdan uygun olduğu ve evlilik uyumu puanlarındaki varyansın %10,6'sını açıkladığı görülmüştür. Katılımcıların ÇÇTÖ'de yer alan fiziksel ihmal alt boyutu puanlarının evlilik uyumunu negatif yönde yordadığı bulunmuştur. Evli bireylerin fiziksel ihmal alt boyutundan 1 puan fazla alması EUÖ puanlarını 0,52 puan azaltmaktadır. COPE'deki kabullenme ve soruna odaklanma ve duyguları açığa vurma puanları EUÖ puanlarını negatif yönde yordamaktadır. Kabullenme puanlarının 1 puan artmış olması evlilik uyumunu 0,50 puan, soruna odaklanma ve duyguları açığa vurma puanlarının 1 puan artmış olması 0,48 puan azaltmaktadır.

COPE puanlarının ÇÇTÖ ile EUÖ ölçeğinden aldıkları puanlar arasındaki aracı rolü incelenmiş ancak COPE puanlarının aracı rolünün olmadığı saptanmıştır.

TARTIŞMA

Çalışmamızda katılımcıların evlilik uyumları ile ÇÇTÖ'den aldıkları toplam puanlar ve duygusal istismar, fiziksel ihmal, duygusal ihmal ve cinsel istismar alt boyutlarından aldıkları puanlar arasında düşük düzeyde ve anlamlı negatif ilişki saptanmıştır. Evli bireylerin çocukluk çağı travmaları ölçeğinden aldıklar toplam puanlar ve duygusal istismar, fiziksel ihmal, duygusal ihmal ve cinsel istismar alt boyutlarından aldıkları puanlar arttıkça, EUÖ'den aldıkları puanlar azalmaktadır. Çalışmamızla tutarlı olarak Nelson ve Wampler (2000) tarafından çocukluk döneminde cinsel veya fiziksel istismar yaşayan 96 çift ile istismar yaşamayan 65 evli çiftin karşılaştırıldığı araştırmada cinsel veya fiziksel istismar yaşayan çiftlerin evlilik uyumlarının istismar yaşamamış bireylere göre daha düşük düzeyde olduğu bulunmuştur. Karpuz-İlericiler (2015)'in evlilik uyumunu açıklamada yakın ilişkilerde bağlanma, erken

dönem uyum bozucu şemalar ve psikolojik travmanın rolünü ortaya koymayı amaçlayan araştırmasında, bağlanma temelli kaçınma ve ilişkisel travmaların evlilik uyumunu olumsuz yönde etkilediği ve psikolojik travma boyutlarının evlilik uyumunu açıklayan bir faktör olduğu saptanmıştır. İncesu (2004), Kennedy ve Rizvi (2009)'nin yaptıkları araştırmalarda çocukluk çağı travmalarının cinsel işlevleri etkileyerek çift uyumunu bozacağı saptanmıştır. Çocukluk çağı bakımverenlerle kurulan ilişkinin niteliğine bağlı olarak bireyin kendi ve diğeri algısını önemli ölçüde şekillendiren ve gelecek dönemlerdeki ilişkilerinin niteliğini belirleyen bir dönemdir. Bu nedenle çocukluk çağında yaşanacak her tür olumsuz deneyim yakın ilişkiler başta olmak üzere önemli doğurgulara sahip olacaktır.

Diğer taraftan çalışmamızda evli bireylerin aktif başa çıkma ve plan yapma alt boyutlarından aldıkları puanlar arttıkça, evlilik uyumları artmakta, kabullenme ve madde kullanımı puanları arttıkça, evlilik uyumları azalmaktadır. Katılımcıların COPE problem odaklı başa çıkma alt boyutundan aldıkları puanlar ile evlilik uyumu arasında pozitif yönlü, işlevsel olmayan alt boyutu puanları ile evlilik uyumu arasında ise negatif yönlü ilişki olduğu görülmüştür. Bireylerin problem odaklı başa çıkma becerilerinin aynı zamanda evlilikte ortaya çıkabilecek sıkıntılı durumlarla başetmelerinide sağladığı ya da uyumlu evliliklerin bireylerin problem odaklı başa çıkma becerilerini güçlendiriyor olabileceği düşünülmektedir Diğer tarafdan kabullenme bir tür boyun eğme olup, sorunlara çözüm getirmediğinden evlilik ilişkilerinde uyum sağlayıcı bir strateji olmayacağı ileri sürülebilir. İşlevsel olmayan başa çıkma biçimi olan madde kullanımı ise yol açabileceği çok çeşitli ilişkisel, sosyal, ekonomik, vb. sorunlar nedeni ile evlilik uyumunu olumsuz şekilde etkileyecektir. Diğer taraftan soruna odaklanma ve duyguları açığa vurmanın ilişkiyi güçlendirici ve uyumu arttıcı bir başa çıkma biçimi olmadığı söylenebilir. Özellikle sıkıntılı durumların eşe yönelik eleştiri, aşağılama yapılmadan ya da savunucu bir yaklaşım sergilemeden ifade edilmesinde güçlükler yaşandığı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

Ağargün, M.Y., Beşiroğlu, L., Kıran, Ü.K., Özer, Ö. A. ve Kara, H. (2005). COPE (Başa Çıkma Tutumlarını Değerlendirme Ölçeği): Psikometrik özelliklere ilişkin bir ön çalışma. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 6, 221-226.

American Psychiatric Association (APA) (2013). DSM-V Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders. 5th Edition, Washington, DC: American Psychiatric Association.

Boden, J.S., Fischer, J.L., & Niehuis, S. (2010). Predicting marital adjustment from young adults' ınitial levels and changes in emotional ıntimacy over time: A 25-Year Longitudinal Study. *Journal od Adult Development,* 17 (3), 121-134. doi: 10.1007

Carver, C.S., Scheier, M.F., & Weintraub, J.K. (1989). Assessing coping strategies: A Theoretically Based Approach. J Pers Soc Psychol, 56, 267-283.

Dünya Sağlık Örgütü (The World Health Organization, WHO) (1999). https://www.who.int/whr/1999/en/whr99_en.pdf?ua=1

Dünya Sağlık Örgütü (The World Health Organization, WHO) (2006). *https://www.who.int/whr/2006/whr06_en.pdf*

İncesu, C. (2004). Cinsel işlevler ve cinsel işlev bozuklukları. *Klinik Psikiyatri Dergisi*, 7(Suppl 3), 3-13.

Karpuz İlericiler, N. (2015). *Evlilik uyumunu açıklamada yakın ilişkilerde bağlanma, erken dönem uyum bozucu şemalar ve psikolojik travmanın rolü* (Yüksek Lisans Tezi), Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Kennedy SH., & Rizvi S. (2009). Sexual dysfunction, depression, and the impact of antidepressants. *J Clin Psychopharmacol* 29:157–164.

Kraaij, V., Garnefski, N., & Maes, S. (2002). The joint effects of stress, coping, and coping resources on depressive symptoms in elderly. *Anxiety Stress Coping*, 15: 163-74.

Lane A.M, Jones L., & Stevens M.J. (2002). Coping with failure: The effects of self-esteem and coping on changes in self-efficacy. *J Sport Behav*, 25: 331-45.

Nelson, B., & Wampler, K. (2000). Systemic effects of trauma in clinic couples: An exploratory study of secondary trauma resulting from childhood abuse. *Journal of Marital and Family Therapy*, 26(2), 171-184

Öztürk, C.Ş. ve Arkar, H. (2014), Evli çiftlerde evlilik uyumu ve cinsel doyum arasındaki ilişkiler. *Literatür Sempozyum*, 1(3), 16-24.

Özuğurlu, K. (2013). *Evlilik Raporu: Evlilik- aile yaşam birlikteliği* (5. Baskı). Ankara: Altın Kitaplar Yayınevi.

Şar, V. (1998). *Kötüye kullanım ve ihmalle ilişkili sorunlar*. Temel Psikiyatri Kitabı. (Eds: C Güleç, E Köroğlu), s.823-834. İstanbul:Güneş Tıp Kitapevi.

Şar, V., Öztürk, E. ve İkikardeş, E. (2012). Çocukluk Çağı Ruhsal Travma Ölçeği'nin Türkçe uyarlamasının geçerlilik ve güvenirliği. *Türkiye Klinikleri*, 32(4), 1054-1063 doi: 10.5336/medsci.2011-26947.

Tutarel-Kışlak, Ş. (1999). Evlilikte Uyum Ölçeği'nin (EUÖ) güvenirlik ve geçerlik çalışması. *3P Dergisi*, 7(1), 50-57.

Zapitelli, M., Pinto, T., & Grizenko, N. (2001). Pre-, peri- and postnatal trauma in subjects with attention deficit hyperactivity disorder. *Can J Psychiatry*, 46(6): 542-48.

3rd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 28-30 June 2019, Lefkoşa

Deniz Baykal Dönemi CHP ve Türk Sosyal Demokrasisinin Evrimi

Assoc. Prof. Dr. İsmail AKBAL
Aksaray University, FEAS
ismailakbal@gmail.com

Ezgi Gizem YOLLU
İnönü University, SBE
baran_gizem_ezgi@hotmail.com

ÖZET

Uzun bir siyasi geçmişi olan Deniz Baykal, 1993 yılında CHP'nin (Cumhuriyet Halk Partisi) genel başkanı olmuştur. 2010 yılına kadar (Altan Öymen dönemi hariç) CHP'nin genel başkanı seçilmiştir. Bu dönem içerisinde CHP sürekli eşitlik, özgürlük ve laiklik gibi değerlere devamlı vurgu yapmış ve bu ilkelere bağlı kaldığını dile getirmiştir. Fakat Baykal'ın parti ile ilgili kararları partililere danışmadan kendi başına alarak eşitlik ve ifade özgürlüğünü engelleyen bir tutum sergilemektedir. Genel başkanlığının son zamanlarına doğru anayasa yapım sürecine karşı olumsuz bir tavır sergilemiş, Kürt meselesini sadece Güneydoğu meselesi olarak değerlendirmiş ve kamusal alanda başörtüyü siyasi bir kimlik olarak ifade etmiştir. 2010 yılında ahlak dışı bir kasetinin yayınlanması sonucu genel başkanlıktan istifa etmek zorunda kalmıştır. Bu çalışmada Baykal'ın genel başkan olduğu tarihinden itibaren hazırlanan parti programları ve tüzükleri karşılaştırılıp, nasıl siyasi bir politika izlediği araştırılmıştır. Yayınlanan kasetin FETÖ (Fetullahçı Terör Örgütü) ile ilişkisi incelenmiş ve Baykal'ın "komplo" dediği bu olay karşısındaki tavrı araştırılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Deniz Baykal, CHP, Kürt Meselesi, Komplo, Sosyal Demokrasi

Deniz Baykal Period CHP and Evaluation of Turkish Social Democracy

ABSTRACT

Deniz Baykal, who has a long political background, became the leader of the Republican People's Party (CHP) in 1993. He was elected CHP leader until 2010 (excluding Altan Öymen). During this period, the CHP has consistently emphasized the values such as equality, freedom and secularism. However, Baykal 's decisions about the party are taken by themselves without consulting the parties, and thus, they have an attitude that prevents freedom of expression and freedom of expression. Towards the end of his presidency, he has taken a negative stance against the constitution making process and considered the Kurdish issue as a mere Southeast issue and stated that he was wearing a headscarf as a political identity in the public sphere. In 2010, he was forced to resign as president due to the publication of a non-moral tape. In this study, it has been investigated how Baykal has adopted a political policy by comparing the party programs and regulations that have been prepared since the date of the presidency. The relationship of the tape with FETÖ was examined and the attitude of Baykal against this incident.

Keywords: Deniz Baykal, CHP, Kurdish Question, Conspiracy, Social Democracy

Giriş

Siyaset insanların hayatlarını düzenlemek ya da kolaylaştırmak için bilinçli olarak gerçekleştirdikleri faaliyetlerdir. Siyasi partiler ise siyasetin somut hale dönüşmüş şeklidir. Diğer bir tanımıyla siyasi partileri iktidara gelmek için halkın desteğini almak isteyen siyasi topluluklardır. O halde bütün siyasi partilerin nihayi hedefi siyasal iktidarı elde etmektir. Bu doğrultuda Türkiye Cumhuriyeti'nin en eski maziye sahip partisi olan CHP de siyasal iktidarı hedeflemektedir. Çok partili siyasal yaşama geçişle birlikte bir daha tek başına siyasal iktidarı

elde edemeyen CHP bu soruna çareler aramakta ve siyasal iktidarı elde etmek için dönüşümü gerekli görmektedir.

Bu nedenle dönüşüm ve değişimin ilk olarak parti ideolojisinde olması gerektiği, bütün topluma ortak ve adil bir gelecek, vatandaşlara adil ve eşit bir yaşam sunabilecek demokratik bir Türkiye portresini çizebilecek dünya görüşünün olması gerektiğini ileri sürülmektedir. Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de toplum, sınıflar ve siyasetin parametrelerinin değiştiğini, partinin ve parti ideolojisinin de buna ayak uydurması gerektiğini savunulmaktadır. Toplumsal kaygıları ve oy verme davranışlarını göz önünde bulunduracak yeni kriterler ortaya koyulması savunulmuştur. Tüm bu nedenlerden dolayı toplumu ve siyaseti yeniden okumayan ve buna göre bir strateji çizen CHP yaratmak için 20002'li yıllarda değişim süreci hızlanmıştır. .

CHP 'nin amblemindeki 'Altı Ok' cumhuriyetçilik, halkçılık, milliyetçilik ve laiklik, devletçilik ve devrimcilik ilkelerini temsil etmektedir. 1938'de Mustafa Kemal Atatürk'ün ölümüyle CHP'nin "Değişmez Genel Başkan"ı İsmet İnönü olmuştur. Daha sonra sırasıyla Bülent Ecevit, Deniz Baykal ve Kılıçdaroğlu Genel Başkanlık görevini üstlenmiştir. Deniz Baykal, merkeziyetçi ve otoriter yapısıyla dikkat çekmiştir. Baykal'ın göreve geldiğinden beri yakın çevresiyle çalışması parti içinde ve çeşitli kesim tarafından eleştiri konusu olmuştur. Bu çalışmada Baykal ve Kılıçdaroğlu döneminde, partinin ideolojik ve yasal değişiklikleri incelenmiştir.

1.Deniz Baykal Dönemi CHP'sinde Değişim ve Dönüşüm

CHP'nin 4. Genel Başkanı olan ve aralıklarla yaklaşık 15 yıl başkanlık yapan Deniz Baykal, merkeziyetçi ve otoriter yapısıyla dikkat çekmiştir. Baykal'ın göreve geldiğinden beri yakın çevresiyle çalışması her zaman eleştirilmiştir. Baykal'la birlikte sosyal demokrasiden çok Kemalist bir söylem benimsenmiş ve devletçi ve milliyetçi bir yaklaşım benimsemiştir. Bu dönemde CHP ideolojisi ve kimliğini 'Altı Ok' üzerine kurmuştur. Yeni bir politika geliştirme peşinde olan CHP Genel Başkanı Deniz Baykal, laik demokratik cumhuriyetin tehlikeye düştüğünü savunarak, merkez sol ve sağda yer alan siyasetçileri CHP'ye davet etmiştir.

Milliyetçi, muhafazakâr ve sağ eğilimli politikalara yaklaşan CHP, parti içinde ve seçmen kitlesinin bir kısmı tarafından yoğun eleştiri maruz kalmıştır. CHP bu dönem hem söylem hem de yasal olarak birtakım değişikliklere gitmiştir. Bu değişiklikler bir sonraki bölümde ele alınıp incelenmiştir.

1.1.İdeolojik Değişimler

1980'li yıllarda CHP, yeni kesimlere açılamamıştır. CHP'nin 2002 Seçim Bildirgesi'ne bakıldığında işçi esnaf, sanatkâr, kamu çalışanları, çiftçi, ev kadını, engelli yaşlı tüm

vatandaşlara seslenen ve toplumun tüm kesimine hitap eden politikalar üretmeyi vaat etmiştir. (Ayata, 1992: 86). Seçim öncesi hazırlanan "Ak Günlere" adlı 1973 Seçim Bildirgesi 12 Mart sonrası yaşanan rejim bunalımı, gençliğin sorunları, yanlış ekonomi politikaları, çağdışı ilkel kapitalizm, hayat pahalılığı, iç güvenlik gibi sorunları ele almıştır. Ayrıca kooperatifleşme ve kamu-özel sektörüne karşı halk sektörü gibi yeni ideolojik kavramları ön plana çıkarmıştır. 2002 Seçim Bildirgesi'nde, temiz siyaset, ahlak, yolsuzluk ve çağdışlılık gibi konulara ve politikalara yer vermiştir. Baykal ve ekibi ilk olarak temiz bir yasa çıkarılacağının sözünü vermiştir. Bu yeni yasa ile milletvekillerin kamu kesimi ile çıkar ilişkisine giremeyeceğini ve milletvekillerinin davranışlarını denetleyecek bir kurulun kurulması gerekliliğinin altını çizmiştir. Ayrıca çevreye, doğaya ve tarihsel miras konularına da vurgu yapmıştır. Atık yönetimi için özel önemler alınacağını, çevreyi kirletenlere yaptırım uygulanacağını doğa, tarihsel miras konularında yerel yönetimler ve sivil toplum kuruluşlarıyla işbirliği içinde olunacağının sözünü vermiştir (CHP Seçim Bildirgesi, 2002: 6-32). CHP doğayı korumanın temel ahlaki bir sorumluluk olduğunu savunmuştur ve farkındalık oluşturmak için çevre ve doğa konularına seçim bildirgesinde yer vermeye başlamıştır.

Kendini sosyal demokrat bir parti olarak adlandıran CHP, 2007 seçim bildirgesinde, sosyal demokrasi ilkeleri ile uyumlu olarak bazı noktaların altı çizilmiştir. CHP'nin amacını "barışçı, dayanışmacı ve eşitlikçi" bir toplum oluşturmak, insan hakları temelinde özgürlükçü ve çoğulcu demokrasiyi güçlendirmek olduğunu ifade etmiştir. Bu temel hedefler sonucunda daha özgür bir birey, daha örgütlü bir toplum ve daha demokratik bir devlet ortaya çıkacaktır. Bu amaçla, ifade ve iletişim özgürlüğünün önündeki tüm engellerin kaldırılacağı, örgütlü sivil toplum yapısının destekleneceği vaadinde bulunulmuştur (CHP Seçim Bildirgesi,2007: 17). Ayrıca bildirgede, açlık ve yoksulluğun yaygınlaştığı, en az bir milyon yurttaşın yatağa aç girdiği, işsizliğin toplumsal afet konumuna ulaştığı, iç ve dış borçlarla cari işlemler açığında rekorlar kırıldığı belirtilmiştir (CHP Seçim Bildirgesi, 2007: 2). CHP ekonomi politikalarını dünyaya açık, sosyal politikalara önem veren piyasa ekonomisine dayalı bir program olarak tanımlamaktadır. İleri teknoloji ve dışa açık ulusal sanayileşme politikasıyla işsizliğin azaltılacağını iddia etmektedir (CHP Seçim Bildirgesi, 2007: 24-30). CHP iktidara geldiğinde sosyal devlet anlayışına uygun olarak tüm vatandaşların sosyal güvenlik sistemine dâhil edileceği, her türlü sağlık ve eğitim hizmetinden eşit bir şekilde yararlanacağı vaat edilmiştir (CHP Seçim Bildirgesi, 2007: 43-48). Sosyal demokrasinin evrensel değerleri olan eşitlik, özgürlük, dayanışma ve barış gibi konulara etkinlik kazandırılacağı ifade edilmektedir (CHP Seçim Bildirgesi, 2007: 70). Fakat tüm bu sosyal demokrasi ilkelerinin vurgulanmasına rağmen Baykal döneminde parti "laiklik ve milliyetçilik söylemleri ağır basan bir parti görünümüne

bürünmüş ve farklı toplumsal kesimlerin oylarını alma konusunda başarısız olmuştur (Kömürcü, 2011: 39

CHP'nin gençlik vizyonunun temelinde sosyal demokrasi anlayışı yatmaktadır. Bildirgenin Gençlik ve Kadın konulu bölümünde gençlere kaliteli eğitim, eğitimde fırsat eşitliği, üniversite öğrencilerine ücretsiz internet ve burs olanakları sağlanacağı sözü verilmiştir. CHP, kadın- erkek eşitliğinin toplumsal gelişme iççin öneminin farkındadır ve bunun için çocuk bakım desteği, kadın sağlığı eğitimi ve mesleki eğitim gibi konulara değinmiştir. CHP, kapsamlı ve çok boyutlu bir gençlik politikasının yanı sıra sosyal yatırımlar aracılığıyla tüm çocuklara fırsat eşitliğinin sağlanmasını hedef alan kapsamlı bir çocuk ve gençlik politikası hazırlamaya başlamıştır. Gençlerin ortak sorunları arasında olan, eğitim sorunu, iş sorunu, eşitsizlik, güvensizlik gibi konuları temel almıştır. CHP gençlerin kendi kaderleri hakkında karar verebilmeleri için hukuken onları ekonomik, sosyal ve kültürel olarak güçlendirmek istemiştir (Ayata,2016: 76-79).

Baykal, ivme kazanan İslamcı ve Kürt tehdidine karşı CHP'yi rejimin bekasını önceleyen bir hatta konumlandırmıştır. Baykal, 2002 seçimleriyle, ortaya çıkan yeni siyasal denklemde de aynı siyasi duruşunu devam ettirmiştir. AK Parti'ye karşı bir yanda milliyetçilik diğer yanda laikçilik olarak tanımlanabilecek konularda güçlü bir cumhuriyetçiliği esas alan bir tavır sergilemiştir. Baykal AK Parti iktidarının ilk dönemlerinde AB ile derinleşen ve iyileşen ilişkilere dair oldukça şüpheci ve eleştirel bir tutum sergilemiştir. Baykal, Türkiye'nin AB'ye girmesine karşı olmadığı halde AK Parti iktidarı döneminde AB ile kurulan sıkı ilişkilerden rahatsızlık duyduğunu dile getirmiştir (Altunoğlu ve Eşiknat, 2014: 12).

Siyasi parti liderlerinin değişimi ile birlikte parti söylemlerinde değişimler olduğu görülmektedir. CHP'nin dördüncü Genel Başkanı olan Deniz Baykal ile birlikte CHP de ideolojik olarak bir değişim yaşamıştır. CHP'nin Genel Başkanı olmasıyla birlikte sosyal demokrasiden çok Kemalist söylem yükselmeye başlamış ve daha devletçi ve milliyetçi bir yaklaşım benimsenmiştir. CHP 2002-2010 döneminde laiklik ve üniter devlet konularına daha fazla önem vermeye başlamıştır. 2007 seçimlerine kadar Danıştay saldırısı, Şemdinli olayı, alt kimlik-üst kimlik tartışmaları, Cumhurbaşkanlığı sorunu, Cumhuriyet Mitingleri, 27 Nisan muhtırası gibi birçok olay gündeme gelmiştir. CHP bu olaylara milliyetçi, muhafazakâr ve sağ yönelimli politikalarla yaklaşmıştır (Kasa, 2014: 108). Baykal, Türkiye'de askeri darbeler döneminin kapandığı görüşünü savunmaktadır. Asker siyasete hiçbir şekilde müdahale etmemelidir. Diğer taraftan, siyasetin de askere müdahale ederek onu kendi anlayışına çekmeye yönelmesine karşı çıkmaktadır. Siyasetin ne camiye, ne kışlaya ne de mahkemeye girmemesi gerektiğini savunmuştur. 2007 seçimleri öncesinde hazırlanan "Pusula 2007" adlı seçim

bildirgesinde ülkenin bütünlüğü, laiklik ve demokratik rejimin korunması gibi konulara vurgu yapılmıştır. Bildirgenin önsözünde Türkiye'nin laik düzeni, Atatürk ilke ve devrimleri ve Cumhuriyet'in çağdaş kazanımlarının yıpratıldığı, ulusal bütünlüğümüzün tehdit altında olduğu ve dış politikamızın tam bir teslimiyetçilik içinde olduğu ifade edilmiştir (CHP Seçim Bildirgesi, 2007: 1-2). Ayrıca terörün halen Türkiye'nin en önemli sorunu olarak ön plana çıktığı, CHP'nin iktidara gelmesiyle terörün iç ve dış kaynakları ile etkin bir şekilde mücadele edileceği konusunda vaatlerde bulunulmuştur (CHP Seçim Bildirgesi, 2007: 8).

Laiklikle ilgili konuda ise AKP Hükümeti'nin çeşitli yasal düzenlemeler yaparak Türkiye'de bir din devleti kurmaya çalıştığı, CHP'nin Cumhuriyet'in kurumlarına sahip çıkacağını; laik ve çağdaş tüm değer ve kurumların korunacağı belirtilmiştir (Pusula '07, 2007: 13). Baykal'ın SSCB'nin dağılması ile birlikte solun içine düştüğü çıkmazı ve 12 Eylül İhtilali'nin ortaya çıkardığı sorunları çözmek için yaptığı 'yeni sol' ve 'Anadolu solu' söylemlerinin kaderi ile Ecevit'in 1970'li yıllardaki 'demokratik sol' söyleminin kaderi arasında benzerlik mevcuttur. Ecevit, demokratik sol programını uygulama fırsatı bulamayışını ya da uygulamaktan vazgeçişini Milliyetçi Cephe hükümetlerinin yol açtığı rejim krizine bağlamıştır. Baykal da benzer şekilde 'yeni sol' veya 'Anadolu solu' arayışlarından vazgeçmiştir. Baykal, AK Parti'yi bir nevi Refah Partisi olarak görmeye devam etmiş ve rejimi bir tehdit olarak görmüştür. Baykal, rejimi muhafaza etmeye yönelik negatif siyaseti ve 'biz' ve 'onlar' ayrımına dayalı politika ile bu yıllarda CHP'nin geniş halk kitleleri ile arasındaki mesafenin daha da açılmasına sebep olmuştur. Söz konusu politika, CHP'nin tabanını korumasına rağmen belirgin bir seçim başarısını beraberinde getirememiş ve Kılıçdaroğlu'nun genel başkan olmasının yolunu açmıştır (Altunoğlu ve Eşiknat, 2014: 14).

1.2. Yasal Değişiklikler

CHP'nin 13. Olağanüstü Kurultayı'nda Deniz Baykal, 674 oyla ilk turda yeniden genel başkan seçilmiştir. 1219 delegenin oy kullandığı bu kurultayda, Mustafa Sarıgül'ün oyu 460'da kalmış ve 85 oy ise geçersiz sayılmıştır. Baykal, tek aday olarak katıldığı CHP'nin 23-24 Ekim 2003 tarihlerinde yapılan 30. Olağan Kurultayı'nda 973 delegenin oyuyla seçilmiş, 3 Temmuz 2004 tarihinde güvenoyuna başvurduğu 12. Olağanüstü Kurultay'da ise 781 oyla güven tazelemişti (NTV, 2005)

CHP'nin 14. Olağanüstü Tüzük ve Program Kurultayı'nda tartışılan tüzük değişiklikleri kabul edilmiştir. Buna göre, Merkez Yönetim Kurulu (MYK), Genel Başkan, Genel Sekreter ve Genel Başkan yardımcılarından oluşacaktır. Genel Başkan Yardımcıları, Parti Meclisi (PM) üyeleri arasından atanacaktır. MYK artık Genel Başkan tarafından atamayla belirlenecektir.

Yani Genel Başkan MYK üyelerin kısmen veya tamamen değiştirebilecektir. CHP genel başkanlığına aday olmak için delegelerin yüzde 20'sinin imzasını alma şartı getirilmiştir. Yine tüzükte yapılan bir başka değişiklik ise PM Raporu'na yazılı muhalefet şerhi koymamış üyenin kurultayda rapor üzerine konuşması da yasaklanmıştır (CHP'de Tüzük Değişiklikleri, 2008). Baykal bu değişiklikleri, kararlı bir anlayışla Türkiye'yi yönettiğimizi göstermek ve duruşunu belli etmek istediği için yapılması gerektiğini ifade etmiştir. Değişikliklerin parti içi demokrasi zayıflattığı ve partinin oligarşik bir eğilim gösterdiği yönündeki eleştirilere dikkate almamış ve CHP'nin Türkiye'nin en demokratik siyasi partisi olduğunu dile getirmiştir.

2.Kemal Kılıçdaroğlu Dönemi CHP'sinde Değişim ve Dönüşüm

CHP'li bir kadın milletvekiliyle özel görüntüleri ortaya çıkan Baykal, kendisine komplo kurulduğunu dile getirmesine rağmen yaklaşık 15 yıldır oturduğu genel başkanlık koltuğunu bırakmak zorunda kalmıştır. Kemal Kılıçdaroğlu, bir kaset komplosu ya da skandalı nedeniyle istifa etmek zorunda kalan CHP genel başkanlığını devraldığında, partiyi yenilemek yönünde bir irade ortaya koyarak işe başlamıştır. 'Yeni CHP', Kılıçdaroğlu tarafından, CHP tarihinin önceki evrelerinde benzerlerine rastlanılan türden bir değişim girişiminin adı olarak belirlenmiştir (Kasa, 2014: 126).

Partinin Genel Başkanı'nın değişmesiyle birlikte hem ideolojik değişikliğe hem de parti tüzüğünde değişikliklere gidilmiştir. Baykal'ın söylemleri ve politikaları terk edilmiş, Kılıçdaroğlu'nun 'Yeni CHP' olarak adlandırdığı program ve politikalara yer verilmiştir. Kılıçdaroğlu'nun Genel Başkan seçilmesiyle birlikte parti içi dengeler bir kez daha değişmiş, Baykal taraftarları parti içinde muhalefete düşerken, Baykal nedeniyle parti dışına itilen sol ve sosyal demokrat kesim ise CHP'ye geri dönmüştür. Baykal'ın döneminde genel sekreterlik görevini üstlenen Önder Sav'ın desteğini alan Kılıçdaroğlu, parti içinde kendi ekibini oluşturmak istemiştir. Kılıçdaroğlu, 34. Olağan Kurultay'da delegelerin desteğini alan Kılıçdaroğlu, parti içi muhalefeti bastırarak, parti içi iktidarı ele geçirmiştir. Kılıçdaroğlu'nun kendi kadrosunu kurma politikaları sebebiyle örgüte hakim olan partinin ikinci ismi, Önder Sav da koltuğunu bırakmak zorunda kalmıştır. Parti üst yönetimindeki etkili isimlerin çoğu da değişmiş ya da değiştirilmiştir. Fakat Kılıçdaroğlu, parti içinde Baykal ve ekibini tasfiye etmesine rağmen Baykal siyasetini tam olarak terk edememiştir. Parti içinde Kemalist ideolojiden ödün vermeyen kesim ile sosyal demokrat ve sol politikaları savunan kesimden oluşan ikili bir yapının doğmasına sebep olmuştur. Bu da CHP'de beklenen değişimin tam anlamıyla gerçekleşmesini engel olmuştur (Yeni Şafak, 2010).

2.1. İdeolojik Değişimler

Kılıçdaroğlu'nun Genel Başkan seçilmesiyle "Yeni CHP" söylemleri tartışmaya açık hale gelmiştir. "Yeni CHP" öncelikle Deniz Baykal döneminde partinin milliyetçi tutumuna, AB karşıtlığına, Kürt sorunu ile ilgili belirsiz tavrına, yaşlı kadrosuna, seçkinci tavrına, kent yoksulları yerine laik orta-sınıfla bağ kurmasına bir eleştiri olarak ortaya çıkmıştır. Partinin yeni Genel Başkanı Kılıçdaroğlu, yolsuzlukla mücadele konusunda kararlı tutumu ve partinin milliyetçi kanadına mesafeli duruşu sebebiyle değişimin sembolü olarak görülmüştür (Canyaş, 2015: 28). Kılıçdaroğlu hem CHP'yi yenileyeceğini ve iktidara getireceğini hem de Türkiye'nin demokratikleşme, yoksulluk gibi temel sorunlarına çözüm getireceği konusunda vaatlerde bulunmuştur (Kömürcü, 2010: 56). Parti içi demokrasiye de sürekli vurgu yapan Kılıçdaroğlu daha halkçı bir dil kullanmayı tercih etmiştir. Bundan dolayı, CHP 2011 seçim kampanyasını "Yeni CHP" ve "Herkes için CHP" sloganları ile yürütmüştür.

CHP parti dışında da demokrasi söylemlerini sürdürmüştür. 27 Nisan bildirisinin ve sonrasında gelişen olayların tüm demokraside ve hukuk devletinde olması gerektiğini dile getirerek konunun hukuki yollarla soruşturulması gerektiğini savunmuştur. 27 Nisan 2007 tarihinde gece Türk Silahlı Kuvvetleri adına Genelkurmay Başkanlığı Cumhurbaşkanlığı seçimi dolayısıyla laiklikle ilgili açıklamalarda bulunmuştur. Bildiri internet aracılığıyla verildiği iççin "e muhtıra" olarak adlandırılmıştır. Hükümetin muhtırayı kaleme aldığını itiraf edenler hakkında herhangi bir işlem yapmaktan kaçınması CHP tarafından eleştirilmiştir (Ayata, 2016: 204).

2007 seçim bildirgesinden bazı önemli farklılıklarla ayrılmaktadır. CHP, 2011 seçim bildirgesinde "Cumhuriyet'in kurucu ilke ve değerlerine bağlı, çağdaş bir sosyal demokrat parti" olarak tanımlanmıştır. Cumhuriyet'i kuran, çok partili yaşama geçişi sağlayan ve sosyal demokrasi tartışmalarını Türkiye'nin gündemine bir parti olduğunu belirtmiştir (CHP 2011 Seçim Bildirgesi: 4). Sosyal devletin ilkeleri gereği vatandaşa başta eğitim ve sağlık olmak üzere her alanda fırsat eşitliği sağlanacağı, gelir dağılımı uçurumunun azaltılacağı, sendikal hakların sağlanacağı, kadınların siyasete katılımını arttırmak için kota uygulanacağı, gençlerin karar alma süreçlerine katılımının destekleneceği, çevrenin korunması için her türlü önlemin alınacağı gibi vaatler öne çıkmaktadır (CHP Seçim Bildirgesi, 2011: 54-73). Fakat CHP'deki lider ve söylem değişimiyle birlikte partinin biranda sosyal demokrat bir partiye dönüştürmeyeceği çok açıktır. Baykal'ın liderliği bir ara dönem ya da sapma olmadığı gibi, Kılıçdaroğlu dönemi de bir 'öz'e dönüşün başlangıcı olmayacağı görülmektedir. Çünkü sosyal demokrasi, içinde bulunduğu tarihsel-toplumsal koşullara göre farklı biçimler alabilen ve farklı önceliklere sahip olabilen revizyonist ve reformcu bir siyasal akımdır. CHP'nin tarihsel kökeni ve değerleri ise böyle değişime izin vermeyecektir.

Altı Ok'un yanında CHP'nin sosyal demokrasinin temel prensiplerine sahip çıktığını göstermek için partinin özgürlükçü, eşitlikçi, dayanışmacı ve çoğulcu bir parti olduğu ifade edilmiştir. Bu kapsamda Türkiye'nin yeni Anayasasının temel ilkelerinin özgürlükçülük ve çoğulculuk, eşitlik ve sosyal adalet, katılımcılık, insan haklarının önceliği, güçlü parlamenter sistem, hukuk devleti, uluslararası hukuka saygı ve kadın-erkek eşitliğinin gerekliliği üzerinde durulmuştur (CHP Seçim Bildirgesi, 2011: 9-10). Basın özgürlüğünün önündeki engellerin kaldırılacağı yönündeki vaadi partinin özgür medyaya ve ifade özgürlüğüne önem verdiğini göstermektedir. Yine 2007 seçim bildirgesine benzer şekilde laiklik ve Cumhuriyet'in temel değerlerine sahip çıkılacağı vurgu yapılmakla birlikte bildirgede bu bölümlere yeterince ağırlık verilmemiştir. Baykal dönemi CHP'sinin açık bir biçimde mesafe koyabileceği üniversite öğrencilerinin eylemleri, 'Yeni CHP' tarafından desteklenebilmekte ve düşünce özgürlüğünün demokrasinin bir gereği olduğu vurgulanmaktadır.

'Yeni CHP', CHP'nin kadim geleneğinin ve parti içindeki iktidar mücadelesinin gösterdiği dirence ideolojik düzlemde karşılık vermeyi başaramamıştır. Buna karşılık Kılıçdaroğlu'nun örgüte yönelik müdahaleleri ile partideki gücünü belli bir oranda koruduğunu ve geniş kitlelerle temas kurma hedefini muhafaza ettiği görülmektedir. Ankara, İzmir ve İstanbul gibi illerde hem büyükşehir belediye başkan adaylarının hem de ilçe belediye başkan adaylarının doğrudan Kılıçdaroğlu'nun tercihleri ile belirlenmesini parti örgütündeki gücünü konsolide etmek isteğinin somut bir örneğidir (Altunoğlu ve Eşkinat, 2014: 17).

2007 ve 2011 seçim bildirgeleri karşılaştırıldığında Baykal döneminin aksine Kılıçdaroğlu döneminde CHP'nin laiklik ve milliyetçilik gibi konulardan ziyade artan işsizlik ve yoksulluğa vurgu yapıldığını, sosyal devlet anlayışı ve özgürlükçülüğe önem verildiğini görebiliriz. Ayrıca Kılıçdaroğlu'nun Baykal döneminin aksine toplumun tüm kesimlerine hitap etmeye çalışan, kapsayıcı bir dil geliştirilmeye çalışıldığı söylenebilir. Baykal döneminde partinin tabanını daha çok laiklik konusunda kaygıları olan kentli orta ve üst sınıflar oluştururken, Kılıçdaroğlu döneminde ise bu gruba özellikle emekçi ve kent yoksullarının da eklenmesi amaçlanarak tabanı genişletilmeye çalışılmıştır.

2.2. Yasal Değişiklikler

Her genel başkanın değişikliği ile birlikte parti tüzüklerinde de değişimler olmuştur. Baykal döneminde olduğu gibi Kılıçdaroğlu döneminde de genel başkanın yetkileri artırılmıştır. CHP'nin yeni tüzüğünde"Yığma üye" sisteminin önüne geçilebilmek için MYK kararı ile üye yazımı da yeniden düzenlenmiştir. PM'nin 80 olan üye sayısı 60'a düşürülmüştür. MYK üye sayısı ise 17 olarak belirlenmiştir. Kadın ve gençlik kolları başkanları PM ve MYK toplantılarına katılabilecek ancak oy kullanamayacaktır. Daha önce Baykal döneminde getirilen

CHP genel başkanlığına aday olmak için delegelerin yüzde 20'sinin imzasını alma şartı değiştirilmiştir. Yapılan değişiklik ile CHP genel başkanlığına aday olmak için delegelerin yüzde 10'unun imzası yeterli sayılmıştır (Kasa, 2014: 118).

Kurultay ve kongre seçimlerinde tek ve ortak liste olan (çarşaf liste) yöntemi benimsenmiştir. Ancak kurultay üyelerinin onda birinin önerisi ve Kurultaya katılan üyelerin salt çoğunluğuyla blok liste usulüyle seçim yapılması esası da tüzükte yer almıştır. Yapılan tüzük değişikliği ile kadın ve gençlere yönelik uygulanan kota oranı da artırılmıştır. Milletvekili genel seçimlerinde merkez yoklaması yoluyla belirlenecek adayların tespitinde ve parti organları üyeliklerinde, kongre ve kurultay delegesi seçimlerinde en az yüzde 33 cinsiyet kotası uygulaması getirilirken, gençlik kotası yüzde 10 olarak belirlenmiştir. Tüm bu değişikliklerin ardından CHP'nin 34. Olağan Genel Kurultay'ında da başarıyla çıkan Kılıçdaroğlu, parti içindeki yerini biraz daha sağlamlaştırmıştır. Fakat gerek partinin başına geliş şekli gerekse temsil ettiği siyaset, şüphe yarattığı için parti üzerinde tam hakimiyet kuramamıştır. Parti içindeki güç mücadelelerinin geniş kesimlere yansıması sebebiyle seçmenden de beklenen desteğin görülmemesine yol açmıştır (Eşkinat, 2015:15).

Ayrıca tüzükte Partinin eski genel başkanları, TBMM Başkanlığı, Başkanvekilliği ve bakanlık yapmış üyelerin yer aldığı bir "Onur Kurulu"nun oluşturulacağı ifade edilmiştir. Kurul üyeleri, aynı zamanda kurultayın doğal üyeleri sayılacaktır. Milletvekilliği adaylığı için ön seçim ve aday yoklaması öncelikli olarak belirlenmiştir. Hangi seçim çevrelerinde ön seçim, aday yoklaması ya da merkez yoklamasının uygulanacağına PM karar verecektir. Adayların toplam sayısı, Genel Merkezce Yüksek Seçim Kurulu (YSK)Başkanlığı'na sunulan partinin gösterdiği milletvekili adaylarının yüzde 15'inden fazla olamayacaktır. Değişikliğe göre partinin aldığı Hazine yardımının yüzde 40'ı il ve ilçe örgütlerine gönderilecektir. Parti içi eğitim de ayrıntılı olarak düzenlenmiştir. Etkin üyelik için her üyenin sürekli eğitimi temel alınmıştır (Radikal, 2012).

Daha sonraki dönemlerde de CHP'de tüzük değişiklikleri devam etmiştir. 2016 yılında yapılan CHP'nin 35. Olağan Kurultayı'nda üç maddelik tüzük değişikliği kabul edilmiştir. Buna göre milletvekili seçimlerinde kontenjan adaylığı bir dönemle sınırlandırılacak, iki dönem üst üste kontenjan kullanılamayacaktır. Fakat bu kural bir yıldan fazla olmamak şartıyla seçimlerin yenilenmesinin karar verilmesi halinde uygulanmayacaktır Bir diğer değişikliğe göre ise, seçimlerin bir yasama yılı dolmadan yenilenmesi durumunda milletvekili adayları önseçim şartı uygulanmadan, merkez yoklamasıyla belirlenebilecektir. Üçüncü değişikliğe göre de**,** Genel Başkan MYK'ye kaç isim alacağını kendisi belirleyecektir (Cumhuriyet, 2016). Tüzük değişikliklerine bakıldığında Genel Başkanın yetkileri devamlı artırılmıştır. Kendisini

sosyal demokrat bir parti olarak nitelendiren CHP'nin bu değişiklikleri ne demokrasi ne de ifade özgürlüğü ile uyuşmaktadır.

Sonuç

Türkiye'de toplumsal sorunları çözmek için siyasal iktidar yolunun kendisine de açılmasını isteyen CHP'de değişimin kaçınılmaz olduğu fark edilmiş ve bunun yen bir program, bu programı halka aktarabilecek yeni bir örgütlenme modeli ve yeni yönetim kadroları ile mümkün olabileceği öngörülmüştür. Dünyada mevcut sorunlara çözüm sunamayan geleneksel sosyal demokrasi anlayışının ve sosyal demokrat partilerin yok olmaya başladığı bunun karşısında diğer siyasal hareketlerin güç kazandığı görülmektedir. Aynı durum Türkiye için de söz konusudur. Türkiye'de sosyal demokrat partilerin güç kaybettiği , buna karşın merkez sağ partilerin güçlendiği görülmüştür. CHP burada çözümü merkez sağa yaklaşmakta bulmuştur.

Değişim Deniz Baykal ile başlamıştır. Baykal dönemi CHP'si milliyetçi ve devletçi bir tavır sergilemiştir. Milliyetçi, muhafazakâr ve sağ eğilimli politikalara yaklaşan CHP, parti içinde ve seçmen kitlesinin bir kısmı tarafından yoğun eleştiri maruz kalmıştır. CHP bu dönem hem söylem hem de yasal olarak birtakım değişikliklere gitmiştir. 2002 Seçim Bildirgesi'nde, temiz siyaset, ahlak, yolsuzluk ve çağdışılık gibi konulara ve politikalara yer vermiştir. Baykal ve ekibi ilk olarak temiz bir yasa çıkarılacağının sözünü vermiştir. Bu yeni yasa ile milletvekillerin kamu kesimi ile çıkar ilişkisine giremeyeceğini ve milletvekillerinin davranışlarını denetleyecek bir kurulun kurulması gerekliliğinin altını çizmiştir. Kendini sosyal demokrat bir parti olarak adlandıran CHP, 2007 seçim bildirgesinde, sosyal demokrasi ilkeleri ile uyumlu olarak bazı noktaların altı çizilmiştir. Sosyal demokrasinin gereği olan eşitlik özgürlük ve demokrasi gibi konulara sıkça yer vermeye başlamıştır. Fakat tüm bu sosyal demokrasi ilkelerinin vurgulanmasına rağmen Baykal döneminde parti "laiklik ve milliyetçilik söylemleri ağır basan bir parti görünümüne bürünmüş ve farklı toplumsal kesimlerin oylarını alma konusunda başarısız olmuştur. Baykal dönemindeki yasal değişikliklerin bazıları ise şunlardır: Merkez Yönetim Kurulu (MYK), Genel Başkan, Genel Sekreter ve Genel Başkan yardımcılarından oluşacaktır. Genel Başkan Yardımcıları, Parti Meclisi (PM) üyeleri arasından atanacaktır. MYK artık Genel Başkan tarafından atamayla belirlenecektir.

Partinin genel başkanı değişmesiyle birlikte parti sloganı da değişmiştir. Yeni CHP öncelikle Deniz Baykal döneminde partinin milliyetçi tutumuna, AB karşıtlığına, Kürt sorunu ile ilgili belirsiz tavrına, yaşlı kadrosuna, seçkinci tavrına, kent yoksulları yerine laik orta-sınıfla bağ kurmasına bir eleştiri olarak ortaya çıkmıştır. Partinin yeni Genel Başkanı Kılıçdaroğlu, yolsuzlukla mücadele konusunda kararlı tutumu ve partinin milliyetçi kanadına

mesafeli duruşu sebebiyle değişimin sembolü olarak görülmüştür. Altı Ok'un yanında CHP'nin sosyal demokrasinin temel prensiplerine sahip çıktığını göstermek için partinin özgürlükçü, eşitlikçi, dayanışmacı ve çoğulcu bir parti olduğu ifade edilmiştir. Ancak Yeni CHP', geleneğine ve parti içindeki iktidar mücadelesine gösterdiği dirence ideolojik düzlemde karşılık vermeyi başaramamıştır. Buna karşılık Kılıçdaroğlu'nun örgüte yönelik müdahaleleri ile partideki gücünü belli bir oranda koruduğu ve geniş kitlelerle temas kurma hedefini muhafaza ettiği görülmektedir. Baykal döneminin aksine Kılıçdaroğlu, CHP'nin laiklik ve milliyetçilik gibi konulardan ziyade artan işsizlik ve yoksulluğa vurgu yapmış, sosyal devlet anlayışı ve özgürlükçülüğe önem vermiştir. Ayrıca Kılıçdaroğlu'nun Baykal döneminin aksine toplumun tüm kesimlerine hitap etmeye çalışan, kapsayıcı bir dil geliştirilmeye çalışıldığı söylenebilir.

KAYNAKÇA

Ayata, A., (1992). *CHP Örgüt ve İdeoloji.* İstanbul: Gündoğan Yayınları.

Ayata, S., (2016). *CHP Söylem, Politika, İdeoloji.*(Birinci Baskı).İstanbul: Ka Politika.

Berkes, N., (1946), Siyasi Partiler, Yurt ve Dünya Yayınları: İstanbul.

Canyaş, O., "CHP'nin Sosyal Demokrasi Serüveni". *Altarnetif Politika,* 7 (1), ss.6-31.

CHP Seçim Bildirgesi, (2002). https://chp.azureedge.net/ b6bdceb40e6f4f4d8fe40f1130.pdf

CHP Seçim Bildirgesi, 2011.

CHP'de Tüzük Değişiklikleri Kabul Edildi. (21.12.2008). https://www.haberler.com/ chp-de/.

Cumhuriyet Gazetesi, (16.01.2016). *CHP'de Tüzüğünde Yapılan Değişiklikler Kabul Edildi*. http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/siyaset/465078/CHP_tuzugunde_egisikli.html

Dağ, M., Irk, O., "Türkiye'de ve İngiltere'de Siyasal Partilerin Ortaya Çıkışı", *Hukuk ve İktisat Araştırmaları Dergisi,* 4 (2), ss.41-49.

Erdoğan, C., ''Cumhuriyet Halk Partisi'nin Tek Parti Dönemi Sonrası İdeolojik Evrimi." *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi,* 5 (53), ss. 299-318.

Eşkinat, E., "2014'te Türkiye". *Seta Analiz,* (113).

Göktürk, G., "Siyasi Partilerin Doğuşu: Tarihsel ve Toplumsal Kökenleri", *Sosyoloji Konferansları*, 54 (2), ss.245-273.

Göktürk, G., "Türkiye'de ve İngiltere'de Siyasi Partilerin Ortaya Çıkışı", *Hukuk ve İktisat Araştırmaları Dergisi,* 4 (2), ss.41-49.

Heywood, A., (2007), Siyaset, Buğra Kalkan (Ed.), Siyaset Nedir? (s.1-123), Adres Yayınları: Ankara.

Kapani, M. (2007), Politika Bilimine Giriş, (19.Baskı), Bilgi Yayınevi: Ankara.

Karakoç, R., (2017). *Parti İçi Demokrasi: Türkiye, Fransa, ABD Karşılaştırılması,* Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Anabilim Dalı, Ankara (Türkiye).

Kasa, Ö., (2014), *Bir Örgüt Olarak Siyasi Partiler :CHP Örneği,* Yıldız Teknik Üniversitesi, Siyaset Bilimi ve Uluslar arası İlişkiler Anabilim Dalı, İstanbul (Türkiye).

Kömürcü, D., (2010). *Türkiye'de Sosyal Demokrasi Arayışı: SODEP ve SHP*

Kuş, H., (2010) *Türkiye'de Siyasi Partilerin Gelişimi Ve 1980 Sonrası Sağ Partilerde Parti İçi Demokrasi Sorunu,* Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya (Türkiye).

NTV, (30.01.2005). http://arsiv.ntv.com.tr/news/307075.asp.

Özbudun, E., (1977), Siyasal Partiler, Sevinç Matbaası: Ankara.

Öztekin, A., "Devletin Asli ve Sürekli Görevleri (Temel Kamu Hizmetleri) ve Özellikleri", *Türk İdare Dergisi,* 2007 (455) ss.1-11.

Radikal Gazetesi, (26.02.2012). *CHP'de Tüzük Değişikliği Kabul Edildi*. http://www.radikal.com.tr/.....di-1080002/
Roskin, M., G., (2009), Çağdaş Devlet Sistemleri Siyaset, Coğrafya, Kültür, (Çev.) Bahattin S., Adres Yayınları: Ankara.
Siyasi Partilerle İlgili Hükümler (1982), T.C. Resmi Gazete, 1784420, 20 Ekim 1982.
TBMM, Siyasi Partiler, https://www.tbmm.gov.tr/kutuphane/siyasi_partiler.html, (26.03.1991).
Teziç, E., (1976), 100 Soruda Siyasi Partiler, Gerçek Yayınevi: İstanbul.
Topkan, C., (2016), Atatürk Sonrası CHP'nin Başarısızlığı, (1.Baskı), Karınca Yayınları: Ankara.
Uzun, H., (2010), "Tek Parti Döneminde Yapılan Cumhuriyet Halk Partisi Kongreleri Temelinde Değişmez Genel Başkanlık, Kemalizm ve Milli Şef Kavramları", *ÇTTAD*, 20 (21), ss.233-271.
Uzun, H., "Tek Parti Döneminde Yapılan Cumhuriyet Halk Partisi Kongreleri Temelinde Değişmez Genel Başkanlık, Kemalizm ve Milli Şef Kavramları", *ÇTTAD*, 20 (21), ss.233-271.

3rd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 28-30 June 2019, Lefkoşa

Marksizm ve Olumlu Sivil Toplum Anlayışı

Assoc. Prof. Dr. İsmail AKBAL
Aksaray University, FEAS, SBKY
Öğretim Üyesi:ismailakbal@gmail.com

ÖZET

Siyaset bilimi alanında 20. yüzyılın ikinci yarısında sivil toplum konusu popüler olmuştur. Özellikle 1970'li yıllarda Avrupa Komünizmi bağlamında sivil toplum tartışmaları gündeme gelmiştir. Komünizm denince akla ilk gelen isim Karl Marks'tır. Bu çalışmada Marksizmin sivil toplum anlayışı, akademik ve tarihsel gelişim perspektifi içinde ele alınmaya çalışılmıştır. Ayrıca Marksizm'in temel felsefesi ve metodolojisi de bu çalışmanın konusunu oluşturmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sivil Toplum, Karl Marks, Marxism, Dialectics, Economic Detrismism.

Marxism and Its Positive Civil Society Understanding

ABSTRACT

In the second half of the 20th century, the issue of civil society became popular in the field of political science. Especially, in the 1970s years, in the context of European Communism, civil society debates came to the agenda. When it comes to communism, the first name that comes to mind is Karl Marx. In this study, Marxism's understanding of civil society is tried to be discussed within the perspective of academic and historical development. In addition, the basic philosophy and methodology of Marxism is the subject of this study.

Keywords: Civil Society, Karl Marx, Marxism, Dialectics, Economic Detrismism.

Giriş

Siyaset bilimi alanında zaman zaman bazı kavramlar öne çıkarak yoğun bir tartışmanın nesnesi olurlar. Siyasi düşünceler literatürünün eski kavramlarından biri olan "sivil toplum" kavramı da 20. yüzyılın ikinci yarısında gündeme gelmiştir. Özellikle 1970'li yıllarda Avrupa'da sivil toplum kavramı oldukça popüler olmaya başlamıştır. Çünkü Avrupa Komünizmi bağlamında sivil toplum tartışmalarının gündeme gelmesi bu döneme denk gelmektedir. Avrupa Komünizminin (Euro-communism) sivil toplumcu yaklaşımlarının dayanak noktası Antonio Gramsci olsa da onun dayanak noktası Karl Marks'tır.

Marksizm 19.yy'da ortaya çıkan bir kuramdır. Çok kapsamlı bir sistem olarak Marksizm'in en önemli özelliği, bilimden felsefeye, tarihten ekonomi-politiğe kadar çeşitli disiplinlerde o döneme kadar sağlanan birikimi bir potada özgün biçimde buluşturmasıdır (Atılgan ve Aytekin, 2013: 329). Bu özelliği Marksist kuramın popüler olmasına sebebiyet vermiştir. Ancak bu kuram yalnızca felsefi bir yaklaşımla değil aynı zamanda toplumsal olaylar üzerinde yaptığı geniş ve derinlemesine gözlemler ve tespitleriyle de popüler olmuştur. Marx'ın, bu konuda dikkat çeken tespitlerinden önemli bir kısmı da sivil toplum konusundaki analizleri

ve tespitleridir. Toplumsal-siyasal süreçleri, ekonomik üretim araçlarının mülkiyetine sahip olup olmama durumundan kaynaklanan sınıfsal çatışmalarla açıklayan Marx sivil toplumu da ekonomik ilişkiler alanı ile tanımlamıştır. Kısaca Hegelci bir yaklaşımla sivil toplumu ekonomik ilişkilerin, ekonomik çıkarların gerçekleştiği alanla tanımlamış ve analizini bu bağlamda gerçekleştirmiştir. Hegel'den farklı olarak Marx, sivil toplum alanını tamamen ekonomik ilişki biçimleri ile açıklamış ve sivil toplumun anatomisinin ekonomi politikte aranması gerektiğini belirtmiştir (Bobbio, 1982: 96).

Bu çalışmada Marksizmin sivil toplum anlayışı, akademik ve tarihsel gelişim perspektifi içinde ele alınmaya çalışılacaktır. Ayrıca konunun daha iyi anlaşılabilmesi için Marksizm hakkında genel bir bilgilendirme yapılacak sonra sivil toplum analizine geçilecektir.

Marksizmin Metodolojisi

Karl Marks'ın çözümlemesi, kendi yaşadığı toplumsal sistemi ile önceki dönemlerin toplumsal sistemleri hakkında genel bir açıklama ve karşılaştırma çabasının yanında geleceğe yönelik bilinçli bir model kurma girişimidir. Bu model kurma girişiminin amacı yalnızca mevcut düzeni ve evreni anlamak değil aynı zamanda onu dönüştürmektir. Ama unutulmaması gereken olgu, dönüştürmek için önce anlamak gerektiğidir.

Marksizm, toplumsal yapıların analizine başlarken statik değil dinamik bir tutum takınmaktadır. Başka bir ifadeyle toplumsal yapılar sürekli değişmektedir ve bu değişime yönelik analizler yapılmalıdır. Burada Marks'ın Heraklitçi bir tutum takındığını ve "her şey değişir" ilkesinden hareket ettiğini göstermektedir (Şenel, 1974: 214).

Liberalizm eleştirileri üzerinden kuramını geliştiren Marksizm ise toplumsal çıkar uğruna bireyi ve bireysel çıkarı feda etmektedir. Bireyin kurtuluşunu değil toplumun kurtuluşunu esas almaktadır. Organizmacı toplum yaklaşımından hareket eden Marksizm, insanın toplumsal bir varlık olduğunu ve ancak toplum içinde bir değer ifade edeceğini iddia etmektedir. O halde toplumun çıkarları söz konusudur ve bu amaçlar doğrultusunda birey bir araçtır.

Ayrıca kuramın temelinde Hegelci felsefenin olduğunu görmekteyiz. Hegel'in diyalektiği kuramın özünü oluşturmaktadır. Her olay sistematik olarak ikiye, tez ve anti-teze indirgenebilecek olan dikotomik bir durum yaratır. Bu durum sonuçta farklı bir karşı çıkma durumuna yol açar ve olaylar böylece devam eder gider. Sonuçta zıtlıkların çarpışmasından bir senteze ulaşılır (Duvarger, 1982: 373-375).

İlk başlarda Hegel'in idealist felsefesini benimseyen Marks, onunla yetinmemiş maddeci bir tutum takınmıştır. Hegel'den geriye yalnızca diyalektik kalmış ve özgün bir felsefi

tutum ortaya koymuştur. Açıkça söylemek gerekirse Marks'ın diyalektik anlayışı Hegel'inki gibi idealist diyalektik değil "diyalektik materyalizmdir.

Marks, "Varlık nedir?" ya da "Gerçekte var olan nedir?" sorusuna "madde" cevabını vermiştir. Böylece Marks, ontolojik olarak materyalist bir tutum sergilemiştir. Evet, Marks materyalisttir; ancak mekanik ve klasik bir materyalist değil, "Kutsal Aile" eserinde bahsettiği gibi onun materyalizmi "Diyalektik Materyalizm"dir.

Marks'ın materyalizmine diyalektik niteliğini ekleyen, onun maddenin hareket etmesine, oluşmasına, gelişmesine yol açan etkenin maddenin içinde barındırdığı diyalektik çelişki olduğu görüşüdür. Bu çelişki aynı zamanda tüm evrene uygulanabilmekte ve toplumlar da aynı çelişkiyi içinde barındırmaktadır.

Diyalektik materyalizm doğal, toplumsal ve tarihsel olayların gözlemlenmesinden çıkarıldığı söylenen üç temel kurala dayanır:

1. Çelişki Kuralı: Her şeyde, maddede olduğu gibi her toplum da özünde, içerisinde kendi zıddını barındırır. Yani her şeyin içinde onu harekete geçiren bir çelişkinin bulunduğu kuralıdır.
2. Hareket Kuralı: Her toplum içinde barındırdığı çelişkisi nedeniyle sürekli bir hareket, değişim içerisindedir.
3. Devrimci Değişmeler Kuralı: Toplumlardaki bu değişimler bazen birden bire ani değişimlere yol açar ki bu toplumlarda nitelik sıçramasına yol açar kuralıdır. Bu durum toplumlar ezilen sınıfların devrimlerinin kaçınılmaz ve doğal olduğunu göstermiştir (Şenel, 1974: 220)

Marks, evreni, doğayı, toplumları, tüm canlıları, duyguları ve düşünceleri madde ve maddenin türevleri olarak gördüğü için bunlar arasında sınırsız bir bağlantı ve karşılıklı etkileşim olduğunu düşünmüştür. İşte bu ilişki sarmalında dönüşüm ve değişimin ana etkeninin ne olduğunu sorgulamıştır. Sonra da toplumsal değişmeyi, tarihsel kerteleri belirleyici ana unsurun, tüm değişimlerin ana unsurunun "ekonomik unsur" olduğu sonucuna varmıştır. Başka bir ifadeyle Marksizm'deki önemli bir varsayım da ***"ekonomik determinizm"***dir. Temel insan güdülenimlerinin ekonomik olduğunun ileri sürülmesidir. Marx, *"İnsanların varoluşunu belirleyen, onların bilinçleri değildir. Onların bilincini belirleyen, toplumsal varoluşlardır"* diyerek toplumsal ve siyasi edimlerimizin ekonomik koşullarımız tarafından belirlendiğini iddia etmiştir (Baradat, 2012: 218).

Peki Marks neden materyalist dünya görüşünde itici güç olarak ekonomiyi gördü?

Marks'ın yaşadığı dönemin özgül şartlarında ve toplumsal yapılarında bu sorunun cevabı saklıdır. Yüzyıllardır durağan bir şekilde yaşayan Avrupa toplumları, sanayi devrimi ile çok hızlı bir değişim devresine girmişlerdir. Marks, bu hızlı değişimin sebebinin üretim güçlerindeki değişim (sanayi devrimi) olduğunu kavramıştır. Başka bir ifadeyle toplumların

büyük değişimler geçirdiği zamanların, üretim güçlerinde başlayan değişiklikle olduğunu görmüş ve bu ilişkinin evrensel olduğu sonucuna varmıştır. Ayrıca insanların ömrünün büyük bir kısmını ekonomik uğraşlarla geçirdiğini görmüş ve bunun da onların hayatlarını şekillendirdiği sonucuna varmıştır.

İnsanların doğa ile yoğun bir biçimde etkileşime girdiği alan üretim alanıdır. Bu alanda insan zamanının büyük bir kısmını harcayarak, doğayı değiştirerek, kendi ihtiyaç ve çıkarlarına uydurmak amacıyla var gücüyle çalışırlar. İnsan doğayı değiştirip biçimlendirirken kendini de değiştirip biçimlendirmektedir.

Nihayetinde Diyalektik Materyalizmin toplumsal ve tarihsel olayların analizinde kullanılması sonucunda tarihsel materyalizm ortaya çıkmıştır. Kısaca Tarihsel Materyalizm:

> Tarihi olguları, toplumsal değişimleri yaratan ne olağanüstü doğa olayları, rastlantılar ne de büyük insanlardır. Kısaca tarihi olayların ve toplumsal olayların özünde üretim araçları üzerindeki kavga yatmaktadır. Üretim araçları üzerindeki savaşım da tarihin yönünü ve kertelerini belirlemektedir. O halde tarihin belirleyicisi yine ekonomidir; tarih, üretim güçleri ve üretim araçları üzerindeki hakimiyet savaşıdır(Stalin, 1989: 35-40).

Tarihsel materyalizme göre, tarihsel gelişmenin motoru, lokomotifi ekonomidir; üretim güçleridir. Burada üretim güçlerinden kasıt ise üretim aletleri, üretim tecrübesi ve insanlardan oluşmaktadır. Bunların hepsini bir araya toplarsak "üretim teknolojisi"ne ulaşmış oluruz.

Altyapı-Üstyapı İlişkileri

Toplumsal kuruluşun bütün elemanları başlıca iki ana grupta toplanabilir. Ekonomik ilişkileri ve bunlar etrafında biçimlenen üretim ilişkilerini oluşturan maddi unsurlar grubuna **"temel" ya da "altyapı"** diyoruz. Toplumun manevi, siyasi, düşünsel olaylarının ve kurumlarının oluşturduğu ikinci grup unsurlara ise **"üstyapı"** denir. Üstyapı, toplumun altyapısının bir yansımasıdır. Her toplum üretimi ne tarzda gerçekleştiriyor, hayatın yeniden üretimi sürecinde ne türden ilişkilere giriyorsa ve bu ilişkilerde hangi sınıf egemen durumdaysa, üstyapıyı oluşturan elemanlar da bunların özelliklerini gösterirler. Marx'a göre; üstyapı toplumun maddi olmayan kurumlarından oluşur ve bu kurumların her biri, yönetici sınıfa uygun bir biçimde düzenlenir. Üstyapı kurumları değerler, ideoloji, devlet, eğitim, hukuk, din ve sanattan oluşur. Üstyapının işlevi, yöneticilerin egemenliğinin sürekliliğini sağlamak ve yönetilenleri de oldukları yerde tutmaktır (Baradat, 2012: 218).

Marksizme göre, toplumsal kurumlardan bazıları bağımsız değişken, belirleyici unsur iken bazıları da bağımlı değişkenlerdendir. Bağımsız değişkenler ki bunlara belirleyici unsurlar da diyoruz, toplumun alt yapısını oluşturur. Bunlar üretim güçleridir. Toplumun diğer kurumları

altyapıya göre biçimlenip, altyapıya bağlı olarak değişirler. Burada belirtmeliyiz ki, altyapı üstyapıyı belirleyen mutlak unsur değil ama baş belirleyici unsurdur.

Marksizme göre, bir toplumda üretim güçlerine uygun bir "üretim ilişkileri" ortaya çıkmaktadır. Bu ilişkiler de birisi üretim araçlarının sahipleri, diğeri de üreticilerdir. Böylece sınıflar belirlenmiş olur. Üretim ilişkilerine uygun bir mülkiyet anlayışı ve hukuk düzeni geliştirilir. Üretim araçlarını elinde bulunduran sınıf egemen sınıf olarak bu üstünlüğünü devam ettirecek siyasal toplumsal düzeni (devleti) kurar ya da ele geçirir. Egemen ve yönetici sınıf olarak toplumu kendi çıkarları doğrultusunda yeniden dizayn eder ve kendi çıkarlarına hizmet edecek biçimde kendi inançlarını, fikirlerini, çıkarlarını ve düşüncelerini sanki tüm toplumun çıkar ve düşünceleriymiş gibi yaymaya başlar ve sonuçta kendi ideolojisini geliştirmiş olur. Böylece üst yapıyı yani devleti bu ideolojiyle şekillendirmiş olur. Marksizmde altyapı ekonomi alanı olurken üstyapı da ideoloji alanı olmaktadır.

Burada Marks'ın ekonomi-politik üzerindeki görüşlerini daha fazla derinleştirmeden toplumsal sınıflara geçebiliriz.

Toplumsal Sınıfların Ortaya Çıkışı

Marks, toplumsal analizinde yaşadığı dönemin toplumsal yapısını incelerken tarihsel süreç içerisinde önceki toplumsal sistemleri de inceler. İlk olarak "ilkel komünal üretim düzeni"nin yer aldığı toplumsal yapıyı ele alır. Bu dönemde bütün bireylerin aşağı yukarı aynı işi gördükleri, aynı ekonomik güce sahip olduklarını ve bireyler aşağı yukarı birbirlerine eşit düzeyde oldukları için toplumda farklı sınıflar yoktur.

Zamanla bazı zeki kimselerin özel mülkiyeti keşfetmeleri ve üretimi artırmak için zora başvurarak diğer insanları çalıştırmaları sonucunda toplumda çalışanlar ve çalıştıranlar olmak üzere iki temel sınıf ortaya çıkmıştır. Bireylerin davranışları da böylece ait oldukları sınıfa göre farklılaşmıştır. Bundan sonra tarihte, üretim araçlarını ele geçiren sınıflarla bunların emrinde ve hizmetinde çalışanlar olmak üzere çıkarları birbirine zıt, birbirine düşman sınıflardan oluşan sınıflı toplumların birbirini izlediği bir dönem başladı. Bu nedenle tarihsel süreçte iki ana sınıf oluşmuştur:

1. Üretim araçlarına sahip Sınıf: Feodalizmde bunların adı "feodal beyler" idi; kapitalizmle birlikte bu sınıfın adı "burjuvazi" oldu.
2. Emeklerini satarak geçimlerini sağlayan, sömürülen ve köle statüsünde çalıştırılan sınıf: Feodalizmde bunların adı "serfler" idi; kapitalizmde bunların adı "proleterya" oldu. Proleterya, Latince proler (çocuk) kelimesinden türemiştir ve anlamı "çocuğundan başka varlığı olmayan" demektir.

Bu iki sınıfın yanında duruma göre konum alan, zaman zaman her iki sınıfında bazen yanında bazen karşısında yer alan, zanaatkarlar, köylüler gibi ara sınıflar da vardır.

Bu iki zıt sınıf arasında doğal olarak işbirliği yoktur. Üretim araçlarına sahip olan sınıf bu üstünlüğünden yararlanarak diğer sınıfı çalıştırma, sömürme olanağı bulur ve böylece varlığını idame ettirir. Böyle bir durumda Marksizme göre sınıflar arasında bir çıkar çelişkisi vardır. Bu çıkar çelişkisi zamanla gelişerek bir çatışmaya yani bir sınıf kavgasına yol açacaktır.

Sınıf Kavgası

Sınıflı bir toplumda, ilk başlarda sınıf aidiyetinin farkında olmayan bireyler zamanla kendilerinin başkalarıyla benzeştiğini, diğerlerinden kendilerinin farklı olduklarını anlayacaklar, özellikle de çıkarlarının çakıştığını fark edeceklerdir. Bu durum onlarda bir sınıf bilinci yaratacak, kendilerinin bir sınıfın üyesi, diğer sınıfı da düşman olarak göreceklerdir. Her iki sınıfta sınıf bilincine erişecek ve üretim araçları üzerinden bir mücadele başlayacaktır. Üretim araçlarına sahip olanlar bunları elinde tutmak ve sömürüyü devam ettirebilmek, diğerleri de bu sömürü sisteminden kurtulmak için mücadele edeceklerdir. Böylece sınıflar arasındaki "çıkar çelişkisi" sömürünün artması ve sınıf bilincinin oluşması ile bu mücadele zamanla kavgaya dönüşecektir. Sonuçta, toplumsal ve tarihsel olaylar sınıf kavgası üzerinden çözümlenecektir.

Sınıf kavgası sürekli bir kavgadır. Peki hangi sınıf bu kavgadan başarılı çıkacaktır?

Sınıf kavgasının başarısında önemli öğeler bir sınıfın istekliliği, iradesi, bilinci değildir. Asıl önemli öğe, üretim güçlerinin gelişmesidir ve üretim teknolojisi üzerindeki hegomonik üstünlüktür. Zamanla yeni üretim güçleri eskinin gücünü azaltacak ve üretim araçları üzerinde hegemonik güç olacaktır. Sonuçta eski üretim güçleri ile yeni üretim güçleri arasında çatışma başlayacak ve nihayetinde bu çatışma ya da savaşım bir noktada üretim araçları üzerindeki egemeni belirleyecek bir devrime yol açacaktır. Bu kavganın gerçekleştiği alan sivil toplum alanıdır.

Olumlu Sivil Toplum Yaklaşımı

18. yüzyıl siyasal düşüncesinde, sözleşmeci kuramların aksine devlet/sivil toplum karşıtlığı söz konusudur. Yani sivil toplum devletten ayrı bir kavram olarak ele alınmıştır. Bu ayrımı yani sivil toplumu devletten ayrı bir alan olarak ele alma yaklaşımı ilk olarak Hegel tarafından öne sürülmüştür.

Marks, Hegel'in kavramını temellendirmiştir. Hegel'in diyalektiğini ayakları üstüne oturtmuştur (Lefevbre, 1970: 305). Hegel'in çözümlemesini daha geniş bir sosyo-ekonomik çerçeveye oturtan Karl Marks'ın analizinde, Hegel'de olduğu gibi, sivil toplum kapitalist sistemin gelişmesine paralel olarak ortaya çıkan ve gelişen bir niteliktedir (Sarıbay, 1998: 112).

Liberal düşüncenin ilk örnekleri olan doğa hukukçularının aksine (özellikle Locke) Marks'ta Hegel gibi sivil toplumu ayrı bir alanda ele almış ve devlet ile sivil toplum arasındaki ikiliği vurgulamıştır. Marks doğa hukukçularını diyalektiği ele almadıkları için eleştirmiştir ve Hegel'in yanında yer almıştır (Marks&Engels, 1971: 12). Ancak Hegel ile bağlı kalmamış hatta ondan tam bir kopuşu da gerçekleştirmiştir. Kısaca Marks bunları insani varoluşum açısından iki şekilde ele almaktadır

1. İnsanın cinsil yaşamı yani politik devlet
2. İnsanın maddi özel yaşamı yani sivil toplum (Marks, 1997: 18)

Devletin ortaya çıkışıyla sivil toplumun ortaya çıkışı, Marks bunları aynı tarihselliğin ürünü olarak görmektedir. Sivil toplum, somut ve egoist bireylerin, tikelliğin ve egoizmin alanıdır. Evrenselliği ise devlet temsil eder. Devletin görevi bu tekellikleri denetlemektir.

Marks, sivil toplum kavramını iki ayrı dönemde anlamlandırmış ve ele almıştır:

Birinci aşamada (dönemde) Marks, sivil toplum ile devlet arasındaki ilişkide sivil toplum sorununu bir nevi özgürlük sorunu olarak ele almıştır. Yani sivil toplumun siyasal olarak özgürleştirilmesi. Bu dönemin eseri *Yahudi Sorunu'dur* (1843). Burada Marks, Yahudilerin gıyabında tüm insanlığa yönelik olarak tüm insanlığın yalnızca din değil, siyasal ve ekonomik tüm bağlarından özgürleşmesi ana teması altında, özel Yahudi sorununu bir yandan sivil (burjuva) toplum içinde büründüğü maddi koşullanma ilişkisi içinde ele alırken, öte yandan da yabancılaşma sorununu ele almıştır.

Marks, *Yahudi Sorunu* isimli çalışmasını, özgürleşme sorunu altında, genç Hegelci Bruno Bauer'e karşı yazmıştır. Marks, Bauer ile girdiği tartışmada, yalnızca Yahudilerin değil tüm insanlığın dinsel ve siyasal bağlardan özgürleşmesi sorununu materyalist açıdan ele almıştır(Marks, 1997: 53). Yahudi Sorunu'nda Marks, Bruno Bauer'in *"Yahudilerin Yahudilikten kurtulmadıkça siyasal bakımdan özgürleşemeyeceği"* yönündeki tezini eleştirmiş ve siyasi özgürleşmenin insani özgürleşmeyi tam olarak getirmeyeceğini söylemiştir (Marks 1997: 28). O halde siyasal özgürleşmeden önce sivil toplum alanında bireylerin özgürleştirilmesi gereklidir. Yani yalnızca siyasal değil ekonomik ve toplumsal anlamda da bireylerin özgürleştirilmesi gereklidir.

Burada Marksizmin özgürlük anlayışının biraz daha irdelenmesi gerekmektedir. Hatırlanacağı üzere Liberalizmin özgürlük anlayışı, zor ve baskıdan nefret eden, birey odaklı, negatif özgürlük iken Marksizmin özgürlük anlayışı, bireyden öte kolektif odaklı, her türlü otoriteye yani özgürlüğe zarar veren baskı unsurlarına, ki bunlar arasında din ve devlet de vardır, karşı çıkan, bunları bertaraf etmek için müdahaleyi savunan pozitif özgürlüktür. Yani

Marks'ın pozitif bir özgürlük anlayışı vardır. Marks'a göre özgürlük sadece engellerin yokluğu değil, bu engellerin olmadığı yerde gerçekleştirilen bir pratiktir (Marks&Engels, 1992: 21-23)

Marksizmde özgürlük farklı boyutlarda ele alınarak işlenmiş ve içeriği tamamen değiştirilmiştir. Özgürlük birey odaklı olmaktan çıkıp birey yerine sınıf, tabaka gibi sosyal katmanlara ait bir özellik olarak görülmesi gerektiğinden bahisle, bunun şekli bir hak olmaktan çıkarılıp fiili bir nitelik kazanabilmesi için devletin etkin ve düzenleyici müdahalesinin gerekli olduğu savunulmuştur. Marks'a göre özgürlük, insanın temel ihtiyaçlarını karşıladıktan sonra gerçekleştirdiği etkinliktir. Bu yüzden Marks özgürlüğü yabancılaşma bağlamında ele alır.

Yabancılaşma, aslında iş bölümü sonucu ortaya çıkan olumsuz bir olgudur. Marksizme göre iş bölümü sınıf çatışmasının temelinde yatan olgudur. Sınıflar, devlet ve sınıf kavgaları iş bölümü ile başlamıştır. Bu yüzden iş bölümü özgürlüğe aykırı olup, yabancılaşmaya yol açtığı için kötüdür, kaldırılması gereklidir. Yabancılaşma iş bölümü ile üretim araçlarının, onunla üretimde bulunacak emekçinin mülkiyeti, yönetim ve denetiminden alınması ile başlar. Bunun sonucunda üreticinin üretim sürecinde vereceği kararlar elinden alınmış ve üretim araçlarına sahip olanlara verilmiş olur. Bu üretici insanı üretim heyecanından yoksun bırakır ve kendisini bir alet, araç gibi hissetmeye başlar. Bu koşullar altında ve duygularla ürettiği şeyler de ona soğuk, yabancı gelmeye başlar.

Yabancılaşma üç şekilde ortaya çıkar:

1. İnsanın doğa ile yabancılaşması
2. İnsanın diğer insanlarla yabancılaşması
3. İnsanın kendisi ile yabancılaşması

Bu üç durumda da insan, dostça durumunu kaybedip yapay, sevgisiz, tutsak, dolaylı, samimiyetten uzak, giderek düşmanca duygulara sahip olmaktadır.

Birey emeğine, kendi etkinliğine ve eylemine yabancılaşmışsa özgür değildir. O halde bireyi kendisine ve emeğine yabancılaştıran etkenler yok edilmeden özgürlük sağlanamaz. Bunun tek nedeni iş bölümü değildir, baskı da bireyi yabancılaşmaya sürükler. Bu baskı her türlü otoriteden gelebilir. Hatta dini otoriteden bile. Marks "din halkın afyonu"dur derken işte dini otoritenin verdiği zarara dikkat çekmektedir. "Yahudi Sorunu" isimli eserinde Marks Yahudiler üzerinden bütün dinleri "siyasal özgürleşmeyi engellediği" gerekçesiyle reddetmiştir. Dini, geleneksel kurumları hatta devleti de özgürleşmenin engeli gördüğü için son kertede reddetmiştir. İşte bu amaçla Marks bireylerin kendiliğinden değil de dışarıdan bir müdahaleyle, zor ve baskı ile özgürleştirilebileceğini iddia etmektedir.

Siyasal özgürleşme, Marks'a göre, artık halka yabancılaşmış devletin, hükümdar gücünün dayandığı eski toplumun (feodal toplum) çözülmesidir. Artık Marks'ta yeni tip devlet düşüncesi vardır. Çünkü siyasal bir içerik kazanmış olan sivil toplumun bu niteliği siyasal devrimle ortadan kalkacaktır. Marks'a göre feodalizmde sivil toplum doğrudan bir siyasal nitelik taşıyordu (Marks, 1997: 37-38). Böylece siyasal bir sivil toplum devrimle birlikte siyasal olmayan bir sivil topluma dönüşmektedir.

Sivil toplum, kendi içinde bağımsız ve yasalar karşısında eşit düzeye gelen bireylerden oluşan bir alana dönüşecektir. Siyasal devrim aslında sivil toplumun haklarını güvence altına aldığı için sivil toplumun devrimidir (Marks, 1997: 37). Bireylerin devletle olan ilişkisi dışlanma ve ayrışma sonucu ortaya çıkmaktadır. Siyasal devrim ile halk devletten ayrımlaştırılmıştır; yalıtılmıştır. Halktan ayrımlaştırılmış olduğunun belirtisi olan tüm katmanları, korporasyonları, loncaları ve ayrıcalıkları dağıtır. Siyasal devrim böylece sivil toplumun siyasal niteliğine son vermiş olmaktadır. Burjuva[2] devrimi sivil toplumun siyasileşmesine son vermiş; ekonomi-siyaset ayrımı getirmiş ve devletin artı-ürüne el koymasına engel olmuştur. Yani devlet ile sivil toplumu ayırmıştır. Sonuçta sivil toplum egoist, tikel çıkarları çatıştığı ve kendi içinde farklı çıkarların oluştuğu bir alandır(Marks, 1997: 39). Siyasi merkezileşme söz konusu değildir.

Sivil toplum siyaseten özgürleşince, feodal toplum egoist olan insanlar bütününe dönüşmektedir. Sivil toplumun üyesi olan bu gerçek (egoist) insan siyasal devletin dayanağını, ön koşulunu oluşturmaktadır (Marks, 1997: 39). Sivil topluma ve devletin sivil toplumdan ayrılmasına ilişkin sorunlara Marks, daha temel bir çelişki olan emek/sermaye çelişkisi açısından yaklaşmıştır. Mülksüzlük/mülkiyet antitezi emek/sermaye antitezi olarak kavranmıştır (Çubukcu, 1994: 64).

İkinci aşamada Marks'ta, ekonomi politiğe yöneliş ve sivil toplumun maddeci ve tarihsel şekilde açıklanması söz konusudur. Sivil toplum, devletle karşıtlığı olmadan, artı-emeğin sömürüsünün gerçekleştiği alandır ve sınıfsal olarak irdelenmesi söz konusudur. Burjuva düşüncesiyle toplum ekonomiye indirgenmişti; fakat Marks ile ekonomi tekrar toplumsallaşmıştır (Sunar, 1979: 198). Bu dönemin eserleri de *1844 El Yazmaları ve Alman İdeolojisi'*dir.

Marks'ta sivil toplum/devlet ilişkisi, iki terimin içsel olarak birbirine bağlı olduğu ve bu terimlerden ilkinin belirleyici (sivil toplum) olduğu diyalektik bir ilişkidir. Bu tahlil

[2] Burada burjuva sivil toplumun üyesi anlamındadır.

çerçevesinde sorunun çözümü, sivil toplumun köklü bir biçimde dönüştürülmesiyle ikiliğin kendisinin ortadan kaldırılmasından geçer(Savran, 1987: 182). Açıkça sivil toplum ele geçirilmesi gereken alandır. Sivil toplum, devleti toplum içinde eritme ereğine ulaşmada araç olarak ele alınmaktadır. Başka bir deyişle sivil toplum, çeşitli kurumların devlet karşısında güçlendirilmesi sonucunda devleti ve diğer toplumsal sınıfları içine alarak dönüşecek böylece hem devlet-burjuva toplumu ikiliği, hem de toplumsal sınıf farklılıkları ile birlikte devlet de ortadan kalkacaktır. Böylece komünist topluma ulaşılacaktır (San, 1994: 8).

Sivil toplumda kişiler araçsallaşmaktadır. İnsanlar birbirlerini araç olarak görmektedirler. Marks *1844 El Yazmaları'*nda buna değinmektedir (Marks, 1976: 233-234)[3]. Bu eserde, ekonomi politiğin eleştirisi kısmında, ekonomi politikçiler, toplumu sadece ekonomik ilişkilerin olduğu yani sırf meta ilişkilerinin oluşturduğu bir alana indirgenmiştir. Ekonomi politikçiler toplumu sivil toplum olarak ele almışlardır. Yani toplum ile sivil toplumu özdeşleştirmiştir. Ayrıca, insanların bir arada yaşadığı sınıfsız (komünal) toplum yoktur, demektedirler.

Toplumu sırf meta ilişkilerinin alanına indirgeyen ve **Metafetişizm** denen bu görüşe göre, insanlar arası ilişkilerin metalar arası ilişkilere dönüşmesi söz konusudur. Bu ayrım, kapitalizm ile kapitalizm öncesi üretim ilişkileri arasındaki farkın da en güzel belirtisidir (Savran, 1987: 191). Kapitalizm genelleşmiş meta üretimidir. Düşünceler bile meta haline gelmiş, insanlar bilgi satmaya başlamıştır; hatta sevgi ve erdem bile para yapmaktadır; satılmaktadır (Marks, 1976: 317). Kapitalizmin farkı, doğrudan üretici ile üretim araçları arasındaki köklü ayrılma sonucunda emek gücünün bir metaya dönüşmesinden kaynaklanmaktadır. Artık emek gücü devredilebilir bir özel mülk haline gelmektedir (Marks, 1976: 287).

Alman İdeolojisi (1845-1846) Marks'ta bir sıçrama aşamasıdır. Sivil toplum her dönemi ele alan bir kategori olarak ele alınmıştır. Kapitalizm öncesi dönemin maddi ilişkileri de ele alınmıştır. Başka bir ifadeyle, Marks kapitalizm öncesi toplumsal formasyonları kapsayacak bir biçimde genişletmiş ve sivil toplum hem tarihsel sürecin sonucunda yer alan belli bir aşamayı ifade etmekte hem de bu süreçte belli bir dönüşüm geçiren toplumsal tabanı içermektedir. Marks Alman İdeolojisi'nde maddeci tarih anlayışı üzerine şunları söylemektedir:

[3] Savran'a göre 1844'e kadar Marks sivil toplumu sanki bütün tarihsel dönemler için geçerli genel, soyut bir kavram gibi anlamış, ancak *1844 El Yazmaları* ve *Feuerbach Üzerine Tezler'*de sivil toplumu burjuva toplumunun ifadesi için kullanarak pekiştirmiştir (Savran, 1987: 185-186).

> İçinde bulunduğumuz aşamadan önceki bütün tarihsel aşamalarda mevcut üretici güçlerin koşullandırdığı ve buna karşılık kendisi de bu güçleri koşullandıran karşılıklı ilişki (intercorce) biçimi sivil toplumdur... Sivil toplumun öncülü ve esas temeli ... basit aile ve klanda denilen birleşik ailedir. Demek daha şimdiden anlaşılıyor ki, sivil toplum bütün tarihin gerçek ocağı, gerçek sahnesidir (Marks&Engels, 1992: 58).

Bu açıklamaya göre sivil toplum, bireylerin siyasal faaliyetleri dışındaki kişisel ve ekonomik ilişkilerinden maddi faaliyet alanına tekabül etmektedir.

Gramsci, *"Eğer bir sınıf hegemonya kurmak istiyorsa kendi özgül çıkarını o toplumun genel çıkarları olarak göstermesi gerekiyor"* diyerek hegemonya teorisini özetliyordu. Bu düşüncenin ilk nüvelerini Marks'ta görmekteyiz. Marks'a göre, ekonomik alanla siyasal alanın ayrılığı bağlamında burjuvazi sınıfsal egemenliğini, genel bir çıkarın oluşturulması biçiminde kurmaktadır. Bu çıkar iki anlama gelmektedir: İlk olarak, tekil sermayelerin kısmi çıkarlar karşısında bütün sermaye kesimlerinin ortak çıkarını devlet temsil etmektedir. Bu ortak çıkar ise burjuvazi toplumunun yeniden üretilmesidir. Bu anlamda devlet, tekil sermayelerin yeniden üretiminin toplumsal sermayenin yeniden üretimine tabi kılındığı bir ilişki biçimini ifade eder. İkinci olarak da devlet sivil toplumdan soyutlanmış olduğu için toplumun bütününü temsil ediyor gibi gözükür. Devletin bu ulusal niteliği, çatışan özel çıkarları bağrında taşıyan sivil toplumun atomize yapısıyla tam bir karşıtlık içindedir, Bu yüzden de devlet, bir evrensellik yanılsaması üretir. Bu yanılsama alanında, hem sivil toplum üyelerinin özel atomize çıkarları hem de burjuvazinin çeşitli kesimlerinin kısmi çıkarları "ulusal çıkar" soyutlaması biçiminde genelleşir. Burada sivil toplum, ekonomi alanıyla siyasal alan arasında köprü görevi görmektedir (Savran, 1987: 192-193). Yani sivil toplum, alt-yapı ile üst-yapı arasında bir momenttir. Burjuvazi kendini ulus olarak örgütlemekte, yani kendisini ulusun kurtarıcısı olarak sunmaktadır. Eğer burjuvazi bütün toplumun çıkarını savunduğu konusunda bir de ideoloji yaratabilirse burjuvazi sınıfı ayrıcalıklı olur (Marks, 1992: 106-107). Dolayısıyla sivil toplum denilen kavram sınıf toplumudur. Bu hakim sınıf diğerlerini tahakküm altına alır, baskı altında tutar.

Devlet, Marks'ta evrensel ve ulusal ihtiyaçlar doğrultusunda gelişen ve tüm toplumu aynı noktada buluşturan bir kurum olarak değil egemen sınıfın egemenliğini meşrulaştıran aracı bir kurum olarak gelişmiştir.

> Özel mülkiyetin ortaklaşa mülkiyetten kurtulması sonucunda devlet, sivil toplumun yanında ve onun dışında özel bir varlık kazanmıştır; ama bu devlet burjuvaların dışarda olduğu kadar içerde de mülkiyetlerini ve çıkarlarını karşılıklı olarak güvence altına almak üzere, zorunluluk yüzünden kendilerine seçtikleri örgütlenme biçiminden başka bir şey değildir (Marks, 1992: 107).

Bu anlamda devlet sivil toplumun metafiziksel boyutuna değil onun yansımasına işaret etmektedir. Devlet, sivil toplumu aşarak onu gölgelemez; tersine sivil toplumdaki mevcut ilişkilerin aynen devam etmesini sağlar. Özet olarak Marksizme göre devlet, ekonomik yapıya göre biçimlenen bir üst yapı kurumudur. Devlet üretim araçlarına sahip olan egemen sınıfın yönetimidir. Engels "sınıflar arası çatışmada ortaya çıkan ekonomik bakımdan en güçlü sınıfın yönetimidir" demektedir. Günümüz modern devleti ise burjuva sınıfının emrinde ve onun işlerini yöneten bir komiteden ibarettir.

O halde devlet sınıflı toplumun eseri olduğu için sınıfların bulunmadığı bir komünist düzene ulaşmak için yapılacak bir sosyalist devrimden sonra proleterya diktatörlüğü kurulacak ve bu dikta yönetimi sınıflı, eşitsizlikçi toplum (kapitalist toplum) kalıntılarını ortadan kaldırdıktan sonra komünist toplum aşamasında işlevsiz kalacak ve yavaş yavaş ortadan kalkacaktır. Bu sürece "siyasal bir devrim" ile ulaşılacaktır[4]. Sonuçta komünist toplum aşamasına geçilmiş olmaktadır. Bu toplum devletin, sınıfların, zorbalığın, kafa-kol işbölümünün, şehir-köy hayatı arasında farkın olmadığı, işlerin gönüllü kuruluşlarca yönetildiği bir bolluk ve özgürlük toplumu olacaktır. Bu toplumda yalnızca üretim araçları üzerinde değil tüketim malları üzerinde de ortak mülkiyet olacaktır. Böyle bir toplumda iş bölümü ve yabancılaşma ortadan kalkacaktır. "Herkesin yeteneğine ve ihtiyacına göre" ilkesi işletilecektir.

Sonuç

Gramsci, Althusser gibi birçok Marksist düşünür, sivil toplum kavramını Marks'ın ilk zamanlar kullandığını ve daha sonra da bu kavramı hiç kullanmadığını iddia etmektedirler. Ancak Marks'ın son dönem eserlerinde bu kavram sık sık kullanmıştır. Yahudi Sorunu, Alman İdeolojisi, Feuerbach Üzerine Tezler, 1844 El Yazmaları, 1859 Tarihli Önsöz ve 9. ve 10. Tezler'de sivil toplum kavramını kullanmıştır. Üstelik sivil toplum kavramını olumlu anlamda,

[4] Proleterya sınıfı bu sosyalist devrimi gerçekleştirecek olan sınıftır. Bu sınıf devrim sonrası "Proleterya Diktatörlüğü"nü kuracak ve komünist topluma geçiş için süreci başlatacaktır. Proleterya Diktatörlüğü'nün programında şunlar olacaktır: Toprak mülkiyetine son; miras hukukuna son; bankalar ve kredi kurumlarının devletleştirilmesi; haberleşme ve ulaşım araçlarının devletleştirilmesi; devletin endüstri ve tarım işletmeleri kurması ve yönetmesi; şehir ve köy hayatı arasındaki farkın ortadan kalkması; üretim araçlarının devletleştirilmesi; herkese zorunlu ve bedava eğitim; planlı ekonomi ve kalkınma ile ilgili üretim güçlerinin geliştirilmesi; son aşamada Proleterya Diktatörlüğü bu görevler tamamlanınca kendisini fesh etmesi ve devletin ortadan kalkıp devletsiz komünist topluma geçilmesi.

hegemonya mücadelesinin kazanılacağı alan olarak kullanmıştır. Bunun yanında Marks'ın sivil toplum kavramına ve siyaset sosyolojisine yapmış olduğu belli başlı katkılar şunlardır:

a. Sivil toplum ile devlet arasındaki ilişkilerde hangisinin belirleyici olduğunun belirlenmesidir. Sivil toplumun belirleyici rolünün tespit edilmesidir.

b. Sivil toplumun kendi içerisinde analizinin yapılmış olması: Sınıfsal kavramlar

c. Tarihsel maddecilik anlayışı tanımlara daha somut bir anlam kazandırmıştır.

d. Sivil toplumu bir bütün halinde ele almış ve kapitalizm öncesi toplumsal formasyonlar da sivil toplum kavramı içerisine dahil etmiştir.

Sonuç olarak Marksist kuram uygulama aşamasında başarısız olmuştur. Kuramı pratiğe dökme çabalarının insanlık tarihi bakımından dramatik sonuçları olmuştur. Müdahale ile bireyleri özgürleştirmeye çalışırken Proleterya diktatörlüğünün yöntemi zor, şiddet ve katliamlar olmuştur.

KAYNAKÇA

Atılgan, Gökhan ve Aytekin, Attila, **Siyaset Bilimi: Kavramlar, İdeolojiler, Disiplinler Arası İlişkiler,** Yordam Kitap, 2013, İstanbul.

Baradat, Leon P., **"Siyasal İdeolojiler Kökenleri ve Etkileri",** (Çev.: Abdurrahman Aydın), Siyasal kitabevi, 2012, Ankara.

Bobbio Norberto & Jacques Texier, **Gramsci ve Sivil Toplum** (Çev: Arda İpek & Kenan Somer), Say Yay, Ankara, 1982.

Duvarger Maurice, **Siyaset Sosyolojisi**, Çev.: Şirin tekeli, Varlık Yay, 1982, İstanbul.

Çubukçu, Aydın, "Sivil Toplum Kavramı Ve Gramsci", **Özgürlük Dünyası,** No: 165, 1994.

Lefebvre, Henry, **Karl Marx: Marxizme Giriş, Başlangıçtan Manifestoya** (Çev: Rasih Nuri İleri-Reşat Nuri Baraner), 2.Basım, Anadolu Yayınları, İstanbul, 1970.

Marks, Karl & Friedrich Engels, 1992, **Alman İdeolojisi** (Çev: Sevim Belli), Sol Yay, Ankara.

Marx, Karl, & F. Engels, **Sanat ve Edebiyat** (Çev: Murat Belge), De Yayınevi Yayınları, I.Baskı, ?, 1971, Ankara.

Marx, Karl, **1844 El Yazmaları (**Çev: Kenan Somer), Sol Yay., Ankara, 1976.

Marx, Karl, **Yahudi Sorunu (Derleme),** Sol Yayınları, Ankara, 1997.

San, Coşkun, "Demokratik Siyasal Kültür Ve İnsan Hakları", **İnsan Haklan Yıllığı**, Cilt: 16, 1994.

Sarıbay, Ali Yaşar, 1994, "Sivil Toplum-Devlet İlişkisi veya Demokrasinin Etiği", **Birikim** , Sayı: 59, Mart 1998.

Savran, Gülnur, **Sivil Toplum ve Ötesi: Rousseau, Hegel ve Marx,** Alan Yayınları, I. Baskı, İstanbul, 1987.

Stalin, Joseph, **Diyalektik ve Tarihsel Materyalizm**, Bilim ve Sosyalizm Yay, Ankara, 1989.

Sunar, İlkay, **Düşün ve Toplum,** Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara-1979.

Şenel, Alaaddin, **Kamu Hukuku ve Devlet Teorileri Ders Notları**, Siyasal Bilgiler Fakültesi Kütüphanesi, Ankara, 1974.

3rd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 28-30 June 2019, Lefkosa

The effect of motivational factors on entrepreneurship: Does uncertainty avoidance cultural value at the country level make a difference?

Izzet ATALAY
PhD Student, Eastern Mediterranean University, FBE
izzet.atalay@gmail.com

Prof. Dr. Cem TANOVA
Eastern Mediterranean University, FBE
cem.tanova@emu.edu.tr

ABSTRACT

Entrepreneurship is a key driver of economic growth. Although there is general agreement on its importance, there are a variety of opinions on what triggers and enhances entrepreneurial activity. This study analyzes three groups of motivational factors affecting entrepreneurship and perceptions of opportunity for entrepreneurs: social, cultural, and economic factors. Hence, this study employs factor analysis for the data from the "Global Entrepreneurship Monitor" (GEM) Project (GEM 2015-APS Global Individual Data). The objective of the study is to analyze the factors motivating entrepreneurs to start their own businesses in countries with high and low uncertainty avoidance. Entrepreneurship data from a total of 54 countries are analyzed and the uncertainty avoidance value for each country is taken from Hofstede (2011) and matched with the entrepreneurship data.
Keywords: Entrepreneurship, motivation, cultural values, economic growth, uncertainty avoidance.

1. Introduction

Recently, entrepreneurship and its effect on economies are widely recognized (Fisher, Maritz, & Lobo, 2014). Due to the benefits of entrepreneurship, policymakers and academics have concentrated on understanding more of entrepreneurship and the processes that influence it.

Early studies on the factors affecting the decision to start a new business concentrated on trait or personality characteristics of individuals (Brockhaus, 1980; 1982; McClelland, 1961). Some models about the entrepreneurial process were also developed that included behavioral and situational factors (Gartner, 1985; Van de Ven, Hudson, & Schroeder, 1984). Later, intention models (Bird, 1988; Boyd & Vozikis, 1994; Shapero, 1975; Shapero & Sokol, 1982) that concentrate on attitudes have been suggested to describe the entrepreneurship process better. As an example, Davidsson (1995) related personal variables including age, gender, education, indirect experience and experiences of change to different attitudes which had impact on conviction and entrepreneurial intentions.

An entrepreneur, who is self-employed and starts, organizes, manages, and assumes responsibility for a business, offers a personal challenge that many individuals prefer over being an employee working for someone else (Segal, Borgia, and Schoenfeld, 2005)

However, being an entrepreneur may also be seen as an unpleasant career selection where one is faced with everyday life and work situations full of increased uncertainty, barriers, failures, and frustrations related with the process of new firm creation (Campbell, 1992).

What is it about certain people that drives them to take on the risk, the uncertainty and the independent structure of business ownership?

The objective of this study is to analyze the entrepreneurial activity, taking into account some factors that affect entrepreneurial intentions, specifically, individual's perception of their skills,

the perceived opportunities and perceived confidence, subjective norms like social and cultural factors, entrepreneurial network and attitudes like fear of failure. The analysis is based on the dataset of 54 countries worldwide according to the uncertainty avoidance index scores participating in the Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Adults Population Survey (APS) 2015 study which were matched at the country level with the Uncertainty Avoidance scores from the Hofstede Insights (2018) study of national cultural values.

Entrepreneurs, according to GEM, are those adults that are active in developing a startup or currently running a young business that they own or partially own (Reijonen and Komppula, 2007; Hosseini, Dadfar, & Brege, 2018). In a general sense, an entrepreneurial experience consists of creating a new venture (whether workable or not), a small business which gives opportunity for employment (Lee & Wong, 2004).

Hence, this study aims to find out attitudes and intentions that influence the motivations of entrepreneurship due to opportunity or necessity in 54 countries based on GEM data. The study has three parts. In the first part we utilize the age and gender as control variables to see the influence on the entrepreneurial activity. In the second part we use some GEM data related to the variables socio-cultural factors, perceived opportunity, perceived confidence, entrepreneurial network, and fear of failure to find out the impact on the entrepreneurship. In the third part we compare the entrepreneurial activity – Total Entrepreneurial Activity (TEA) – in 54 countries with the uncertainty avoidance values.

2. Theoretical Background and Hypothesis Development

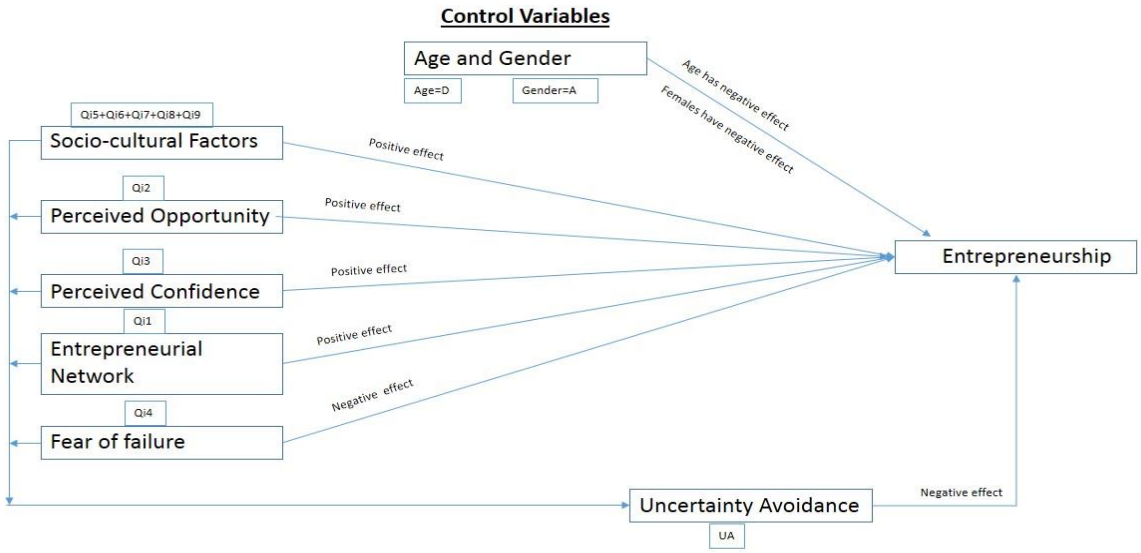


Figure 1: The Conceptual Model

Age

There is a debate whether "older or younger entrepreneurs have the greater advantage" (Connor, 2012, para. 1; see also Kautonen, Down, & Minniti, 2014; Lévesque & Minniti, 2006).Some authors argue that older people have earned human, social, and financial capital over the years, which is thought to be an advantage for starting a business (Rogoff, 2007; Singh & DeNoble, 2003; Weber & Schaper, 2004). However, others contend that older people may not be

interested enough to cope with the challenging effort of entrepreneurship (Blanchflower, Oswald, & Stutzer, 2001; Curran & Blackburn, 2001). These arguments can be combined into a lifespan view proposing that gains in human capital and losses in motivation are two opposite age-related forces which increase and decrease the possibility of entrepreneurship. Taking all these forces into consideration, researchers proposed that the relationship between age and entrepreneurship generates an inverted U-shape (Levesque & Minniti, 2011; Minola, Criaco, & Obschonka, 2016). Actually, it is found that the relationship between age and entrepreneurship is curvilinear with a maximum probability at the age of around 45 years (Kautonen et al., 2014; Reynolds, Bygrave, Autio, & Arenius, 2004).

Therefore, we can develop the following hypothesis.

Hypothesis 1: As the age increases probability of entrepreneurship decreases.

Gender

In order to understand the relationship of gender and entrepreneurship we need to understand the entrepreneurial self-efficacy. The entrepreneurial self-efficacy concept is obtained from the Social Learning Theory. Self-efficacy is rooted individuals' perception of their own skills and/or abilities and their competence to perform some tasks, and it reflects a person's confidence in his/her own ability to succeed in such tasks (Bandura, 1989; Kickul et al., 2008). The entrepreneurial self-efficacy can be explained as an individual's confidence in his or her ability to be successful in entrepreneurial roles and tasks (Chen et al.,1998). So, entrepreneurial self-efficacy effects options, desires, and effort, as well as determination when entrepreneurs face difficulties (Boyd and Vozikis, 1994), and it has a significant role in the intention development to establish and manage a new entrepreneurship (Kickul et al.,2008; Mueller and Dato-On, 2008). In this respect, the studies have shown that individuals with higher entrepreneurial self-efficacy head to show higher entrepreneurial intention (Chen et al., 1998; Kickulet al., 2008; Wang et al., 2002). A decade ago some researchers addressed the analysis of entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intention from a gender perspective (Kirkwood, 2009; Laviolette et al., 2012; Wilson et al., 2007; Zhao et al.,2005). Hence, some empirical proof suggests that a higher proportion of women than men reject to become entrepreneur and to be involved in entrepreneurial activities because they feel themselves as lacking the necessary abilities (Chen et al., 1998; Kickul et al., 2008; Wilson et al., 2007). Moreover, the main proposition of Social Feminist Theory (SFT), women may feel they are less effective than men in their business abilities because they are less likely to be socialized in business roles and to be challenged with expectations for starting a business (Kallebergand Leicht, 1991; Yordanova and Tarrazon, 2010). Furthermore, the different approach to opportunities and resources may result in women are disadvantaged regarding previous managerial experience and training and hence, women may perceive that they do not have the required abilities for entrepreneurship (Verheul et al., 2005; Yordanova and Tarrazon, 2010). Kickul et al. (2008) defined how self-efficacy is important in entrepreneurship as a professional career, and highlighted in their conclusions that women might be limiting their choices in career selection because of a feeling that they do not have necessary abilities they think for entrepreneurship. Wilson et al. (2007) also empirically proved that both female youngsters and MBA students showed lower rates of entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intention than their male counterparts.

From the above considerations, it is possible to formulate the following hypothesis.

Hypothesis 2: Females have less probability of becoming entrepreneurs compared to males.

Socio-cultural Factors

Academics have emphasized the importance of socio-cultural factors in the decision to create new businesses, arguing that entrepreneurship is placed in a social context (Aldrich and Zimmer, 1986).

Entrepreneurial differences are understood better by considering the social environment where the firm is created, because, apart from being an economic activity, entrepreneurship is a social fact (Berger, 1991; Shapero and Sokol, 1982; Steyaert, 2007). Although the economic conditions may explain some of the difference, any persuasive explanation must consider the social and cultural features of entrepreneurial activity (Drakopoulou Dodd and Anderson, 2007).

Defining and measuring how social and cultural factors influence individual behavior is obviously a challenge. Reynolds (1991) for example, proposed that the beginning point must be to take into account how each person participates in interpersonal groups for the major domains of life: family, work, political, religious, leisure or recreational, neighborhood and so forth. Similarly, it has been found that entrepreneurs have a wide range of casual contacts (Aldrich and Zimmer, 1986; Birley, 1985), proposing that a kind of trusted social linkages is an important requirement to developing an entrepreneurial idea (Shane, 2000), the decision 'to be an entrepreneur' (Reynolds, 1991), and for acquiring the resources to start a new business (Shane and Cable, 2002).

Many studies on entrepreneurship have utilized social network analysis to explain entrepreneurs' approach to resources that are not owned internally (Bowey and Easton, 2007; Casson and Della Giusta, 2007; Ostgaard and Birley, 1994). Thus, although entrepreneurs normally hold some of the resources required to create a business (e.g. ideas, knowledge and competence to run the business), in general they also need complementary resources which they get through their contacts (e.g. information, financial capital, labor) to produce and deliver their goods or services (Aldrich and Zimmer, 1986; Cooper et al., 1995; Greve and Salaff, 2003; Hansen, 1995; Ribeiro-Soriano and Urbano, 2009; Teece, 1987).

Some studies have emphasized the effect of cultural factors on entrepreneurship from different perspectives. Hayton et al. (2002), link culture and entrepreneurship to three broad flows of research. The first focuses on the effect of national culture on total measures of entrepreneurship such as national innovative output or new businesses created. The second flow addresses the unification between national culture and the characteristics of individual entrepreneurs. The third explores the effect of national culture on corporate entrepreneurship.

According to the above findings we can formulate the following hypothesis.

Hypothesis 3: Socio-cultural factors influence entrepreneurship choice.

> ***Hypothesis 3a: Society's desire for equality will reduce entrepreneurship probability***
>
> ***Hypothesis 3b: Society's perception of entrepreneurship as desirable will increase entrepreneurship probability***
>
> ***Hypothesis 3c: Society's positive perception of successful entrepreneurs will increase entrepreneurship probability***
>
> ***Hypothesis 3d: Media's positive coverage of entrepreneurs will increase entrepreneurship probability***
>
> ***Hypothesis 3d: Ease of starting a business will increase entrepreneurship probability***

Perceived Opportunity

Having the ability to recognize opportunities is a prime factor in the entrepreneurial activities (Ozgen and Baron, 2007). Several studies in the entrepreneurship field have revealed that the ability to recognize opportunities increases the probability of people becoming entrepreneurs (Baron and Ensley, 2006; Casson and Wadeson, 2007; Clarysse et al., 2011). Recognizing an opportunity to establish a business is a cognitive process, and only certain individuals have this ability. Such people are often strongly determined to create new businesses (Ozgen and Baron, 2007).

Therefore, we can develop the following hypothesis.

Hypothesis 4: As the perceived opportunity increases probability of entrepreneurship increases as well.

Perceived Confidence

Confidence notions come in three forms: in one's abilities; in the future and in general knowledge (Griffin and Varey, 1996; Hayward et al., 2006). The evidence for confidence gained in the test results on general knowledge is unknown that is related to entrepreneurs' tend to start a new business. Generally, these questions have been designed to find out one's fitting level in confidence, instead of to predict behavior (Lichtenstein et al., 1982). In addition, there is some evidence that extreme confidence of entrepreneurs in the future probably harm their ability in obtaining important resources, as it can express the impression of arrogance and lack of commitment (see Hayward et al., 2006). Therefore, we concentrate on confidence in abilities of a person which is very close to self-efficacy, also defined as 'beliefs in one's capabilities to mobilize the motivation, cognitive resources, and courses of action needed to meet given situation demands' (Wood and Bandura, 1989: 408).

How does increased confidence bear positive emotions? First, when confidence increases it is believed that actors can present a desired future, raising a feeling of expectation, excitement and aspiration, between other forms of interest and motivation (Seligman and Csikszentmihalyi, 2000). Furthermore, increased confidence can increase one's senses of safety and security. Fredrickson (1998) investigated specific emotions which are clear in a setting where an individual feels safe and secure. As a result, when confidence increases excitement, expectation, and aspiration, and also decreases feelings of uncertainty and uneasiness, entrepreneurs with increased confidence in their concentrated entrepreneurial activities are also likely to have stronger positive emotions towards their businesses and their abilities and, successively, this yields emotional flexibility through a number of mechanisms.

The following hypothesis is possible to develop.

Hypothesis 5: As the perceived confidence increases probability of entrepreneurship increases as well.

Entrepreneurial Network

One important explanation for start-up success has clearly referred to network theory and examined the personal networks of entrepreneurs and their effect on start-up performance (Birley 1985, Aldrich, Rosen and Woodward 1987, Johannisson 1988). This research line will be called as the 'network success hypothesis' of entrepreneurship theory (Brüderl and Preisendörfer, 1998: 213). The network success hypothesis expresses that founders can gain

access to resources more cheaply by using their network contacts than by using market transactions, and that they can even obtain resources from the network that would not be available via market transaction at all. 'In summary, entrepreneurs can increase their span of action through their personal networks and gain access at a limited cost to resources otherwise unavailable' (Dubini and Aldrich 1991: 308).

According to the above explanations the following hypothesis can be developed.

Hypothesis 6: As the entrepreneurial network increases probability of entrepreneurship increases as well.

Fear of Failure

The academic literature has shown that entrepreneurs must be capable of counteracting risky situations, and the existence of a specific degree of fear of failure can affect entrepreneurial desires and the entrepreneurial activity level (Arano et al., 2010; Langowitz and Minniti, 2007;Minniti, 2009). Minniti (2009: 50) argues that ''since most individuals are risk adverse and since the perceived fear of failure is an important component of the risk attached to starting a new business, a reduced perception of the likelihood of failure should increase the probability that an individual will start a new business.''

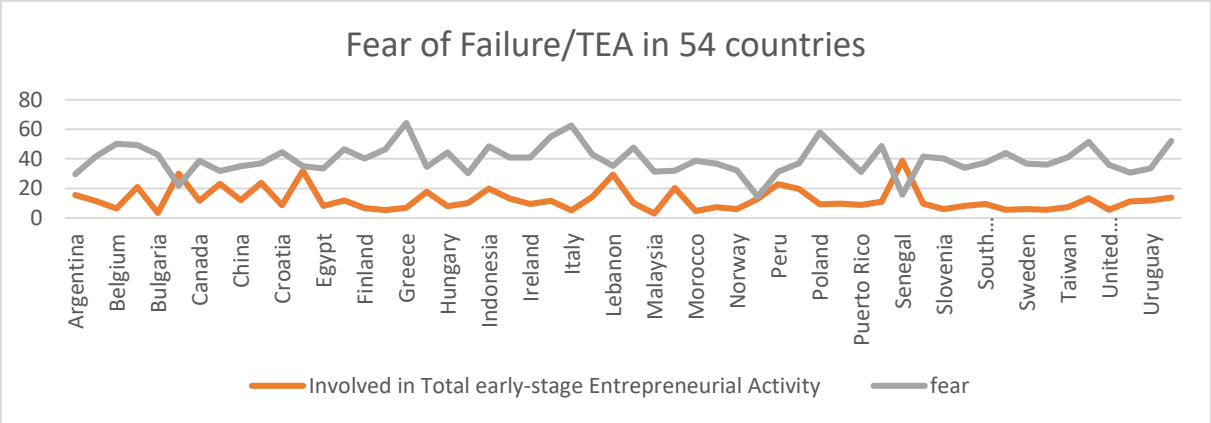


Figure 2: Fear of failure vs ratio of individuals that are in an entrepreneurial activity

The studies of Caliendo et al. (2009), Zhao et al. (2010) and Shinnar et al.(2012) indicated that entrepreneurial intention is positively related to risk tolerance which means disliking risk decreases probability of individuals' becoming self-employed. Figure 2 shows how the ratio of entrepreneurs move in relation to ratio of those that fear failure by countries. In countries such as Italy, Greece and Poland we see high levels of fear of failure and also low levels of entrepreneurship.

So, we can develop the following hypothesis.

Hypothesis 7: As the fear of failure increases probability of entrepreneurship decreases.

Uncertainty Avoidance

Uncertainty avoidance refers to the degree to which the members of a society are uncomfortable with or threatened by uncertain, ambiguous, or unstructured situations. In countries that score high on uncertainty avoidance, individuals are more likely to have an increased level of anxiety and stress when faced with such situations (Hofstede, 1980).

Uncertainty avoidance is a cultural characteristic which is strongly related with individual attitudes towards risk and uncertainty. According to Hofstede (2001:146), uncertainty avoidance is associated with the extent to which societies tolerate ambiguity. When the members of a culture feel threatened by uncertain or unknown situations, that culture is described by high uncertainty avoidance. People in these cultures "look for structure in their organizations, institutions and relationships, which makes events clearly interpretable and predictable" (Hofstede 2001:148). In countries with lower uncertainty avoidance, "not only familiar but also unfamiliar risks are accepted, such as changing jobs and starting activities for which there are no rules." Hence, low uncertainty avoidance means "willingness to enter into unknown ventures" (Hofstede 2001: 164). So, countries with high uncertainty avoidance will decrease individuals tending to entrepreneurship because they expect lower entrepreneurial income and a higher discount for perceived risks. Whereas, countries with low uncertainty avoidance will have more individuals with entrepreneurial values who add a higher utility to the rewards of self-employment.

From the above findings it is possible to formulate the following hypothesis.

Hypothesis 8: As the uncertainty avoidance increases probability of entrepreneurship decreases.

3. Methodology

Sample

The study uses the data from the Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2015 research project. The GEM data are based on three sources of information: a survey of the population of 18-64 year olds termed the Adult Population Survey (APS); a survey of a representative sample of experts in nine entrepreneurial framework conditions; and a wide range of secondary variables. For this study, information was obtained from the first of these sources, the survey of the working age population (Camelo-Ordaz, Diánez-González, & Ruiz-Navarro, 2016).

The GEM project is currently the most relevant study on entrepreneurial activity worldwide, developed as joint research between two universities, the London Business School (UK) and Babson College (USA), to facilitate cross-national comparisons on the level of national entrepreneurial activity, estimate the role of entrepreneurial activity in national economic growth, determine the factors that account for national differences in the level of entrepreneurship and facilitate policies that may be effective in increasing entrepreneurship.

Measures

Dependent variable

In this study we use total entrepreneurial activity (TEA) as the dependent variable. TEA is the best-known indicator of the GEM Project, which defines entrepreneurs as adults in the process of setting up a business they will (partly) own and/or currently owning and managing an operating a young business (up to 3.5 years old). Fifty four countries were included in the final sample.

Independent variables

Five groups of independent variables are considered in this study. The first group is the socio-cultural factors which consist of the society's values on the following issues: equal standard of life for all, entrepreneurship as a desirable career, positive view of entrepreneurial success,

coverage of entrepreneurship, ease of starting a business. The second group is the , entrepreneurial network which was measured by whether the respondent knows an entrepreneur that started a business. The third group is the perceived opportunity. The fourth group is the perceived confidence and the last group is the fear of failure.

Control variables

Recent studies have shown the importance of sociodemographic factors (Arenius and Minniti 2005; Langowitz and Minniti 2007) and the development level in countries in describing entrepreneurial behavior. Therefore, we have included two control variables (gender and age) to confirm that the results were not unjustifiably influenced by such factors.

• Gender. Results of previous studies have demonstrated that female participation rates in entrepreneurship are significantly lower than the rates for men (Arenius and Minniti 2005; Langowitz and Minniti 2007), and men have been indicated to be more likely to start a business than women (Blanchflower 2004).

• Age. Empirical analysis indicates the existence of an inverted U-shaped relationship between age and entrepreneurial activity (Evans and Leighton, 1989; Levesque and Minniti 2006). Thus, we included age and age-squared variables to verify the inverted U-shaped relationship.

4. Findings and Discussion

Analysis

Given the binary nature of the dependent variable, we analyzed the influence of institutional dimensions on entrepreneurial activity through models for binary response which is known as probability models. Like regression analysis, logistic regression models for binary response extend the principles of generalized linear models to better treat the case of dichotomous dependent variables. As a matter of fact, models for binary response are extensions of the standard log-linear model and permit the study of a mixture of categorical and continuous independent variables with respect to a categorical dependent variable. The binominal logistic regression estimates the probability of an event happening. The binominal logic model assumes that the decision of the i individual depends on an unobservable utility index Ui (also known as a latent variable), which is determined by one or more explanatory variables in such a way that the larger the value of the index Ui, the greater the probability of the dependent variable taking the value of one (Urbano & Alvarez, 2014). Hence, we express the index Ui as:

$$U_i = P(E_i = 1)$$
$$= \delta Z_i + \beta X_i + \alpha U_i + \mu_i$$

where Z_i collects information related to the socio-cultural factors, the perceived opportunity, the perceived confidence, the entrepreneurial network, and the fear of failure, at the country level; X_i collects individuals (gender and age); U_i has the information related to the uncertainty avoidance points for 54 countries; μ_i is random disturbance.

Table 1: Correlation matrix

	Variable	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	Gender (Men=1, Women=2)	1	.017**	.015**	-.005	-.002	.003	-.041**	-.067**	-.043**	-.124**	.073**
2	Age		1	.007*	-.015**	-.002	.025**	-.006*	-.116**	-.058**	-.032**	-.023**
3	Society wants equal standard of life			1	.147**	.099**	.082**	.029**	-.006*	.012**	0.005	.066**
4	Society sees entrepreneurship is seen as desirable				1	.222**	.173**	.093**	.034**	.120**	.061**	.014**
5	Society views successful entrepreneurs positively					1	.189**	.066**	.037**	.109**	.026**	.058**
6	Media covers successful entrepreneurs						1	.125**	.065**	.147**	.073**	0
7	Ease of starting a business							1	.098**	.191**	.165**	-.055**
8	Knows an entrepreneur that started a business								1	.225**	.252**	-.033**
9	Sees opportunities									1	.207**	-.080**
10	Believes that has the skills and knowledge to start a business										1	-.144**
11	Has fear of failure											1

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

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Table 1 reports the results of the correlation analysis. With regard to the possible existence of collinearity among the variables, Table 1 shows that the values of the significant correlations are not high enough to justify concern. Moreover, the analysis of the variance inflation factor (VIF) reveals that there are no multicollinearity problems because the VIF of all research variables was below the VIF of 10 that Kennedy suggested as a warning of 'harmful collinearity' (Kennedy, 1992: 183).

Table 2: Logistic regression analysis showing factors influencing whether an individual will be an entrepreneur

	Model 1			Model 2			Model 3		
Variables	Beta	p	Odds ratio	Beta	p	Odds ratio	Beta		Odds ratio
Gender (Men=1, Women=2)	-0.279	0.000	0.756	-0.270	0.000	0.764	-0.090	0.000	0.914
65-120 (Reference)		0.000			0.000			0.000	
18-34	1.530	0.000	4.620	1.614	0.000	5.022	1.349	0.000	3.853
35-54	1.435	0.000	4.200	1.527	0.000	4.605	1.227	0.000	3.411
55-64	0.786	0.000	2.194	0.872	0.000	2.392	0.706	0.000	2.026
Society wants equal standard of life				-0.080	0.000	0.924	-0.060	0.009	0.941
Society sees entrepreneurship is seen as desirable				0.201	0.000	1.223	0.075	0.002	1.078
Society views successful entrepreneurs positively				0.159	0.000	1.173	0.073	0.003	1.076
Media covers successful entrepreneurs				0.261	0.000	1.298	0.086	0.000	1.089
Ease of starting a business				0.470	0.000	1.600	0.197	0.000	1.217
Knows an entrepreneur that started a business							0.735	0.000	2.085
Sees opportunities							0.614	0	1.848

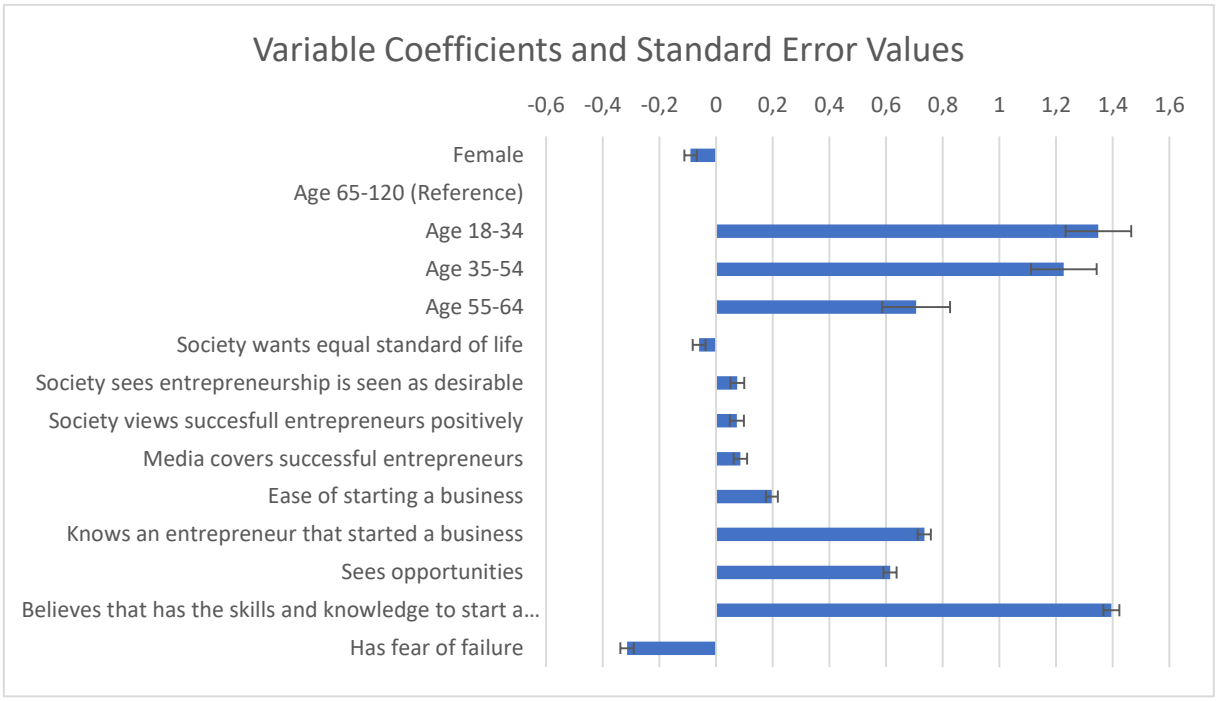
Believes that has the skills and knowledge to start a business						1.395	0.000	4.034
Has fear of failure						-0.314	0.000	0.730
Model X^2 & DF	888.193	4		2033.888	9	9196.842	13	
Block X^2 & DF	888.193	4		1145.696	5	7162.953	4	
Cox & Snell R^2	0.011			0.024		0.104		
Nagelkerke R^2	0.020			0.045		0.193		

Three binomial logistic regressions were constructed to analyze the influence whether an individual will be an entrepreneur or not. With respect to the control variables, results of Models 1, 2 and 3 show the negative influence of gender on entrepreneurship (Model 1: $\beta = -0.279$; $p < 0.001$; Model 2: $\beta = -0.270$; $p < 0.001$; Model 3: $\beta = -0.090$; $p < 0.001$). The likelihood of a woman choosing entrepreneurship is 24.4% less than a man. According to the previous empirical research (Arenius and Minniti 2005: 234), being a man increases the probability of becoming an entrepreneur.

However, knowing age and entrepreneurship are positively correlated in all the models (Model 1: $\beta = 1.530$, 1.435, and 0.786; $p < 0.001$; Model 2: $\beta = 1.614$, 1.527, and 0.872; $p < 0.001$; Model 3: $\beta = 1.349$, 1.227, and 0.706; $p < 0.001$). When we look at the age groups to see the effect on entrepreneurship we see that ages are divided into 18-34, 35-54, 55-64, and 65-120. As we are conducting logistic regression we take age group 65-120 as the reference point we see that entrepreneurs in 18-34 and 35-54 age groups have more than four times positive influence on entrepreneurship compared to age group 65-120. The effect of age group 55-64 is almost half of the younger age groups. According to the research done by Levesque and Minniti (2006), the relationship between age and the likelihood of becoming an entrepreneur peaks at a relatively early age and decreases thereafter.

When we check the socio-cultural factors we find that Models 2 and 3 show positive influence of socio-cultural factors on entrepreneurship (Model 2: $\beta = 0.201$, 0.159, 0.261, and 0.470; $p > 0.01$; Model 3: $\beta = 0.075$, 0.073, 0.086, and 0.197; $p > 0.01$). Only one socio-cultural factor (Sociey wants equal standard of life) has negative influence on entrepreneurship (Model 2: $\beta = -0.080$; $p < 0.001$; Model 3: $\beta = -0.060$; $p < 0.001$)

In the motivational factors, perceived of opportunity shows positive influence on entrepreneurship (Model 3: $\beta = 0.614$; $p>0.1$), perceived confidence shows positive influence on entrepreneurship (Model 3: $\beta = 1.395$; $p > 0.1$), entrepreneurial network shows positive influence on entrepreneurship (Model 3: $\beta = 0.735$; $p > 0.1$). Whereas, fear of failure shows negative influence on entrepreneurship (Model 3: $\beta = -0.314$; $p < 0.1$). We find that if an individual knows an entrepreneur that started a business and/or sees opportunities in the society, this will influence the individual a lot almost by 200% to become an entrepreneur. When an individual believes that he/she has the skills and knowledge to start a business in the country then the probability to become an entrepreneur is almost four times higher. Lastly, when an individual has fear of failure in starting a business the probability to become an entrepreneur is 27% (i.e. decreases the intention by 73%).



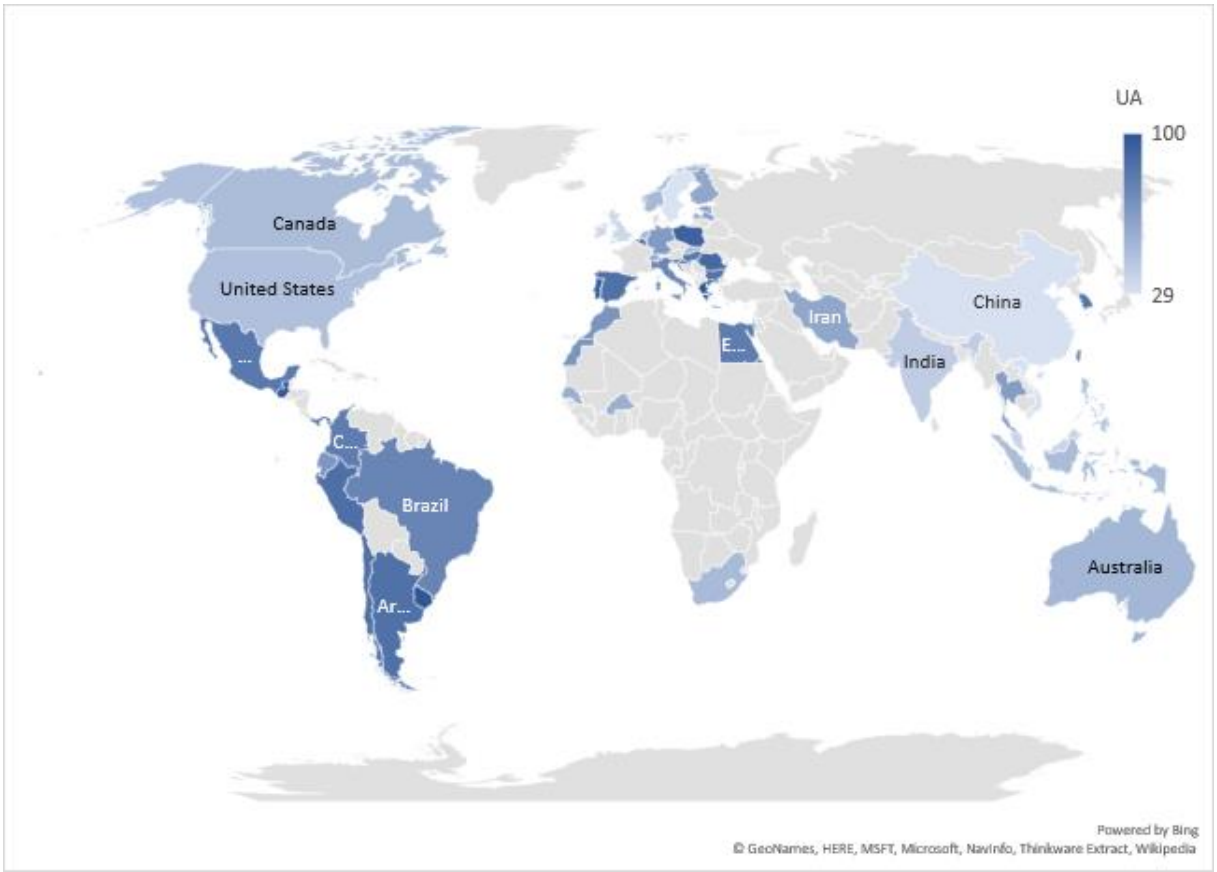


Figure 3. Uncertainty Avoidance Index in 54 countries.

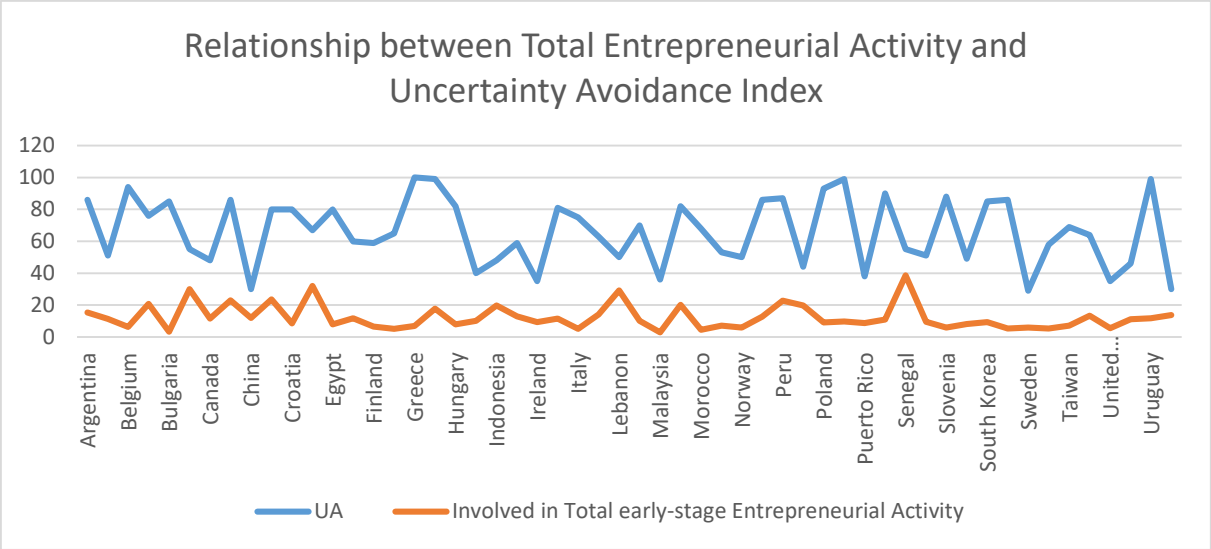


Figure 4. Relationship between TEA and UAI between 54 countries.

As we can see in Figures 3 and 4, there is an inverse relationship between Total Entrepreneurial Activity and Uncertainty Avoidance. TEA evaluates the rate of nascent entrepreneurs and young enterprises for a range of countries. According to Hofstede (1984) UAI is the degree to which people feel threatened by ambiguous situations, and have created beliefs and institutions that try to avoid these. Wennekerset. al. (2005) define the rate of nascent entrepreneurship as the number of people actively involved in attempting to start a new business. As it can be seen in the above figure that in many countries almost 50%, this may not be true, such as United Kingdom, Chile, Australia, China, Colombia, Guatemala, Indonesia, Iran, Ireland, Israel, Malaysia, Mexico, Morocco, Norway, Panama, Peru, Puerto Rico, Romania, Slovakia, South Korea, Taiwan, United States, and Uruguay. The question is why some countries encourage entrepreneurship more than others. To answer this question, researchers have disposed to use either cultural or institutional perspective or both (Nyguen et al., 2009). In other studies, the similar relationship has been investigated and found negative relationship between uncertainty avoidance and entrepreneurial activity in developed countries. Valdez et al. (2011) have hypothesized linkages between uncertainty avoidance and opportunistic entrepreneurial behavior (TEAopp). They found negative correlation between uncertainty avoidance and opportunistic entrepreneurship.

5. Conclusion and Recommendations

We have used GEM 2015 APS data for 54 countries (Urbano & Alvarez, 2014) that have the uncertainty avoidance indexes from the Hofstede Insights (Hofstede Insights, 2018). We examined the factors we have proposed in our conceptual model to see the influence on the individuals whether to become entrepreneur or not. We have used binary logistic regression analysis in three parts. First we analyzed the control variables (Arenius and Minniti, 2005), gender, age, and education and found that as the number of women increases in starting business, it has negative effect on the entrepreneurship. In fact, women often exhibit a lack of prior experience, training, business experience and social capital if they are compared with men (Ettl and Welter, 2010; Verheul and Thurik, 2001). Individuals with ages between 18-34 and 35-54 are very much desired to become entrepreneurs (Levesque and Minniti, 2006). As the

age increases individuals are less likely to become entrepreneurs. Individuals having university undergraduate education levels are more likely to become entrepreneurs.

In the second part we analyzed the independent variables to see the effects on the dependent variable (entrepreneurship). We have found that socio-cultural factors, entrepreneurial network, perceived opportunity, and perceived confidence have positive influence on individuals to become entrepreneurs. Last independent variable fear of failure has negative influence on individuals for entrepreneurship. Therefore, all the eight hypotheses are supported.

In the third part, we have compared the Total Entrepreneurial Activity (TEA) values and the uncertainty avoidance indexes (UAI) of 54 countries, and found that with few exceptions, countries with low UAI have high entrepreneurial activities. Low UAI societies such as Sweden, maintain a more relaxed attitude where practice is considered more than principles and deviation from the norm is more easily tolerated. In societies showing low UAI, people believe there should be no more rules but only whenever needed and if they are uncertain or do not work they must be abandoned or changed. Countries demonstrating high UAI such as Greece, Portugal etc. maintain rigid codes of belief and behavior and are intolerant of unusual behavior and ideas. In these cultures there is an emotional need for rules (even if the rules never seem to work) time is money, people have an inner urge to be busy and work hard, precision and punctuality are the norm, innovation may be resisted, security is an important element in individual motivation (Hofstede Insights, 2018).

Since our results show that women are less likely to start a business compared to men, this indicates governments need to develop policies that encourage and support women in order to increase the participation of women in entrepreneurship. The reluctance of women to become entrepreneurs compared to men is probably due to the gender roles that inhibit women's networks and their confidence placed by the male dominated societies. This means that governments should support programs to encourage women to become entrepreneurs.

Programs are also needed to encourage older individuals to become entrepreneurs. The social and intellectual capital that is gained with age can contribute to success of startups. However, there are many obstacles social and personal that inhibit individuals to establish a new business as they get older. The fact that many societies have an aging population means that measures are necessary to keep the older generations in the creation of new businesses. We see some examples of programs to prevent discrimination of older individuals in employment. There are also programs to encourage entrepreneurship for young people. However, programs to support older individuals in entrepreneurship are lacking and are needed.

Based on our findings that confidence, entrepreneurial network, perceived opportunity influence entrepreneurship positively, we can conclude that the programs to encourage and support women and older individuals in entrepreneurship should not only focus on improving skills and knowledge but also in developing the entrepreneurial network.

REFERENCES

Aldrich H. E., and Zimmer C (1986) Entrepreneurship through social networks. In: Sexton D and Smilor R (eds) *The Art and Science of Entrepreneurship*. New York: Ballinger, 3–23.

Aldrich, H. E., Rosen, B. and Woodward, W., (1987). The impact of social networks on business foundings and profit: a longitudinal study, in Churchill, N. C., Homaday, J. A.,

Kirchhoff, B. A., Krasner, O. J. and Vesper, K. H. (eds), Frontiers of Entrepreneurship Research (Wellesley, MA: Babson College) pp. 154–168.

Arano, K., Parker, C., and Terry, R., (2010). Gender-based risk aversionand retirement asset allocation. *Economic Inquiry,* 48 (1), 147---155.

Arenius, P., and Minniti, M. (2005). Perceptual variables and nascent entrepreneurship. *Small Business Economics*, 24(3), 233–247.

Bandura, A., (1989). Regulation of cognitive processes throughperceived self-efficacy. *Development Psychology,* 25 (5), 729---735.

Baron, R.A., and Ensley, M.D., (2006). Opportunity recognition as the detection of meaningful patterns: Evidence from comparisons of novice and experienced entrepreneurs. *Management Science,* 52 (9),1331---1344.

Berger B., (1991). *The Culture of Entrepreneurship*. San Francisco: ICS Press.

Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of Management Review*, 13(3), 442–453.

Birley, S., (1985). The role of networks in the entrepreneurial process, *Journal of Business Venturing*, 1: 107–117.

Bowey, J. L. and Easton, G., (2007). Entrepreneurial social capital unplugged. *International Small Business Journal* 25(3): 273–306.

Boyd, N.G. and Vozikis, G.S. (1994). The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(4), 63–77.

Brockhaus, R.H. (1980). Risk-taking propensity of entrepreneurs. *Academy of Management Journal*, 23(3), 509–520.

Brockhaus, R.H. (1982). The psychology of the entrepreneur. In C. Kent, D. Sexton, & K. Vesper (eds.), The Encyclopaedia of Entrepreneurship, 39–56. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Brüderl, J. and Preisendörfer, P., (1998). Network support and the success of newly founded businesses, *Small Business Economics,* 10: 213–225.

Caliendo, M., Fossen, F.M., and Krikos, A.S., (2009). Risk attitudes of nascent entrepreneurs -- new evidence from an experimentally validated survey. *Small Business Economics,* 32 (2), 153---167.

Camelo-Ordaz, C., Diánez-González, J. P., and Ruiz-Navarro, J. (2016). The influence of gender on entrepreneurial intention: The mediating role of perceptual factors. *BRQ Business Research Quarterly*, *19*(4), 261–277. https://doi.org/10.1016/j.brq.2016.03.001

Campbell, C.A. (1992). A Decision Theory Model for Entrepreneurial Acts, *Entrepreneurship*

Theory & Practice, Fall, 21-27.

Casson, M., and Della Giusta, M., (2007). Entrepreneurship and social capital: Analysing the impact of social networks on entrepreneurial activity from a rational action perspective. *International Small Business Journal* 25(3): 220–244.

Casson, M., and Wadeson, N., (2007). The discovery of opportunities: Extending the economic theory of the entrepreneur. *Small Business Economics*, 28, 285---300.

Chen, C.C., Greene, P.G., and Crick, A., (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*, 3, 295---316.

Clarysse, B., Tartari, V., and Salter, A., (2011). The impact of entrepreneurial capacity, experience and organizational sup-port on academic entrepreneurship. *Resource Policy* 40 (8),1084---1093.

Conner, M., and Sparks, P., (2005). Theory of planned behaviour and health behaviour. *Predicting health behaviour*, 2(1), 121-162.

Connor, C., (2012). *Do older or younger entrepreneurs have the greater advantage? Forbes*. Retrieved from https://www.forbes.com/sites/cherylsnappconner/(2012)/09/03/do-older-oryounger-entrepreneurs-have-the-greater-advantage/

Cooper, A. C., Folta, T. B., and Woo, C., (1995). Entrepreneurial information search. *Journal of Business Venturing* 10(2): 107–120.

Davidsson, P. (1995). *Determinants of entrepreneurial intentions*. Paper presented for the RENT IX Workshop. November 23–24, Piacenza, Italy.

Drakopoulou Dodd SD and Anderson AR (2007) Mumpsimus and the mything of the individualist entrepreneur. *International Small Business Journal* 25(4): 341–360.

Dubini, P. and Aldrich, H. E., (1991). Personal and extended networks are central to the entrepreneurial process, *Journal of Business Venturing*, 6: 305–313.

Ettl, K., and Welter, F., (2010). Gender, context and entrepreneurial learn-ing. *International Journal of Gender Entrepreneurship* 2 (2), 108---129.

Fini, R., Grimaldi, R., Marzocchi, G.L. and Sobrero, M., (2009). *The foundation of entrepreneurial intention*. In Summer Conference.

Fisher, R., Maritz, A., and Lobo, A. ((2014)). Evaluating entrepreneurs' perception of success. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 20(5), 478–492. https://doi.org/10.1108/ijebr-10-20130157.

Fredrickson, B.L., (1998). What good are positive emotions? *Review of General Psychology*, 2, 300–319.

Gartner, W.B. (1985). A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of Management Review*, 10(4), 696–706.

Gielnik, M. M., Zacher, H., and Wang, M. (2018). Age in the entrepreneurial process: The role of future time perspective and prior entrepreneurial experience. *Journal of Applied Psychology, 103*(10), 1067–1085. https://doi.org/10.1037/apl0000322

Kautonen, T., Down, S., and Minniti, M., (2014). Ageing and entrepreneurial preferences. *Small Business Economics*, 42, 579-594. doi:10.1007/s11187-013-9489-5

Kennedy, P., 1992. A Guide to Econometrics. MIT Cambridge Press, MA.

Kickul, J., Wilson, F., Marlino, D., and Barbosa, S.D., (2008). Are mis-alignments of perceptions and self-efficacy causing gender gapsin entrepreneurial intention among our nation's teens? *Journal of Small Business and Enterprise Development* 5 (2), 321---335.

Kirkwood, J., (2009). Is a lack of self-confidence hindering womenentrepreneurs? *International Journal of Gender and Entrepreneurship* 1 (2), 118---133.

Kourilsky, M.L. and Walstad, B., (1998). Entrepreneurship and female youth: Knowledge , attitudes, gender differences and educational practices. *Journal of business venturing*, 13 (1), 77 88.

Langowitz, N., and Minniti, M., (2007). The entrepreneurial propensity ofwomen. *Entrepreneurship Theory and Practice* 31 (3), 341---364.

Laviolette, E.M., Lefebvre, M.R., and Brunel, O., (2012). The impact ofstory bound entrepreneurial role models on self-efficacy andentrepreneurial intention. *International Journal of Entrepreneurship Behavior and Research* 18 (6),720---742.

Lévesque, M., and Minniti, M., (2006). The effect of aging on entrepreneurial behavior. *Journal of Business Venturing*, 21, 177-194. doi:10.1016/j.jbusvent.2005.04.003

Lichtenstein, S., Fischoff, B., and Phillips, L., (1982). Calibration and probability: the state of the art to 1980. In: Kahnmenan, D., Slovic, P., Tversky, A. (Eds.), *Judgment Under Uncertainty: Heuristics and Biases*. Cambridge University Press, Cambridge, U.K., pp. 306–334.

McClelland, D.C. (1961). *The Achieving Society*. New York: Van Nostrand

Minniti, M., (2009). Gender issues in entrepreneurship. *Foundations and Trends in Entrepreneurship* 5 (7---8), 497---621.

Mueller, S.L., and Dato-On, M.C., (2008). Gender-role orientation as adeterminant of entrepreneurial self-efficacy. *Journal of Developmental Entrepreneurship* 13(1), 3---20.

Ostgaard, T. A., and Birley, S., (1994). Personal networks and firm competitive strategy – A strategic or coincidental match? *Journal of Business Venturing* 9: 281–305.

Ozgen, E., and Baron, R.A., (2007). Social sources of informationin opportunity recognition: effects of mentors, industrynetworks, and professional forums. *Journal of Business Venturing* 22 (2),174---192.

Reijonen, H., and Komppula, R. (2007). Perception of success and its effect on small firm performance. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 14(4), 689–701. https://doi.org/10.1108 /14626000710832776.

Reynolds, P., (1991). Sociology and entrepreneurship: Concepts and contributions. *Entrepreneurship Theory and Practice* 16(2): 47–70.

Reynolds, P.D., Gartner, W.B., Greene, P.G., Cox, L.W. and Carter, M., (2002). The entrepreneur next door: *Characteristics of individual s starting companies in America*. An executive summary of the Panel Study of Entrepreneurial Dynamics

Reynolds, P. D., Bygrave, W. D., Autio, E., and Arenius, P., (2004). *GEM 2003 global report*. Retrieved from http://www.gemconsortium.org/report/47102

Ribeiro-Soriano, D., and Urbano, D., (2009). Overview of collaborative entrepreneurship: An integrated approach between business decisions and negotiations. *Group Decision and Negotiation* 18(5): 419–430.

Segal, G., Borgia, D., and Schoenfeld, J. (2005) "The motivation to become an entrepreneur", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 11 Issue: 1, pp.42-57, https://doi.org/10.1108/13552550510580834

Seligman, M.E.P., and Csikszentmihalyi, M., (2000). Positive psychology: an introduction. *American Psychologist* 55, 5–14.

Shane, S., (2000). Prior knowledge and the discovery of entrepreneurial opportunities. *Organization Science* 25(1): 448–469.

Shane, S. and Cable, D., (2002). Network ties, reputation, and the financing of new ventures. *Management Science* 48(3): 364–381.

Shapero, A. (1975). The displaced, uncomfortable entrepreneur. *Psychology Today*, November 9, 83–88.

Shapero, A. & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. In C.A. Kent, D.L. Sexton, & K.H. Vesper (eds.), *Encyclopedia of Entrepreneurship*, 72–90. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Shinnar, R.S., Giacomin, O., and Jansen, F., (2012). Entrepreneurial per-ceptions and intention: the role of gender and culture. *Entrepreneurship Theory and Practice* 36 (3), 465---493.

Steyaert, C., (2007). 'Entrepreneuring' as a conceptual attractor? A review of process theories in 20 years of entrepreneurship studies. *Entrepreneurship & Regional Development* 19(6): 453–77.

Teece, D. J., (1987). Profiting from technological innovation: Implications for integration, collaboration, licensing and public policy. In: Teece DJ (ed.) *The Competitive Challenge: Strategies for Industrial Innovation and Renewal*. Cambridge, MA: Ballinger, 185–219.

Urbano, D., and Alvarez, C. (2014). Institutional dimensions and entrepreneurial activity: An international study. *Small Business Economics*, *42*(4), 703–716. https://doi.org/10.1007/s11187-013-9523-7

Valdez, M.E.et.al., (2011), Impact of tolerance for uncertainty upon opportunity and necessity entrepreneurship. *Human Systems Management*, 30, pp. 145-153

Van de Ven, A.H., Hudson, R., and Schroeder, D.M. (1984). Designing new business startups: Entrepreneurial, organizational and ecological considerations. *Journal of Management*, 10(1), 87–107.

Verheul, I., and Thurik, R., (2001). Start-up capital: does gender matter? *Small Business Economics* 16 (4), 329---346.

Verheul, I., Uhlaner, L., and Thurik, R., (2005). Business accomplish-ments, gender and entrepreneurial self-image. *Journal of Business Venturing* 20 (4), 483---518.

Wang, C., Wong, P., and Lu, Q., (2002). Tertiary education and entrepreneurial intention. In: Phan, P. (Ed.), *Technology Journal of Development and Entrepreneurship*. IAP, Greenwich, CT, pp. 55---82.

Wennekers, S. et.al., (2005), Nascent Entrepreneurship and the Level of Economic Development, *Small Business Economics*, 24, pp.293–309.

Wilson, F., Kickul, J., and Marlino, D., (2007). Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intention: Implications for entrepreneurship education. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 31 (3),387---406.

Wood, R.E., and Bandura, A., (1989). Social cognitive theory of organizational management. *Academy of Management Review*, 14, 361–384.

Yordanova, D.I., and Tarrazon, M.A., (2010). Gender differences in entrepreneurial intentions: Evidence from Bulgaria. *Journal of Developmental Entrepreneurship*. 15 (03), 245---261.

Zhao, H., Scott, E.S., and Hills, G.E., (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intention. *Journal of Applied Psychology*. 90 (6), 1265---1272.

Zhao, H., Seibert, S.E., and Lumpkin, G.T., (2010). The relationship of personality to entrepreneurial intention and performance: A meta-analytic review. *Journal of Management* 36 (2), 381---404.

3rd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 28-30 June 2019, Lefkosa

Algılanan Örgütsel Adaletin Olumlu Sosyal Davranışlar Üzerindeki Etkisi: Otel İşletmelerinde Bir Araştırma

Prof. Dr. Şule AYDIN
Nevsehir Hacı Bektas Veli University, Faculty of Tourism
suleaydın@nevsehir.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Duygu EREN
Nevsehir Hacı Bektas Veli University, Faculty of Tourism
deren@nevsehir.edu.tr

Inst. Kayhan KARAKAYA
Nevsehir Hacı Bektas Veli University, USET Vocational School
kayhankarakay@nevsehir.edu.tr

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, algılanan örgütsel adaletin olumlu sosyal davranışlar üzerindeki etkisini analiz etmektir. Araştırmanın örneklemini Nevşehir ilinde faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı otel işletmelerinde çalışan 323 işgören oluşturmaktadır. Çalışanların örgütsel adalet algılamalarını ölçmek amacıyla Niehoff ve Moorman (1993) tarafından geliştirilen ‘‘Örgütsel Adalet Ölçeği’’ kullanılmıştır. Bu ölçek dağıtım adaleti (5 ifade), prosedür adaleti (6 ifade) ve etkileşim adaleti (9 ifade) olmak üzere üç boyut ve toplam 20 ifadeden oluşmaktadır. 5’li likert tipi ölçek kullanılmıştır (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum). Olumlu sosyal davranışları ölçmek için Bettencourt ve Brown (1997) tarafından geliştirilen ve Kaygısız (2016) tarafından Türkçe’ye uyarlanan “Olumlu Sosyal Davranışlar” ölçeği kullanılmıştır. Bu ölçek, rol ötes rol tanımlı ve işbirliği olmak üzere üç boyut ve toplam 15 ifadeden oluşmaktadır. 5’li likert tipi ölçek kullanılmıştır (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum). Araştırma hipotezlerini test etmek amacıyla faktör analizi, korelayson ve çoklu regresyon analizi uygulanmıştır. Ayrıca tanımlayıcı istatistiklerden de yararlanılmıştır. Analiz sonuçlarına göre; etkileşim adaletinin olumlu sosyal davranışların rol ötesi, rol tanımlı ve işbirliği boyutları üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı etkiye sahip olduğu, ancak dağıtım adaleti ile prosedür adaletinin olumlu sosyal davranışların rol ötesi, rol tanımlı ve işbirliği boyutları üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı tespit edilmiştir.
Anahtar Kelimeler: Örgütsel Adalet, Olumlu Sosyal Davranışlar, Otel İşletmeleri.

The Effect of Perceived Organizational Justice on Positive Social Behaviours: A Study of Hotel Businesses

ABSTRACT

The aim of this study is to analyze the effect of perceived organizational justice on positive social behaviors. The sample of the study consists of 323 employees who work in 4 and 5 star hotels operating in Nevşehir. In order to measure employees' perception of organizational justice ‘‘Organizational Justice Scale’’ was used which was developed by Niehoff and Moorman (1993). This scale consists of three dimensions and a total of 20 items: distribution justice (5 items), procedure justice (6 items) and interaction justice (9 items). A 5-point Likert-type scale was used (1 = Strongly Disagree, 5 = Strongly Agree). In order to measure positive social behaviors, “Positive Social Behaviors’’ scale was used which was developed by Bettencourt and Brown (1997) and adapted to Turkish by Kaygasız (2016). This scale is composed of 15 dimensions and three dimensions as cross-role role-defined and cooperation. A 5-point Likert-type scale was used (1 = Strongly Disagree, 5 = Strongly Agree). So as to test the research hypotheses; factor analysis, correlation and multiple regression analysis were used. In addition, descriptive statistics were used. According to the analysis results; It has been determined that interaction justice has a positive and significant effect on the cross-role, role-defined and cooperation dimensions of positive social behaviors, but that distribution justice and procedure justice do not have a significant effect on the cross-role, role-defined and cooperation dimensions of positive social behaviors.

Keywords: Organizational Justice, Positive Social Behaviors, Hotel Businesses.

1. Giriş

Geçmişte bir maliyet unsuru olarak görülen insan kaynakları, günümüzde artık bir yatırım unsuru olarak değerlendirilmektedir ki, bu düşüncenin farkına varan işletmelerin özellikle insan kaynaklarına büyük yatırımlar yaptığı görülmektedir. Bu yatırımların altındaki temel nedenlerden biri, taklit edilmesi mümkün olmayan insan kaynaklarına sahip olarak rekabet üstünlüğü sağlamak ve uzun vadede varlığını devam ettirebilmektir. Bu bağlamda işletme yöneticilerinin söylemleri ile uygulamaları arasında bir tutarlılık olmalıdır. Çalışanların iş konusunda verimliliğini, yaratıcılığını üst seviyelere çıkaran ve işe motive olmasını sağlayan; iş gören gruplarının bağlılık, güven, statü ve başarımını artıran çok sayıda değişken bulunmaktadır. Yıllardır bu değişkenlerin verimlilik, yaratıcılık gibi çıktılar ile olan bağlantıları, örgütsel adalet çerçevesinde incelenmektedir. Bu açıdan örgütsel adalet işletmeler için vazgeçilemez bir kavram durumundadır. Örgütsel davranış konusunun altında farklı bir yeri olan örgütsel adalet algısı, iş görenlerin davranış ve tutumlarına tesir ederek bu tesirin yönüne göre olumsuz ya da olumlu şekilde yönlendirici olmaktadır. Ayrıca örgütsel sonucu bakımından da performans, işe ve örgüte yabancılaşma, iş tatmini vb. sonuçlar göz önüne alındığında, iş gören davranış ve tutumlarında yine yönlendirici etkiye sahip olduğu ifade edilebilir. Bu araştırmada, örgütsel adaletin sonuçlarından olumlu sosyal davranışlara odaklanılmıştır. Adil uygulamalar ile çalışanların olumlu sosyal davranışları arttırılarak, hem bireysel, hem de örgütsel açıdan olumlu sonuçlar elde edilebilir. Çünkü adalet algısı, gerek bir örgütün çalışanları gerekse bir toplumun bireyleri açısından değerlendirilen en hassas konulardan biridir. Adalete olan güven sarsılırsa, bu durum bir zincirin halkası gibi birçok olumsuz sonucu da beraberinde getirebilir. Bu bağlamda "*Örgütsel adalet algılamaları çalışanların olumlu sosyal davranışları üzerinde etkili midir?"* sorunsalından hareketle bu araştırmanın amacı, Nevşehir ilinde faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı otel işletmeleri örnekleminde algılanan örgütsel adaletin olumlu sosyal davranışlar üzerindeki etkisini analiz etmektir. Araştırma, farklı bir kültürde, farklı bir sektörde ve destinasyonda gerçekleştirileceğinden gerek literatüre gerekse sektör temsilcilerine ve yöneticilerine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

2. TEORİK ÇERÇEVE

Temellerini Adams'ın eşitlik kuramından alan ***örgütsel adalet*** (Schminke vd., 1997), bireylerin örgütlerdeki adalet algısını tanımlamak için ortaya konulan bir kavram olup (Karriker ve

Williams, 2009: 114); dağıtım adaleti, işlem adaleti ve etkileşim adaleti (Javahar, 2002) olmak üzere ağırlıklı olarak üç boyutta incelenmektedir.

Dağıtım adaleti, organizasyon tarafından kaynakların/ödüllerin dağıtımına ilişkin adalet algılamalarını ifade eder (Blakely vd., 2005: 261) ve çıktıların adaleti ile alakalıdır (Jawahar, 2002: 813) . Dağıtım adaleti, bireyin kazanımlarına ilişkin adalet algılamasıdır (Alanoğlu ve Demirtaş, 2019: 150). Örgütte görev alan bireylere ahlaki ve rasyonel olarak ifade edilen özellikler çerçevesinde bir davranış sergilenmesini gerektiğini savunan bu ilke; birbirleriyle benzer davranış sergileyen bireylere benzer davranılmalı, farklılık gösteren bireylere ise ortaya koymuş oldukları farklılık oranında farklı bir davranış benimsenmesi gerektiğini savunmaktadır. Başka bir ifade ile bireyin örgüte yapmış olduğu katkı ve bu katkı sonucunda kendisine sunulan ödül, görev, terfi ya da sorumluluklar gibi iş ile ilgili çıktıları, diğer çalışanların yaptıkları katkılar karşılığında elde ettikleri ile karşılaştırması sonucunda algılamış olduğu adaleti ifade etmektedir (Zengin ve Kaygın, 2016: 393).

İşlem adaleti, karar almada izlenen süreçlerle ilgili adalet algılamalarını ifade eder (Eskew, 1993: 187; Konovsky, 2000: 492). Leventhal (1980) bir ortamda işlem adaletinin varlığından söz edebilmek için tutarlılık, önyargılardan kaçınma, doğruluk, düzeltilebilirlik, temsil edilebilirlik ve etik diye nitelendirdiği altı kuralın yerine getirilmesi gerektiğini savunur. "Tutarlılık" paylaşım işleminin kişiler arasında her zaman tutarlı olmasını ifade eder. "Önyargılardan kaçınma" karar verenlerin paylaşım sürecinde kendi çıkarlarını düşünmeden hareket etmeleridir. "Doğruluk" dağıtım sürecinde kullanılan bilginin doğruluğudur. "Düzeltilebilirlik" paylaşımda yanlışlık yapıldığında bunun düzeltilebileceğini ifade ederken "temsil edilebilirlik" paylaşımdan etkilenebilecek kişilerin ihtiyaçlarının ve değerlerinin karar alma sürecinde temsil edilmesini belirtir. "Etik" ise dağıtımla ilgili kararın etik standartlarla uyumlu olmasıdır (Aktaran: Turgut ve Kalafatoğlu, 2016: 32)

Bies ve Moag, iletişimi de dahil ederek ***etkileşim adaletini,*** kişiler arasındaki iletişime ilişkin adalet algılamaları olarak tanımlamışlardır (Karriker ve Williams, 2009: 115). Etkileşim adaleti, karar vericilerin resmi prosedürleri oluşturması veya açıklaması ile ilgili algılanan davranış adaletidir (Niehoff ve Moorman, 1993: 534). Etkileşim adaleti, yöneticilerin, dağıtım kararlarının alınmasına ilişkin süreçleri, işgörenlere karşı saygılı ve dürüst bir şekilde açıklamaları olarak ifade edilebilir. Etkileşim adaleti kazanımların belirlenmesi ve işlemlerin yürütülmesi sürecinde yer alan yöneticilerin işgörenlerine ne derece nazik davrandığı, değer verdiği ve saygı gösterdiği ile ilgili adalet boyutudur (Çetinkaya ve Çimenci, 2014: 244).

Olumlu sosyal davranışlar, başkalarının yararına olabilecek, bireyin baskı altında olmadan kendi isteğiyle gösterdiği davranışlar olarak tanımlanıp, temelinde; özgecilik ve yardım etme,

örgütsel vatandaşlık davranışı, hayırseverlik, gönüllülük, işbirliği, empati, sempati, şefkat, ilgi, teselli etme ve paylaşma gibi davranışların olduğu ifade edilebilir (Yıldız vd., 2012: 218-219; Kahraman ve Kurt, 2013: 237).

Olumlu sosyal davranışlar; rol tanımlı, rol ötesi ve işbirliği olmak üzere üç boyuttan oluşmaktadır. Rol tanımlı olumlu sosyal davranışlar, işgörenlerin rolü gereği yaptığı hizmet davranışları, işyerinde üstü kapalı normlardan veya iş tanımlaması ve performans değerlendirme formları gibi örgütsel dokümanlarda belirtilen açık zorunluluklardan türetilmiş hizmet sağlayandan beklenen davranışlardır. Rol ötesi olumlu sosyal davranışlar, işgörenin rol ötesi sergilediği olumlu sosyal davranışları, resmi rol gereklerinin ötesinde temas personelinin isteğe bağlı davranışlarını ifade etmektedir. İşbirliği ise işgörenlerin çalışma grubundaki diğer üyelere olan yardımcı davranışlarıdır (Eren ve Kaygısız, 2014: 203).

Literatürde, örgütsel adalet ve olumlu sosyal davranışlar değişkenlerinin farklı öncüllerle ve sonuçlarla ilişkisini inceleyen araştırmalara rastlamak mümkün iken, örgütsel adalet ile olumlu sosyal davranışlar arasındaki ilişkiyi otel işletmeleri örnekleminde inceleyen araştırmaya rastlanılamamıştır. Bu bağlamda bu araştırmanın literatürdeki boşluğa katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

3. YÖNTEM

3.1. Örneklem

Araştırmanın örneklemini Nevşehir ilinde faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı otel işletmelerinde çalışan personel oluşturmaktadır. Araştırmanın yapıldığı dönemde, söz konusu otel işletmelerinin üst düzey yöneticileri ile yapılan görüşmeler neticesinde çalışan personel sayısının yaklaşık 350 olduğu tespit edilmiştir. Bu çerçevede tam sayım yöntemi esas alınmış olup, tüm çalışanlara anket formu dağıtılmıştır. Geri dönen anket sayısı 325'dir. Bu anketlerden 2 tanesinin büyük bir kısmı boş olması nedeniyle analizlere dahil edilmemiş olup, değerlendirilen anket sayısı 323'dür. Evrenin 350 olduğu bir araştırmada örneklem hacmi 186 olarak hesaplanmıştır (Ural ve Kılıç, 2013: 47). Dolayısıyla 323 anketin yeterli olduğu ifade edilebilir.

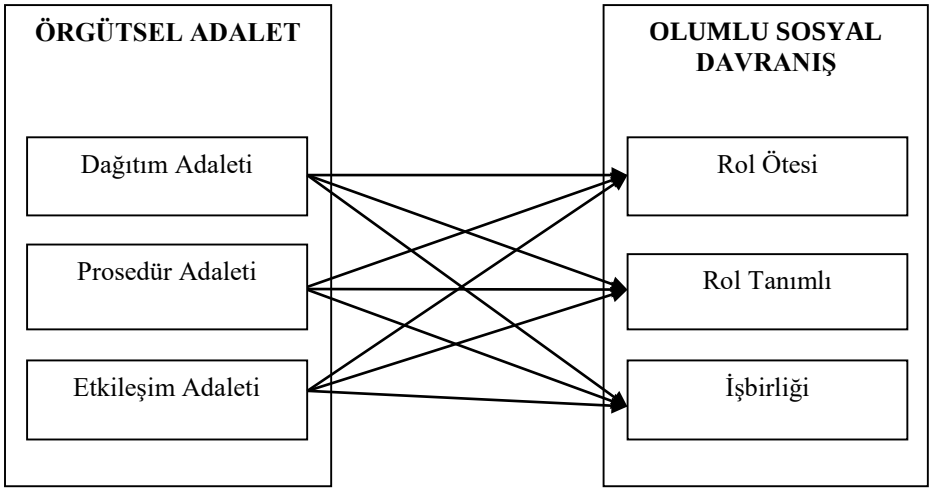
3.2. Ölçekler

Örgütsel adalet algılamalarını ölçmek amacıyla Niehoff ve Moorman (1993) tarafından geliştirilen ''Örgütsel Adalet Ölçeği'' kullanılmıştır. Bu ölçek dağıtım adaleti (5 ifade), prosedür adaleti (6 ifade) ve etkileşim adaleti (9 ifade) olmak üzere üç boyut ve toplam 20 ifadeden oluşmaktadır. 5'li likert tipi ölçek kullanılmıştır (*1=Kesinlikle Katılmıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum*). Cronbach Alpha Katsayıları, dağıtım adaleti:0,86; prosedür adaleti: 0,84; etkileşim adaleti: 0,89 ve örgütsel adalet: 0,93'dür. Olumlu sosyal davranışları ölçmek

için Bettencourt ve Brown (1997) tarafından geliştirilen ve Kaygısız (2016) tarafından Türkçe'ye uyarlanan "Olumlu Sosyal Davranışlar" ölçeği kullanılmıştır. Bu ölçek, rol ötes rol tanımlı ve işbirliği olmak üzere üç boyut ve toplam 15 ifadeden oluşmaktadır. 5'li likert tipi ölçek kullanılmıştır (*1=Kesinlikle Katılmıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum*). Cronbach Alpha Katsayıları, rol ötesi:0,83; rol tanımlı: 0,73; işbirliğ: 0,87 ve olumlu sosyal davranış: 0,90'dır.

3.3. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Literartürdeki araştırma sonuçlarından hareketle aşağıdaki model ve hipotezler kurulmuştur.



Şekil 2: Araştırma Modeli

Bu modelin çözümlenmesini sağlayacak, araştırmanın teorik içeriğine uygun araştırma hipotezleri geliştirilmiştir. Bu hipotezler şu şekildedir:

H_1: Örgütsel adaletin dağıtım adaleti boyutu olumlu sosyal davranışın rol ötesi boyutu üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisi vardır.

H_2: Örgütsel adaletin prosedür adaleti boyutu olumlu sosyal davranışın rol ötesi boyutu üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisi vardır.

H_3: Örgütsel adaletin etkileşim adaleti boyutu olumlu sosyal davranışın rol ötesi boyutu üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisi vardır.

H_4: Örgütsel adaletin dağıtım adaleti boyutu olumlu sosyal davranışın rol tanımlı boyutu üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisi vardır.

H_5: Örgütsel adaletin prosedür adaleti boyutu olumlu sosyal davranışın rol tanımlı boyutu üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisi vardır.

H_6: Örgütsel adaletin etkileşim adaleti boyutu olumlu sosyal davranışın rol tanımlı boyutu üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisi vardır.

H7: Örgütsel adaletin dağıtım adaleti boyutu olumlu sosyal davranışın işbirliği boyutu üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisi vardır.

H8: Örgütsel adaletin prosedür adaleti boyutu olumlu sosyal davranışın işbirliği boyutu üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisi vardır.

H9: Örgütsel adaletin etkileşim adaleti boyutu olumlu sosyal davranışın işbirliği boyutu üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisi vardır.

4. BULGULAR

4.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan çalışanların demografik özelliklerine ilişkin bulgular Tablo 1'de özetlenmiştir.

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bilgiler

	Sayı (n)	Yüzde (%)
Cinsiyet		
Erkek	187	57,9
Kadın	136	42,1
Toplam	323	100
Eğitim		
İlköğretim	73	22,6
Lise	108	33,4
Önlisans	67	20,7
Lisans	55	17,0
Lisansüstü	20	6,2
Toplam	323	100
Yaş		
20 ve altı yaş	17	5,3
21-25 yaş arası	87	26,9
26-30 yaş arası	108	33,4
31-35 yaş arası	48	14,9
36 ve üzeri yaş	63	19,5
Toplam	323	100
İşletmedeki Çalışma Süresi		
1 yıldan az	151	46,7
1-3 yıl arası	99	30,7
4-6 yıl arası	39	12,1
7-9 yıl arası	21	6,5
10 yıl ve üzeri	13	4,0
Toplam	323	100
Oteldeki Konumu		
Genel Müdür	11	3,4
Departman Müdürü	44	13,6
Şef	35	10,8
İşgören	224	69,3
Diğer	9	2,8
Toplam	323	100
Çalışılan Departman		
Önbüro	79	24,5
Kat hizmetleri	100	31,0
Yiyecek İçecek	144	44,5
Toplam	323	100
Turizm Mesleki Eğitimi Alma		
Evet	199	61,6
Hayır	124	38,4
Toplam	323	100
Otel Yıldız Sayısı		

4 yıldız	234	72,4
5 yıldız	89	27,6
Toplam	323	100

Tablo 1'deki katılımcıların demografik özellikleri ile ilgili araştırma sonuçları incelendiğinde; katılımcıların %57,9'u erkek, %42,1'inin kadın olduğu görülmektedir. Anketi cevaplayan çalışanların %22,6'sının ilköğretim, %33,4'ünün lise, %20,7'sinin önlisans, %17,0'sinin lisans ve %6,2'sinin lisans üstü düzeyde eğitime sahip oldukları tespit edilmiştir. Araştırma kapsamına giren katılımcıların %5,3'ünün 20 yaş ve altı, %26,9'unun 21-25 yaş arası, %33,4'ünün 26-30 yaş arası, %14,9'unun 31-35 yaş arası ve %19,5'inin ise 36 ve daha fazla yaş gruplarında yer aldıkları araştırma sonuçlarından anlaşılmaktadır. Katılımcıların çalışma süresine bakıldığında; %46,7'inin 1 yıldan az, %30,7'si 1-3 yıl arası, %12,1'i 4-6 yıl arası, %6,5'i 7-9 yıl arası ve %4,0'ı 10 yıl ve üzeri olduğu görülmektedir. Araştırmaya konu olan çalışanların işletmelerindeki konumları ile ilgili araştırma sonuçları incelendiğinde %3,4'ünün genel müdür, %13,6'sının departman müdürü, %10,8'inin şef, %69,3'ünün işgören ve %2,8'inin diğer konumlardaki çalışanlar olduğu anlaşılmaktadır. Katılımcıların %24,5'i önbüro, %31,0'ı kat hizmetleri ve %44,5'inin yiyecek-içecek departmanında çalıştığı tespit edilmiştir. Turizm mesleki eğitim alma durumu ise; %61,6'sının mesleki eğitim aldığı, %38,4'ünün mesleki eğitim almadığı tespit edilmiştir. Anketi cevaplayanların %72,4'ü dört yıldızlı ve %27,6'sı ise beş yıldızlı otelde çalışmaktadır.

4.2. Korelasyon Analizi Sonuçları

Değişkenler arasındaki korelasyon analizi sonuçları Tablo 2'de özetlenmiştir.

Tablo 2: Örgütsel Adalet Algısı ve Olumlu Sosyal Davranış İlişkisine Yönelik Korelasyon Katsayıları

	(1)	**(2)**	**(3)**	**(4)**	**(5)**	**(6)**
Dağıtım Adaleti(1)	1					
Prosedür adaleti(2)	,670**	1				
Etkileşim Adaleti(3)	,596**	,768**	1			
Rol Ötesi(4)	,284**	,301**	,410**	1		
Rol Tanımlı(5)	,298**	,379**	,539**	,643**	1	
İşbirliği(6)	,306**	,385**	,496**	,462**	,672**	1

****** Korelasyon (p<0.01) seviyesinde anlamlı (2-uçlu). *N=323

Tablo 2'deki korelasyon analizi sonuçlarına göre; dağıtım adaleti ile rol ötesi (r=0, 284; p< 0,01), rol tanımlı (r=0, 298; p< 0,01) ve işbirliği (r=0, 309; p< 0,01) arasında pozitif yönlü ve anlamalı ilişki olduğu tespit edilmiştir. Benzer şekilde prosedür adaleti ile rol ötesi (r=0, 301; p< 0,01), rol tanımlı (r=0, 379; p< 0,01) ve işbirliği (r=0, 385; p< 0,01) arasında pozitif yönlü ve anlamalı ilişki olduğu tespit edilmiştir. Diğer yandan etkileşim adaleti ile rol ötesi (r=0, 410;

p< 0,01), rol tanımlı (r=0, 539; p< 0,01) ve işbirliği (r=0, 496; p< 0,01) arasında pozitif yönlü ve anlamalı ilişki olduğu tespit edilmiştir.

4.3. Regresyon Analizi Sonuçları

Örgütsel adaletin alt boyutları olan dağıtım adaleti, prosedür adaleti ve etkileşim adaletinin olumlu sosyal davranışın alt boyutu olan rol ötesi üzerindeki etkilerini ortaya koyabilmek için yapılan çoklu analiz sonuçları Tablo 3'de özetlenmiştir.

Tablo 3: Örgütsel Adaletin Alt Boyutlarının Olumlu Sosyal Davranışın Rol Ötesi Boyutu Üzerindeki Etkisine Yönelik Çoklu Regresyon Analizi

BAĞIMSIZ DEĞİŞKENLER	**BETA**	**t**	**SİG. (P)**	**TOLERANCE**	**VIF**
Dağıtım Adaleti	,088	1,262	,208	,535	1,870
Prosedür Adaleti	-,080	-,917	,360	,341	2,937
Etkileşim Adaleti	,419	5,192	**,000****	,398	2,512
F	22,206				
R	,416				
R^2	,173				
Düzeltilmiş R^2	**,165**				
Durbin-Watson	1,479				
Sig.	**0,000**				
* Değer 0,05 düzeyinde anlamlıdır ** Değer 0,01 düzeyinde anlamlıdır					

Bağımlı Değişken: Rol Ötesi

Değişkenler arasındaki olası çoklu bağıntı hatasını incelemek için regresyon denklemi açısından Varyans Büyütme Faktörü (Variance Inflation Factors- VIFs) değerlerine bakılmıştır Modelde maksimum VIF değeri 2.937'dir. Bu değer en üst sınır olarak kabul edilen 10' dan küçüktür (Gujarati, 1999: 27). En düşük tolerans değeri 0.341'dir. Bu değer en alt sınır değeri olan 0.10'dan büyüktür (Hair vd., 2006).

Model bir bütün olarak 0,01 anlamlılık düzeyinde anlamlıdır (F= 22,206; p=0.000 < 0.01). Bu modelde örgütsel adaletin boyutları (dağıtım adaleti, prosedür adaleti ve etkileşim adaleti, bağımlı değişken olan rol ötesindeki değişimin % 16,5'ini (Düzeltilmiş R^2 = 0,165) açıklamaktadır. Bulgulara göre, örgütsel adaletin boyutlarından etkileşim adaleti (β = 0,419; p< 0.00) rol ötesi üzerinde pozitif ve anlamlı etkiye sahip olduğu saptanmıştır. Bu nedenle **H3 kabul edilmektedir**. Buna karşın dağıtım adaleti (β = 0,088; p= 0,208> 0.05) ve prosedür adaleti (β = -0.080; p= 0.360> 0.05) boyutlarının rol ötesi üzerinde anlamlı olmayan bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Dolayısıyla, bu bulgular dikkate alındığında **H1** ve **H2 reddedilmiştir.**

Örgütsel adaletin alt boyutları olan dağıtım adaleti, prosedür adaleti ve etkileşim adaletinin olumlu sosyal davranışın alt boyutu olan rol tanımlı üzerindeki etkilerini ortaya koyabilmek için yapılan çoklu analiz sonuçları Tablo 4'de özetlenmiştir.

Tablo 4: Örgütsel Adaletin Alt Boyutlarının Olumlu Sosyal Davranışın Rol Tanımlı Boyutu Üzerindeki Etkisine Yönelik Çoklu Regresyon Analizi

BAĞIMSIZ DEĞİŞKENLER	BETA	t	SİG. (P)	TOLERANCE	VIF
Dağıtım Adaleti	-,010	-,149	,881	,535	1,870
Prosedür Adaleti	-,081	-1,006	,315	,341	2,937
Etkileşim Adaleti	,607	8,143	**,000****	,398	2,512
F	44,247				
R	,542				
R^2	,294				
Adjusted R^2	**,287**				
Durbin-Watson	1,825				
Sig.	**0,000**				
* Değer 0,05 düzeyinde anlamlıdır ** Değer 0,01 düzeyinde anlamlıdır					

Bağımlı Değişken: Rol Tanımlı

Model bir bütün olarak 0,01 anlamlılık düzeyinde anlamlıdır (F=44,247; p=0.000 < 0.01). Bu modelde örgütsel adaletin boyutları (dağıtım adaleti, prosedür adaleti ve etkileşim adaleti, bağımlı değişken olan rol tanımlıdaki değişimin % 28,7'sini (Düzeltilmiş R^2 = 0,287) açıklamaktadır. Bulgulara göre, örgütsel adaletin boyutlarından etkileşim adaleti (β = 0,607; p< 0.00) rol tanımlı üzerinde pozitif ve anlamlı etkiye sahip olduğu saptanmıştır. Bu nedenle **H6 kabul edilmektedir**. Buna karşın dağıtım adaleti (β = -0,010; p= 0,881> 0.05) ve prosedür adaleti (β = -0.081; p= 0.315> 0.05) boyutlarının rol tanımlı üzerinde anlamlı olmayan bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Dolayısıyla, bu bulgular dikkate alındığında **H4** ve **H5 reddedilmiştir.**

Örgütsel adaletin alt boyutları olan dağıtım adaleti, prosedür adaleti ve etkileşim adaletinin olumlu sosyal davranışın alt boyutu olan işbirliği üzerindeki etkilerini ortaya koyabilmek için yapılan çoklu analiz sonuçları Tablo 5'de özetlenmiştir.

Tablo 5: Örgütsel Adaletin Alt Boyutlarının Olumlu Sosyal Davranışın İşbirliği Boyutu Üzerindeki Etkisine Yönelik Çoklu Regresyon Analizi

BAĞIMSIZ DEĞİŞKENLER	BETA	t	SİG. (P)	TOLERANCE	VIF
Dağıtım Adaleti	,015	,219	,827	,535	1,870
Prosedür Adaleti	,002	,019	,985	,341	2,937
Etkileşim Adaleti	,486	6,314	**,000****	,398	2,512
F	34,773				
R	,496				
R^2	,246				
Adjusted R^2	**,239**				
Durbin-Watson	1,779				
Sig.	**0,000**				
* Değer 0,05 düzeyinde anlamlıdır ** Değer 0,01 düzeyinde anlamlıdır					

Bağımlı Değişken: İşbirliği

Model bir bütün olarak 0,01 anlamlılık düzeyinde anlamlıdır (F= 34,773; p=0.000 < 0.01). Bu modelde örgütsel adaletin boyutları (dağıtım adaleti, prosedür adaleti ve etkileşim adaleti,

bağımlı değişken olan işbirliğindeki değişimin % 23,9'unu (Düzeltilmiş R^2 = 0,239) açıklamaktadır. Bulgulara göre, örgütsel adaletin boyutlarından etkileşim adaleti (β = 0,486; p< 0.00) işbirliği üzerinde pozitif ve anlamlı etkiye sahip olduğu saptanmıştır. Bu nedenle **H9 kabul edilmektedir**. Buna karşın dağıtım adaleti (β = 0,015; p= 0,827> 0.05) ve prosedür adaleti (β = 0.002; p= 0.985> 0.05) boyutlarının işbirliği üzerinde anlamlı olmayan bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Dolayısıyla, bu bulgular dikkate alındığında **H7** ve **H8 reddedilmiştir.**

5. SONUÇ

Bu araştırmada Nevşehir ilinde faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı otel işletmelerinde algılanan örgütsel adaletin olumlu sosyal davranışlar üzerindeki etkisi anket tekniği ile oluşturulan veri setinden yola çıkılarak analiz edilmiştir.

Regresyon analizi sonuçlarına göre örgütsel adaletin alt boyutlarından etkileşim adaletinin olumlu sosyal davranışların alt boyutları olan rol ötesi, rol tanımlı ve işbirliği üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu, buna karşın dağıtım ve prosedür adaletinin olumlu sosyal davranışların rol tanımlı ve işbirliği boyutları üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı tespit edilmiştir. Etkileşim adaletinin her üç boyut üzerindeki etkisi; etkileşim adaletinin bireyler arasındaki iletişime ilişkin adalet algılamaları olduğu dikkate alındığında, otel işletmelerindeki hizmet kalitesinin başarısı gerek bireyler gerekse departmanlar arasındaki karşılıklı iletişim, etkileşim ve işbirliğine bağlı olduğu gerçeği ile açıklanabilir. Bu çerçevede otel yöneticilerinin çalışanların olumlu sosyal davranışlarını arttırabilmek için uygulamalarında adil, şeffaf ve hesap verilebilirlik ilkelerini dikkate almaları, ayrıca örgüt içerisinde teknolojik gelişmelerden de yararlanarak etkin bir iletişim sistemi sağlaması önerilebilir.

Örgütsel adalet ve olumlu sosyal davranışlar katılımcıların algısına dayanarak ölçülmesi ve Nevşehir ilindeki 4 ve 5 yıldızlı otel işletmelerinde yapılmış olması araştırmanın temel kısıtları olarak ifade edilebilir. Bu çerçevede yapılacak değerlendirmeler sadece Nevşehir ili ölçeğinde geçerlidir. Genelleme yapabilmek için benzer araştırmaların farklı kültürlerde, sektörlerde ve işletmelerde tekrarına ihtiyaç olduğu unutulmamalıdır. Gelecekte, örgütsel adalet ve olumlu sosyal davranışlar değişkenlerinin diğer öncül ve sonuçları ile ilgili araştırmalar farklı sektörlerde veya farklı davranış düzlemlerinde gerçekleştirilebilir.

KAYNAKÇA

Alanoğlu, Müslim ve Demirtaş, Zülfü (2019). The relationship between teacher's perception of organizational justice and job satisfation. Pegem Eğitim ve Öğretim Dergisi, 9(1): 149-170.

Blakely, G.L., Andrews, M.C. ve Moorman, R.H. (2005). The moderating effects of sensitivity on the relationship between organizational justice and organizational citizenship behaviors, Journal of Business and Psychlolgy, Vol.20(2): 259-273.

Çetinkaya, M. ve Çimenci. S. (2014). Örgütsel adalet algısının örgütsel vatandaşlık davranışı üzerindeki etkisi ve örgütsel özdeşleşmenin aracılık rolü: Yapısal eşitlik modeli çalışması. Yönetim Bilimleri Dergisi, 12(23), 237-278.

Eren, D. ve Kaygısız, N.Ç. (2014). Otel işletmelerinde işgörenlerin olumlu sosyal davranışlarının hizmet kalitesi üzerine etkisi: Nevşehir örneği. Anatollia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 25(2): 202-210.

Eskew, D.E. (1993). The role of organizational justice in organizational citizenship behavior. Employee Responsibilities and Right Journal, Vol.6(3): 185-194.

Gujarati, Damodar N. (1999). Temel Ekonometri. (Çevirenler: Ü. Şenesen ve G.G. Şenesen). İstanbul: Literatür Yayıncılık.

Hair, Joseph. F., Black, William C. and Babin, Barry J. (2006). Multivariate Data Analysis. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Upper Saddle River.

Jawahar, I.M. (2002). A model of organizational justice and workplace aggression. Journal of Management, Vol.28(6): 811-834.

Kahraman, Ö.G. ve Kurt, G. (2013). Öğretmen adaylarının olumlu sosyal ve saldırgan davranış eğilimlerinin incelenmesi. Yükseköğretim ve Bilim Dergisi, 3(3): 236-243.

Karriker, J.H. ve Williams, M.L. (2009). Organizational justice and organizational citizenship behavior: A mediated multifoci model. Journal of Management, Vol.35(1): 112-135.

Konowsky, M.A. (2000). Understanding procedural justice and its impact on business organizations. Journal of Management, Vol.26(3): 489-511.

Niehoff B.P. and Moorman, R.H. (1993). Justice as a mediator of the relationship between methods of monitoring and organizational citizenship behavior. The Academy Of Management Journal. Vol. 36(3): 527-556.

Schminke, M., Ambrose, M.L. ve Noel, T.W. (1997). The effect of ethical frameworks on perceptions of organizational justice. Academy of Management Journal, Vol.40(5), 1190-1207.

Turgut, T. ve Kalafatoğlu, Y. (2016). İşe yabancılaşma ve örgütsel adalet. İş Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi, 18(1): 23-46.

Ural, A. ve Kılıç, İ. (2013). Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi (4. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.

Yıldız, S., Boz, İ.T. ve Yıldırım, B.F. (2012). Kişilik tipi ile olumlu sosyal davranış arasındaki ilişki: Marmara Üniversitesi öğrencileri üzerinde bir araştırma. Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 26 (1): 215-233.

Zengin, Y. ve Kaygın, E. (2016). Örgütsel adalet ve örgütsel yabancılaşma arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik bir araştırma. Akademik Bakış Dergisi, 56: 391-415.

3rd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 28-30 June 2019, Lefkosa

Supply Chain Risk Management in the Energy Sector: The Case of East Med Gas

Kemal HAŞİM
PhD Student, The University of Innsbruck, Austria
kemalhasim@gmail.com

ABSTRACT

No doubt that in the energy sector, various risks can cause not only energy insecurity but also have a detrimental impact on numerous issues such as widening global energy demand and supply gap, leading transportation problems in supply chain management as well as fuelling uncertainty and unreliability on supply and demand scenarios. The current literature fails to provide sufficient information about the management of gas supply risks and the transportation of gas in a safer and more sustainable way. This study takes a step towards building a theory of supply chain risk management and mitigation strategies for the natural gas supply from the Eastern Mediterranean region. It aims to investigate potential risks which are likely to influence the gas supply from the region, identify possible risk drivers, and outline the most preferred methods to manage and reduce these risks. In addition, it also attempts to provide information about the most appropriate methods which could be implemented- in the context of sustainability and safer transportation- to supply gas from the region.

The current research had appointed qualitative research as a research approach and employed semi-structured interview technique to collect data. It could be stated that semi-structured interviews were conducted mainly with the academics and think tanks that have expert knowledge about the scope of the study. Furthermore, it had assigned case study as a research strategy and expert sampling method to collect data from the participants. The study revealed that war, terrorism, political events and political instability of the countries in the region were the significant risk drivers which would increase the vulnerability of the gas supply chain to disturbance in the region. Moreover, results also showed that cooperation, security risk management and mitigation approaches, as well as control, share or transferring of various risks in the region were the most preferred strategies for managing and mitigating the supply risks of the East Med gas. It is also concluded that pipeline would be the best option when compared with other alternatives for sustainable supply chain management practices and safer transportation in Eastern Mediterranean region.

Keywords: East Med Gas, Gas Supply, Eastern Mediterranean Region, Supply Chain Risk Management.

5. INTRODUCTION

The Eastern Mediterranean region was trying to get adequate supplies to satisfy rising gas demand but now, it has the potential to be a new exporter of gas and develop a new revenue stream for the countries (Darbouche, El-Katiri, and Fattouh, 2012). Recently, hydrocarbon reserves have been discovered in the offshore of Cyprus with the estimated amount of 4 trillion cubic feet (tcf), and these reserves increased the strategic importance of the island. Various global energy giants like Total, Eni, Qatar Petroleum, and ExxonMobil have interested in these gas reserves and obtained licenses for the exploration and drilling of these reserves in the southern coast of Cyprus. The EU sees the island as a future energy hub which would provide Europe and Turkey access to gas deposits in the Eastern Mediterranean region. This would enable to reduce the dependence of Europe and Turkey on Russian energy supplies (Ellinas, 2016). In addition, experts state that Cyprus's growing energy importance has provided a

unique incentive for settlement. A possible energy boom in the island can encourage a deal for the reunification of the divided communities (Ellinas, 2016; Koukakis, 2017).

However, in the supply of gas, various factors can interrupt supply chains, and these factors have the potential to hamper continuous gas supply and influence the sustainable developments of firms. They need to consider these factors and take appropriate actions (Dittmann, 2005), since, any disruption in the supply chain can hamper the continuous gas supply, and they may widen the global energy demand-supply gap. Disruptions can also affect the operations and profitability of firms negatively. Firms may need to transport/operate under increased insecurity and uncertainty, and supply chain managers may need to alter relations with their customers and suppliers, cope with transportation obstacles, and change inventory management strategies (Costantini et al., 2007). The current study aims to investigate possible risks which are likely to disrupt and influence the gas supply from the Eastern Mediterranean region, identify possible risk drivers, and the most preferred methods to manage and reduce these risks, and supply it from the region in appropriate ways - in terms of sustainability and safer transportation-. For addressing these research objectives, the literature is considered, and also different perspectives of academics and think tanks are taken into consideration. Supply chain risk management and risk mitigation strategies can help firms to transport and operate under increased insecurity and uncertainty (Carter and Rogers, 2008).

In addition, this research will try to answer the question of how could the supply risk of the gas in the Eastern Mediterranean be mitigated by providing appropriate solutions. The current literature fails to provide sufficient information about the management of gas supply risks and the transportation of gas in a safer and more sustainable way. This study will take a step towards building a theory of supply chain risk management and mitigation strategies for the natural gas supply from the Eastern Mediterranean region. While the study is focused on the Eastern Mediterranean, it has implications to the European Union (EU). Identification and implementation of these strategies can also create a more sustainable European energy security strategy and improve the energy supply security of the EU and other energy consuming countries (Umbach, 2010; Ellinas, 2016). It will also examine the possible and appropriate ways of supplying natural gas from the region to other countries. Thus, via its findings, this study can help actors - companies and countries - and provide guidance to them to operate/transport under increased uncertainty and insecurity. The study aims to address research questions and contribute to the literature by including various perspectives of think tanks, high ranking officers, and academics.

It will be a case study exploring the potential risks, which are likely to influence the gas supply from the Eastern Mediterranean region and possible risk management strategies for mitigating these risks. Semi-structured interviews and extensive literature review will be conducted in order to collect data, answer research questions, and achieve research objectives. This research is an inter-disciplinary study contributing to the field of logistics and supply chain management by linking international politics to management science. This sort of interdisciplinary study has not been conducted before in Cyprus, and it will be a valuable resource for politicians, energy companies, and future studies.

2. LITERATURE REVIEW

2.1. Supply Chain Risks

In contrast to other areas of the firm, the supply chain faces more risks because of its global nature (Dittmann, 2005). The risk is one of the most significant aspects of the supply chain management context (Kotzab, Seuring, Müller, and Reiner, 2006). Within this context; it can be defined as uncertain and unreliable resources which create supply chain interruption (Tang and Musa, 2011). These uncertain disruptions and variations can influence a firm anywhere in the supply chain and have a direct impact on a firm's capability to maintain its operations, provide significant services to clients or get finished products to market. They influence the flows of products, information or materials across the supply chain. Disruptions may also have domino effects in supply chains. Supply chain risk contains any risk for the flow of product, information, and material from the original supplier to the final user (Juttner, Peck and Christopher, 2003). It is possible to define supply chain risk as the probability of an external or internal incident that leads a failure or disruption of operations of the supply chain, leading an increase in costs, and potential reductions in sales, product quality and service levels (Wisner, Tan and Leong, 2014). It is always present in any supply chain (Dittmann, 2005). However, firms generally play down or ignore the risks that arise from supply chain disruptions (Khan and Burnes, 2007).

According to Christopher (2016), there are various drivers that make supply chains more vulnerable to disturbance, and they can increase the formation of risks. Chopra and Sodhi (2004) also expressed that each potential supply chain risk has its own drivers and mitigation strategies. Supply chain risks and their drivers may have significant financial impacts on the supply chain network as a whole (Christopher, 2016). If firms fail to manage risks effectively, they may suffer financial losses, delivery delays, damage to equipment and property, a reduction in product quality, and reputation loss in the eyes of suppliers, clients and the broader

public as a consequence of these risks (Cousins, Lamming and Bowen, 2004). As a result of the increased risk, firms need to improve suitable programmes to manage and mitigate that risk (Christopher, 2016). Firms may go out of business if they fail to adopt effective risk management strategies (Khan and Burnes, 2007).

2.1.1. Potential Risks in Energy Supply

No doubt that in the foreseeable future, global demand towards gas and oil will increase (Correljé and van der Linde, 2006). In industrialised countries, gas has started to be the fuel of choice for power production instead of fuel oil and coal (Costantini, Gracceva, Markandya, and Vicini, 2007). Demand for oil is also increasing rapidly as a consequence of transport needs and economic growth of non-OECD countries like India and China (Correljé and van der Linde, 2006). International Energy Agency (2001) defines energy security as the presence of regular energy supply at a reasonable price. This definition can be assessed differently in a long-term or short-term perspective: In the long-term, the main concern is more related to the presence of adequate energy which lets sustainable and stable economic development. In the short term, the main concern is related to the disruptive effects of a rise in price or unexpected cut in supply. In the last decades, the significance of energy security has risen due to the increased frequency of disruptions in supply and increasing dependence of industrialised countries on imported energy usage (Costantini et al., 2007).

In recent years, Europe's external energy dependence and vulnerability have started to increase. Europe's current domestic energy system does not support sustained economic growth since it is not sufficiently affordable and reliable. The Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) European countries have started to consume more energy and import more energy products (BP Energy Outlook 2017 Edition, 2017). As a consequence, dependability of all sectors of the economy to external energy is constantly rising, particularly for natural gas and oil. As a result of this increase in import dependence, the risk of disruption also increases. High levels of dependence on import, extreme weather conditions or accidents, the political instability of producer countries, and insufficient diversification can have a significant effect on energy security by increasing the risk of disruption. Moreover, the risk of demand/supply imbalance can lead to the lack of infrastructures because of the supply insufficiency, and instability for exporting areas because of demand insufficiency (Costantini et al., 2007). In addition, crude thefts of oil or terrorist attacks on gas and oil pipelines have increased throughout the world. Geopolitical factors and insufficient investments can also restrain the timely availability of energy resources. Political factors like conflicts and crisis can influence the development of new gas/oil fields (Umbach, 2010).

In the future, it is crucial to apply measures which will let an effective and orderly response to the risk from energy insecurity (Costantini et al., 2007). The EU and its member states should create a coherent and active European energy foreign policy and energy security strategy. The EU requires new thinking with respect to security and foreign policies, and energy supply security (Umbach, 2010). One of the objectives of this study is to contribute to the literature by identifying solutions for the possible disruptions in energy supply from the Eastern Mediterranean. Risk management can contribute to the formation of a more robust and sustainable energy security strategy by mitigating various risks in gas supply. It is one of the supporting facets of sustainable supply chain management practices of firms, and firms should understand and manage risks in the supply chain (Carter and Rogers, 2008).

2.2. Supply Chain Risk Management

Wisner, Tan, and Leong (2014) define risk management as a formal process which involves the identification of possible disruptions and the proper solutions for these disruptions. It aims to identify, control, quantify, and eliminate - if it is possible - particular risks (Peck, 2006). According to Khan and Burnes (2007), the objective of risk management is to mitigate the effect of risks by avoiding their outcomes and/or decreasing the probability of their occurrence. Supply chain risk management is the identification and management of the potential risks for the supply chain by implementing proper actions through a coordinated approach between supply chain members, to contain or avoid the vulnerability of supply chain to disruption or disturbance (Juttner, Peck and Christopher, 2003). In a supply chain risk management process; firms first need to identify the possible risks and concentrate on these risks. Firms should mainly concentrate on the top risks which are most likely to happen. According to these risks, they should create appropriate risk mitigation strategies. These strategies can either reduce the degree of impact and/or the possibility of occurrence (Dittmann, 2005).

Before planning an effective risk management strategy, managers should understand the risk categories and their drivers (Chopra and Sodhi, 2004). If managers want to create effective and balanced risk management strategies for their corporations; they should understand the interconnectedness and variety of supply chain risks (Manuj and Mentzer, 2008). Then, they can choose and tailor the most appropriate risk management strategies for their companies (Chopra and Sodhi, 2004). Appropriate strategies should be selected according to the features of the situation. Supply chains should match the faced risks type with the selected risk management strategy (Manuj and Mentzer, 2008).

3. METHODOLOGY

3.1. Research Strategy

This research is explanatory research in which it creates connections between variables. These studies focus on studying a problem or a situation to explain the connections amongst variables (Saunders, Lewis and Thornhill, 2009). The current study mainly concerned to establish and explain the connections between gas supply from the region and various risk sources, risk drivers, and risk management and mitigation strategies. The case study is appointed as a research strategy for this explanatory research, in which it helps the investigation of a phenomenon within the real-life context (Yin, 2003).

3.2. Research Philosophy and Research Approach

In this research, there are various subjective variables which need to be explained, clarified or answered. In order to explain, clarify or answer them, it is mainly concerned with the beliefs and attitudes of individuals or actors. Due to these reasons, the interpretivist paradigm is adopted as a research philosophy in this research. Kotzab et al. (2006) stated that the business environment in the supply chain and logistics phenomena has started to be less amenable and more complex to use only a quantitative approach. These complex phenomena can be truly understood, accurately described and explained by using the qualitative methods in research streams. These methods enable researchers to reach deeper levels of understanding of complex or new phenomena (Kotzab et al., 2006). The inductive qualitative approach is adopted in this research in which the researcher collected data first and then developed a theory based on the data analysis (Saunders, Lewis, and Thornhill, 2009).

3.3. Data Collection

For this case study research, primary and secondary data sources were collected. The literature reviewed broadly for the purpose of secondary data collection. As a qualitative data collection technique, semi-structured interviews - purposively chosen and until saturation - were conducted in the course of primary data collection, and interviews were carried out to obtain data to determine the most appropriate strategies for gas supply from the region, to address research objectives, provide answers for research questions. While creating the interview questions, mainly the literature, research objectives and research questions of the current study were considered. For the interviews, descriptive, open-ended questions were prepared.

Non-probability purposive sampling technique was used for selecting samples from the population. In purposive sampling, a researcher selects the participants by considering their suitability to the objective of the study (Etikan, Musa, and Alkassim, 2016). In this research, reliable and valid data can only be obtained from the people who have knowledge and expertise

in the field that the researcher studies. For this reason, expert sampling was selected as the purposive sampling method. Think tanks, high ranking officers, and academicians who have knowledge and expertise in the field of gas and energy, international relations, Cyprus issue, and Eastern Mediterranean gas, and supply chain and logistics management were selected for semi-structured interviews. These individuals are more likely to offer insights which can help to construct understanding. The data which obtained from the interviews would be helpful to advance the understanding about the topic and would provide an insight to the future related studies in terms of its findings.

However, in this research, finding appropriate sample was one of the research limitations. It was difficult to find academics, high ranking officers, and think tanks in the field that the researcher studies (in Cyprus), it was difficult to reach them on time, and also some of them did not reply the interview requests. As a result of all these limitations, the sample size of the research decreased drastically. 19 people were selected for the interview, and the researcher sent an e-mail to these people for arranging an interview. Only 13 of them replied; 2 of the responders indicated that they are so busy in these days and 11 of the responders accepted the interview request.

3.3.1. Data Collection Procedure

First, the email addresses of the potential participants received from the researcher's supervisor. After that, an email sent to the potential participants to inform them about the aim of the research. Date and time for the interview arranged with those participants who agreed to contribute to the study. Once everything was ready, interviews carried out with the participants accordingly. During the data collection process, the researcher mainly used interview question papers and two cell phones. Cell phones were used as a voice recorder. The average duration of the interviews was about 30 minutes. The researcher recorded the responses on a mobile phone. Then listened to the recorded audio and transcribed the interview verbatim. Themes were created by considering the common points of interviews.

For the ethical concerns, the names of the interviewees were not indicated in this research. Instead of their names, 'respondent' word and a number were used. Only their positions and the name of the institution that they work were indicated. The researcher also got permission from participants for voice recording before the researcher starts the interview. When they did not accept the voice recording, the researcher tried to write everything on the paper during the interview process. Throughout the voice recording process, the researcher did not address the participants with their names in order to protect their anonymity. So, they obtained a chance to respond to the questions more freely. In addition to this, due to the voluntary nature of

participation, the researcher provided participants a right to stop the interview process when they get bored or when they have to go. The interviewees also had the right to skip the questions that they do not want to answer or do not understand clearly.

4. FINDINGS AND DATA ANALYSIS

In qualitative research methods, data analysis is the most difficult aspect to communicate or teach to others. To analyse qualitative data, researchers develop their own ways (Taylor, Bogdan, and DeVault, 2015). In this research, as a qualitative data analysis procedure, the collected data are categorised according to the objectives and questions of the research.

4.1. Profile of Interviewee

Table 1 below provides information about the positions of interviewees and the name of the firm/institution/place where they work. Face-to-face interviews were conducted with the majority of the respondents, except Respondent 7 and 11. They were not in Cyprus and they were so busy, for these reasons, they answered the questions via e-mail. In addition, two interviews were conducted with Respondent 8. Due to the busy schedules of respondent 8 (the respondent was preparing for the Conference on Cyprus in Crans-Montana), the first interview was conducted by the telephone call and it was very short. The second face-to-face interview was conducted after the conference in order to collect more detailed insights.

Table 1. Information about the Positions of Interviewees and the Name of Firm/Institution/Place That They Work

Respondents	Positions	Firm/Institution/Place
Respondent 1	Assistant Professor	Middle East Technical University Northern Cyprus Campus
Respondent 2	Assistant Professor	Near East University
Respondent 3	Prof. Dr. & the Director of a German Political Foundation (Cyprus Branch)	The University of Nicosia & Friedrich-Ebert-Stiftung Cyprus
Respondent 4	Senior Research Consultant	PRIO Cyprus Centre
Respondent 5	Prof. Dr. & the Former Chief Negotiator	Eastern Mediterranean University
Respondent 6	External Associate & the Director	PRIO Cyprus Centre & an Economic Research Consultancy Company
Respondent 7	Dr. & CEO & Non-resident Senior Fellow	Consultancy Company (in Cyprus) & Atlantic Council
Respondent 8	High Ranking Officer	Presidency of TRNC
Respondent 9	Assistant Professor	Eastern Mediterranean University

Respondent 10	Prof. Dr.	Eastern Mediterranean University
Respondent 11	Dr. & Director of Hydrocarbons	Mediterranean Observatory for Energy

4.2. The Potential Risk Sources Which Can Influence Gas Supply from the Eastern Mediterranean Region

When compared with other risk sources such as process and control risks, the respondents mainly stated that the environmental risk sources such as terrorism, political events, and natural disasters are more likely to influence the gas supply from the region. Figure 1 below illustrates the answers of the respondents regarding the potential risk sources.

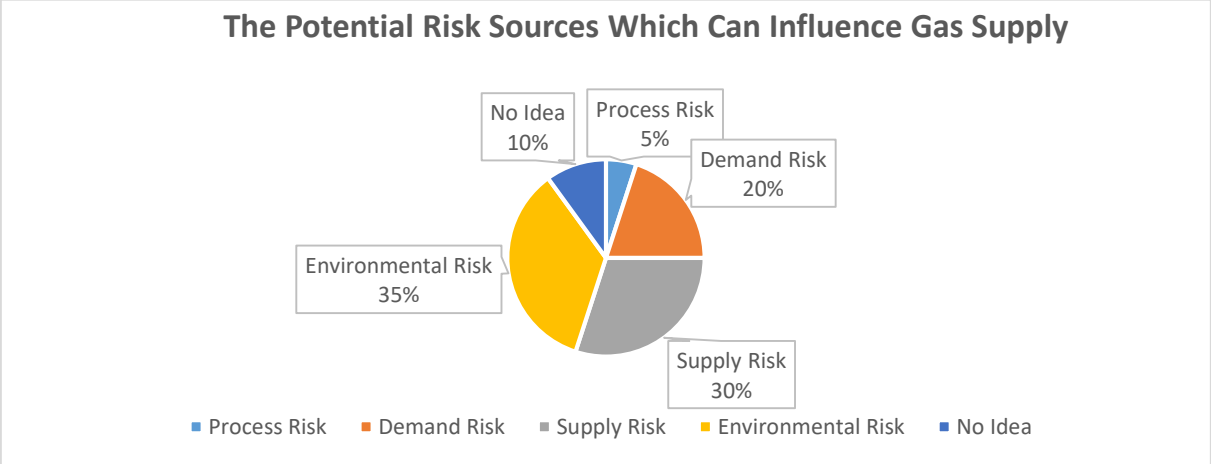


Figure 1. The Answers of the Respondents Regarding the Potential Risk Sources

As can be seen from the figure above, 35% of the respondents have stated that the environmental risk sources can influence the gas supply from the region while 30% of the respondents have expressed that supply risk sources can also affect the gas supply from the region. In addition to all these, demand risk and process risk sources also indicated by 20% and 5% of the respondents respectively.

4.3. The Potential Risk Drivers Which Can Influence Gas Supply from the Eastern Mediterranean Region

The researcher also tried to collect information about the drivers of the above-mentioned risk sources. Various insights have been collected regarding these risk drivers and Figure 2 below summarizes the answers of the respondents:

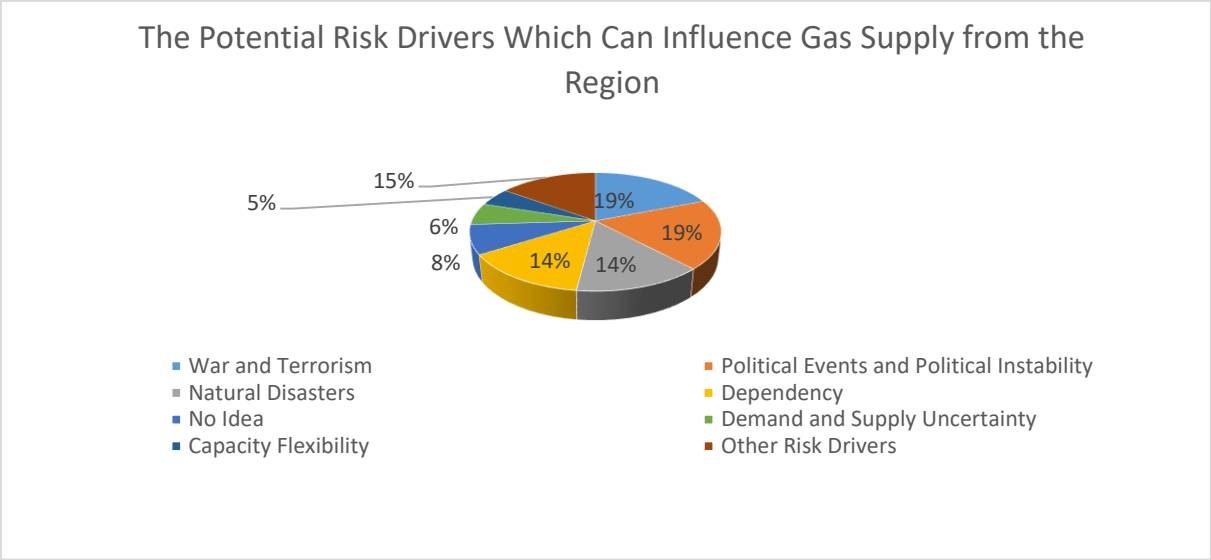


Figure 2. The Answers of the Respondents Regarding the Risk Drivers

As illustrated by the pie chart above, the most significant risk drivers which may increase the vulnerability of the gas supply chain to disturbance in the region could be indicated as war and terrorism (19%), political events and political instability of the countries in the region (19%), dependency (14%), and natural disasters (14%) respectively. Respondents have expressed that these risk drivers may increase the formation of above-mentioned risks in the region. On the other hand, the minority of the respondents have stated that capacity flexibility and demand and supply uncertainty can be a risk driver which may trigger or increase the formation of risks in the gas supply from the region. Their percentages are 5% and 6% respectively.

4.4. Strategies for Managing and Mitigating the Supply Risks in the Region

As indicated earlier, one of the aims of the study is to explore the most preferred methods and strategies for managing and mitigating the supply risks of the gas in the Eastern Mediterranean region. Figure 3 illustrates the responses of the participants regarding risk management and mitigation strategies.

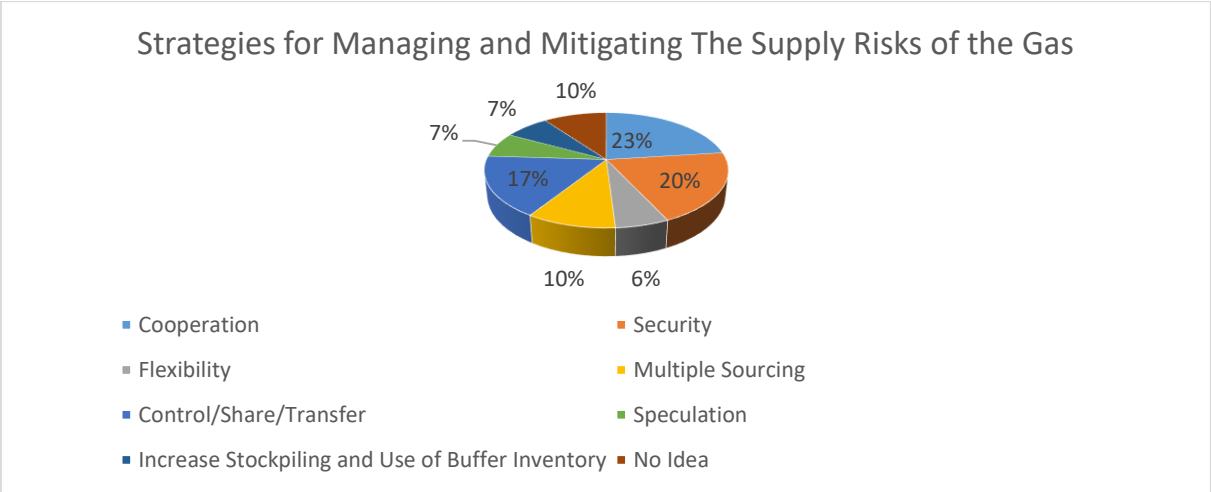


Figure 3. The Responses of the Academics and Think Tanks for Managing and Mitigating the Supply Risks of the Gas

As illustrated by the pie-chart above, the most preferred risk management and mitigation strategies for managing and mitigating the supply risks of the gas in the Eastern Mediterranean region are cooperation (23%), security risk management and mitigation strategies (20%), and control, share or transfer of various risks in the region (17%) respectively. Moreover, multiple sourcing is also suggested by 10% of the respondents for managing and mitigating the supply risks of the gas in the region. On the other hand, only 7% of the respondents advocated that speculation, and the use of buffer inventory and increasing the stockpiling can be used against the supply risks of the natural gas in the Eastern Mediterranean region.

4.5. Which Monetisation Option Can Be More Appropriate for Sustainable Supply Chain Management Practices?

While questioning the most appropriate monetisation option for the supply of gas from the region, the researcher asked the respondents which monetisation option can be more appropriate for sustainable supply chain management practices and we also requested to indicate the reasons of their answers. Respondents have stated that both options have their own advantages and disadvantages. However, more than 50% of the respondents have stated that for the Eastern Mediterranean region, the pipeline can be a better option than others due to the various reasons. Figure 4 below illustrates the answers of the respondents regarding the monetisation options.

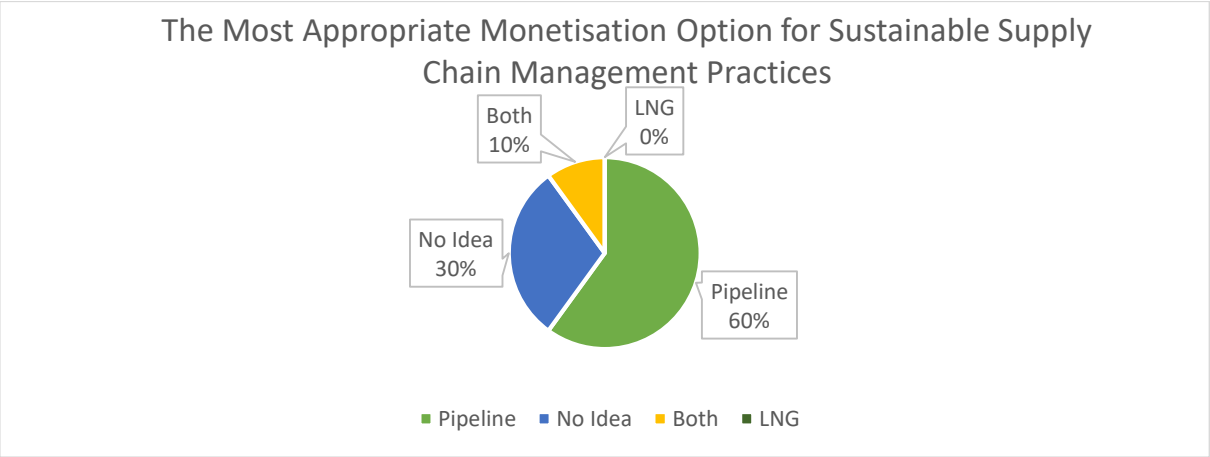


Figure 4. The Answers of the Respondents Regarding the Monetisation Options

As the figure depicts, 60% of the respondents have stated that pipeline can be a better option for the sustainable supply chain management practices in the Eastern Mediterranean region. On the other hand, 30% of the respondents did not prefer to answer this question since they stated these questions are not related to their expertise. Surprisingly, respondents

did not prefer the LNG option for sustainable supply chain management practices in the Eastern Mediterranean region.

4.6. Which Monetisation Option Can Mitigate Supply Chain Risks Related to Gas and Provide Safer Transportation?

While researcher was trying to find an answer for the most appropriate monetisation option for the gas supply from the region, the researcher also asked the respondents to indicate which monetisation option can help to mitigate the supply chain risks related to gas and provide safer transportation. The answers of the respondents are summarised in Figure 5 below:

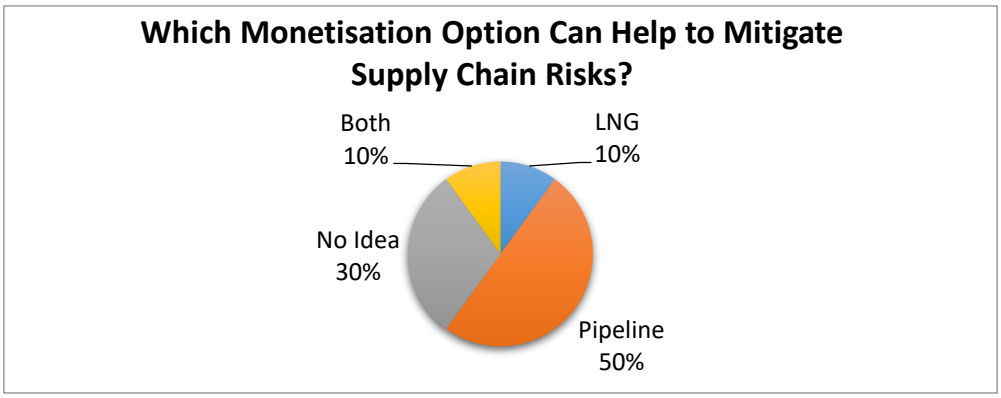


Figure 5. The Answers of the Respondents Regarding the Monetisation Option That Can Help to Mitigate Supply Chain Risks

As signified from the pie chart above, 50% of the respondents have stated that pipeline can be a better option for mitigating supply chain risks related to gas, and it can provide safer transportation. In addition, 30% of the respondents did not say anything since they stated these questions are not related to their fields.

5. CONCLUSION AND DISCUSSION

According to the research findings, the environmental and supply risk sources are more likely to influence the gas supply from the region than the other risk sources. Mainly, war, terrorism, and political events and political instability of the countries in the region are the significant risk drivers which may increase the vulnerability of the gas supply chain to disturbance in the region. For managing and mitigating the supply risks of the gas in the Eastern Mediterranean region; the respondents recommended cooperation, security risk management and mitigation strategies, and the control, share or transfer of various risks in the region. The study also revealed that for sustainable supply chain management practices, the pipeline can be a better option than the other options for the Eastern Mediterranean region. The respondents also stated that, for the

region, the pipeline can be a better option for mitigating supply chain risks related to gas and supplying it in a safer way.

As previously stated that the current study attempts to discover the risk sources. Thus the most remarkable findings of the study could be summarized as follows: It is found that environmental risk sources such as terrorist attacks, political changes, political instabilities, and earthquakes are more likely to have an impact on supplying gas from the Eastern Mediterranean region. In that sense, the finding of the study was congruent with the findings of the various scholars (Stern, 2002; Egenhofer et al., 2004; Doukas, Flamos and Psarras, 2011). Moreover, findings of the current study revealed that supply risks like dependency on a single supply could also be a form of risk source while supplying gas from the region. Thus, from this perspective, it could be mentioned that finding of the study was matching with the findings of the numerous authors (Weisser, 2007; Bilgin, 2009; Lochner, 2011a). Apart from these, findings also outlined that demand risks and process risks could also harm the supply process of gas from the region. From this point of view, this result could act as a contribution of the study to the academic literature. The current study also addressed the risk drivers of supplying gas in the region. Findings of the study regarding risk drivers could be listed as follows: It was found that dependency on a single source or few sources could act as one of the critical risk drivers for the gas supply. From this perspective, it might be concluded that the result of the study was parallel with the findings of (Zweifel and Bonomo, 1995; Lacher and Kumetat, 2011; Lochner, 2011b). Aside from these, the current study revealed that war and terrorism could also be viewed as a risk driver for gas supply from the region. In that sense, the result of the current study was also parallel with the findings of the scholars (Doukas, Flamos and Psarras, 2011; Lacher and Kumetat, 2011; Ellinas, 2016). Political instabilities and political issues were found to be another significant risk driver for gas supply from the region. The result was congruent with the studies of several researchers (Luciani, 2004; Lacher and Kumetat, 2011; Lochner and Dieckhöner, 2012). Extreme weather conditions, regional natural disasters, the uncertainty of supply, and the inflexibility of supply source risks were also found as risk drivers for the gas supply from the region by various participants. These results were also overlapping with the findings of the previous research conducted by Stern (2002). It was also expressed that reserve capacity can be seen as a driver for gas supply from the Eastern Mediterranean region, and this result was also congruent with the findings of (Stern, 2002) and (Egenhofer et al., 2004). As stated earlier, Doukas et al (2011) found that changes in regime, revolutions, accidents such as leaks, explosions, and fire could be risk drivers for gas. Surprisingly, the current study revealed that cost of capacity, number of customers, the value of product could also be considered as critical risk drivers while supplying

the gas from the region. In that sense, the finding of the study could be regarded as a contribution to the academic literature.

Moreover, the current study also attempted to address the most appropriate risk management and mitigation strategies. The findings of the study regarding mitigation strategies could be summarized as follows: Findings revealed that multiple sourcing, cooperation, increasing stockpiling, the use of buffer inventory, implementation of the flexibility strategies, and increasing the security of supply would be most preferred risk management and mitigation strategies to cope with the gas supply risks from the region. These results were congruent with the findings of (Luciani, 2004) and (Egenhofer et al., 2004). Controlling, sharing and transferring risk management and mitigation strategies were also found as appropriate risk management and mitigation strategies to cope with the gas supply risks. This finding was also parallel with the result of the previous studies which were conducted by (Zweifel and Bonomo, 1995; Stern, 2002; Luciani, 2004; Bilgin, 2009). Apart from all these above-mentioned strategies, the study also revealed that speculation risk management and mitigation strategy could be one of the alternative approaches to cope with the potential risks which might occur during supplying gas from the Eastern Mediterranean region. In that sense, the finding of the study could be accepted as a contribution to the literature review.

As previously indicated, according to the findings of this research, the pipeline can be a better supply option for the Eastern Mediterranean region in terms of sustainability and safer transportation. Some researchers have also examined the advantages and disadvantages of the various supply options for the region. The finding of the current study was also parallel with the result of the research conducted by (Darbouche, El-Katiri, and Fattouh, 2012; Gürel, Mullen and Tzimitras, 2013; Ellinas, 2016).

5.1. Recommendations for the Countries in the Region

As a recommendation to the countries in the region, it can be suggested that it could be better for these countries if they change their perceptions and approaches about the hydrocarbons. Countries in the region should stop considering the exploration and exploitation of natural resources as a sovereignty matter, and they should adopt more collaborative approaches. If these countries want to develop the Eastern Mediterranean gas, they should create an appropriate atmosphere for the energy companies to do business there. In that extent, regional cooperation is crucial for mitigating and managing the supply risks of gas and also developing the Eastern Mediterranean resources effectively. In that sense, they should adopt liberal approach in the exploration and exploitation of these natural resources; they should trust each other and be more eager to collaborate and trade with the other countries in the region. Political alliances can be

useful for securing regional cooperation. Regional collaboration is also significant to increase the viability and competitiveness of the Eastern Mediterranean gas and achieve economies of scale in gas supply. It can be obtained both in production and transportation of gas if the regional countries can collaborate and combine their gas resources with pipelines. This could help to reduce costs and make the region economically more viable for investment.

5.2. Recommendations for the Companies

The Eastern Mediterranean gas will have to compete with big competitors such as Gazprom and US LNG which provide cheap gas to the European markets. Due to the low gas prices, the Eastern Mediterranean gas can be more appropriate to be used for satisfying the regional energy demand instead of the European markets. Turkey can be an attractive and economically viable market for the exportation of East Med gas. Ellinas (2016) has stated that Turkey is one of the fastest growing gas markets in the world, the gas prices in Turkey are relatively high in contrast to the European and Asian gas markets, the country is trying to find suppliers to reduce its dependency to Russia and satisfy rising local gas demand, and also it is almost fully dependent on gas importation. For these reasons, it could be said that Turkey can be a good option for the supply of East Med gas.

As mentioned before, terrorism is one of the most significant risk drivers in the region. For this reason, in order to protect the gas supply against the terrorist attacks, construction of the pipeline can be a better option than LNG for the region. Moreover, in LNG, liquefaction, shipping, and re-gasification processes are needed, and these processes increase the costs and reduce the revenues of companies (Griffin et al., 2016). If LNG is used instead of the pipeline for the supply of the East Med gas, this option will increase the production and transportation costs of the East Med gas. So, it can reduce the competitiveness of the East Med gas by increasing costs. As stated before, the East Med gas already needs to compete with cheap gas suppliers. The pipeline can provide significant emissions reduction and fuel efficiency from transportation equipment than transporting with ships. For this reason, it can be considered in the supply of Eastern Mediterranean gas to reduce costs and increase its competitiveness.

In addition, as a risk management and mitigation strategy, the companies can connect the gas sources in different nodes with pipelines, and this can help to increase the flexibility of the East Med gas. As highlighted above, economies of scale can also be obtained in gas supply if the regional countries combine their gas resources with pipelines. In that sense, according to the research and analysis, it could be said that gas supply from Israel to Turkey through Cyprus waters via a pipeline can be a commercially viable and preferred option for the region. This view is also supported by (Ellinas, 2016). It is also found that pipeline from Cyprus to Turkey

would be the most profitable, safer, and more sustainable export option in contrast to LNG. Besides the revenue advantage, this option also has other advantages: Pipeline can provide safer transportation, and it can be a better option for mitigating supply chain risks related to gas. There is a high supply risk in the region due to the various risk drivers like terrorism and war. If a pipeline network is constructed instead of LNG, it is more difficult to attack a pipeline which is found under the sea than attacking an LNG ship. Moreover, the pipeline will have lower investment costs, building pipeline takes less time than building an LNG. In addition to all these, the gas would have a ready buyer if it is supplied to Turkey, it can also be supplied to Europe more easily via the existing pipelines in Turkey, and Turkey is less likely to cut the gas supply in case of a political problem between the two countries because it is highly dependent on the imported energy. All these advantages make Turkey a good option for the gas supply from the region.

Close cooperation among companies and their suppliers is also very significant for the oil and gas companies because they require high product quality and safety standards (Wan Ahmad, de Brito, and Tavasszy, 2016). To increase the safety standards and the overall performance of the gas supply chain, the collaboration between supply chain members can be a significant strategy to consider. Various technological tools can be used for increasing the safety standards and improving the collaboration between supply chain members.

5.3. Recommendations for the Further Related Studies

There are some other gaps in the literature regarding the supply of natural gas from the Eastern Mediterranean region. The main purpose of this part is to identify some of these gaps which need to be improved and filled in the future. Thus, with the light of these gaps, providing recommendations to the further related studies would be helpful to obtain fruitful outcomes. Some of the recommendations could be expressed as follows: More research could be conducted to indicate about the warehousing of the East Med gas; which method(s) can be assigned for warehousing, how the gas or LNG can be stored, which method(s) could be more appropriate and feasible for the firms, and where it can be stored. In addition to these, conducting in research which about the approaches for improving the resiliency of gas supply would be appreciated not only for the Eastern Mediterranean region but other regions as well. Lastly, the compressed natural gas technique could be expressed as new technology and alternative for supplying gas to other places through compressed natural gas shipments. For the future related studies, a detailed study regarding its related feasibility, its advantages and disadvantages for the Eastern Mediterranean region would be very beneficial not only for the Eastern Mediterranean region but also other gas abundant regions as well.

REFERENCES

Bilgin, M. (2009). Geopolitics of European natural gas demand: Supplies from Russia, Caspian and the Middle East. *Energy Policy*, *37*(11), 4482-4492.

BP Energy Outlook, 2017 Edition. (2017). BP p.l.c.

Carter, C. R., and Rogers, D. S. (2008). A framework of sustainable supply chain management: moving toward new theory. *International journal of physical distribution & logistics management*, *38*(5), 360-387.

Chopra, S., and Sodhi, M. S. (2004). Supply-chain breakdown. *MIT Sloan management review*, *46*(1), 53-61.

Christopher, M. (2016). *Logistics & supply chain management*. Pearson UK.

Correlje, A., and Van der Linde, C. (2006). Energy supply security and geopolitics: A European perspective. *Energy policy*, *34*(5), 532-543.

Costantini, V., Gracceva, F., Markandya, A., and Vicini, G. (2007). Security of energy supply: Comparing scenarios from a European perspective. *Energy policy*, *35*(1), 210-226.

Cousins, P., Lamming, R. C., and Bowen, F. (2004). The role of risk in environment-related initiatives. *International journal of operation and production management*, *24*(6), 554-565.

Darbouche, H., El-Katiri, L., and Fattouh, B. (2012). *East Mediterranean Gas–what kind of a game-changer?*. Oxford Institute for Energy Studies.

Dittman, J. P. (2005). Managing risk in the global supply chain. *Production and Operations Management*, *14*(1), 2.

Doukas, H., Flamos, A., and Psarras, J. (2011). Risks on the security of oil and gas supply. *Energy Sources, Part B: Economics, Planning, and Policy*, *6*(4), 417-425.

Egenhofer, C., Gialoglou, K., Luciani, G., Boots, M., Scheepers, M., Costantini, V., and Vicini, G. (2004). Market-based options for security of energy supply.

Ellinas, C. (2016). Hydrocarbon Developments in the Eastern Mediterranean. *Atlantic Council, Washington DC*.

Etikan, I., Musa, S. A., and Alkassim, R. S. (2016). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American journal of theoretical and applied statistics*, *5*(1), 1-4.

Griffin, J., Fantini, A., Tallett, M., Aguilera, R., Arellano, J., Ban, J. and Alawami, A. (2016). *World oil outlook 2016*. Organization of the Petroleum Exporting Countries.

Gürel, A., Mullen, F., and Tzimitras, H. (2013). *The Cyprus hydrocarbons issue: Context, positions and future scenarios*. Peace Research Institute Oslo (PRIO).

International Energy Agency (2001). *Toward a sustainable energy future.* Paris: OECD/IEA.

Juttner, U., Peck, H., and Christopher, M. (2003). Supply chain risk management: outlining an agenda for future research. *International Journal of Logistics: Research and Applications*, *6*(4), 197-210.

Khan, O., and Burnes, B. (2007). Risk and supply chain management: creating a research agenda. *The international journal of logistics management*, *18*(2), 197-216.

Kotzab, H., Seuring, S., Müller, M. and Reiner, G. (2006). *Research Methodologies in Supply Chain Management*. New York: Springer Science & Business Media.

Koukakis, N. (2017). *A multibillion-dollar natural gas boom promises to reunify Cyprus*. [online] CNBC. Available at: http://www.cnbc.com/2017/01/06/a-multibillion-dollar-natural-gas-boom-may-reunify-cyprus.html.

Lacher, W., and Kumetat, D. (2011). The security of energy infrastructure and supply in North Africa: Hydrocarbons and renewable energies in comparative perspective. *Energy policy*, *39*(8), 4466-4478.

Lochner, S. (2011). Identification of congestion and valuation of transport infrastructures in the European natural gas market. *Energy*, *36*(5), 2483-2492.

Lochner, S. (2011). Modeling the European natural gas market during the 2009 Russian–Ukrainian gas conflict: ex-post simulation and analysis. *Journal of Natural Gas Science and Engineering*, *3*(1), 341-348.

Lochner, S., and Dieckhöner, C. (2012). Civil unrest in North Africa—Risks for natural gas supply?. *Energy Policy*, *45*, 167-175.

Luciani, G. (2004). Security of Supply for Natural Gas Markets. What is it and What is it not?.

Manuj, I., and Mentzer, J. T. (2008). Global supply chain risk management strategies. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, *38*(3), 192-223.

Peck, H. (2006). Reconciling supply chain vulnerability, risk and supply chain management. *International Journal of Logistics: Research and Applications*, *9*(2), 127-142.

Saunders, M., Lewis, P. and Thornhill, A. (2009). *Research methods for business students*. 5th ed. Harlow: Financial Times Prentice Hall.

Stern, J. (2002). Security of European natural gas supplies. *London, the Royal Institute of International Affairs*, *7*(5).

Tang, O., and Musa, S. N. (2011). Identifying risk issues and research advancements in supply chain risk management. *International journal of production economics*, *133*(1), 25-34.

Taylor, S. J., Bogdan, R., and DeVault, M. (2015). *Introduction to qualitative research methods: A guidebook and resource*. John Wiley & Sons.

Umbach, F. (2010). Global energy security and the implications for the EU. *Energy policy*, *38*(3), 1229-1240.

Wan Ahmad, W. N. K., de Brito, M. P., and Tavasszy, L. A. (2016). Sustainable supply chain management in the oil and gas industry: a review of corporate sustainability reporting practices. *Benchmarking: An International Journal*, *23*(6), 1423-1444.

Weisser, H. (2007). The security of gas supply—a critical issue for Europe?. *Energy Policy*, *35*(1), 1-5.

Wisner, J. D., Tan, K. C., and Leong, G. K. (2014). *Principles of supply chain management: A balanced approach*. Cengage Learning.

Yin, R. (2003). *Case Study Research- Design and Methods*. 3rd ed. Thousand Oaks, California: SAGE Publications.

Zweifel, P., and Bonomo, S. (1995). Energy security coping with multiple supply risks. *Energy Economics*, *17*(3), 179-183.

Akıllı ve Veriye Dayalı Tedarik Zincirleri

Asst. Prof. Dr.İbrahim AKBEN
Hasan Kalyoncu University, Department of International Trade and Logistics
ibrahim.akben@hku.edu.tr

Mehmet ÖS
Hasan Kalyoncu University, Department of International Trade and Logistics
mmmehmetos@hotmail.com

ÖZET

Endüstri 4.0 sürecinin önemli bir parçası olan teknolojik gelişmeler sayesinde lojistik bilişim sistemlerinin bir çok alanda olduğu gibi tedarik zinciri yönetiminde de kullanılması bir çok açıdan bu sektöre değer kazandırmıştır. Akıllı ve veriye dayalı teknolojiler içerisinde, akıllı sensörler, nesnelerin interneti (IoT), RFID vb. teknolojiler yer almakta ve tedarik zinciri içerisinde önemli roller üstlenmektedirler. Tedarik zincirinin önemli başarı faktörlerinden olan malzemelerin doğru zamanda, doğru miktarda, doğru kişiye, doğru yerde ulaştırılması bilişim sistemlerinin kullanılmasıyla daha da mümkün hale gelmiştir. Aynı zamanda lojistik bilişim sistemleri firmalara müşterilerinin kontrolü ve müşteri ilişkilerinin daha iyi şekilde yönetilmesi ve firma karının arttırılması gibi olanaklar sağlamanın yanı sıra küresel anlamda da rekabet gücü sağlaması muhtemeldir.
Bu çalışmanın amacı; Geleneksel tedarik zincirlerinin, bilişim sistemleri ile bütünleştirerek akıllı ve veriye dayalı tedarik zincirlerinin kullanılması farkındalığını oluşturmaktır. Ayrıca akıllı ve veriye dayalı tedarik zincirlerinin kullanılmasıyla ürünün hammaddeden nihai tüketiciye kadar olan bütün süreç boyunca dijital olarak kullanılmasının avantajlarını incelemektir.

Anahtar Kelimeler: Bilişim sistemleri, Akıllı Aygıtlar, Tedarik Zinciri, Veri

Intelligent and Data-Driven Supply Chains

ABSTRACT

Thanks to technological developments, which are an important part of the Industry 4.0 process, the use of logistics information systems in many areas such as supply chain management has added value to this sector in many ways. Intelligent and data-driven technologies include intelligent sensors, Internet of Things (IoT), RFID and so on. technologies are involved and they play important roles in the supply chain. It has become even more possible with the use of information systems to deliver the right amount of materials, which are important success factors of the supply chain, to the right person in the right place at the right time. At the same time, logistics information systems are likely to provide companies with opportunities to control their customers and better manage customer relations and increase profitability of the company, as well as provide global competitive power.
The aim of this study is; To create awareness of the use of smart and data-based supply chains by integrating traditional supply chains with information systems. In addition, by using intelligent and data-driven supply chains, we examine the advantages of using the product digitally throughout the entire process from raw material to final consumer.

Keywords: Information Systems, Smart Devices, Supply Chain, Data

1. GİRİŞ

Her geçen gün gelişen ve değişen günümüz ulusal ve uluslararası ticareti yeni gelişmeleri ortaya çıkarmaktadır. İlk sanayi devrimi 1784 yılında buhar ve su gücünün üretim aşamalarında faydalanılması ile birlikte ortaya çıkmıştır. Birinci sanayi devrimin ardından elektrik enerjilerinin kullanılması ile seri üretim bantları oluşturulmuştur. İkinci sanayi devrimini, üçüncü sanayi devrimi takip etmiş ve otomasyon sistemleri ile entegre çalışan makine, ekipmanlar ve teçhizatlar üretim hayatına girmiştir. Üretim aşamalarında ortaya çıkan tüm bu gelişmeler Endüstri 4.0'ın alt yapısını oluşturan temel taşlarıdır. Fakat Endüstri 4.0'ı farklı kılan

durum etkilediği alanlardır. Endüstri 4.0'dan önce gerçekleşen sanayi devrimleri sadece belirli bir sektörü veya sadece belirli bir alanı etkilemiş olmasına rağmen Endüstri 4.0'ın etki alanı birçok sektörü etkilediği görülmektedir (Özarı ve Arslan, 2018). Hannover fuarında 2011 yılında ortaya atılan Endüstri 4.0 kavramı, farklı alanlarda olduğu gibi lojistik faaliyetlerinde Endüstri 4.0 kapsamında etkilenen alanlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Lojistik 4.0, Endüstri 4.0'ın ihtiyaçlarını doğru yerde, doğru zamanda ve kalitede sağlayabileceğinden Endüstri 4.0'ın gelişimine katkı sağlayabilecektir.

Lojistik faaliyetleri tedarik süreçlerinin tam ve zamanın da yerine getirilmesinde önemli bir rol almaktadır. Bu bağlamda endüstri 4.0 kapsamında Lojistik 4.0'da meydana gelen yeni kavramlar ile yeni geliştirilen iş modelleri de hayatımıza girmiş bulunmaktadır (Hofmann ve Rusch, 2017; Aktaran, Özarı ve Arslan, 2018). Bu bakımdan âdemi merkeziyetçiliği ortadan kaldıran veya minimum düzeye indirmeyi sağlayan bilişim sistemleri ve network ağlarının oluşturulması gereksinimi ortaya çıkmıştır.

Veri ve veriye dayalı lojistik faaliyetlerinin her geçen gün arttığı, bunun yanı sıra insan gücünün veya insan odaklı faaliyetlerin de giderek azaldığı gerçeği ortaya çıkmıştır. Bu çalışma dört bölümden oluşmakta olup, veri ve veriye dayalı tedarik süreçlerinin firmalara sağladığı faydalar ile bu yeni sistemi kullanacak firmaların yapılanma süreçlerin de en uygun tasarımları benimsemesi gerektiği ortaya konulmuştur.

Çalışma genel olarak iki bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın ilk bölümünde Endüstri 4.0'ın getirmesi düşünülen yenilikler, ikinci bölümün de ise Endüstri 4.0'ın etkilediği Lojistik 4.0'ın getireceği operasyonel çözümler ve ithalat ve ihracat süreçlerinin Lojistik 4.0'dan ne şekilde etkilendiği ortaya konulmaya çalışılmıştır.

2. AKILLI VERİ

Endüstri 4.0 birçok sektörü ve üretim süreçlerini etkilediği gibi Lojistik süreçlerini de etkileyerek yenilikler ortaya koymuştur. Bu bağlamda tedarik süreçlerinin hızlı ve verimli gerçekleşmesi, karar mekanizmalarının sağlıklı ve doğru çalışması adına önemli network ağları kurulmaya başlanmıştır. Oluşturulan network ağları donanımsal (Güç Kaynağı, Anten, Kart Okuyucuları, Akıllı Kartlar vb.) ihtiyaçların yanında yazılım ihtiyaçlarını da beraberinde getirmiştir (Saatçıoğlu, 2006). Böylelikle 3D yazıcılar, bulut bilişim sistemleri, nesnelerin interneti (IoT), hizmetlerin interneti, siber fiziksel internet, RFID teknoloji ile haberleşen ekipmanlar kullanılmaya başlanmıştır. Bu gelişmeler envanter süreçlerinin takibi, hammadde ve mamullerin transfer süreçlerinin gerçek zamanlı izlenmesi ile hata riskini ortadan kaldırmaya yönelik fayda sağlamaktadır.

Küreselleşen rekabetçi dünya ticaretinde dağıtım ve imalat süreçlerinin birçok karmaşık işlemlerinin bulunması, firmaların faaliyetlerini gerçekleştirmesini zorlaştırmaktadır. Firmalar mevcut bu karmaşık yapılarını daha güvenli yönetebilmek için teknolojik gelişmelerden faydalanmaktadırlar. Bu bağlamda, bilgisayarda dizayn edilen verilerin prototipe dönüştürülmesi 3D yazıcılar sayesinde yapılmaktadır. Geliştirilen ürünler, hizmetler veya veriler internet yardımı ile paylaşılmakta ve belirli bir şifre ile yine internet yardımıyla erişilir hale gelmektedir. Bulut bilişim sayesinde veri aktarımı ve erişimi de aynı kolaylıkla sağlanabilmektedir. Sektörel ihtiyaca yönelik yapay zeka ile çalışan sistemler, robotlar ve makinalarda yine Endüstri 4.0 kapsamında kullanılmaktadır (Şekkeli ve Bakan, 2018: 24).

Tedarik zincirinde bazı belirsizlikler bulunmaktadır. Bu belirsizlikler için bilişim sistemleri teknolojisinin kullanılması sayesinde belirsizlikler giderilmekte ve belirsizliklerin olumsuz etkileri bertaraf edilebilmektedir.

Nihai tüketici taleplerinin miktarı ne kadar büyük olursa olsun sipariş edilen ürünler zamanında teslim edilmelidir. Tüm bu çıktılara ilişkin, her bir iş emrinin ve kayıtlı envanter seviyesinin, kademeler arasında yeni iş emirlerine cevap verecek envanter seviyesinde tutulması gerekmektedir (Silva, vd., 2017).

2.1. Nesnelerin İnterneti

Nesnelerin interneti İngiliz girişimci olan Kevin Ashton tarafından ortaya konulmuştur (Yıldız, 2018: 550). Nesnelerin interneti küresel bir ağ üzerinden haberleşme yeteneğine sahip akıllı robotlar ve cihazlar olarak adlandırılır (Şekkeli ve Bakan, 2018: 21). Nesnelerin İnterneti kısaca IoT olarak tanımlanır (Koşunalp ve Arucu, 2017: 3). Nesnelerin İnterneti kavram "nesneler internet tabanlı iletişim ağı üzerinden yazılım programları yardımı ile akıllı telefonlar, tablet bilgisayarlar, RFID etiketler, manyetik anahtarlar, ara yüzler vb. cihazlar kendi aralarında hem de cihazların insanlar arasında kendi kendilerine yapılandırabilmesi ve bir akla sahip olunması şeklinde" tanımlanabilir (Xia vd, 2012; Hermann vd, 2016; Lee vd, 2013; Erturan ve Engin, 2017; Aktaran: Şekkeli ve Bakan, 2018: 21). Nesnelerin İnterneti söz konusu olduğundan internet ağlarının da yeterli alt yapıda olması gerekmektedir.

Nesnelerin interneti düşünüldüğünde zihnimizde ilk olarak internete bağlı tablet bilgisayarlar, akıllı telefonlar gibi cihazlar düşünülse de daha birçok makina, cihaz, teçhizat vb. nesneler de internete bağlanarak birbirleri ile haberleşmeleri sağlanabilmektedir. Bu cihazlara örnek olarak, plastik poşet üreten makinanın hammaddesi bittiğinde akıllı sensörler ve veri sağlayıcılar yardımı ile tedarikçiye bildirmesi, elektrik boru üretimi yapan makinanın belirli ölçüleri hesaplayarak kendiliğinden mamulleri boyutlandırması, doğal yaşamı korumaya yönelik canlı hayvanların RFID teknoloji yardımıyla takip edilmesi ve bu sayede vahşi yaşamın koruma

altına alınması, ambulansların ulaşımını kolaylaştırmak için sinyalizasyon sistemi ile entegre çalışması ile hastaneye ulaşımın daha hızlı olmasının sağlanması, işletmeleri aktif tarafında yer alan ve ekonomik değeri yüksek olan envanter kayıtlarının takip edilmesi vs. (Erturan ve Ergin, 2017: 23) gösterilebilir.

2.2. Hizmetlerin İnterneti

Hizmet sektörünün hızla büyümesi bu sektörün gelişmesi ve çeşitlendirilmesi ihtiyacını doğurmuştur. Firmaların ihtiyaçlarına yönelik hizmetler teknolojik yapılar ile entegre edilerek internet üzerinden yönetilmeye başlanmıştır. Bu yeni ve detaylandırılmış hizmetler "Hizmetlerin İnterneti" olarak adlandırılmıştır (Şekkeli ve Bakan, 2018: 22). Günümüzde hizmetlerin interneti bankacılık ve finans sektörünün kullanıcılarına sağlamış oldukları hizmetler de akıllı telefon vb. cihazlar yardımı ile sıklıkla kullanılmaktadır. Hizmetlerin interneti firmaların pazarlama ağlarını, tedarik süreçleri ile dağıtım ve satış ağlarını kurma olanağı sağlamaktadır. Kurulan bu network ağı ile alıcı ve satıcı iletişimi daha hızlı ve güvenli bir şekilde gerçekleşmektedir.

2.3. Siber Fiziksel Sistemler

Siber Fiziksel Sistemler çift yönlü bilgi akışını arttıran bir kavram olarak tanımlanmaktadır (Timm ve Lorig, 2015; Aktaran, Şekkeli ve Bakan, 2018: 23). Başka bir ifade ile nesnelerin ve insanların etkileşimini sağlayan yeni yöntemler kullanmak suretiyle fiziksel ve işlemsel yeteneklerin bütünleşmesini sağlayan yeni nesil sistemlerdir (Baheti ve Gill, 2011; aktaran, Şekkeli ve Bakan, 2018: 23). Farklı bir ifade ile Siber-Fiziksel Sistemler (SFS), çevredeki fiziksel dünya ve onun devam eden süreçleri ile yoğun bir bağlantı içinde olan; aynı zamanda veri erişim ve veri işleme servislerinin internet üzerinde kullanımda olduğu ortak çalışan hesaplama varlıklarının sistemleridir (Monostori vd., 2016: 621; Aktaran, Akben ve Avşar, 2018: 30).

Siber fiziksel sistemlerin beş temel aşaması bulunmaktadır. Bunlar (Bartodziej, 2017: 54; Aktaran, Şekkeli ve Bakan, 2018: 23-24);

- Fiziksel ve sanal dünyaların birleşmesini sağlamak,
- Dinamik olarak uyarlanabilir sistemin, sistemlerini oluşturmak (George ve Roger, 2010: 77; Aktaran, Şekkeli ve Bakan, 2018: 23).
- Değişiklik adapte edilebilir özerk sistemler kurmak,
- Dağınık kontrol sistemleri ile işbirliği sağlamak,
- Daha kapsamlı insan-sistem iş birliği kurmak.

Bahsedilen beş temel aşamaların uygulanması yeni teknolojik yapıların oluşmasını sağlayarak, uygulama alanındaki çeşitli fonksiyonların geliştirilmesine olanak sağlayacaktır.

Endüstri 4.0 kavramı yeni gelişmeleri yeni yapıların oluşmasını gerektirmektedir. Bu bağlamda Kaiserslautern'de laboratuvar çalışmaları yürütülen akıllı fabrika kurulumu üzerinde çalışmalar yapılmaktadır. Yapılan bu çalışmalar neticesinde kurulacak akıllı fabrikalar da kullanılmak üzere teknoloji firmaları konuları kapsamında çalışmalara ayak uydurmaya başlamışlardır. Akıllı fabrikalarda kullanılmak üzere 3D yazıcılar, Akıllı Objeler, Bulut Bilişim, Arttırılmış Gerçeklik, Yapay Zekâ, Simülasyon, Büyük Veri, Dikey ve Yatay Sistem Entegrasyonları ve Otonom Robotlar geliştirilmeye başlanmıştır.

Sonuç olarak, büyüyen ticaret hacmi ile yoğun rekabet anlayışı, üretim ve sevkiyat ağlarındaki coğrafik koşullarını zorlaşması ile ödeme mekanizmasındaki anlayışın gelişmesiyle bu süreçlerin yönetilmesi giderek zorlaşmaktadır. Firmalar bütün bu karmaşık süreçleri yöneterek pazardaki diğer firmalarla olan rekabetçi yapılarını korumak için gelişen bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanmaktadırlar. Firmalar bu dönüşüm etkisi ile yeni iş ve hizmet modellerinin gelişmesi, maliyet girdilerini azalması, üretim kabiliyetlerinin arttırılması, risk ve hataları izleme gibi avantajlar elde edeceklerdir (Koska vd., 2017: 54-55; Aktaran, Şekkeli ve Bakan, 2018: 24).

2.4 Büyük Veri

Gelişen ve yenilenen günümüz teknoloji dünyasında ortaya çıkan yenilikler farklı ihtiyaçları da beraberinde getirmiştir. Akıllı fabrikalar, akıllı robotlar ile oluşan ve oluşturulan verilerin depolanması ihtiyacı yönetimsel kararların alınması sürecinde önemlidir. Bu bakımdan oluşan veya oluşturulan verilerin depolanması da aynı ehemmiyettedir. Bu bağlamda verilerin saklanması, depolanması, yönetme, erişilebilme ve analiz edilmesinin açısından da kullanılmaktadır (Akben ve Avşar, 2018: 31). Firmalar büyük veriler sayesinde geleceği görme yeteneği ve kısa zamanda karar verebilme kabiliyetleri de doğru orantılı şekilde artacaktır (Özdemir ve Erkollar, 2018: 221).

3.TEDARİK ZİNCİRİNDE AKILLI VERİ

Tedarik zinciri üretilen ürünün tam, zamanında ve doğru bir şekilde tüketiciye ulaşması firmalar açısından çok önemlidir. Bu bakımdan tedarik zincirinin en üst düzeyde yönetilmesi açısından sürekli yeni fikirler ortaya atılarak çalışmalar gerçekleştirilmektedir (Tekin ve Tekin, 2014: 1278). İlk kez Almanya'nın Hannover şehrinde 2011 yılında düzenlenen fuarda yeni bir kavram olarak Almanlar tarafından tanıtılan Endüstri 4.0 (Yıldız, 2018: 547) kavramı, hayatımızdaki her sektörde yenilikler getirdiği gibi fabrikalardaki üretim süreçlerinin gerçekleşmesi bakımından da yenilikler ortaya koymuştur. Ortaya atılan bu kavramı diğer tüm kavramlardan

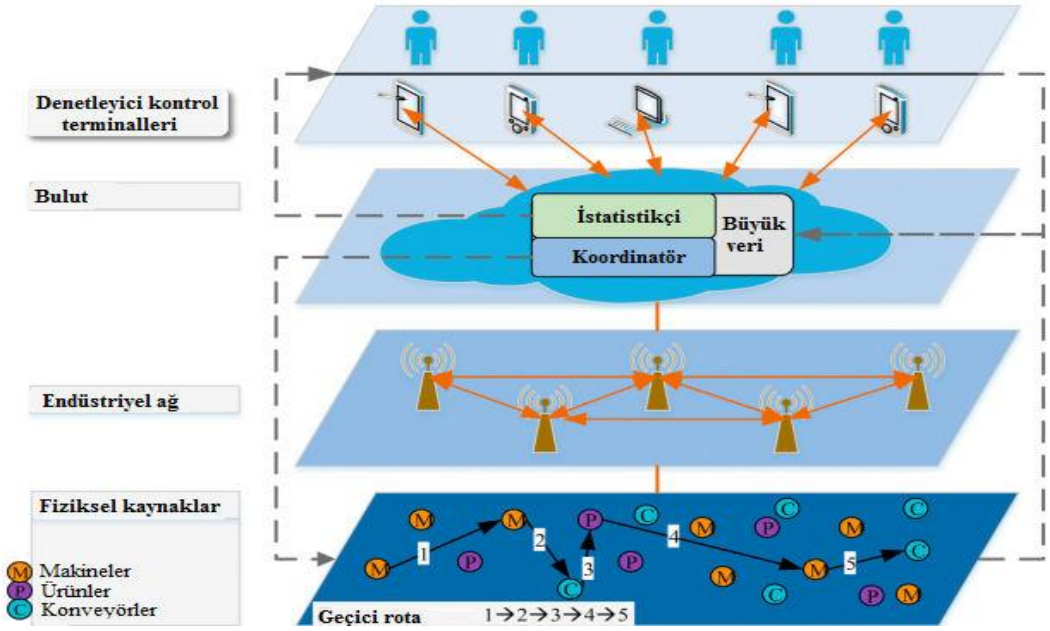
ayıran özelliği, önceki kavramlarda sadece üretim süreçlerinin hızlanmasının sağlamaya çalışılmakta iken; Endüstri 4.0 kavramı aynı zamanda tüketicilerin ihtiyaçlarının sürekli farklılaşmasına yönelik yeni sistemlerin geliştirilmesini sağlayabilmektedir.

Bu bağlamda insan gücünün giderek azaldığı üretimin akıllı robotlar ve internet veri tabanlı iletişim kuran nesneler tarafından gerçekleştirilen akıllı fabrikalar kurulmaya başlanmıştır. Üretim aşamasında işçinin olmaması nedeniyle bu tür fabrikalara karanlık fabrikalarda denilmektedir. Karanlık fabrikalara ilk örnek Çin'de cep telefonu modülü üreten fabrikada hayat bulmuştur. Bu şekilde faaliyetini sürdüren fabrika hatalı ürünlerin oluşma oranını %25'den % 5'e kadar azaltmıştır (Yıldız, 2018: 551).

Akıllı verilere dayalı yapılan bu üretim sistemlerinin sağladığı faydaları şöyle sıralayabiliriz; (https://proente.com/akilli-cihazlar-akilli-fabrikalar).

- Depo yönetiminin etkili ve verimli kullanılmasının sağlanması,
- GPRS yardımı ile distribütörlere yapılacak sevkiyatların ve envanterlerinin takip edilmesi,
- Müşterilerin tedarik süreçlerinin takip edebilmesinden dolayı, müşteri memnuniyetlerinin artması,
- Üretim aşamalarında oluşan hata paylarının minimize edilmesi,
- Üretimin akıllı robotlar tarafından yapılmasından dolayı, işçi maliyetlerinin azalması,
- Üretim süreçlerinin non-stop devam ettirilebilmesi,
- Üretim süreçleri belirli çerçeve ile çizildiğinden dolayı, standart üretim kalitesine ulaşılması,
- Üretim randıman oranlarının doğru bir şekilde hesaplanabilmesi,
- Tam otomasyon ile çalışan karanlık fabrikalarda zamandan tasarruf edilebilmesi,

Şekil 1. Endüstri 4.0 Akıllı Fabrika Çerçevesi (Industry 4.0 Smart Factory Framework)



Kaynak: www.semanticscholar.org/paper/Towards-smart-factory-for-industry-4.0

Şekil 1'de akıllı fabrikaların çalışma prensiplerini açıklanmaktadır. İlk süreç fiziksel kaynaklardan ve bulut teknolojisinden oluşurken, ikinci süreç denetleyici kontrol terminalleri ve bulut sisteminden oluşmaktadır.

Akıllı fabrikalarda üretim yapılması, üretilen ürünlerin akıllı depolarda stoklanması ve akıllı lojistik yardımı ile nihai tüketiciye ulaşım ihtiyacını da beraberinde getirmiştir. Bu bağlamda nesnelerin interneti yordamı ile üretilen ürünler envanter kayıtlarına anında yansımakta, yapılacak sevkiyatlar da yine nesnelerin haberleşmesi ile sevk edilecek adrese transferi gerçekleştirilecektir.

4. SONUÇ

Dünyada oluşan yenilikler karşısında, ülkemiz özelinde de çalışmalar yapılmaktadır. Her yeni uygulamada olduğu gibi firmaların Endüstri 4.0 kapsamında oluşan yeniliklere de uyum sağlaması kolay olmayacaktır. Firmalarımızın yapısal özellikleri göz ardı edilmemelidir. Türkiye'de firmaların % 95'in (http://www.kobi.org.tr/index.php/bilgibankasi/statistikler) Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler (KOBİ) olmasından dolayı dijital dönüşümde Kobilere öncelik verilmelidir.

Akıllı fabrikaların kurulması ülke politikalarında yer almalı, firmaların dönüşüm süreçleri takip edilmeli ve yeterli ölçüde teşvikler ile sübvansiyonlarla mevcut süreç desteklenmelidir. Bu sayede ulusal firmaların farklı ülke firmaları ile rekabet gücü artacaktır. Bahse konu fabrikaların kurulması ile iş gücü ihtiyacı azalacak, robotlar tarafından üretilen ürünlerde hata oranı düşecektir. Üretilen ürünlerin belirli standartlarda üretilmesi ile birlikte rekabet yapısı artan firmaların ulusal ve uluslararası pazardaki markalaşma kabiliyetleri de ivme kazanacaktır.

KAYNAKLAR

AKBEN, İ., ve AVŞAR, İ, (2018). "Endüstri 4.0 ve Karanlık Üretim: Genel Bir Bakış", Türk Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi, 3, (1), 26-37.

Akıllı Cihazlar ve Akıllı Fabrikaların Avantajları, https://proente.com/akilli-cihazlar-akilli-fabrikalar, 11.01.2019.

Endüstri 4.0 Akıllı Fabrika Çerçevesi (Industry 4.0 Smart Factory Framework), www.semanticscholar.org/paper/Towards-smart-factory-for-industry-4.0, 14.01.2019

ERTURAN, İ, E, ve ERGİN, E, (2017). "Muhasebe Denetiminde Nesnelerin İnterneti: Stok Döngüsü", Muhasebe ve Finansman Dergisi, 75, 13-30.

KOBİ Stratejisi Eylem Planı 2015 – 2018, http://www.kobi.org.tr/index.php/bilgibankasi/statistikler, 11.01.2019.

KOŞUNALP, S, ve ARUCU, M, "Nesnelerin interneti ve akıllı ulaşım", Akıllı Ulaşım Sistemleri ve Uygulamaları Dergisi, 1, (1), 1-7.

ÖZARI, İ, ve ARSLAN, A, (2018), "Dijital Sanayi Devriminin Lojistik Sektörüne Getireceği Yenilikler ve Etkileri", 7. Ulusal Lojistik ve Tedarik Zinciri Kongresi, ULTZK 2018 Bildiri Kitabı, 3-5 Mayıs, Bursa, 55- 63.

ÖZDEMİR, Ş, ve ERKOLLAR, A, " Transformation of the Machines from Learner to Decision Maker: Industry 4.0 and Big Data", Mugla Journal of Science and Technology, 4, (2), 219-223.

BAHETI, R. GILL, H., 2011. Cyber-physical systems. The Impact of Control Technology, 12: 161-166.

BARTODZIEJ, C., 2017. The Concept Industry 4.0. In: The Concept Industry 4.0. Springer Gabler, Wiesbaden 27-50.

HERMANN, M., PENTEK, T., ve OTTO, B., 2016. Design principles for industrie 4.0 scenarios. In: System Sciences (HICSS), 49th Hawaii International Conference on. IEEE, p. 3928-3937.

HOFMANN, E, ve RÜSCH, M, (2017), "Industry 4.0. and the current status as well as future prospects on logistics" computers in Industry, 89, pp. 23-34.

KOSKA, A., GÖKSU, N., ERDEM, M.B. ve FETTAHLIOĞLU, H.S., 2017 Measuring the Maturity of a Factory for Industry 4.0. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, 7, (7), 52-60.

LEE, I, ve KYOOCHUN, L., 2015. The Internet of Things (IoT): Applications, investments, and challenges for enterprises. Business Horizons, 58,(4): 431-440.

MONOSTORI, L., KÁDÁR, B., BAUERNHANSL, T., KONDOH, S., KUMARA, S., REINHART, G., et al. (2016). Cyberphysical systems in manufacturing. CIRP Annals, 65(2), 621-641.

SAATÇIOĞLU, Ö,Y., (2006), "RFID Teknolojisi: Fırsatlar, Engeller ve Örnek Uygulamalar", Ege Akademik Bakış Dergisi, 6, (1), 24-35.

SILVA, N, FERREIRA, L, SILVA, C, MAGALHÃES, V. ve NETO, P, (2017), "Improving Supply Chain Visibility With Artificial Neural Networks", Prodedia Manufacturing, 11, 2083-2090.

ŞEKKELİ, H,Z, ve BAKAN, İ, (2018), "Endüstri 4.0'ın Etkisiyle Lojistik 4.0", Journal of Life Economics, 5, (2), 17-36.

TEKİN, M, ve TEKİN, E.,(2014). "E-Logistics and E- Logistics Applications In The Pharmaceutical Sector", 12th International Academic Conference, Prague,

TIMM, I. J. ve LORIG, F., 2015. Logistics 4.0 A Challenge for Simulation. In: Winter Simulation Conference (WSC). IEEE,. p.3118-3119.

XIA, F., YANG, L., WANG, L., ve VINEL, A., 2012. Internet of Things International Journal of Communication Systems, 25, (9), 1101.

YILDIZ, A, (2018). "Endüstri 4.0 ve akıllı fabrikalar", Sakarya Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi, 22, (2), 546-556.

3rd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 28-30 June 2019, Lefkosa

İş Doyumu Faktörlerinden Ücret-Terfi-Yönetici ve İşin Kendisinin İşgörenlerin İşten Ayrılma Eğilimi Üzerine Etkisi: Bişkek Konaklama İşletmeleri Üzerine Bir Alan Araştırması

Asst. Prof. Dr. Mehmet ULUTAŞ
Kırgızistan Türkiye Manas University, Necmettin Erbakan University
mehmet.ulutas@manas.edu.kg, mulutas@konya.edu.tr

ÖZET

Ücret, terfi, yönetim biçimi ve işin kendisinden tatmin olarak alt boyutlarına ayrılarak incelenen iş doyumunun araştırmada, işten ayrılma eğilimleri ile ilişkisi incelenmiştir. Örneklem olarak Kırgızistan'ın başkenti Bişkek'te faaliyet gösteren konaklama işletmeleri seçilmiştir. Verilere faktör analizi, korelasyon ve regresyon analizleri yapılmıştır. Analizlerin sonucunda, yönetim biçimi tatmini ile işten ayrılma eğilimi arasında negatif yönde anlamlı ve işin kendisinden tatmin ile işten ayrılma eğilimi arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.
Anahtar Kelimeler: İş Doyumu, İşten Ayrılma Eğilimi, Bişkek

The Effect of Job Satisfaction Factors (Pay, Promotion, Supervision and The Work Itself) on Employees Turnover Intentions: A Survey of Hospitality Industry in Bishkek

ABSTRACT

The relation of job satisfaction with turnover intentions was examined by dividing the sub-dimensions of pay, promotion, supervision and the work itself in this study. As a sample, accommodation establishments operating in Bishkek, the capital of Kyrgyzstan, were selected. Factor analysis, correlation and regression analysis were performed. As a result of the analysis, it was observed that there was a negative significant relationship between the supervision and turnover intentions, and a negative correlation between the the work itself and the turnover intentions.
Anahtar Kelimeler: Job Satisfaction, Turnover Intentions, Bishkek

GİRİŞ

İş doyumu ve işten ayrılma eğilimi, işgörenlerin kendi istihdamları hakkında sahip oldukları bakış açılarının bir yansımasıdır. Bu bakış açısı, işgörenlerin kendileri için önem arz eden ihtiyaçlarının işlerinde ne ölçüde tatmin edildiğinden etkilenmektedir. İşgörenler, mevcut çalışma ortamları ihtiyaçlarını yeterince karşıladığında daha yüksek iş doyumu ve daha düşük işten ayrılma eğilimi sergilerler (Bright, 2008).

Literatürde iş doyumu ve işten ayrılma eğilimine ilişkin çok sayıda çalışma yapılmıştır. Aşağıda bunlardan bazılarına yer verilmektedir;

Egan vd. (2004) yaptıkları ampirik çalışmada, iş doyumu ile işten ayrılma eğilimi arasında negatif bir ilişki tespit etmişlerdir. Poon (2004) Malezya'da yaptığı bir çalışmada, amirlerinin kişisel önyargıları ve astlarını cezalandırma niyetinden dolayı performans değerlendirmelerini manipüle ettiklerini düşündüklerinde, çalışanların iş doyumunun azaldığı ve işten ayrılma eğilimlerinin arttığını belirtmiştir.

Schwepker (2001), etik iklimi üzerine yaptığı çalışmada, satış elemanlarının olumlu etik iklim algısının, iş doyumu ve örgütsel bağlılık ile pozitif ilişkili olduğunu tespit etmiş; model içerisinde aracılık rolleri bakımından iş doyumu ile işten ayrılma eğilimi arasındaki negatif ilişkiyi de ortaya koymuştur.

Valentine vd. (2011) ABD'de satış elemanları üzerinde yaptıkları çalışmada, kurumsal etik değerler ve iş doyumunun işten ayrılma eğilimini azalttığı sonucuna ulaşmışlardır. Van Dick vd. (2004) örgütsel kimlik ile işten ayrılma eğilimi ilişkisii araştırdıkları çalışmalarında, iş doyumu ve işten ayrılma eğilimi arasında negatif ve anlamlı bir ilişki bulunduğunu tespit etmişlerdir.

Liu vd. (2010) Çin'de kamu sektöründe birey-örgüt uyumu (person-organization fit) üzerine yaptıkları çalışmada, iş doyumunun, birey-örgüt uyumu ve işten ayrılma eğilimi arasında tam bir aracılık etkisine sahip olduğunu göstermişlerdir. Spector vd. (2007) iş-aile çatışması üzerine farklı kültürler bağlamından yaptıkları çalışmada, iş doyumunun ve işten ayrılma eğilimini azalttığını ortaya koymuşlardır.

YÖNTEM

Araştırmanın Amacı ve Modeli

Araştırmada alt boyutları ile birlikte iş doyumu bağımsız değişken; işten ayrılma eğilimi ise bağımlı değişken olarak belirlenmiş ve değişkenler arasındaki ilişkinin ortaya konulması amaçlanmıştır.

Bu amaçla, öncelikle literatür taranmış ve konu ile ilgili olarak çok sayıda çalışma ve bulguların olduğu tespit edilmiştir. Bunlardan, Masdia (2009), Egan vd. (2004), Poon (2004), Schwepker (2001), Valentine vd. (2011), Van Dick vd. (2004), Liu vd. (2010), Spector vd. (2007) vb araştırmacılar çalışmalarında, araştırma modeli ile bağlantılı sonuçlar elde etmişlerdir.

Yukarıda belirtilen literatür taramasının sonuçları doğrultusunda, araştırma için aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir;

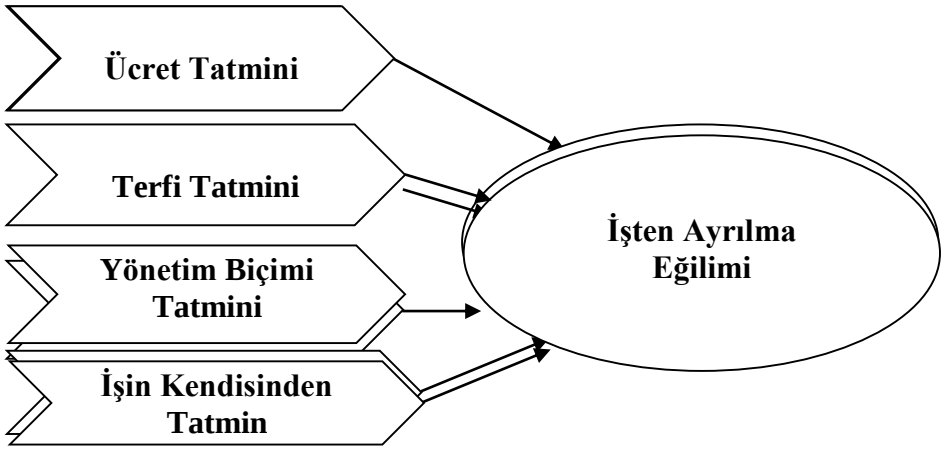
H_1: İşgörenlerin ücret tatmini algısı ile işten ayrılma eğilimleri arasında anlamlı bir ilişki vardır

H_2: İşgörenlerin terfi tatmini algısı ile işten ayrılma eğilimleri arasında anlamlı bir ilişki vardır

H_3: İşgörenlerin yönetim biçimi tatmini algıları ile işten ayrılma eğilimleri arasında anlamlı bir ilişki vardır

H_4: İşgörenlerin işin kendisinden tatmin algıları ile işten ayrılma eğilimleri arasında anlamlı bir ilişki vardır

Araştırma modeli olarak aşağıdaki gibi simgesel bir model kullanılmıştır.



Şekil 3: *Araştırmanın Modeli: İş Doyumu ile İşten Ayrılma Eğilimi Arasındaki İlişki*

Veri Toplama Aracı

Yapılan bu çalışmada örneklem olarak Kırgızistan'ın başkenti Bişkek'te bulunan konaklama işletmeleri çalışanları seçilmiştir.

Araştırmada bir anket formu kullanılmıştır. Anket sorularına verilen cevaplar, 5'li Likert tipi (1: Kesinlikle Katılıyorum; 2: Katılıyorum; 3: Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum; 4: Katılıyorum; 5: Kesinlikle Katılıyorum) ölçek vasıtasıyla alınmıştır. Araştırmada kullanılan hem iş doyum ölçeği hem de işten ayrılma eğilimi ölçeği, Masdia (2009) tarafından adapte edilmiş ve kullanılmış ölçeklerdir.

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini, Kırgızistan'ın başkenti Bişkek'te bulunan konaklama işletmeleri çalışanları oluşturmaktadır. Veriler, tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemiyle konaklama işletmeleri çalışanlarından toplanmıştır.

Yönetici ve çalışan düzeyindeki 200 kişiye anket formları elden dağıtılmış ve bunların 165 adedi geri dönmüştür. Geri dönen anket formlarından 27'si, gelişigüzel doldurulması ve işaretlenmemiş soruların çok olması sebebiyle analizlere dahil edilmemiş olup, toplam kullanılan anket formu sayısı 138 olmuştur.

BULGULAR

Demografik Bulgular

Tablo 31: *Katılımcılara Ait Demografik Özellikler*

	Değişkenler		n=138	%
1	**Cinsiyet**	Erkek	64	46,4%
		Kadın	74	**53,6%**
		Toplam	138	100,0%
2	**Yaş**	18-35 yaş	113	**81,9%**
		36-50 yaş	25	18,1%
		50 yaş üstü		0,0%
		Toplam	138	100,0%
3	**Medeni Hal**	Bekar	114	**82,6%**
		Evli	24	17,4%
		Toplam	138	100,0%
4	**Eğitim Durumu**	İlkokul	15	10,9%
		Lise	32	23,2%
		Üniversite	91	**65,9%**
		Toplam	138	100,0%
5	**Görev**	İşçi (Mavi Yaka)	97	**70,3%**
		Memur (Beyaz Yaka)	26	18,8%
		Yönetici	15	10,9%
		Toplam	138	100,0%
6	**Çalışma Süresi**	1 Yıldan Az	67	48,6%
		1-6 Yıl Arası	53	**38,4%**
		6 Yıldan Fazla	18	13,0%
		Toplam	138	100,0%
7	**Kurum**	Özel	113	**81,9%**
		Kamu	25	18,1%
		Toplam	138	100,0%

Tablo 1'den de görüleceği üzere, katılımcıların demografik özellikleri şu şekildedir; Ankete 64'i erkek (% 46,4), 74'ü kadın (% 53,6) olmak üzere toplam 138 kişi katılmıştır. Ankete katılanlar; yaş durumlarına göre % 81,9'u (113 kişi) 18-35, % 18,1'i (25 kişi) 36-50 yaş grubunda olup, 50 yaş üstü katılımcı bulunmamaktadır. Ankete katılanların % 82,6'si (114 kişi) bekar, % 17,4'ü (24 kişi) evlidir. Eğitim durumlarına göre, ankete katılanlar arasında en yüksek oran % 65,9 (91 kişi) ile üniversite mezunlarına aittir. Üniversite mezunlarını % 23,2 (32 kişi) ile lise mezunları takip etmektedir. Katılımcıların % 10,9'u (15 kişi) ise ilkokul mezunudur. Katılımcıların % 70,3'ü (97 kişi) mavi yaka işçi; % 18,8'i (26 kişi) idari görevlerde bulunan beyaz yaka çalışanlardan oluşmakta; % 10,9'u (15 kişi) ise yönetici grubunu temsil etmektedir. Katılımcıların % 48,6'sı (67 kişi) 1 yıldan az süredir; % 38,4'ü (53 kişi) 1-6 yıl arası; % 13,0'1

(18 kişi) ise 6 yıldan fazla süredir işletmelerinde görevini sürdürmektedir. Katılımcıların %81,9'u (113 kişi) özel sektörde çalışmakta, %18,1'i (25 kişi) ise kamuda görev yapmaktadır.

Tanımlayıcı İstatistikler

Tablo 32 : *Tanımlayıcı (Descriptive) İstatistikler*

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pay_ort	138	1,00	5,00	2,9807	,85414
Promotion_ort	138	1,00	5,00	3,3424	,70861
Supervision_ort	138	1,00	5,00	3,3468	1,01924
Work_ort	138	1,00	5,00	3,2156	1,11974
Tint_ort	138	1,00	5,00	2,8514	,64051
Valid N (listwise)	138				

Tablo 2'de çalışmadan elde edilen tanımlayıcı istatistikler gösterilmiştir; Katılımcıların iş doyumu faktörlerinden, "ücret tatmini" algısı ortalaması "2,9807" olarak gerçekleşmiş olup, "ne katılıyorum ne katılmıyorum"a yakın düzeydedir. "Terfi tatmini" algısı ortalaması "3,3424" olarak gerçekleşmiş olup "katılıyorum"a yakındır. "Yönetici tatmini" algısı ortalaması "3,3468" olarak gerçekleşmiş olup yine "katılıyorum"a yakındır. Ve son olarak "işin kendisinden tatmin" algısı ortalaması "3,2156" olarak gerçekleşmiş olup "katılıyorum"a yakındır. "İşten ayrılma eğilimi" algısı ortalaması ise, "2,8514" olarak tespit edilmiş olup "ne katılıyorum ne katılmıyorum" düzeyine yakındır.

Ölçeklerin Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Faktör analizinde, bağımlı ve bağımsız değişkenler ayrı ayrı ele alınarak analiz edilmiştir. İş doyumu ölçeğinin faktör analizi sonuçları Tablo 3'de verilmiştir.

Tablo 33 : *İş Doyumu Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları*

Sorular	**Eş Kökenlilik**	**Faktör Yükü**	**Özdeğer**	**Açıklanan Varyans %**	**Ortalama**	**Güvenirlik (Alfa)**
İşin Kendisinden Tatmin			**12,077**	**41,645**	**3,2156**	**,962**
Benim halihazırdaki işim ilgi çekicidir	,875	,865				
İşim bana başarma hissi veriyor	,873	,845				
İşim benim için tatmin edicidir	,838	,840				
Yaptığım iş, eğlencelidir	,806	,836				
Mevcut işimden hiç sıkılmıyorum	,806	,832				
Şimdiki işim benim için iyi.	,791	,810				
İşim başkaları tarafından saygıyla karşılanan bir iştir.	,749	,725				
İşim çok rahat	,609	,676				

Yönetim Biçiminden Tatmin			**3,718**	**12,822**	**3,3468**	**,940**
Yöneticim iyi iş çıkardığımda beni takdir eder	,822	,839				
Yöneticim dikkatli bir insandır	,813	,794				
Yöneticim sorumlu bir insandır	,811	,786				
Yöneticim işimi yaparken beni iyi yönlendiriyor	,793	,775				
Yöneticim işten gerçekten iyi anlıyor	,739	,772				
Yöneticim her zaman benden tavsiye ister	,647	,713				
Bana göre yöneticim çok etkili bir kişidir	,583	,644				
Terfi Tatmini			**1,832**	**6,316**	**3,3424**	**,847**
Şirketimde düzenli bir biçimde terfi uygulamaları yapılıyor	,701	,811				
Şirketimde adil bir biçimde herkese terfi şansı verilmektedir	,605	,723				
Şirketimdeki terfi sistemi, iş verimliliğine dayanıyor	,560	,713				
Şirketimde sıklıkla terfi uygulaması yapılıyor	,552	,680				
Şirketimde birinin terfi etmesi hizmet süresine bağlıdır	,514	,678				
Şirketimdeki terfi sistemi oldukça iyi	,505	,654				
Şirketimdeki terfi sistemi performansa dayanıyor	,499	,641				
Şirketimde terfi fırsatlarında sınır yok	,469	,589				
Ücret Tatmini			**1,768**	**6,095**	**2,9807**	**,849**
Ücret yapılan işe eşit bir biçimde ödeniyor	,707	,706				
Ücretim diğerlerinden daha yüksek	,593	,694				
Aldığım ücret, performansıma bağlı olarak artıyor	,577	,678				
Yaptığım işe göre ücret ödeniyor	,543	,627				
Ücretimi alacağım konusunda işverenime güveniyorum	,535	,564				
Ücretim geçinmeme yetiyor	,483	,464				

Faktör çıkarma metodu: Temel bileşenler analizi; Döndürme metodu: Varimax; Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği: %89,1; Bartlett's Küresellik Testi için Ki- Kare: 3344,564; df: 406; p<0,001

İş doyumu değişkenine ilişkin olarak yapılan ilk faktör analizi sonucunda, faktör sayısı beş çıkmıştır. Ancak çıkan tabloda bazı ifadelerin faktör yüklerinin uygun bileşenlere dağılmadığı görülmüştür. Bu sebeple, faktör yükü uygun bileşenlere dağılmayan, ücret tatmini alt boyutundan "*Ücretim normal harcamalar için yeterli"*, "*Aldığım ücretten memnunum*" ifadeleri, yönetim biçimi tatmini alt boyutundan "*Yöneticim daima bana yardıma hazır bekliyor*" ifadesi ölçekten çıkarılmıştır.

Sonuç itibariyle, "işin kendisinden tatmin" faktörünün öz değeri 12,077'dir ve toplam varyansın %41,645'ini açıklamaktadır. Faktörün güvenirliği 0,962 olarak tespit edilmiştir. "Yönetim biçiminden tatmin" faktörünün öz değeri 3,718'dir ve toplam varyansın %12,822'sini açıklamaktadır. Faktörün güvenirliği 0,940 olarak tespit edilmiştir. "Terfi tatmini" faktörünün öz değeri 1,832'dir ve toplam varyansın %6,316'sını açıklamaktadır. Faktörün güvenirliği 0,847 olarak tespit edilmiştir. "Ücret tatmini" faktörünün öz değeri 1,768'dir ve toplam varyansın %6,095'ini açıklamaktadır. Faktörün güvenirliği 0,849 olarak tespit edilmiştir. Ölçeğin Bartlett Testi için ki-kare 3344,564 ve p anlamlılık değeri 0,001 olarak gerçekleşmiştir. Kaiser-Meyer-Olkin örneklem değeri 0,891'dir. Test sonucu elde edilen değerler, verilerin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir.

İşten ayrılma eğilimi ölçeğinin faktör analizi sonuçları Tablo 4'de verilmiştir.

Tablo 34: *İşten Ayrılma Eğilimi Faktör Analizi Sonuçları*

Sorular	Eş Kökenlilik	Faktör Yükü	Özdeğer	Açıklanan Varyans %	Ortalama	Güvenirlik (Cronbach Alfa)
İşten Ayrılma Eğilimi			1,288	64,388	2,8514	,808
Büyük bir olasılıkla gelecek yıl yeni bir iş arayacağım	,644	,802				
Tekrar seçme şansım olsa, çalışmak için yine şimdiki çalıştığım şirketimi tercih ederdim ®	,644	,802				

Faktör çıkarma metodu: Temel bileşenler analizi; Döndürme metodu: Varimax; Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği: %50,0; Bartlett's Küresellik Testi için Ki- Kare: 11,711; df: 1; p<0,001

İşten ayrılma eğilimi ölçeği için yapılan faktör analizi sonucunda birden fazla faktör çıkmış olup, faktör yükü uygun bileşenlere dağılmayan "*Sık sık şirketimden ayrılmayı düşünüyorum*" ifadesi ölçekten çıkarılmıştır. Faktörün öz değeri 1,288'dir ve toplam varyansın %64,388'ini açıklamaktadır. Faktörün güvenirliği 0,808 olarak tespit edilmiştir. Bartlett Testi için ki-kare 11,711 ve p anlamlılık değeri 0,001 olarak gerçekleşmiştir. Kaiser-Meyer-Olkin

örneklem değeri 0,500'dür. Test sonucu elde edilen değerler, verilerin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir.

İş Doyumu ile İşten Ayrılma Eğilimi Arasındaki İlişkiye Dair Korelasyon ve Regresyon Analizleri

İş doyumu ve alt boyutları ile işten ayrılma eğilimi arasında bir ilişki olup olmadığını belirlemek için korelasyon analizi yapılmıştır. Tablo 5'de korelasyon analizine ilişkin sonuçlar yer almaktadır.

Tablo 35: *İş Doyumu ve İşten Ayrılma Eğilimi Arasındaki İlişki*

	N	Ortalama	Std. Sapma	1	2	3	4	5
1. Ücret Tatmini	138	2,9807	,85414	1				
2. Terfi Tatmini	138	3,3424	,70861	,202*	1			
3. Yönetim Biçimi Tatmini	138	3,3468	1,01924	,627**	,261**	1		
4. İşin Kendisinden Tatmin	138	3,2156	1,11974	,637**	0,155	,704**	1	
5.İşten Ayrılma Eğilimi	138	2,8514	,64051	-0,167	-0,137	**-,207***	**-,314****	1

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

Tablo 5'e göre;

1. "Ücret tatmini" ile "işten ayrılma eğilimi" arasında anlamlı (p=0,01) herhangi bir ilişki tespit edilememiştir ve bu sonuca göre "**H_1** *İşgörenlerin ücret tatmini algısı ile işten ayrılma eğilimleri arasında anlamlı bir ilişki vardır*" hipotezi reddedilir.
2. "Terfi tatmini" ile "işten ayrılma eğilimi" arasında anlamlı (p=0,01) herhangi bir ilişki tespit edilememiştir ve bu sonuca göre "**H_2** *İşgörenlerin terfi tatmini algısı ile işten ayrılma eğilimleri arasında anlamlı bir ilişki vardır*" hipotezi reddedilir.
3. "Yönetim biçimi tatmini" ile "işten ayrılma eğilimi" arasında negatif yönde anlamlı (p=0,05) bir ilişki (r = -,207) olduğu görülmektedir ve bu sonuca göre "**H_3** *İşgörenlerin yönetim biçimi tatmini algıları ile işten ayrılma eğilimleri arasında anlamlı bir ilişki vardır*" hipotezi kabul edilir.
4. "İşin kendisinden tatmin" ile "işten ayrılma eğilimi" arasında negatif yönde anlamlı (p=0,05) bir ilişki (r = -,314) olduğu görülmektedir ve bu sonuca göre "**H4** *İşgörenlerin işin kendisinden tatmin algıları ile işten ayrılma eğilimleri arasında anlamlı bir ilişki vardır*" hipotezi kabul edilir.

Korelasyon analizinin yanısıra, aralarından ilişki olduğu belirlenen alt boyutlar arasında, ilişkinin niteliğini tespit etmek için doğrusal regresyon analizi de yapılmıştır.

Tablo 36: *İş Kontrol Algısı'nın Yetersiz Kaynağa Dayalı İş Stresine Etkisine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları*

Model		Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Edilmiş Katsayılar	t	Anlam Düzeyi
		B	Std. Hata	Beta		
1	(Sabit)	3,287	,184		17,829	,000
	Yönetim Biçimi Tatmini	-,130	,053	-,207	-2,470	,015

Bağımlı Değişken: İşten ayrılma eğilimi; R: ,207; R^2: ,043; Düzeltilmiş R^2: ,036; Model İçin F: 6,201, p<0,05

Tablo 6'daki regresyon analizi sonuçlarına göre; R^2 determinasyon katsayısı, işgörenlerin "işten ayrılma eğilimi" ile ilgili tutum değişikliğinin "yönetim biçimi tatmini" algısı ile açıklanabileceğini göstermektedir. İşgörenlerin genel "yönetim biçimi tatmini" algısındaki bir birimlik artış, "işten ayrılma eğilimlerinde" 0,207 birimlik bir azalışa yol açmaktadır.

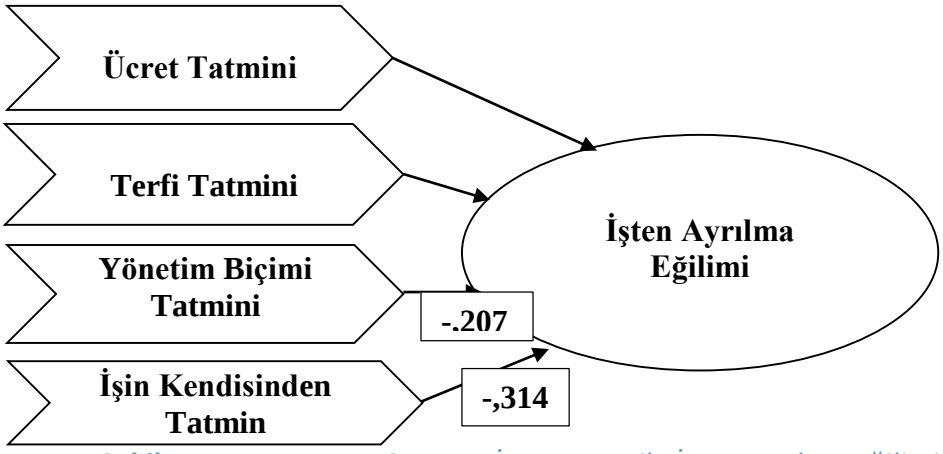
Tablo 37 : *İşin Kendisinden Tatmin Algısı'nın İşten Ayrılma Eğilimine Etkisine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları*

Model		Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Edilmiş Katsayılar	t	Anlam Düzeyi
		B	Std. Hata	Beta		
1	(Sabit)	3,429	,159		21,629	,000
	İşin Kendisinden Tatmin	-,179	,047	-,314	-3,854	,000

Bağımlı Değişken: İşten ayrılma eğilimi; R: ,314; R^2: ,098; Düzeltilmiş R^2: ,092; Model İçin F: 14,852, p<0,001

Tablo 7'deki regresyon analizi sonuçlarına göre; R^2 determinasyon katsayısı, işgörenlerin işten ayrılma eğilimi ile ilgili tutum değişikliğinin işin kendisinden tatmin algısı ile açıklanabileceğini göstermektedir. İşgörenlerin işin kendisinden tatmin algısındaki bir birimlik artış, "işten ayrılma eğilimlerinde" 0,314 birimlik bir azalışa yol açmaktadır.

Bu sonuçlara göre araştırmanın bulguları aşağıdaki gibi simgesel bir model üzerinde gösterilmiştir.



Şekil 4: *Araştırmanın Sonucu: İş Doyumu ile İşten Ayrılma Eğilimi İlişkisi*

SONUÇ ve ÖNERİLER

Araştırmanın bulguları, iş doyumu ile işten ayrılma eğilimi arasında bir ilişki bulunduğunu ortaya koymaktadır. Masdia (2009), Egan vd. (2004), Poon (2004), Schwepker (2001), Valentine vd. (2011), Van Dick vd. (2004), Liu vd. (2010), Spector vd. (2007) vb. araştırmacılar da benzer sonuçlara ulaşmışlardır.

Değişkenler arasındaki ilişki, alt boyutlar bakımından incelendiğinde ise aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır;

1. Ücret tatmini ile işten ayrılma eğilimi arasında anlamlı herhangi bir ilişki tespit edilememiştir.
2. Terfi tatmini ile işten ayrılma eğilimi arasında anlamlı herhangi bir ilişki tespit edilememiştir.
3. Yönetim biçimi tatmini ile işten ayrılma eğilimi arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir.
4. İşin kendisinden tatmin ile işten ayrılma eğilimi arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir.

Bu sonuçlar, iş doyumunun alt boyutlarından ilk ikisini oluşturan ücret tatmini ve terfi tatmini değişkenlerinin işgörenlerin işten ayrılma eğilimleri üzerinde herhangi bir etkiye sahip olmadığını göstermektedir. Öte yandan yönetim biçimi tatmini ve işin kendisinden tatmin değişkenlerinin işgörenlerin işten ayrılma eğilimi üzerinde negatif bir etkiye sahip olduğu araştırma ile tespit edilmiştir. Buna göre yönetim biçiminden ve işin kendisinden memnuniyet arttıkça işten ayrılma eğilimi azalacak, aksi halde işten ayrılma eğilimi artacaktır.

İşgörenleri işten ayrılmaya götürecek iş doyumuna bağlı sebepler bir sıralamaya tabi tutulacak olursa, ilk sırayı işin kendisinden tatmin almakta, ikinci sırayı ise yönetim biçiminden tatmin işgal etmektedir. Ücret ve terfi konusundaki tatmin ise, araştırmanın bulgularına göre işten ayrılma eğilimini etkilememektedir. Buna göre işgörenler, yaptıkları işin kendilerine uygun olmadığını anladıklarında ya da yaptıkları işi sevmemeleri, işlerini yapmaktan zevk almamaları halinde, tabii olarak işi bırakmaya meyletmektedirler.

Yapmaktan memnuniyet duyduğu işi yapmak, her işgörenin tabii hakkıdır. Keyif alarak yapılan iş, işgöreni de işvereni de tatmin eder. Bunun için işverenlerin ve işletme yöneticilerinin, işleri işgörenlerine dağıtırken, doğru işleri doğru kişilerle eşleştirmesi gerekmektedir. İşinden hoşnut olmayanların işleri, görevleri, görev yerleri, severek yapacakları iş, görev ya da görev yerleri ile değiştirilmelidir.

Öte yandan, araştırmanın bir diğer sonucunu da yönetim biçiminden tatminin işten ayrılma eğilimine yol açması oluşturmaktadır. Araştırmanın liderlik tarzları üzerine olmaması sebebiyle, hangi yöneticilik tarzının işten ayrılma eğilimini tetiklediği hususu, araştırmanın konusu dışında yer almaktadır. Ancak araştırma ile, yöneticinin astlarını takdir etmesi, sorumluluk sahibi olması, işlerini yapmada astlarını iyi yönlendiriyor olması, astlarını dinliyor ve anlıyor olması, işini çok iyi bilen, etkili biri olması, astlarının fikirlerini dikkate alıyor olması gibi hususlardaki işgören algısı ölçüldüğünden, bu özelliklere sahip olmayan işletme yönetimlerinin, işgörenlerini işletmelerinde tutmakta zorlanacakları araştırmanın bulguları çerçevesinde ileri sürülebilmektedir.

Araştırma, kısıtlı bir örneklem üzerine yapılmıştır ve bulunan ilişkiler zayıf ya da orta dereceli olup genellenmemeli ve ihtiyatla dikkate alınmalıdır. Araştırma konusunun, Kırgızistan'da yapılması çalışmayı kendi ölçeğinde orijinal hale getirmektedir. Gelecekte araştırmacılar, işten ayrılma eğilimi değişkenini, psikolojik iyi oluş, sosyal destek, tükenmişlik vb. değişkenlerle inceleyerek ilgili yazını zenginleştirebileceklerdir.

KAYNAKÇA

Bright, L. (2008). Does Public Service Motivation Really Make a Difference on the Job Satisfaction and Turnover Intentions of Public Employees? *The American Review of Public Administration, 38*(2), 149–166. https://doi.org/10.1177/0275074008317248

Egan, T., Yang, B., & Bartlett, K. (2004). The effects of organizational learning culture and job satisfaction on motivation to transfer learning and turnover intention. *Human Resource Development Quarterly*, *15*(3), 279–301. https://doi.org/10.1002/hrdq.1104

Liu, B., Liu, J., & Hu, J. (2010). Person-Organization Fit, Job Satisfaction, and Turnover

Intention: An Empirical Study in the Chinese Public Sector. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, *38*(5), 615–625. https://doi.org/10.2224/sbp.2010.38.5.615

Masdia, M. (Universiti U. M. (2009). *Job Satisfaction and Turnover Intention Among the Skilled Personnel in TRIplc Berhad*. Retrieved from http://etd.uum.edu.my/id/eprint/1826

Poon, J. M. L. (2004). Effects of performance appraisal politics on job satisfaction and turnover intention. *Personnel Review*, *33*(3), 322–334. https://doi.org/10.1108/00483480410528850

Schwepker, C. H. J. (2001). Ethical climate's relationship to job satisfaction, organizational commitment, and turnover intention in the salesforce. *Journal of Business Research*, *54*, 39–52. https://doi.org/10.1016/S0148-2963(00)00125-9

Spector, P. E., Allen, T. D., Cooper, C. L., & Lu, C. (2007). Cross-National Differences in Relationships of Work Demands , Job Satisfaction , and Turnover Intentions With Work – Family Conflict. *Personnel Psychology*, *60*, 805–835. https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.2007.00092.x

Valentine, S., Godkin, L., Fleischman, G. M., & Kidwell, R. (2011). Corporate Ethical Values, Group Creativity, Job Satisfaction and Turnover Intention: The Impact of Work Context on Work Response. *Journal of Business Ethics*, *98*(3), 353–372. https://doi.org/10.1007/sl0551-010-0554-6

Van Dick, R., Christ, O., Stellmacher, J., Wagner, U., Ahlswede, O., Grubba, C., … Tissington, P. a. (2004). Should I Stay or Should I Go? Explaining Turnover Intentions with Organizational Identi cation and Job Satisfaction. *British Journal of Management*, *15*, 351–360. https://doi.org/10.1111/j.1467-8551.2004.00424.x

Çocukluk Döneminde Cinsel İstismar

Barış TUNCER
Sakarya University

Giriş

Çocuklar, fiziksel ve psikososyal gelişimlerini tamamlamadıkları için özel olarak korunması gereken varlıklardır. Çocuklar, kendilerini koruyamadıkları ve uzun süre bakım ve korunmaya ihtiyaç duydukları için dezavantajlı gruplar içinde değerlendirilmektedir. Çocukların her yönüyle bir bütün olarak sağlıklı bir şekilde gelişebilmesi için gerekli koşulların sağlanması gerekmektedir. Ancak, birçok toplumsal sorun çocukların sağlıklı gelişimini engellemekte ve onlara zarar vermektedir. Çocukların gelişim sürecini engelleyen ve örselenmelerine neden olan sorunlardan biri de çocuk ihmali ve istismarıdır. Çocukların gelişim süreçlerine zarar veren, gelişimini engelleyen davranışlar çocuk istismarı, çocukların temel ihtiyaçlarının karşılanmaması ise çocuk ihmali olarak tanımlanabilir. Çocuk istismarı türlerinden biri de cinsel istismardır. Çocuk istismarının en ağır biçimi olan cinsel istismar, çocuğun cinsel haz amacıyla kullanılması veya çocuğun bir başkası tarafından bu şekilde kullanılmasına izin verilmesi olarak tanımlanabilir. Cinsel istismar, fark edilmesi zor bir istismar türüdür ve çoğu cinsel istismar vakasının gizli kaldığı ve ortaya çıkmadığı genel olarak kabul edilmektedir. Bu çalışmada cinsel istismarın nedenleri, belirtileri, türleri ve cinsel istismarın önlenmesine yönelik yapılabilecek çalışmalar incelenmiştir. Cinsel istismarın tanımının, türlerinin, nedenlerinin bilinmesi, çocuklar için oldukça zarar verici bir kötü muamele olan cinsel istismarın önlenmesi konusunda yararlı olacaktır.

1. Temel Kavramlar

1.1. Çocuk

Çocuk kavramının tanımı zamana, toplumlara, tanımın yapıldığı bilim dalına göre değişmektedir. Farklı yaş aralıklarında tanımların yapılmasına rağmen, genel olarak 18 yaşın altındaki her insan çocuk olarak kabul edilmektedir.

Çocuk Hakları Sözleşmesi, çocukluğun bitimini 18 yaş olarak kabul etmektedir. Türk Ceza Kanunu'na göre; 5395 sayılı Çocuk Koruma Kanunu 1. Maddeye göre çocuk, daha erken yaşta ergin olsa da, 18 yaşını doldurmamış bireydir. Türk Medeni Kanunu'nda birey 18 yaşını doldurduğunda reşit olmaktadır. Reşit olan çocuk, medeni hakları açısından tam bir yetişkin statüsüne kavuşmaktadır (Cengiz, 2017: 3).

1.2.Çocuk İstismarı

Dünya Sağlık Örgütü (WHO) çocuk istismarını, yetişkin biri tarafından bilerek veya bilmeyerek yapılan ve çocuğun sağlığını, fiziksel gelişimini, psiko-sosyal gelişimini olumsuz yönde etkileyen davranışlar şeklinde tanımlamıştır (Akt. Turgut,2017:207).

Geniş anlamıyla çocuk istismarı 18 yaşından küçük olan çocukların ya da ergenlerin ana-babaları, onları bakıp gözetmek ve eğitmekle görevli öğretmen, usta, koruyucu aile fertleri, vasi gibi kişiler ya da yabancı kişiler tarafından yapılan, bedensel ve/ya psikolojik olarak sağlıklarına zarar veren, fiziksel, duygusal, cinsel ya da zihinsel gelişimlerini engelleyen tutum ve davranışlardır. Ancak yapılan bu davranışın, mutlaka çocuk tarafından algılanması veya erişkin tarafından bilinçli olarak yapılması gerekli değildir (İnsan Hakları Derneği.2008).

Aktif bir olgu olan çocuk istismarı anne, baba veya bakıcının çocuğa zarar vermesi sonucunda ortaya çıkan bir durumdur. Çocuk istismarı istemli olarak çocuğa fiziksel zarar vermek, çocuğu kötü beslemek, cinsel istismar, çıkar için çocuğun kullanılması, bunun yanında çocuğun normal ve fiziksel gelişimini engelleyen her türlü davranışı kapsamaktadır (Özcan ve Elyas, 2012: 220-221).

1.3.Cinsel İstismar

Cinsel istismar, bir erişkin tarafından cinsel tatmin amacıyla çocuğun kullanması veya başka bir kişinin çocuğu cinsel doyum amacıyla kullanmasına müsaade etmektir. Bir erişkinin psikososyal gelişimini tamamlamamış ve küçük yaştaki kız veya erkek çocuğu cinsel uyarı, cinsel doyum amacıyla kullanmasına cinsel istismar denilmektedir (Erbay, 2016: 177).

Cinsel istismar, 0-18 yaş arasındaki çocuğun kendisinden büyük bir yetişkin tarafından cinsel doyum için zorla veya aldatılarak (ikna edilerek) kullanılmasıdır veya başkasının çocuğu bu amaç için kullanmasına izin verilmesi durumudur. Yetişkinlerin cinsel doyum için kandırma, ikna etme, ayartma veya mecbur bırakma gibi yöntemlerle çocukla ilişki kurması veya çocuğu pornografiye yönlendirmesine cinsel istismar denir (Bayraktar, 2015:53).

Cinsel istismar psiko-sosyal gelişimini tamamlamamış bir çocuğun kendisinden en az altı yaş büyük bir kişi tarafından cinsel doyum amacıyla zorla, ikna yoluyla kullanılması veya bir başka kişinin çocuğu bu amaçla kullanmasına müsaade edilmesidir (Aydoğan ve Akduman,2018:249).

Çocuğun bir yetişkin ya da kendisinden büyük bir çocuk tarafından anlamadığı ve / ya kabul etmediği, gelişimsel olarak hazır olmadığı ve karşı tarafın cinsel tatmini için kullanılmasına cinsel istismar denir. Bu her türlü cinsel içerikli konuşma, şakalaşma, teşhir ve röntgencilik gibi temas içermeyen istismar türlerinden, çocuğun cinsel organlarına dokunma, oral-genital seks, ensest, tecavüz, çocuğu fuhuş ve pornografik materyallerin üretiminde kullanma ve sodomi gibi tüm davranışları ve eylemleri içermektedir (İnsan Hakları Derneği,2008).

1.4. Aile İçi Cinsel İstismar (Ensest)

Anne-baba veya aile içindeki bir birey tarafından yapılan cinsel istismar (Çocuk İhmali ve İstismarı Terimleri Sözlüğü).

Ensest, aile içinde gerçekleşen bir cinsel istismar türüdür. Bu istismar, eşler dışında aile üyelerinden bir kişinin, cinsel doyum amacıyla ailenin diğer bireylerinden biri ile cinsel temasa kadar uzanan ilişkilerde bulunması anlamına gelmektedir (Topçu, 1997: 21).

Evlenmeleri hukuki, dini inançlar, toplumun ahlaki değerleri açısından yasaklanan, akraba olan kadın ve erkeğin cinsel ilişkilerine ensest denilmektedir (Bayraktar, 2015:61).

2. Cinsel İstismar Biçimleri

2.1. Dokunma Olmadan Gerçekleşen Cinsel İstismar Davranışları

a. Cinsel İçerikli Konuşma: İstismarcının, cinsel istismar mağduru olan çocuğun cinsel özelliklerine yönelik veya mağdur çocuğun bedeninde yapmak istediği cinsel davranışları anlatarak cinsel yorumlar yaptığı konuşma biçimidir.

b. Teşhircilik: İstismarcının, cinsel istismar mağduru olan çocuğa penisini, göğüslerini, anüsünü, vajina gibi mahrem bölgelerini göstermesi ve/veya çocuğun önünde mastürbasyon yapmasıyla gerçekleşen istismar biçimidir.

c. Röntgencilik: İstismarcının cinsel istismar mağduru olan çocuğu, çocuğun bedeninin çıplak olduğu zamanlarda gizliden veya alenen seyretmesidir.

2.2. Dokunma İle Gerçekleşen Cinsel İstismar Davranışları

İstismarcının, cinsel istismar mağduru olan çocuğun göğüs, vajina, anüs gibi mahrem bölgelerine dokunması veya mağdur çocuğu kendi bedenine dokunması için zorlamasıdır. İstismarcı, cinsel istismar mağduru olan çocuğu karşılıklı dokunarak ve/veya mastürbasyon yaparak istismara maruz bırakabilir. İstismarcı cinsel istismar mağduru olan çocuğu çocuk giyinik veya soyunuk durumdayken kıyafetleri üzerinden doğrudan cildi üzerinden istismara maruz bırakabilir.

a. Oral-Genital Cinsel İstismar

İstismarcının mağdur çocuğun genital organlarını öpmesi, ısırması veya çocuğu oral yoldan kendisiyle ilişki kurmaya ikna etmesi/zorlaması ile gerçekleşen cinsel istismar türüdür.

b. İnterfemoral Cinsel İstismar

Cinsel istismar mağduru olan çocuğun bedeninde cinsel penetrasyonun gerçekleşmediği fakat istismarcının penisini mağdur çocuğun bacaklarının arasına sürttüğü cinsel istismar biçimidir. İstismarcı, küçük yaşlardaki çocuklar için, bekarete (himen-kızlık zarını) zarar vermemek, büyük yaşlarda ise hamileliği engellemek için bu istismar biçimine başvurabilir.

c. Cinsel Penetrasyon

İstismarcının, cinsel istismar mağduru olan çocuğun genital, anal, oral bölgesine/bölgelerine çeşitli nesnelerle ve/veya parmakla penetrasyonu biçiminde gerçekleşen istismar biçimidir.

d. Cinsel Sömürü

İstismarcının, çocukla direkt cinsel ilişkiye girmediği, çocuğu kurban olarak seçerek, onun bedeni üzerinden cinsel doyumdan çok maddi kazanç sağlamayı amaçladığı çocuk pornografisi ve çocuk fuhuşunu içeren davranışlardır. Sömürüde bulunan kişinin çocukla doğrudan cinsel kontağa girmediği fakat çocuğun cinsel kurban seçildiği (viktimizasyon) olguları içermektedir. Genelde sömürüde bulunan kişi cinsel doyumdan çok parasal kazanç sağlamak için bunu yapmaktadır.

Cinsel sömürünün çocuk pornografisi ve çocuk fuhuşu olarak iki türü bulunmaktadır.

Çocuk Pornografisi

Çocukların cinsel olarak görüntülendiği istismar biçimidir. İstismarcı, cinsel istismar mağduru olan çocuğa verileri, görüntü, video, filmler ve fotoğraflar aracılığıyla kayıt altına almaktadır. İstismarcı, bu görüntüleri kendisi de kullanabilir, ticari amaçlı olarak pornografi piyasasına da verebilir. Bu istismar biçiminde, istismarcının çocuklara ilişkin materyallere bakarak, izleyerek doyuma ulaşması söz konusudur. Çocuk pornografisi çocukları görüntülemeyi içeren davranışlardır. Bu görüntüler, fotoğraflar, filmler veya video kasetler olabilir. İstismarcı kendi özel kullanımı için bu görüntüleri kayıt altına alabileceği gibi, pornografi pazarında ticaret amaçlı da kullanabilir. Fotoğraflar, etkiyi artıran öykülerle birlikte porno magazinlerde yer alabilir. Cinsel doyum diğer istismar türlerinden farklı olarak cinsel bir faaliyette bulunmakla değil, çocuklarla ilgili materyallere bakmak ve izlemekle sağlanmaktadır. Bu materyal bütün cinsel istismar gösterebilir. Çocukların baştan çıkartıcı pozlarda görüntülenmesi veya banyo yapmak gibi aslen normal olan fakat cinsel olarak heyecanlandırıcı olabilecek görüntüleri de içerebilmektedir. Evden kaçmış çocuklar gibi sömürü için uygun olan çocukların ticari amaçlarla görsel materyaller üreten kişiler tarafından çocuk pornografisinde kullanılması söz konusu olduğu gibi anne-babaların amatör video ekipmanlarıyla çocuklarının pornografik görüntülerini çektikleri ve bunları ticari amaçlı kullandıkları durumlara da rastlanmaktadır.

Çocuk Fuhuşu

Bir çocuğu para veya başka herhangi bir şey için cinsel etkinliklerde kullanmak. Genellikle ergenlik dönemindeki kız çocukları fuhuşa sürüklenmektedir, fakat fuhuşa sürüklenen erkek çocukları da vardır. Mağdur çocuğun cinsiyetinden bağımsız bir şekilde müşteriler her zaman erkek olmaktadır. Evden kaçmak, tuzağa düşürülmek, yaşamak için başka bir seçeneğin olmaması, alkol-madde kötüye kullanımı ve/veya akıl sağlığı sorunları çocukların fuhuşa

sürüklenmesinde önemli risk etkenleridir. Erkek çocukları da kız çocukları da fuhuş için kullanılabilmektedir. Olguların çocuğun kurbanlar latent dönemde (7-12 yaş arası okul dönemi) veya adölesan (ergenlik dönemi) dönemdedirler. Daha küçük yaşta olan çocuklara da rastlanabilmektedir. Fuhuşa sürüklenen çocukların büyük bir kısmı evden kaçmış çocuklardır. Dayanamadıkları ev ortamından kaçmakta ve geçinmek için fuhuşa yönelmektedirler. Çocuklar çok nadir olarak kendileri için fuhuş yapmaktadırlar. Genelde bir erişkin tarafından bu işe sokulmakta ve bu erişkin çocuğu pazarlamaktadır. Bu kişi çocuğu fuhuşun para kazanmak için iyi bir yol olduğu konusunda ikna etmektedir (Akt. Fırat, İlyaş ve Yılmaz,2016:28-29-30;Yücel,2017:107;Akt. Polat,2017:101-102; Bayraktar,2015:81)

3. Çocukların Cinsel İstismara Uğrama Nedenleri

1. İlgi ve sevgi ihtiyacı.
2. Savunmasız olması.
3. Olaya gizleme eğilimleri.
4. Yetişkinler tarafından kolaylıkla yönlendirilebilir olmaları ve aldatılma.
5. Çevredeki insanların çocuk olayı anlattığında inanmak istememeleri.
6. Çocukların hayal dünyasının çok zengin olması ve gerçek olaylar üzerine hayal gibi görünen olayları yerleştirmeleri
7. Meraklı olmaları (Bayraktar,2015:54).

4. Cinsel İstismar Belirtileri

4.1.Fiziksel Belirtiler

• Yürümekte ve oturmakta zorluk çekmek
• İç çamaşırlarının yırtılmış, iç çamaşırlarda kan ve meni lekelerinin olması
• Genital bölgede görülen acı, şişkinlik, kızarıklık, kanama veya kaşıntılar
• İdrar ve dışkı yaparken görülen yanma ve acı
• Genital bölgenin dışında görülen berelenme, kanama veya yırtılmalar
• Cinsel ilişki yoluyla bulaşan hastalığın varlığı

*Genital, vajinal, anal bölgelerde beklenmeyen kanama, kızarıklık, şişlik kesik, tırnak izleri ve/veya morluklar olması,

*Gastrointestinal bozukluklar (mide ve bağırsak yollarını kapsayan),

*Vücudun değişik bölgelerinde, düşme veya çarpmayla oluşması beklenmeyecek biçimde tekrarlayan yara ve izlerin tespit edilmesi

*Cinsel organlarda veya vücudun herhangi bir bölgesinde meni tespit edilmesi

*Kız çocuklarında cinsel organın içindeki himen zarının zarar görmüş olması

*Cinsel bölgede pis kokular

*Cinsel bölge ve anal bölgede şişme, akıntı ve enfeksiyon bulgularının olması

*Ağız çevresi ve ağız içinde yaralar ve enfeksiyon bulgularının varlığı

*Gebelik belirtilerinin olması veya tıbbi muayenede gebelik tespiti (Çoşkun,2011:79-80;Fırat, İltaş ve Yılmaz, 2016:56; Bayraktar,2015:55-56).

4.2.Duygusal-Davranışsal Belirtiler

• Yaşı ile uygunsuz cinsel oyunlar oynama veya cinsel konuları bilme ve rastgele cinsel ilişkiye girmek

* O yaşta bir çocuktan beklenmeyecek biçimde cinsel konulara aşırı meraklı olmak, cinsel söylem ve davranışlarda bulunmak, cinsel olarak tahrik eden, baştan çıkaran davranışlar gösterme

*Cinsel organlarından nefret etmek, cinsel organlarından kurtulmak istemek, cinsellik içeren konu veya durumlardan rahatsız olmak

*Oyun oynarken, resim yaparken ve akranlarıyla ilişki kurarken yaşı ile uyumsuz cinsel içeriklere yer verme

Yaşıtlarına veya kendisinden daha küçük çocuklara karşı cinsel içerikli davranışlar gösterme (istismar düzeyinde görülebilir)

*Başka bir sebeple açıklanamayan hırçınlık, öfke nöbetleri, kendine ve çevresine zarar verici davranışlar göstermek

*Başka bir sebeple açıklanamayan uyku ve yeme alışkanlıklarında değişiklikler, kabuslar görmek, yemeyi reddetmek

*Daha önceden var olmayan alt ıslatma, alt kirletme gibi problemlerin ortaya çıkması

*Yaşından küçük bir çocuğun davranışlarını göstermek; parmak emmek bebeksi konuşmak gibi.

• Histeri, duygu kontrolünde zorluk

*İçe kapanma, mutsuzluk, insanlara güvensizlik, ilgi ve istek azlığı

*Nedeni olmayan korkular, gerginlik, ağlamalar

*Anneye aşırı bağımlılık, anneden ayrılamama, yalnız yatamamak

*Okul uyumu ve başarı durumunda kötüleşme

*Unutkanlık, dikkat ve konsantrasyon sorunları

*İntihar düşünceleri veya girişimleri,

*Evden ve okuldan kaçmak, sigara, alkol veya başka maddeler kullanmaya başlamak

• Okul ortamında beklenmeyen zorlanmalar

• Uzaklaşma ve depresyon
• Kardeşler arası rekabet durumunda aşırı üzülme
• Akranlarla ilişkilerinde zorluk yaşamak ve akran ilişkilerinden çekinme
• Kendini sosyal çevreden soyutlama
• Fiziksel temastan veya yakınlıktan kaçınmak
• Kiloda görülen ani ve aşırı değişim (zayıflamak veya şişmanlamak)
• Bazı bölgelerden ve insanlardan aşırı derecede korkmak
• Tanıdığı bir erişkinden kaçmak veya kaçınma davranışı göstermek

*Bir arkadaşının, yakınının veya komşunun evine gitmeyi sebepsiz ve ısrarlı bir biçimde reddetmek

*Kız çocuklarında aşağılık duyguları ve kendine zarar verme davranışları

*Erkek çocuklarında saldırganlık ve dışa vurucu davranışlar

*Yabancılara karşı aşırı hassasiyet (Çok ilgili, utangaç, korkak veya provoke edici davranışlar)

*Mutsuzluk, uçarı davranışlar, dağınıklık veya aşırı titiz olmak (Çoşkun,2011:80-81;Bayraktar.2015:56-57; İnsan Hakları Derneği,2008).

5. Cinsel İstismarın Çocuk Üzerindeki Etkileri

Cinsel istismara maruz kalan çocuklarda genelde fiziksel istismar da beraber görülmektedir. Cinsel istismara maruz kalan çocuklar kendilerini güçsüz ve çaresiz hissetmektedirler. Şayet çocuk güven duyduğu ve bağlı olduğu bir kişi tarafından istismar edildiyse kendini aldatılmış ve ihanete uğramış hissetmekte ve kendini suçlamaktadır.

Cinsel istismarın çocuk üzerindeki duygusal, sosyal ve davranışsal etkileri dört şekilde ortaya çıkmaktadır:

1. Zedelenmiş Cinsellik: Cinsel istismara maruz kalan çocuklarda hem cinsel duygular hem de cinsel tutumlar normal gelişiminden sapabilir ve uygunsuz biçimler alabilir. Çocuk cinsel istismara maruz kaldığında hayatı boyunca cinsellik onda korkuya neden olacaktır. Cinsel istismara maruz kalan çocuklarda cinsellikle ilgili görülen belirtiler arasında, cinselliğe karşı normal olmayan bir ilgi, mastürbasyon, cinsel oyunlara eğilim, cinsel olarak saldırganlık, fuhuşa yatkınlık görülebilmektedir. Erken yaşlarda uygun olmayan cinsel deneyimlere maruz kalmak çocukta sağlıklı ve normal olmayan bir cinsel gelişime sebep olabilir. Cinsel konularla dönemin gerektirdiğinden daha çok ilgilenme, cinsel davranışlar gösterme, cinselliğe karşı olumsuz bir tutum geliştirme, gelecek cinsel deneyim ile ilgili endişeler gibi sorunlar yaşanabilir.

2. İhanet Duygusu: Çocuklara cinsel istismar uygulan kişiler genelde çocukların iyi tanıdığı ve sevdiği insanlardır. Güven duyduğu ve bağlı olduğu bir kişinin çocuğa cinsel istismar

uygulaması çocuk için insan ilişkilerinde ve güven ve bağlılık sorunlarına neden olmaktadır. Cinsel istismara uğrayan çocuklarda korku, üzüntü, güven kaybı ve ruhsal çöküntü sık görülen sorunlardır. İstismarcının genellikle çocuğun tanıdığı yakın bir kişi olması kendisine ihanet edildiği duygusuna sebep olmaktadır. Saldırgan yabancı bir kişi olduğunda bu duygu daha hafif düzeyde yaşanmakta, ihanete uğrama duygusu ve güvensizlik, çocuğun kendisini koruyamadığını düşündüğü ailesine yönelebilmektedir. Ailenin çocuğa inanmadığı ve desteklemediği durumlarda bu duygu daha yoğun bir şekilde ortaya çıkmaktadır.

3. Acizlik: Zorlama ve güç kullanılarak istismar edilen çocukta kaygı, korku, çaresizlik gibi duygular yaşanmakta ve çocuk kendisine zarar veren davranışlar geliştirmektedir.

Çocuk isteği ve iradesi dışında cinsellik amacıyla kullanıldığı ve kendisi bu duruma engel olamadığı için yoğun bir şekilde çaresizlik ve acizlik duyguları yaşar. İstismar devam ettikçe ve çocuk buna son veremediği sürece yaşanan acizlik duygusu artmaktadır. Bu duyguya bağlı olarak öfke, endişe, korkular, gerginlik, korkulu rüyalar, bedensel yakınmalar görülebilmektedir. Acizlik duygusunun çocukta oluşturduğu ikinci duygu da faaliyet ve mücadele etmek kabiliyetini kaybetmektir. Bu duygular öğrenme güçlüklerine sebep olur. Eğitim ve işte devamsızlık, okuldan kaçmak, iş değişimi, saldırgan davranışlar ve suça yönelik davranışlar artar.

4. Damgalanmak: Çocuk istismar olayı esnasında istismarcı tarafından ve olay ortaya çıktığında çocuğun yakınları tarafından çocuğa yöneltilen suçlayan mesajlar, çocuğun düşmanca davranışlar geliştirmesine ve suça yönelmesine sebep olur.

Çocuğun cinsel istismarla birlikte ortaya çıkan kendini kötü hissetme, kendinden utanma, kendin suçlama davranışları zamanla benlik algısına yerleşmektedir ve çocuk kendini bu şekilde algılamaya, değerlendirmeye başlamaktadır. Bu olumsuz kavramlar bazı durumlarda istismarcı tarafından çocuğa yöneltilmektedir. İstismarcı kurbanı aşağılayıp utandırarak istismar olayını gizlemesi için uğraşır. Çocuğun toplum ve aile bireyleri tarafından ayıplanması damgalanma duygusunu güçlendirmektedir. Damgalanmış bir çocuğun kendisine duyduğu saygı azalmaktadır.

Cinsel istismara maruz kalan çocuklarda kişiler arası kurma ve sosyal ilişkileri devam ettirme berecileri de zarar görmektedir. Cinsel istismara maruz kalan kişiler ilişki kurmaktan kaçınabilirler veya aşırı yakınlık ihtiyacı içinde çok sayıda, kontrol edici ve yüksek beklenti içerisinde oldukları ilişkiler kurabilirler. Her ilişki türü de işlevsel olmayıp genellikle bu bireylerin ilişkilerinin sonu yalnızlık olmaktadır. Bunun yanında bu çocuklarda intihar teşebbüsleri, kendine acıma, yoğun utanç ve suçluluk duyguları, içe kapanıklık, sosyal ilişkilerde başarısızlık, yakın ilişkiler kurmakta zorlanmak, kişilik bozuklukları gibi problemler

ortaya çıkmaktadır. Bu duygusal belirtilerin yanında bulantı, kusma, karın ağrısı, yeme bozuklukları gibi fiziksel şikayetler de görülebilir (Yücel, 2017:110; Akt. Saltalı,2015:78).

6. Cinsel İstismarı Önlemek İçin Yapılabilecekler

Çocukları cinsel istismardan korumanın en önemli yöntemi, bu konuda yaşına ve gelişim düzeyine uygun bir biçimde bilgilendirilmesi ve eğitilmesidir. Çocuğun bu konudaki eğitimi ve korunması ebeveynlerinin, eğitim kurumlarını ve toplumun çocuğa karşı en önemli görevlerindendir. Çocuğun cinsel istismara karşı korunmasına ilişkin bilgilendirme ve eğitim süreci aşağıdaki bölümlerden meydana gelir:

1. Çocuğun kendi bedeni ve bedeni üzerindeki hak ve sorumlukları konusunda yaşına ve gelişim düzeyine uygun bir biçimde bilgilendirilmesi. Çocuklara bedenlerinin kendilerine ait olduğu ve kimsenin dokunmak için onları zorlayamayacağı mahrem bölgelerinin bulunduğu öğretilmelidir.
2. Çocuğun cinsellik, cinsel organlar ve kişisel mahremiyet konularında yaşına ve gelişim düzeyine uygun bir biçimde bilgilendirilmesi ve eğitilmesi gereklidir. Çocuklara başlangıçtan itibaren doğru cinsellik terminolojisi öğretilmelidir.
3. Cinsel istismar kapsamına girebilecek davranış veya durumlarla ilgili ve böyle bir davranışa maruz kalması halinde neler yapabileceği veya bu durumla nasıl baş etmesi gerektiği konusunda çocuğa bilgi verilmesi.
4. Cinsel istismar kapsamına girebilecek davranış veya durumlarla karşı karşıya kaldığında çocuğun bu durumu anne-babasına anlatmasının sağlanması gereklidir. Bakıcı ve çocuklar arasındaki iletişim kanalları açık olmalı ve iletişim süreci teşvik edilmelidir. Çocukların onları rahatsız eden davranışlar da dahil olmak üzere, ebeveynleri bir şeyleri paylaşmaya ihtiyaçları vardır. çocuklar potansiyel olarak istismara açık bir durumda olduklarında, cesaretlendirilmek ve birine durumu anlatmak için ihtiyaç duyarlar (Çoşkun ,2011:82-86; Zastrow ve Ashman,2016:334-336).

8. Çocuk İhmal ve İstismarına Yönelik Sosyal Hizmet Kuruluşları

1. Çocuk Koruma Uygulama ve Araştırma Merkezleri/Birimleri

Çocuk koruma uygulama ve araştırma merkezleri, ihmal ve istismara uğrayan, ihmal ve istismar şüphesi bulunan ve korunmaya ihtiyacı olan çocukların tanı, tedavi, korunma ve izlenmelerine ilişkin uygulamalar ve araştırmaların yapıldığı, üniversite hastanelerinin içinde bulunan, çok disiplinli/bütüncül yaklaşım temeline dayalı üniversitelere bağlı hastane temelli merkezler/birimlerdir (Paslı,2015:81).

2.Çocuk İzlem Merkezleri

Çocuk izlem merkezi, cinsel istismar şüphesi olan çocuğun beyanının alınması, muayenesinin yapılması, aile görüşmesinin yapılması ve raporunun hazırlanması için gerekli tüm personel ve ekipmanın yer aldığı, işlemlerin her şamada çocuğun yüksek yararı göz önünde bulundurularak yapıldığı merkezlerdir. Çocuklara yönelik cinsel istismar ile mücadele kapsamında imzalanan protokol çerçevesinde pilot il olarak Ankara'da Sağlık Bakanlığı'na bağlı hastane bünyesinde Sağlık, Adalet, İçişleri, Milli Eğitim Bakanlıkları ile Adli Tıp Kurumu, SHÇEK ve üniversitelerin çocuk birimlerinin eş güdümlü çalışmaları neticesinde Çocuk İzlem Merkezleri (ÇİM) kurulmuştur. Bu merkezlerde cinsel istismara maruz kalmış çocuğun ifadesi psikolog, sosyal çalışmacı, adli tıp uzmanı, Cumhuriyet savcısı ve avukatın yer aldığı, çocuklar için özel olarak düzenlenmiş bir odada, ayrıntılı sesli ve görüntülü olarak kaydedilerek, alınan ifadenin ses ve görüntü kayıtları ifadeye katılan uzmanların raporlarına eklenmektedir. Aynı zamanda adli tıp uzmanı tarafından muayene edilen çocukların adli tıp raporu hazırlanmaktadır. ÇİM, 24 saat hizmet veren bir kuruluştur ve bu kuruluşlarda adli tıp uzmanı, sosyal çalışmacı, psikolog, çocuk gelişim uzmanı, Aile Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı'nı temsilen bir sosyal çalışmacı ve hemşire görev almaktadır. Adliyeden görevlendirilen bir Cumhuriyet Savcısı ve CMK tarafından görevlendirilen bir avukat da her gün görüşme için kurumda hazır bulundurulmaktadır. ÇİM' de görüşmelerin ses ve görüntü kaydının yapıldığı, savcı, adli tıp uzmanı ve diğer uzmanların görüşmeyi isteyebileceği özel tasarlanmış aynalı oda bulunmaktadır. ÇİM'e gelen vaka ile öncelikli olarak ön görüşme, tıbbi muayene ve psikiyatrik işlemler gerçekleştirilmektedir. Genelde psikolog/çocuk gelişim uzmanı çocuk ile sosyal çalışmacı aile ile ön görüşme yapmaktadır. Aile ve çocukla ilk görüşmede psikososyal öykünün alınması, görüşme kayıtlarının tutulması, rapor hazırlanması işlemleri yapılmaktadır. Bu süreçte sosyal çalışmacı aile ile görüşme yapmakta ve ailenin yapısını, dinamiklerini, sosyoekonomik durumunu ve ilişkilerini sosyal çalışma mesleğinin genel yaklaşımı çerçevesinde incelemekte ve değerlendirmektedir. Adli tıp uzmanı, çocuk psikiyatristi ve çocuk hekimi cinsel istismara uğradığından kuşku duyulan çocuğun tüm vücudunu (cinsel organlar da dahil olacak şekilde) detaylı bir şekilde muayene ettikten sonra, fiziki bulgular kayıt edilmektedir. Görüşme ve muayeneler tamamlandıktan sonra, elde edilen tüm bilgi ve belgeler bir rapor haline getirilerek, ses ve görüntü kayıtları ile birlikte ilgili Cumhuriyet Savcılığına gönderilmekte ve bu rapor doğrultusunda işlem yapılmaktadır.

Çocuk izlem merkezlerinin kuruluş amaçları:

*Cinsel istismara uğramış çocuğa inceleme ve tedavi aşamasında gerekli olan sağlık, eğitim, kolluk kuvvetleri, hukuk ve adalet sistemi gibi iş birliği yapılması gereken diğer kamu kurumları ile eş güdüm içinde hizmet verilmesi,

*Merkezde oluşturulan güvenli ve çocuk dostu bir ortam ile istismarın çocukta neden olduğu travmanın etkilerinin azaltılması,
*Korunma kararının alınmasının gerekli olduğu olgularda, çocuğun kalabileceği uygun bir ortam sağlanıncaya kadar geçici bir süre barınma, beslenme, giyim, sağlık ve güvenlik ihtiyaçlarının karşılanması,
*Ailenin yaşadığı travmanın ve yaşanan olayın sağlıklı bir şekilde değerlendirilmesi amacıyla aile görüşme yapılması ve aileye ilk aşmada danışmanlık hizmeti verilmesi,
*Meslek elemanlarının hizmet içi eğitim süreçlerine destek sağlanması,
*Topluma çocuğa yönelik suçlar ve korunma yöntemleri konusunda eğitim verilmesidir (Yücel,2017:89; Paslı, 2015:81; Erbay, 2015:135-136).

Sonuç

Cinsel istismar, çocuğun sağlığına, psiko-sosyal gelişimine zarar veren, etkileri belki ömür boyu devam edecek en ağır istismar biçimidir. Gelişimini henüz tamamlamamış, bakım ve korunmaya ihtiyaç duyan bir çocuğun cinsel doyum amacıyla kullanılması veya bir başkasının bu amaçla çocuğu kullanmasına izin verilmesi insanlık için utanç verici bir durumdur. Cinsel istismar, tespit edilmesi çok zor olan ve fark edilmediği taktirde yıllar boyu süren bir kötü muamele biçimidir. İstismarcı genellikle, çocuğun tanıdığı, sevgi, saygı duyduğu, güvendiği yakınındaki, bazen de aile içinden bir bireydir. Bu durum, istismarın çocuk üzerindeki yıkıcı etkisini artırmakta ve çocuk da güven kaybına sebep olmaktadır.

Cinsel istismar önleme çalışmalarında öncelik, çocukları cinsel istismardan korumak, çocukların böyle bir davranışla karşılaşmalarını engellemek üzerinde temellendirilmelidir. Çocuklara, ebeveynlere, sağlık personeline ve öğretmenlere bu konuda verilecek eğitimlerle, halkın bu konuda bilgi ve bilinç düzeyi artırılmalıdır. Öncelikle okul rehber öğretmenlere bu konuda eğitim verilmesi ve onların sahip oldukları bilgileri diğer öğretmenler, öğrenci velileri ve öğrencilerle paylaşmaları sağlanmalıdır. Çocukların cinsellik, insan vücudundaki özel bölgeler, iyi ve kötü dokunuş arasındaki farklılıklar konularında yaş ve gelişim düzeylerine uygun bir şekilde eğitilmeleri, cinsel istismarın önlenmesi konusunda atılacak en önemli adımdır. Sağlık personeline verilecek eğitimlerle, cinsel istismar belirtilerine karşı daha dikkatli olmaları ve böyle bir durumla karşılaştıkları zaman yapılması gerekenler konusunda gerekli bilgileri öğrenmeleri sağlanmalıdır.

Çocuk İzlem Merkezlerinin, Çocuk Koruma Uygulama ve Araştırma Merkezleri/Birimlerinin sayıları artırılmalı, bu merkezlerde çalışan personel tercihen bu konuda uzman-yüksek lisans-

doktora eğitimi olan kişiler arasından seçilmeli veya çalışan personele hizmet içi eğitimler düzenlenerek konu hakkındaki bilgi, beceri ve donanımlarını geliştirmeleri sağlanmalıdır.

Çocuk koruma politikaları, bu konudaki yasal düzenlemeler gözden geçirilmeli ve gerekli olan güncellemeler yapılmalıdır. Özellikle anayasa ve yasalarda, çocuk refahı, çocuk koruma ile ilgili düzenlemelerdeki dağınıklık giderilmelidir. Çocuk Koruma Kanunu, sivil toplum örgütleri, üniversiteler, alanda çalışan meslek elemanlarının da görüşleri alınarak güncellenmeli ve çocuğun yüksek yararı gözetilerek yeniden düzenlenmelidir. Çocuk ihmali ve istismarı davalarında verilen cezaların caydırıcı olması sağlanmalı ve bu cezalarda herhangi bir indirim yapılmamalıdır. Risk grubunda olan aile (Alkol ve madde bağımlısı, yoksul, psikiyatrik sorunları olan vb.) ve çocuklar (engelli çocuklar, üvey çocuklar vb.) tespit edilerek bu gruplara yönelik sosyal politikalar ve sosyal hizmetler belirlenmeli ve uygulamaya konulmalıdır.

Çocuk istismarının tespit edilmesi durumunda, gerekli önlemler alınarak öncelikle çocuğun korunma altına alınması, gerekli tedavi, tıbbi ve psiko-sosyal rehabilitasyon hizmetlerinin verilmesi sağlanmalıdır. Çocuğun emniyette, sağlık ve adli kurumlarda ifadesinin tekrar tekrar alınarak, ikincil olarak istismar edilmemesi için gerekli önlemler alınmalı, süreç hızlandırılmalıdır. Bunu yapabilmek için Çocuk İzlem Merkezleri'nin sayısının artırılması ve her ilde bir tane Çocuk İzlem Merkezi kurulması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

1.Aydoğan, Y., & Akduman, G.G.,(2018) Çocuk İhmal ve İstismarı. Emine Eratay (Ed.). *Disiplinler Arası İstismar ve İhmal İçinde* (s.245-259). Ankara: Vize Akademik.

2.Bayraktar, S. (2015). *İnsanlığın Kanayan Yarası Çocuk İstismarı ve İhmali*. Nobel Tıp Kitabevi.

2.Cengiz, G.Ş.T. (2017). Çocuk ve Çocukluk Kavramı. Zihni Merey (Ed.), *Çocuk Hakları* içinde (s. 2-14). Ankara: Pegem Akademi.

3.Çoşkun, M. (2011). Çocuklarda Cinsel İstismar. Mücahit Öztürk (Haz.). *Çocuk Hakları Açısından Çocuk İhmali ve İstismarı* içinde (s.74-90). İstanbul: Çocuk Vakfı Yayınları.

4.Erbay, E. (2015). Sağlık Kurum ve Kuruluşları. İlhan Tomanbay, N. Gökçek Karaca (Ed). *Sosyal Hizmet Kuruluşları* içinde (s.118-141). Eskişehir: Anadolu.

5.Erbay, E. (2016). Risk Altındaki Çocukların Sorunları ve Sosyal Hizmetler. Yusuf Genç, H. Hüseyin Taylan (Ed). *Aile ve Çocukla Sosyal Hizmet* içinde (s.162-188). Eskişehir: Anadolu.

6.Fırat S., İltaş, Y., B.F. Yılmaz. (2016). *Ruhsal ve Hukuki Yönleriyle Çocuk İstismarı.* Ankara: Akademisyen.

7. Paslı, F. (2015). Çocuk ve Gençlere Yönelik Sosyal Hizmet Kuruluşları. İlhan Tomanbay, N. Gökçek Karaca (Ed). *Sosyal Hizmet Kuruluşları* içinde (s.62-). Eskişehir: Anadolu.

8.Polat, M. (2014). Çocuk Sorunları. Yener Şişman (Ed.) *Sosyal Sorunlar* içinde (s.186-211). Eskişehir: Anadolu.

9. Polat, O. (2017). *Tüm boyutlarıyla çocuk istismarı 1*. (2.Baskı). Seçkin.

10.Saltalı, N.D., (2015). Çocuk İhmali ve İstismarı. S. Sunay Yıldırım Doğru (Ed.). *Çocuk Hakları ve Koruma* içinde (s. 61-107). Ankara: Eğiten.
11.Topçu, S. (1997). *Çocuk ve Gençlerin Cinsel İstismarı,* Ankara: Doruk.
12.Turgut, E. (2017). Çocuk İstismarı ve İhmali. Zihni Merey (Ed.), *Çocuk Hakları* içinde (s. 205-224). Ankara: Pegem Akademi.
13.Zastrow, C., & Kirst-Ashman, K. K. (2016). İnsan davranışı ve sosyal çevre I (2. Baskı). *Ankara: Nika*.
14. Çocuk İstismarı ve İhmali Terimleri Sözlüğü, http://www.logosyayincilik.com/logosDATA/userfiles/file/cocukistismar.pdf Erş. Tar. 12.04.2018.
15. Çocuk İhmali ve İstismarını Önleme Öğretmenler ve Aileler İçin Eğitim Kılavuzu http://www.ihddiyarbakir.org/Content/uploads/f971c62f-8f03-4548-85eb-997dd89a8a36.pdf Erş. Tar. 18.052018

Bedenin Metalaşma Süreci ve Reklam Yoluyla İmaj Yaratımı

Assoc. Prof. Dr. Bülent KARA
Niğde Ömerhalisdemir University, FEF
bkara@ohu.edu.tr

Aliye KAÇMAZ
Niğde Ömerhalisdemir University, FEF
aliyekacmazz@gmail.com

ÖZET

Modern sürecin ilk evresinde zihin/beden şeklinde ortaya çıkan Kartezyen ayrım ile zihin sosyolojide, beden ise daha ziyade doğal bilimlerin alanında incelenmiştir. İlerleyen süreç ile birlikte teknolojik alanda ortaya çıkan yenilikler, feminist hareketlerin hızlanması, tüketim kültürü ve toplumuna paralel olarak medya ve televizyonun bedeni metalaştırması sonucunda insanlar, bedenlerine daha fazla önem vermeye başlamış, beden sosyolojisi alanında akademik bir araştırma konusu haline gelmiştir.

Beden, pastoral iktidarın laikleşmesi ile tüm anatomik ve işlevsel özellikleri bilimsel kurullar tarafından anlaşılabilen bir nesne olarak kabul edilmiştir. Beden yalnızca biyolojik bir unsur olmaktan öte; sosyo kültürel bir unsur haline dönüşmüştür. Bu nedenle vücudun sahip olduğu imaj büyük önem taşır. Vücut burada bedensel ihtiyaçlarına ilişkin yeme ve içme ile olan bağlantısından ziyade; bir ifadenin aracı, estetik düşüncenin bir nesnesi ya da kişilik inşasının modeli olarak düşünülmektedir.

Beden konusu, günümüz dünyasında; spor, estetik, sağlık gibi yaşam ile ilgili her şeyi kapsar. Özellikle medya aracılığıyla gösterilen bir takım idealler , örnekler, modeller vardır; kitlesel bir psikoza dönüşen incelik saplantısı, bronz ten, prüzsüz cilt ya da eğlence endüstrisinin yıldızlarına benzeme arzuları tüketim toplumunun ideal bedenine bakılarak üretilmektedir. Her şeyden önemlisi bedenlerimiz en fazla kendimiz olduğumuz, bireysel farklılıklarımızın en açık olduğu yerlerdir. Günümüzde hakim ekonomik sistem olan kapitalizm bedenin sadece işleyişi ile ilgili algılarımızı değil aynı zamanda dış görünüşü ile ilgili algılarımızı da yönlendirerek, bedenlerimizi bir tüketim nesnesi haline getirmiştir. Böylelikle bedenlerimiz sadece giyinme amacıyla değil, aynı zamanda çeşitli süsleme ve estetik kaygılarla da bir teşhir aracı haline gelmiştir.

Anahtar kelimeler: Beden, İmaj yaratımı, Medya, Metalaşma.

Improving Improvement of Physical Metalstanding Process and Advertising By Advertising

ABSTRACT

In the first phase of the modern process, the Cartesian distinction emerged as mind / body, whereas the mind was studied in sociology and the body was studied in the field of natural sciences. As a result of the advancing process, technological innovations, acceleration of feminist movements, media and television in parallel with the consumer culture and society, people started to give more importance to their bodies and became an academic research topic in the field of body sociology.

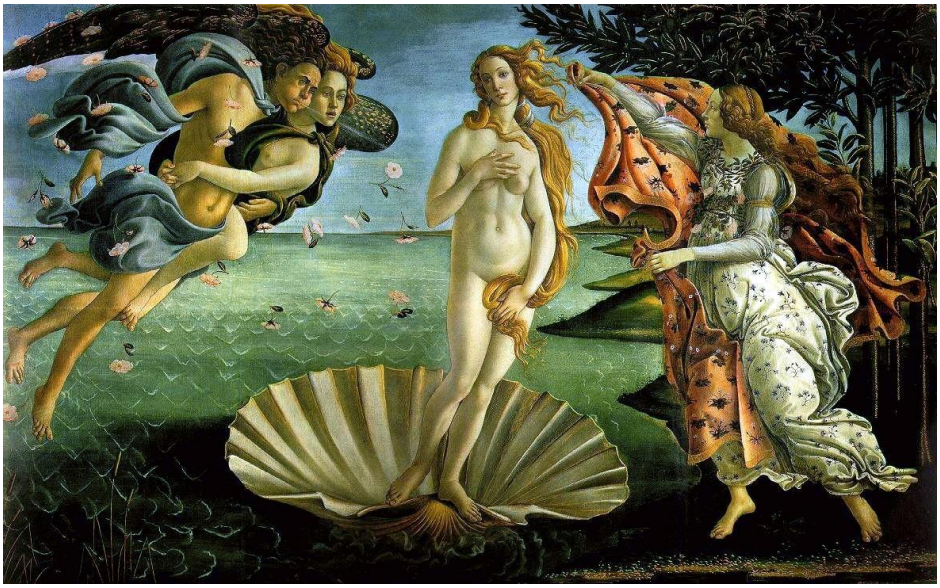
The body has been accepted as an object which can be understood by the scientific committees with all the anatomical and functional features of the idyllic power. The body is more than just a biological element; has become a socio-cultural element. Therefore, the image that the body has is of great importance. The body here is more about the bodily needs than eating and drinking; the tool of an expression is considered an object of aesthetic thought or a model of personality building.

Body in today's world; sports, aesthetics, health and everything related to life. There are a number of ideals, examples, models, especially shown through the media; The obsession with sophistication turned into a mass psychosis, the desire to resemble the stars of the bronze skin, the smooth skin or the entertainment industry is produced by looking at the ideal body of the consumer society. Above all, our bodies are the ones where we are the most self-evident, our individual differences are most obvious. Today, the prevailing economic system, capitalism, not only our perceptions about the functioning of the body, but also our perception of its external appearance, has made our bodies an object of consumption. Thus, our bodies not only dressing, but also with a variety of ornament and aesthetic concerns has become an exhibition tool.

Keywords: Body, Image Creation, Media, Metallization

1.Giriş

Burma'nın **Kayan** kabilesinin kadınlarının boyunlarına taktıkları metal halkalar, **Paris**'in moda sektöründe çalışan bir kadın ya da erkek için çekici olmaktan çok uzak, hatta **yasaktır**. Bir Kayan kadını gibi boyun bağlayarak modern dünyada yer bulamazsınız. Ya da **Himba** kadınlarının çıplak bedenlerini kırmızı çamurla kaplamalarını güzel ve alımlı bulacak modern dünya insanı bulmak bir hayli zor olacaktır. Buna karşılık **Brezilya Amazonu** kabilelerinin yaşlılarının, modern insanlar gibi giyinmeyi ve giyinik gezmeyi hem ayıp hem de çirkin bulduğunu biliyor muydunuz? Bu kabilelere göre güzel[5] görünmek için çıplak olmak birinci koşuldur. Ancak çıplaklık seksapelle değil estetik ve güzellik ile ilişkilendirilir (Aksoy, 2014, s.18).Modern dünyada ise güzellik; toplumsal bir norm ve kültür göstergesi olmaktan tamamen sıyrılıp dev bir sektöre dönüşmüştür.



Resim1: Boticelli "Venus'ün Doğumu"
Kaynak:http://www.artchive.com/

Plastik cerrahide yaşanan gelişmelerle cinsiyet değiştirmenin olanaklı hale gelmesi, günümüzde bizleri, yalnızca güzelliğin değil, insanları bedenin ne olduğu ve sınırlarının ne olduğu konusunda düşünmeye zorlamaktadır[6] (Işıkdoğan, 2007, s.07).Velliquette(2000), tüketiciye yönelik davranışsal bir yaklaşımla, bedensel tasarımların, ***iletişim biçimi*** şeklinde algılandığını söyler. Piercing, dövme, kıyafet, kozmetikler, mücevherler, estetik operasyonlar bir dizi ***anlamları*** ifade ederler. Geçicilik veya süreklilik taşıyan bu bedensel tasarımlar, tüketiciler tarafından cinsiyeti, statüyü, yaşam biçimlerini, ilgilerini, rollerini ve diğer kimlik

[5]Güzellik, yalnızca duygu, coşku, hoşlanma duygusu uyandıran nitelik değildir, güzellik aynı zamanda 'düşünsel ve ahlaksal yönleriyle de hayranlık uyandıran şey'dir (Püsküllüoğlu, 2007, s.802). Antik çağda Yunanlı düşünürler, güzellik kavramının kapsamına iyiliği de almışlardır (Cevizci, 2002, s.464). Ancak güzellik kavramı bu yüzyılda, günlük yaşam pratikleri içinde, düşünce, ahlak ve iyilik kavramlarıyla birlikte anılmamaktan çok uzaklaşmış, somutlaşmış ve bedene indirgenmiştir.

[6]Plastik cerrahi uygulama alanlarını ve çeşitlerini gün geçtikçe genişletmektedir. Yapılan operasyonlar kimi zaman abartılı göğüs ve dudak, kimi zaman bir ünlüye ve hatta kimi zaman da bir hayvana benzemek isteyen insanların taleplerine cevap verebilmektedir. Plastik cerrahi operasyonunun sınırları ve ahlaki parametreleri bu alanın en çok tartışılan konularındandır.Piercing, dövme, rasta ve başka türlü bedensel uygulamalar, daha önce ***özgürlük, gençlik,sisteme bir tür bedensel başkaldırı,marjinallik*** gibi kavramları çağrıştırır ve genel olarak gençler tarafından tercih edilirken günümüzde hedef kitle silikleşmekte, atık her sınıf ve yaşta insanda bu tür ***beden süs***lerine rastlanabilmektedir.

özelliklerini ortaya koymak için kullanılır[3] (Özcan, 2007, s.222).Tüketim kültürü özellikle modern toplumlarda, beden projesini toplum için bir genel etkinlik haline getirmiştir. Çağdaş toplumlar, bedeni adeta bir proje haline getirmeye yardım edecek düzenleyici inanç ve uygulamaların şantiyesi haline gelmiştir. Günümüzde, özellikle tıp teknolojisi, transseksüel ameliyat ve estetik ameliyatı gibi yollarla insanların bedenleri yeniden yaratılmaktadır. Bu bağlamda, Turner (1996), "kontrol edilmiş beden hakkında konuşma tarzı olarak diyet fikri ve bedeni tıp, hukuk gibi 'kuralcı baskı kurumlarının' hedefi olarak düşünmeye odaklanmanın" öne çıktığını bildirmiştir (Kızılçelik, 2003, s.90).

Çağdaş uygarlığın modern insanı hem beden hem de ruh olarak birbiriyle çelişen iki dünya içinde yaşamak, sürüklenmek ve doyum bulamamak durumundadır. Bir tarafta insan, gerçekliğin ve dünyevi zamansallığın ortak dünyasına hapsedilmiş, gereksinim ve yokluk tarafından ezilmiş, doğa tarafından acımasızca bastırılmış, maddenin, duyusal amaçların ve bunların hazlarının ağına düşürülmüş, sonuç olarak doğal içgüdü ve tutkular tarafında sarılmış ve kendinden geçirilmiş olarak görünür. Bu durum tutsaklık ve sonluluk duygusunu doğurur. Diğer yanda ise Hegel (1994), insanın evrensel yasalar ve buyruklar yaparak, kendisini öncesiz-sonrasız bir düşünce ve özgürlük alanına yükselttiğini bu yolla sonsuza açıldığını söyler (Özdemir, 2011a, s.13). Ancak toplumdan uzaklaşma ve bireyselleşme insan sınırsızlığının en büyük engelleyicilerindendir.

Shilling'in(2003) ifadesiyle; çağdaş popüler kültür içinde bedenin konumu, bedenin hiçbir yerde ve zamanda görülmediği oranda bireyselleştiğini yansıtır. İnsanlar gittikçe daha çok bedenleriyle ilgilenir hale gelmektedirler (Özcan, 2007, s.223).

Filmlerde veya televizyon programlarında gördüğümüz ünlüler, sıradan insanların hayranlık duyduğu ideal beden ölçülerine sahiptirler (Atik ve Örten, 2008, s.17).Gündelik yaşamın hemen her alanında kadınlar, medyanın sunduğu "ince beden-hokka burun-yanık ten-dolgun meme ve dudak, uzun bacak-pürüzsüz cilt-inci diş-sağlıklı saç" gibi özelliklerden oluşan bir imaj setine bağımlı hale getirilmiştir. Çeşitli söylem, eylem ya da pratiklerin tekrarından oluşan bir içselleştirmeye maruz kalan kadınlar, Gramsci'nin (1971) anlatımıyla gönüllü kabule dayalı hegemonik bir sürecin aktörleri olarak rol almaktadırlar (Güzel, 2013, s.82).

Kadın, ya rıza göstererek kendinizi tanımlanan bu güzellik normlarına uydurmaya çalışacak, ya da çevresi tarafından bedeniyle ilgili sorgulanacak en kötü ihtimalle dışlanacaktır.

Peki, beden üzerinde yapılan bunca uygulama ve uluslararası dev endüstrileşmenin amacı nedir:

Baudrillard'ın (2004) ifadeleriyle "Beden sattırır. Güzellik sattırır. Erotizm sattırır." Reklamcılık sektörünün kitlelerdeki başkasını erotik bir obje olarak görme dürtüsünü keşfetmesi zaman almamış, satılmak istenilen malın/hizmetin yanında arzu nesnesi olarak kodlanmış bir kadın bedeni göstermek yaygın bir stratejiye dönüşmüştür. Zamanla erkek bedeni de kadın bedeniyle aynı kaderi paylaşmış; erkeğe ya da kadına ait olsun, tüketim toplumunda bugün dolasıma giren hemen her imajda beden bir tüketim nesnesi olarak karsımıza çıkmaya başlamıştır (Işıkdoğan, 2007, s.1-2). Doane (1986); "Kadından bahsetmek ya da onu düşünmek, kaçınılmaz bir şekilde bedeni anımsatır" der (Kaya, 2011, s.123), artık erkeği de bu kategoriye sokmak mümkündür.

Çalışmanın başında da belirttiğimiz gibi, bu gün beden modern bireyin kendi irade, tasarruf ve tahakkümünden çıkmış, iletişim araçları ve kitle kültürü (moda-popüler kültür) aracılığıyla, baskın ve yaygın olan normların eylem alanına dönüşmüştür. Beden üzerinden yapılandırılan politikaların, küresel ölçekte etkili olması durumunu yoksul bir ülke olan Venezuella üzerinden, değişik bir örnekle vermek istedik:

Beden üzerinden kadınlara yapılan güzellik baskısının ***güzellik sektörü*** üzerinden küresel ölçekte endüstrileşmesini yine Venezuella üzerinden çok anlamlı ve kapsayıcı bir örnekle verelim:

Venezuella'da halkın yarısı dar gelirli (yoksuldur) ancak özellikle 90'lı yılların sonlarından itibaren, Venezuella'lı genç kadınların dünya güzeli seçilip servet sahibi olabildiği görülünce, ülkede patlayan **güzel kadın sektörü**, bir anda gecekondu mahallelerinin umudu haline gelmiştir. Her yıl on binlerce genç kadın Barrio'lardan (kenar mahalle) çıkıyor ve şehrin merkezine iniyor, eğer belli ölçüleri tutuyorsa, bir dizi estetik operasyon ve bakım sonucunda dünyanın beklediği 'Venezuella Güzeli' şeklini alıyor. Bu operasyonlar için kredi çekenler, ya da ailelerinin bütün birikimini kullananlar bile var. Bazı aileler ise kızları için, estetik operasyona ihtiyaç duyduğu takdirde zorlanmaması için, bebekliğinden itibaren para biriktiriyor. Ülkenin bütün büyük kentlerinde sürekli güzellik merkezleri, estetik cerrahi klinikleri açılıyor ve bu merkezler her kesime hitap eden ücret (kalite) yelpazesiyle hizmet veriyor (Aksoy, 2014, s.1



Resim2: 2013 Miss Universe Güzeli "Venezuella'dan Gabriela Isler"
Kaynak:http://www.huffingtonpost.com/

Yalnızca günümüzün çağdaş uygarlığı içinde değil, kültür tarihi boyunca kadının üzerine kodlanan olumsuz, ikincil, zayıf olan dişilik imajı, güzelliğe dair söylemler aracılığıyla yeniden üretilmektedir (Güzel, 2013, s.84). Bu tür bir zayıflığın giderilmesi çabası, kadın üzerinde yine tarih boyunca tüm yaşamını etkileyecek güce sahip olmuştur. Kadın bedeni söz konusu olduğunda iktidar ve sistemin kadından beklentisi yalnızca tanımlanmış olan beden güzelliği değil doğurganlığının da disipline edilmesi ve kontrolüdür.

Kadın, amaca göre üremeye teşvik edilir ya da üreme özelliği törpülenmeye çalışılır[7]. Beden ve görünümü, dinlerin, siyasal rejimlerin modanın ve popüler kültürün sürekli bir mücadele alanıdır (Işıkdoğan, 2007, s.i).

Beden, kanunu cisimleştirmek, onu metinleştirmek için disiplin altına almaya yönelik amaçlarda kullanılmasına rağmen, toplumsal denetim açısından tehlikeli boyutlarda güvensiz bir konum olmaya devam ediyor. Bu nedenledir ki sistem bedenle başa çıkabilmek amacıyla

[7]İktidar kimi zaman nüfus planlamasını kimi zamansa nüfus artışını destekler. Yoksul ve istihdam edilmemiş bölgelerde nüfus planlaması uygulanırken, gelişmiş ve refah seviyesi yüksek ülkelerde nüfus artışı teşvik edilmektedir.

güçlü ve kuşatıcı aygıtlar geliştirmek zorundadır (Fiske, 1991, s.118-119). Nedir bedenden gelebilecek tehlike, bedenin gücü nereden kaynaklanır? Öyleyse beden nedir?:

Beden üzerinde yapılandırılan bu çalışmada, beden üzerinde kurulan disiplin ve yine bedeni nesneleştirme pratikleri: Uygarlık, kapitalizm-tüketim, imaj-kimlik ve reklam-beden kavramlarından oluşturulan başlıklarla ilişkilendirilerek sorgulanacak ve anlamlandırılacaktır.

2.Kavramsal Çerçeve

2.1Bedenin Uygarlık Serüveni

Klasik modern evrede Sosyolojinin ilgi alanına henüz girmeyen beden, daha sonraki aşamada Sosyoloji disiplininde önemli bir konu haline gelmiştir. Modern sürecin ilk evresinde zihin/beden şeklinde ortaya konulan kartezyen ayrım ile zihin Sosyolojide, Beden ise daha ziyade doğal bilimlerin alanında incelenmiştir. İlerleyen süreç ile birlikte teknolojik alanda ortaya çıkan yenilikler, feminist hareketlerin hızlanması, tüketim kültürü ve toplumuna paralel olarak medya ve televizyonun bedeni metalaştırması sonucunda insanlar, bedenlerine daha fazla önem vermeye başlamış, beden Sosyoloji alanında akademik bir araştırma konusu haline gelmiştir (Özcan, 2007, s.218).

Küreselleşme ile birlikte, 20. yüzyılda bedenleştirme ve beden üzerinden iktidar kurma politikaları farklı bir yapıya kavuşmuştur. Bu durumda Postmodernizm eleştirmenlerinin sözlerine kulak vermek yararlı olacaktır. Çağımızın standartlaşmış öznesinin tüketen birey (homo consumis) olarak belirmesi, bu beden politikalarının da tüketiminin var olduğunu göstermektedir. Önceden doğrudan kural koyucularla meşruluğunu sağlayan beden politikaları artık birey tarafından içselleştirilmiştir ve oto-kontrol mekanizması ile pekiştirilmektedir. Çağımızın önemli düşünürlerinden Baudrillard, bu politikaların gösterge değerlerinde çoğaldığından ve bireyin ise göstergelerle kuşatıldığından bahsetmektedir (Topaloğlu 2010, s.255).

Deleuze ve Parnet'in (1990), "fizikî, biyolojik, psişik, sosyal, fiilî olabilirler, bunlar daima gövdedirler veya derlemedirler" dediği bedenler, kapitalizmle birlikte önemsenmeye başlanmıştır. Küreselleşmenin eski adresi olan kapitalizm, tüketim ve gösteriş üzerine kurulu olduğu için bedeni önemsemiştir (Kızılçelik, 2003, s. 89). Elias (2000), "Küreselleşen dünyamızda beden o denli önemli hale gelmiştir ki, uygarlık ya da uygarlaşma dahi bireylerin uyuma biçimlerinden, sümkürme, tükürme ve yemek yeme biçimlerine kadar her şeylerinin değişmesi, kısaca bireylerin davranış ve alışkanlıklarının farklılaşması olarak ele alınır" der. Kapitalizm, özünde, haz üreten bir haz makinesidir. Deleuze ve Guattari'nin dediği gibi, kapitalizmle birlikte, insan bedeninin her organı bir makineye dönüşmüştür: yeme-makinesi, anal-makine, konuşma-makinesi ve nefes alma-makinesi gibi. Bauman'ın (2001), "Kendini kötü hissediyorsan ye! Kurtuluşa giden yol gırtlaktan geçer; tüket ve kendini iyi hisset" sözü, tüketim merkezlerinin birer tapınma yerleri ve eğlence mekânları haline geldiği günümüz dünyasını çok doğru açıklar (Kızılçelik, 2003, s. 90-91). Küreselleşme kültürü de, bedenin haz almasına dayalıdır. Beden, duyarlığı yüksek ve tavında bir haz aracıdır. Bu haz, cinsel, midesel ve fiziksel egzersizden alınan hazları içermektedir. Bauman (2001), artık, tartışmasız özel mülk olan bedenin, heyecan verici, büyüleyici, çıldırtıcı ve mest edici olduğunu söyler (Kızılçelik, 2003, s. 90).

Kontrol yapıları iki aşamalı olarak, hem maddi hem de manevi bir biçimde bedeni yıpratmakta, bunun karşılığında da onu tekrar tamir edip, yenileme vaadi ile beden amaçlı tüketime de yönlendirmektedir (Gür, 2010, s.306). Sitem reklamlar aracılığıyla daha çok yemeyi dayatırken, zayıf kalmanın yöntemlerini aynı sıklıkla işler.



Resim 3: Bulimia Nevroza Örnekleri
Kaynak:www.kuvvetvekondisyon.com

Kimliğin oluşumunda bu denli önemli hale gelen beden; çeşitli düzenlemeler ile (diyet, spor gibi) durmaksızın ve tatmin olmaksızın ideal bir görünüme kavuşturulmaya çalışılır. Bedenine gerekli ilgiyi gösteremeyenler suçlu olarak görülürler (Özcan, 2007, s.223). Günümüzde güzellik idealleri eskiye nazaran daha karmaşık bir yapı içermektedir. Kolonizasyon sürecinde siyah bedenlerle tanışan beyaz batı toplumları, güzellik ideallerini gözden geçirip, ırksal ayrımcılık temelinde kendi güzellik ideallerini meşrulaştırmıştır. Önceleri vahşi ve hayvansı olarak görülerek beyaz ideal bedenlerin üstünlüğünü sağlamak amaçlı kullanılan siyah kadın bedenleri, zamanla alt metninde ırk ayrımcılığı yatan bir bakışla egzotik güzellikler olarak sunulmuştur (Topaloğlu 2010, s.270). Turner (1996) ise yaşanan teknolojik ve bilimsel ilerlemeler neticesinde de, bedenin bu denli önemli bir araştırma konusu haline geldiği şu anki toplumu, "somatik toplum" olarak ifade eder. O'nun için bu toplum; önemli politik ve kişisel sorunların bedende problemleştirildiği ve onunla ifade edildiği bir toplumdur (Özcan, 2007, s.224).

Kierkegaard düşüncesi, insanın bu-dünyadaki varoluşsal durumunu betimler. Bir benlik olmak, Kierkegaard'ın kendi mezar taşı için yazdığı o birey nitelemesini taşımak, bu-dünyadaki bulunuşun kendi içkin hakikatidir. Kierkegaard'a göre, bu hakikatin kendisini açığa çıkarabileceği üç olanaklı varoluş alanı vardır: Bunlar, estetik varoluş alanı, etik varoluş alanı ve dinsel varoluş alanı olarak ayrımlanır (Anlı, 2011, s.57). Fyodor Karamazov, bedene, sonlu ve zorunluluk içerisinde sıkışmış, estetik varoluş alanında var oluşan bir karakterdir. Kendinde gizil olarak bulunan tin, sonsuz ve özgürlük ikinci terimleri ile ilişki kuramamakta ve sentez varlık hâline dönüşememektedir. Onun yaşamının belirleyicisi sıkıntı hâli ve ondan kaçmaya çalışmasıdır. Haz nesnelerine yönelerek ve kösnül zevkler ile sıkıntıyı aşmaya çalışmaktadır (Anlı, 2011, s.63). Uygar dünyada da birey bu sıkıntıdan kaçışı tüketmek ve haz almakta bulur hale gelmiştir. Bu günün koşullarında, bireyin kendisini etik varoluş alanında gerçekleştirmesi neredeyse imkânsızdır.

Kauffman (2005) "Benlik gerçekte elle tutulamaz bir şeydir, olanaklar, korkular, kararlarla anlaşılabilir ancak" der (Anlı, 2011, s.56). O halde nedir insan? Kierkegaard insanı, tinin ve bedenin, sonlunun ve sonsuzun, özgürlüğün ve zorunluluğun bir sentezi olarak tanımlar (Yorgancılar, 2011, s. 49). Eğer benimiz kendi kendini tanımlasaydı, başka biçimler tarafından tanımlanmaya ihtiyaç duymasaydı, kendi olmayı istememek, kendi beninden kurtulmayı istemek yani kendi olmanın umutsuzluğu doğmayacaktı (Yorgancılar, 2011, s.52). İnsan bedeninin indirgenemezliği, insan arzusunun özgürleşmesi mücadelesinde direnişin ancak oradan hareketle seferber edilebileceği anlamına gelir (Harvey, 2003, s.239). Oysa, denetim ölçekleri bedeni çözülmez bir birim, kitle olarak ele almaz, onun zerinde ince bir baskı

uygulayarak faal beden üzerinde sonsuza kadar bölünebilen bir iktidar söz konusudur (Foucault, 2006, s. 209). Bedeni bir emek gücü olarak sömürmekle yetinmeyen tekelci kapitalizm, vücudun sahip olduğu tüm yapıya müdahale ederek yapay onu iş, bakım, alışveriş gibi yapay parçalara böler, sonra da hepsini bireysel gereksinimler (ve denetlenebilen üretici/tüketici) kavramları ve eylemleri aracılığıyla yeniden bir araya getirir (Baudrillard, 2009, s.109).

Eric Fromm'a göre, modern dünyada mutluluk, daha yeni ve daha iyi metaların tüketilmesi, müzik, sahne oyunları, eğlence cinsellik, içki ve sigarayla sarhoş olunması ile tanımlanır olmuştur. Yabancılaşma ve otomatikleşme giderek artan bir çılgınlığa yol açar (Smith, 2005, s.278). Oysa;

Dünya Sağlık Örgütü verilerine göre dünyada depresyondan etkilenen kişi sayısı 121 milyon olarak belirlenmiştir. Tüm dünyada, 2011 yılı sonuçlarına göre işgücü kaybına yol açan hastalıklar sıralamasında depresyon ilk üç hastalık içerisinde yer almaktadır. Depresyonun bilim adamları tarafından, 2020 yılında dünyada en sık görülen hastalık sıralamasında birinci sıraya yükseleceği öngörülmektedir. (Bat, 2011: National Geographic Türkiye Mart sayısı, D:\semp-kong-makale\yabancılaşan insan\makale\Depresyon@ National Geographic Türkiye.mht)

2.2.Reklam ve Beden

Reklamcılık toplumların örgütlenmesinin merkezi aktörü haline gelmiştir (Mattelard, 1995, s.11). Günümüzde, reklam hem toplumu, hem insanı yansıtan ideolojik bir ayna, hem de toplumun yarattığı ürün niteliğine bürünmüştür (Sezer, 2009, s.5). Reklamcılık bu gün, tüm çevresi kitle iletişim araçları ile sarmalanmış modern insanın yaşamını şekillendiren en önemli kültürel unsurların başında gelmektedir (Alpman ve Göker, 2010, s.74).

Wernick (1996) reklam ve ideoloji ilişkisini şöyle tanımlar; "reklamla birlikte aslında ideolojiler de yayılır ve satışa sunulur. Böylelikle reklamlar, "yalnızca kültürün sembolik ve ideolojik içeriğini değil aynı zamanda onun ethos'unu, dokusunu ve bir bütün olarak yapısını" da şekillendirir (Gür, 2010, s.307). Ayrıca temel amacı satmak olan reklamlar, "sadece satmaya çalıştıkları ürünlerin doğasında var olan nitelik ve özellikleri değil, bu malların bizim için anlamını da taşır" der Williamson (2001). Reklam belirli bir bilincin luşmasına da neden olur. Örneğin bir otomobil reklamında lüks, konfor ve güvenlik gibi ürüne ilişkin özellikler verilirken "çevre dostu" olma niteliği bir artı özellik olarak sunulur. Bu yolla ürünü alan kişide çevreye zarar vermeyen bir ürünün kullanımına yönelik psikolojik bir iç rahatlığı (iyi bir şey yapmış-faydalı olma duygusu) sağlanırken, aynı zamanda kapitalist üretim tarzının yıkıcı tarafının üstüne bir örtü (ideoloji) kapatılır. Bu sebeple reklamlarda pazarlanan bilincin anlaşılması; açık iletilerin değil, saklı iletilerin ortaya çıkarılmasına bağlıdır (Alpman ve Göker, 2010, s.75). Örneğin, elmas mineralin kendi terimiyle bir taş olarak değil, insani terimlerle ve bir gösterge olarak simgecilik aracılığıyla ebedi aşk ile ilişkilendirilip pazarlanabilir (Williamson, 2001, s.12).

Bireylerin kendi bedenlerinden tatmin olmaması ile beslenen ideal beden politikaları giderek ekonomik ve politik temellerini sağlamlaştırmaktadır. Bunu ise giderek büyüyen ve güç kazanan reklam/pazarlama sektörü ve kitle iletişim araçları ile sağlamaktadır. Amerika Birleşik Devletleri'nde yaşayanların %90'ının evinde televizyon olduğunu belirten Lavine (1997) televizyonun kişilerin cinsiyet stereotiplerini ve beden ideallerini oluşturmalarında çok önemli bir rol oynadığını söyler. Elçik (2009); "gerçek beden, algılanan beden ve ideal beden ölçüleri arasında derin uyumsuzluğun yol açtığı bedene hükmetme mücadelesinin" ve ideal bedenlerin yüceltilmesinin temelinde sahip olunan "normal" bedenlerin vasatla eş tutulmasını görmektedir (Topaloğlu 2010, s.271). Özellikle, iletişim araçları, moda, kamuoyu, reklamcılık,

propaganda vs. etkili şekilde kullanılarak, kitlenin zaaf ve zayıf yönleri üzerinden etkili bir bağımlılaştırma siyaseti güdülmektedir (Aytaç, 2004, s.121).

Toplumda pek az kadın moda defilelerindeki mankenler gibidir. Dolayısıyla, özendirilen bu ideal görüntüler insanlar üzerinde ağır bir baskı yaratmakta ve kendine güven eksikliği, beslenme bozuklukları ve gereksiz estetik cerrahi gibi olumsuz ruh ve sağlık sorunlarına yol açabilmektedir (Atik ve Örten, 2008, s.21). Bazen bilinçsizce yapılan tedaviler kadınların kendi beden imgeleriyle ilgili çok olumsuz neticeler doğurmaktadır. Örneğin, liposuction'dan sonra biçimleri bozulmuş vücutlar veya fazla botox seanslarıyla deforme olmuş yüzlerle karşılaşmaktadır (Atik ve Örten, 2008, 20). Sözgelimi, günümüzde en çok satan kitap listelerinde yemek kitapları ile diyet/zayıflama kitapları ilk sıralarda yer alırlar (Kızılçelik, 2003, s. 90). Satın alınan spor malzemeleri, sürekli artan sağlık harcamaları neredeyse tüm kitle iletişimi araçlarını saran bedeni cinsel bir obje olarak gösteren promosyon imgeleri, bu bedensel haz arayışı ve bedenden duyulan memnuniyetsizlikle ideal bedene ulaşma çabasındandır (Batı, 2010, s. 121).

Reklamın vaadi ve kapitalizmin temel vurgusu şudur: Harcayacak parası olduğu sürece herkes istediği her şeye kavuşacak ve süreç sonunda mutlu olacaktır (Batı, 2010, s. 116). Ancak: Tüketici yaşamın etik ilkesi, memnun kalmanın/tatmin edilmiş olmanın aldatıcılığıdır. Hedefini "müşteri memnuniyeti" olarak ilan eden bir sektöre en büyük tehdit, memnun edilmiş bir müşteridir. Arzulayacak başka bir şey yok mu? Peşinden gidilecek herhangi bir şey? Birinin sahip olduğu bir şey? (Ve bu şey nedir?) Homo consumer'lara musallat olan kâbus memnuniyetlerden kalan ve sahneyi karmakarışık eden anılardır (Bayhan, 2011, s.229-230).



Resim 4: Kadın Özgürlüğü Kaynak: Yavuz, C.C. (2014)
Kaynak: Leke Oyunları. *Ot Dergisi*. 11: 20.

Egemen beden imgeleri, özellikle farklı bedenlere sahip olanlar arasındaki, karşılıklı duyumsal farkındalığı bastırma eğilimindedir. Bir toplum ya da siyasi düzen beden den türsel bir biçimde bahsettiğinde, master plana uymayan bedenlerin ihtiyaçlarını yadsıyabilir (Sennet, 2011a, s.18). Reklamlarda ve sinema filmleri, müzik videoları, dizi filmler gibi diğer popüler kültür ürünlerinde izler-kitleye ya da tüketicilere model olarak sunulan bedenler istisnasız bir şekilde aynı şablona uymaktadır (Işıkdoğan, 2007, s.49). İdeal bedenlerin televizyon ve çeşitli kitle iletişim araçlarıyla daha spesifik normlara sokulması –ince beden, düzgün burun, 1.70'in üzerinde boy, 36-38 beden giyim vs.- kendi bedenlerinden rahatsız olan bireylerin sayısında inanılmaz bir artışa sebep olmuş; bu artış ise güzellik, fitnıs, giyim, kozmetik gibi çeşitli tüketim ürünleri için büyük bir tüketici kitlesi sağlamıştır (Topaloğlu 2010, s.271).Tüketim kapitalizmi,

tüketimi standartlaştırma ve reklamcılık yoluyla beğenileri aynılaştırma çabası ile narsizmi yoğunlaştırmak için temel bir rol oynamaktadır. Tüketim, modern sosyal yaşamın yabancılaşan niteliklerini ifade eder ve bunun için gerekli olan çözümleri de ortaya koyar: narsistik arzular gibi bir dizi şeyin sözünü verir (çekicilik, güzellik ve kişisel popülerlik gibi) (Özcan, 2007, s.221).

Kadın ve erkek bedenleri için ideal olduğu düşünülen oranlar her zaman farklıdır. İdeal erkeğin bedenin güçlü ve asil olması gerekirken, kadın bedeninin muntazam hatları, zarafeti önem kazanır (Topaloğlu 2010, s.269). Kadın bedeninin reklamlarda doğrudan seyirlik bir cinsel obje olarak kullanılması ve bununla bağlantılı olarak kadın bedeninin nesneleştirilmesi sık rastlanan sunum biçimlerindendir (Taşkaya, 2011, s. 106).

Reklamlarda kadın imgesinin kullanımını genel olarak iki kategori altında incelemek mümkündür.1.Cinsel nesne olarak… seyirlik obje 2. Toplumsal cinsiyete dayalı rollere vurgu… evcil bir imge (Taşkaya, 2011, s. 105-106). Reklamlarda kullanılan ideal kadın imajlarından bazıları "statü sembolü kadın", "seks sembolü kadın", "erkek yönelimli dişil kadın", "aile yönelimli altruistik kadın", "aile yönelimli dominant kadın" (Kaya, 2011, s.133) dır. Kadın bedeninin çıplaklığı reklamlarda sıklıklar kullanılan imgelerin başındadır. Reklamda obje olarak kullanılan çıplak beden, reklamı görenler tarafından seyirlik bir malzeme olarak tüketildiğinde tümüyle bir nesne olmuştur. Haz aracıdır ve maddileştirilmiştir(Batı, 2010, s. 112). Ancak bu çıplaklık, seyredenin arzularına göre düzenlenen, böylece seyredenin iktidarı için bir tehdit unsuru oluşturmayan- nü ile –bedenin olduğu gibi göründüğü ve dolayısıyla seyredenin iktidarını tehdit eden- çıplaklık arasındaki farklılığın altını çizen Berger'e(1999) göre, kadın, seyredilen, dolayısıyla tabi; erkekse seyreden, dolayısıyla erk konumundadır. Bu durum, kadınları da kendilerini erkeklerin gözüyle, yani yalnızca dişi olarak, cinsel bir obje olarak gözlemlemelerine yol açar (Işıkdoğan, 2007, s.61).

Sonuç

Doğa tarafından meydana getirildiği, yaş, sağlık, bedensel güçler, zeka ya da ruh nitelikleri arasındaki farklardan oluştuğu için, Rousseau insanlar arasında olabilecek bu tür eşitsizlikleri doğal-fizik eşitsizlikler olarak tanımlar. Uygar dünyanın modern bireyleri için bu türden bir eşitlik kavramı içerik değiştirmiş, ulaşılabilirlik ve satın alınırlık ile özdeşleştirmiştir. Bu gün gücü yeten der birey daha iyi görünmek ya da istediği gibi görünmek için bedeni üzerinde geçici ya da kalıcı tasarruflarda bulunabilir. Başka bir anlatımla, istediği görünümü satın alabilir. Beden ve ruh arasındaki kopuş, işte tam bu noktada meydana çıkar. İnsan ruhunun derin, karmaşık ve soyut yapısı, bir dış etken tarafından istenildiği gibi biçimlendirilemez elbette. Ruhumuzun kaptanı yalnız biz olabiliriz. İnsan bedeni mekan olarak kabul edilirse, ruhumuz da zaman olarak tanımlanabilir. Beden ve ruh arasındaki sonsuz devinim her birey için ideal ritmini yine kendi içinde bulabilir.

Oysa bu gün, hem ruhen hem de bedenen tatmin olabilmek için, modern birey, kendisine sunulan ürünleri tükettiği takdirde aslında olmadığı ancak, gıpta ettiği özelliklere kavuşacağı yönünde ikna edilmektedir. Güç, güzellik, başarı gibi sıfatlar reklamlar üzerinden metalara atfedilmektedir. Özellikle medyada, önce güzelliğin, başarının ya da güç olgusunun tanımı yapılmakta, bireyin kendisini bu abartılı ve taraflı çerçevenin dışında hissetmesinin kaçınılmazlığından faydalanılarak, kendisine sunulan bu sıfatları temsil ettiği iddia edilen ürünleri satın aldığında (tükettiğinde), bireyin bu sıfatlara kavuşacağı artık güçlü, güzel ya da başarılı görüneceği bilgisi zihne işlenmektedir (Ya da rızası üretilmektedir).

Metaları tüketen birey, anlamı ve içeriği boşaltılmış meta üzerinden pazarlanan, kimliğini oluşturmaya yönelik bu kavramların eksikliğini kısa süre içerisinde tekrar hissedecek, bu tatminsizlik duygusu bireyi tekrar ve tekrar döngüsel bir şekilde tüketime itecektir. Tüketim

kültürünün, insan ruhu, bedeni ve zihni üzerindeki yönlendirici etkisi bu dinamiklerle süregelmektedir. Birey bu sistemde geçici olarak da olsa farklı kimliklere sahip olabilir. Kullandığı parfüm, araba, saat, diğer giyim ürünleri ya da tükettiği kimi yiyecek içecekler aracılığıyla, kimi zaman maceraperest, coşkulu, asi, kayıtsız, serseri bir "Bohem", kimi zaman soğuk, mağrur, mesafeli, ölçülü ve katı bir "Dandy", kimi zaman yalnız aristokratik, topluma ve doğaya yabancı bir "Avangard", kimi zaman ise kalabalıklarda barınan, tebdil-i kıyafet gezen, insan sarrafı ve avare bir kent gezgini yani bir "Flâneur" kimliğine bu ürünleri tüketerek bürünebileceğine ikna edilir[8]. (Özdemir, 2011b, s.14) Sistem içerisinde kimliğini imajını (toplumsal ölçekte) bedeni aracılığıyla ve ancak, var olan metaları seçerek gerçekleştirebilen uygar dünyanın modern bireyleri gerçekte özgür müdür?

Marcuse, baskıcı bir bütünün yönetimi altında bile, özgürlüğün güçlü bir egemenlik alanına dönüşebileceğini söyler. Bireye açık olan seçmelerin erişimi insan özgürlüğünün derecesini saptamada belirleyici bir etmen değildir: bu durum yalnızca neyin seçilmiş ve neyin seçilebilir olduğunun göstergesidir. İçinde yaşadığımız bizim adımıza oluşturulmuş sonsuz seçenekler ve çeşitlilikler zamanında bize düşen, seçim yapmaktır. Oysa asıl özgürlük seçeneklerini belirleyebilmek ya da yeni seçenekler oluşturabilmek değil midir?

KAYNAKÇA

Aka, A. (2004). Foucaultcu Perspektiften Disipliner İktidar Teknikleri İle Bireyselliğin Üretilmesi. *Eğitim Bilim Teknik Dergisi. :* 2.8*:* 28-38.

Akay, A. (1990). *Çevirenin Önsözü*. Gilles Deleuze ve Felix Guattari, Kapitalizm ve Şizofreni 1- Göçebebilimi İncelemesi: Savaş Makinası. İçerisinde. A. Akay (çev.). İstanbul: Bağlam Yayınları.

Akay, A. (2004). *Tekil Düşünce*. İstanbul: AFA Yayınları.

Anlı Ö.F. (2011). Kıerkegaard'ın 'Varoluş Alanları'nda Üç Benlik: Karamazov Kardeşler. *Sosyoloji Notları*. 8: 56-66.

Atik, D. ve Örten, T. (2008). İdeal Beden İmgesini Oluşturan Sosyal ve Kurumsal Faktörler ve Bu İdealin Bireyler Üzerindeki Etkileri. *Edebiyat Fakültesi Dergisi*. 25.1:17-35.

Aydoğdu, H. (2004). Modern Kimlikte Öznenin Ölümü. *Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*. 10: 115-147.

Aytaç, Ö. (2004). Kapitalizm ve Hegemonya İlişkileri Bağlamında Boş Zaman. *Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 28.2: 115-138.

Barthes, R. (1978). *A Lovers Discourse*.New York: Hill&Wang.

Barthes, R. (1999). *The Old Rhetoric in The Semiotic Challenge*. R. Howard (çev.). New York: Hill&Wang.

[8]Bohem, Dandy, Avangard ve Flâneur kavramlarının nitelikleri, Ali Artun'un " Baudelaire'de Sanatın Özerkleşmesi ve Modernizm" adlı metninden alıntılanmıştır.

Bat, N.(2011). *Depresyon*. National Geographic Türkiye Mart Sayısı. D:\Semp-Kong-Makale\Yabancılaşan İnsan\Makale\Depresyon@ National Geographic Türkiye.Mht)

Bauman, Z. (2006). *Küreselleşme Toplumsal Sonuçları*. 2. Baskı. A. Yılmaz (çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Baudrillard, J. (2005). *Simülakrlar ve Simülasyon*. 3. Baskı. O. Adanır (çev.). Ankara: Doğu Batı Yayınları.

Baudrillard, J. (2009). *Gösterge Ekonomi Politiği Hakkında Bir Eleştiri Üstüne*. 3. Baskı. O. Adanır (çev.). Ankara: Doğu Batı Yayınları.

Bayhan, V. (2011). Tüketim Toplumunda Bireyin Ontolojik Mottosu: "Tüketiyorum Öyleyse Varım". *Sosyoloji Konferansları*. 43: 221-248.

Benjamın, W. (2002). *Pasajlar*. A, Cemal (çev.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Bourdıeu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of The Judgement of Taste*. R. Nice (çev.). Londra: Routledge & Kegan Paul.

Connerton, P. (1999). *Toplumlar Nasıl Anımsar?*.A. Şenel (çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Corbin, A. ve Courtine, J.J ve Vigarello, G. (2008*). Bedenin Tarihi Rönesans'tan Aydınlanma'ya*. S. Özen (çev.). 1. Baskı. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Çelebi, V. (2013). Michel Foucault'da Bilgi, İktidar ve Özne İlişkisi. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi.* 5. 1: 512-523.

Dağtaş, E. (2005). Magazin Eklerinde Tüketim Kültürünün İzdüşümleri. *İletişim Dergisi*. 21: 125-168

Davis, F. (1997). *Moda, Kültür ve Kimlik*. Ö. Arıkan (çev.). 1. Baskı.İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Dedeoğlu, A.Ö. ve Savaşçı, İ. (2005). Tüketim Kültüründe Beden Güzelliği ve Yemek Yeme Arzuları: Kadınların Tüketim Pratiklerine Yansıması.*Ege Academic Review*. 5.1: 77-87.

Dostoyevski, F.M. (2012). *Suç ve Ceza.*A. Ergin (çev.). 22. Baskı. İstanbul: İletişim Yayınları.

Eagleton, T.(2010). *Estetiğin İdeolojisi*. A. Çitil, B. Kıroğlu (çev.). İstanbul: Doruk Yayınları.

Eco, U. (1991). Kitle İletişim Araçlarının Art(ırıl)Ması. İçinde: Y. Kaplan. *Enformasyon Devrimi Efsanesi*. İstanbul: Rey Yayınları.

Elçik, G. (2009). İğdiş Edilmiş Güzellik. *Cogito*. 58.

Elias, N. (1998). *The Loneliness Of The Dying*. E. Jephcott (çev.). Oxford: Blackwell.

Fiske, J. (1991). *Popüler Kültürü Anlamak*. S. İrvan (çev.). 1. Baskı. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Foucault, M. (1978). *Method. In The History of Sexuality: An Introduction*. Birinci Cilt. New York: Vintage Books. 92-102.

Foucault, M. (2000). *Özne ve İktidar*. I. Ergüden, O. Akınhay (çev.) Haz. Ferda Keskin. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Foucault, M. (2000b). *Hapishanenin Doğuşu Gözetim Altında Tutmak ve Cezalandırmak*. M. A. Kılıçbay (çev.). 2. Baskı. Ankara: İmge Yayınları.

Foucault, M. (2003). *Cinselligin Tarihi*. H. U. Tanrıöver (çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Freud, S. (2000). *Bir Yanılsamanın Geleceği Uygarlık ve Hoşnutsuzlukları*. A. Yardımlı (çev.). 1. Baskı. İstanbul: İdea Yayınevi.

Fromm, E. (1982). *Sağlıklı Toplum*. Y. Salman ve Z. Tanrısay (çev.). İstanbul: Panel Yayınları.

Fromm, E. (1984). *Yeni Bir İnsan Yeni Bir Toplum*. N. Arat (çev.). İstanbul: Onur Matbaası.

Furnham, A., Badmın N. ve Sneade, I. (2002). Body Image Dissatisfaction: Gender Differences in Eating Attitudes, Self-Esteem, and Reasons for Exercise. *The Journal of Psychology*. 136.6: 581-596.

Marshall, G. (2003). *Sosyoloji Sözlüğü*. O. Akınhay ve D. Kömürcü (çev.). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Gencel, B. M. ve Binark, M. (2000). Medya ve Cinsiyetçilik. *KADER İçin Eğitim El Kitabı*. Ankara: Ankara Üniversitesi Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezi.

Goff, J. Le. (1999). *Batı Uygarlığı*. H. Güven ve U. Güven (çev.).İzmir: Dokuz Eylül Yayınları.

Gramsci, A (1971). *Selection Of The Prison Notebooks*. H. Quintin and G.N. Smith (Ed.). London: Lawrence & Wishhart.

Guinn, T. O. (1991). *Touching Greatness: The Central Midwest Barry Manilow Han Club*. In J. B. Schor ve D. B. Holt (Eds.).The consumer society reader. New York: The New Press.

Güntekin, Z. (2006). Irak'dan önce: Kurtlar Vadisi Dizisi. *İletişim Kuram Ve Araştırma Dergisi.* 22: 9-36.

Gür, E.G. (2010). Dezenformasyona Uğratılan Bir Sosyal Hak Olarak Sağlık. *2. Sosyal Haklar Ulusal Sempozyumu*. Denizli. 299-315.

Gürsoy, B. (2013). Tüketimin Estetiği ve Medya: "Bugün Ne Giysem" Programı Üzerinden Bir Değerlendirme. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*. I. 44: 85-98.

Güzel, E. (2013).Güzellik Dayatması Altında Tüketim Nesnesine Dönüşen Kadın. *Global Media Journal*.7: 81-96.

Hargreaves, J. (1987). *The Body, Sport and Power Relations*. Sports, Leisure and Social Relations içinde. (Haz.) John Horne, David Jary ve Alan Tomlinson. Londra: Routledge.

Harvey, D. (2003). *Postmodernliğin Durumu*. 3. Baskı. S. Savran (çev.). İstanbul: Metis Yayınları.

Harvey, D. (1999). Postmodernliğin Durumu. S. Savran (çev.). İstanbul: Metis Yayınları.

Hegel, G.W.F. (1994). *Estetik 1 Sanat Üzerine Dersler*. İstanbul:Payel Yayınları.

Heinberg, J. Leslie ve J. Kevin Thompson (1995). "Body Image and Televised Images of Thinness and Attactiveness: A Controlled Laboratory Investigation." *Journal of Social and Clinical Psychology*. 20: 289-323.

Homeros (tarihsiz). *İlyada*. A.Erhat ve A. Kadir (çev.). İstanbul: Can Yayınları.

Horkheimer, M. , Adorno, T.W. (1996). *Aydınlanmanın Diyalektiği II*. Ö. Oğuz (çev.). İstanbul: Kabalcı Yayınevi.

Illich, I. (1990). *Tüketim Çılgınlığı*. M. Karaşahan (çev.). İstanbul: Pınar Yayınları.

Işık, E. (1996). Toplumsal teoride Beden: Beden Tekniklerinden Şizo-analize.*Toplumbilim Gilles Deleuze Özel Sayısı*. Bağlam Yayınları. 5: s.98-102.

Işık, E. (1998).*Beden ve Toplum Kuramı*. İstanbul: Bağlam Yayınları.

Işıkdoğan, O. (2007). Görsel Kültürde Bir Tüketim Nesnesi Olarak Beden: Video Klipler Örneği.*Yüksek Lisans Tezi*.Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

İlal, E. (1997*). İletişim, Yığınsal İletim Araçları ve Toplum*. İstanbul: Der Yayınları.

İlal, E. (2011). Freedom Of Expressıon In The United States Of America: Freedom Of Expression, First Amendment And Mass Media. *In Annales de la Faculté de Droit d'Istanbul* . 23.39:167-199.

İlhan, S. (2007). Yeni Kapitalizmin Karanlık Yüzü: İnsanilik ve Ahlakilik Söylemlerinin Sahiciliği Üzerine. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 17.2: 283-306.

Jung, J., Lennon, S., J. ve Rudd, N. A. (2001). Self-Schema or Self-Discrepancy? Which Best Explains Body İmage?.*Clothing and Textiles Research Journal*. 19.4: 171-184.

Kafka, F. (2013). *Dönüşüm*. 37. Basım. C. Ahmet (çev.). İstanbul: Can Yayınları.

Kaufmann, W. (2005). *Dostoyevski'den Sartre'a Varoluşçuluk*. A. Göktürk (çev.). 4.Baskı. İstanbul: YKY.

Kaya, Ş.K. (2011). Televizyonda Kadın, Sağlık ve Hastalık. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*. 14. 2: 118-157.

Kayıkçı, M. (2007). Adorno'nun Kültür Endüstrisi Kavramı Üzerine. *Üniversite ve Toplum Dergisi.* 7.1.

Kızılçelik, S. (2003). Küreselleşme Beden ve Şizofreni. *Cumhuriyet Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi Özel Eki*. 25.4:89-94.

Lasch, C. (2006). *Narsisizm Kültürü*. S. Öztürk ve Ü. H. Yolsal (çev.). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Lavigne, H. ve diğerleri.(1999). Depicting Woman as Sex Objects in Television Advertising: Effects on Body Dissatisfaction. *PSPB*. 25. 8: s. 1046-1058.

Lunn, E. (1995). *Marksizm ve Modernizm*. Y. Alogan (çev.). İstanbul: Alan Yayınları.

Marcuse, H. (1997). *Tek Boyutlu İnsan İleri İşleyişim Toplumunun İdeolojisi Üzerinde İncelemeler.* (çev.). 1. Baskı. İstanbul: İdea Yayınevi.

Marshall, G. (1999). *Sosyoloji Sözlüğü*. O. Akınhay, D. Kömürcü (çev.). 1. Baskı. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Mattelart, A. (1995). *Beyin İğfal Şebekesi Uluslararası Reklâmcılık*. I.Gürbüz (çev.). 1. Baskı İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Myers, P.N. ve F. A. Biocca (1992). The Elastic Body Image: The Effect of Television Advertising and Programming on Body Image Distortions in Young Women. *Journal of Communication.* 42: 108-133.

Nietzsche, F. (2000). *Aforizmalar*. 2. Baskı. S. Umran (çev.). İstanbul: Birey Yayıncılık.

Oktay, A. (1993). *Türkiye'de Popüler Kültür.* İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Ollman, B. (1988). *Alineation Marx's Conception Of Man in Capitalist Society*. New York: Cambridge University Press.

Özcan, B. (2007). Geç Kapitalist Tüketim Toplumunun Tüketici Kimliklerine Ev Sahipliği Yapan "Meta Beden". *e-Journal of New World Sciences Academy*. 2.3: 217-238.

Özdemir, Ü. A. (2011b). Çözüm Önerisi: Düşünsel ve Eylemsel Üretim. *Cumhuriyet Gazetesi Bilim ve Teknoloji Dergisi* No: 1257,s.14.

Özdemir, Ü. A. (2011a). Eğlence Kültürü ve Boş Zamanın Boş Etkinlikleri. *Cumhuriyet Gazetesi Bilim ve Teknoloji Dergisi* No:1362,s.13.

Pacteau, F. (2005). *Güzellik Semptomu*. B. Erol (çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Püsküllüoğlu, A. (2007). Türkçe Sözlük. 6. Baskı. İstanbul: Can Sanat Yayınları.

Rousseau. J.J. (1995). *İnsanlar Arasındaki Eşitsizliğin Kaynağı*. R.N. İleri. (çev.). 5. Baskı. İstanbul: Say Yayınları.

Sartre, J.P. (1981). *Varoluşçuluk*. A. Bezirci (çev.). İstanbul: Yazko.

Saygılı, A. (2005).Modern Devlet'in Beden İdeolojisi Üzerine Kısa Bir Deneme. *Aühfd*. 324-340.

Schumpeter, J. (1981). *Kapitalizm, Sosyalizm ve Demokras*i. R. Tınaz, T. Akoğlu. (çev.). İstanbul: Varlık Yayınları.

Schouten, J. W. (1991). Selves İn Transition: Symbolic Consumption İn Personal Rites Of Passage And İdentity Reconstruction. *Journal of Consumer Research.* 17: 412-425.

Sennett, R. (2002). *Kamusal İnsanın Çöküşü*. S. D. Abdullah Yılmaz. (çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Sennet, R. (2009). *Yeni Kapitalizm Kültürü*. A. Onacak (çev.). 1. Baskı. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Sennet, R. (2011a). *Ten ve Taş Batı Uygarlığında Beden ve Şehir*. 4. Baskı. T. Birkan (çev.). İstanbul: Metis Yayınları.

Sennet, R. (2011b). *Karakter Aşınması Yeni Kapitalizmde İşin Kişilik Üzerindeki Etkileri*. B. Yıldırım (çev.). 5. Baskı. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Shilling, C. (2003). *The Body and Social Theory*. Second Edition. London: Sage Publications.Thousands Oaks. New Delhi.

Smith, P. (2005). *Kültürel Kuram*. S. Güzelsarı, İ.Gündoğdu (çev.). 1. Baskı.İstanbul: Babil Yayınları.

Sezer, N.S. (1999). Devingen Reklam Görüntülerinde Gösterge Çözümlemesi: Üç Reklam Örneği. *Yayınlanmamış Doktora Tezi.* İstanbul: İstanbul Üniversitesi

Sezer, N.S. (2009). *Sınır Tanımayan Reklam Ortamı, Açıkhava Reklamcılığı*. İstanbul: Beta Yayınevi.

Solomon, M. (2004). *Consumer Behavior: Buying, Having and Being*, 6. Basım. USA: Prentice Hall.

Steven, B. ve Kellner, D. (1991). *Postmodern Theory: Critical Interrogations*. Londra ve New York: MacMillan ve Guilford Press.

Taşkaya, M. (2011). Beden Politikaları ve Reklamda Kadın. *1. Uluslararası Suç ve Ceza Film Festivali. İstanbul*. 103-108.

Tiggemann, M. (2000). Role of Television in Adolescent Women's Body Dissatisfaction Drive For Thinness.*International Journal of Eating Disorders.* 20: 199-203.

Thompson, C. J. ve Hırshman, E. C. (1995). Understanding the Socialized Body: A poststructuralist Analysis of Consumers' Self Conceptions, Body Images, and Self-Care Practices. *Journal of Consumer Research.* 22: 139-153.

Tolan, B. (1980). *Çağdaş Toplumun Bunalımı*: Anatomi ve Yabancılaşma. Ankara: AİTİA.

Topaloğlu, H. (2010). Gölgedeki Bedenler: Bedenin İnşa Sürecinde Toplumsalın Etkileri. *Alternatif Politika*. 2.3: 251-276.

Tosun, N. B. (2003). Negatif Politik Reklâmların Etkisinin Değerlendirilmesi. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*. 17: 321-337.

Tosun, N. B. (2007). Post Modern Reklamların Etkisi. *Marmara Üniversitesi SBE Dergisi*. 27. 7, 341-349.

Tunç, B. (2012). Michel Foucault'nun Düşüncesinde İktidar. *Sosyoloji Notları*. 9: 3-10.

Turan, M. (2007). Özne ve İktidar. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*. 6.22: 283-297.

Turan, S. ve C. Esenoğlu. (2006). Bir meşrulaştırma Aracı Olarak Kitle İletişim Teknolojileri: Eleştirel Bir Bakış. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*. 1.2:71-86.

Turner, B.S. (1996). *The Body and Society*. London: Sage Publications.

Ulusoy, D., Baran, A. G. ve Demir, N. Ö. (2005). A Sociological Analysis On Eating Disorders Among Anorexia And Bulimia Nevrosa Patients And Primary School And University Students As Risk Groups İn Turkey. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi.* 20.2: 41-60.

Williamson, J. (1998). *Kadın Bir Adadır: Dişilik ve Sömürgecilik*. "Eglence İncelemeleri: Kitle Kültürüne Eleştirel Yaklaşımlar" içinde.

Williamson, J. (2001). *Reklamların Dili Reklamlarda Anlam ve İdeoloji*. 1. Baskı. A. Fethi (çev.). İstanbul: Ütopya Yayınları.

Wolf, N. (1991), *The Beauty Myth,* New York: Anchor.

Wolf, N. (2002). *The Beauty Myth: How Images of Beauty are Used against Women*. New York: Morrow.

Yılmaz, R.A. (2012).Tüketim Kültüründe İki Sunum Biçimi: Reklam ve Moda. *İletişim Fakültesi Dergisi*. 8: 221-248.

Yorgancılar, S. (2011). Kierkegaard'ı Anlama Çabası Olarak Umutsuzluğu Yazabilmek. *Sosyoloji Notları*. 8: 47-56.

Zorlu, A. (2006). *Üretim Kapitalizminden Tüketim Kapitalizmine Üretim ve Tüketim Teorileri*. 1. Baskı . Ankara: Glocal Yayınları.

Çocuk Edebiyatında Kitap Seçimi Ölçütleri (KKTC' de)

Assoc. Prof. Dr. Şevket ÖZNUR
Near East University

Asst. Prof. Dr. Ejdan SADRAZAM
Near East University

ÖZET

Kıbrıs'ta Türkçe, Osmanlıların 1571'de Adaya gelmesiyle birlikte konuşulmaya başlandı. Günümüze kadar Kıbrıslı Türkler gelenek,görenek ve ekinlerini, hep dillerine sahip çıkarak korumuşlardır. Bugün Adada 300 bin kişinin
Türkçe konuşması,yazması ve birçok yayım yapması buna bağlıdır.
Atatürk, latin abecesini Türkiye'de uyguladıktan sonra Kıbrıslı Türkler yeni abeceyi kabul edip, uygulamaya koymuşlardır.
Bugün Kuzey Kıbrıs'ta sekiz üniversite ile ilkokul öğretmeni yetiştiren Atatürk Öğretmen Akademisi vardır. Bu kurumların hepsinde Türk Dili ve Edebiyatı, Türkçe öğretmenliği ve son yıllarda yurt dışından gelen yapancılara Türkçe öğretmek için Türkçe hazırlık okulları kurulmuştur. Bu da Türkçenin eğitimdeki yerinin ne kadar önemli olduğunu bizlere göstermektedir.
Bu bağlamda bizler Atatürk Öğretmen Akademisi'nden mezun olan ve ilkokul öğretmenliği yapan bu kesim üzerinde durarak, bunların"Çocuk Kitapları"nın Seçimindeki Ölçütleri Alma Durumlarını" saptamak amacındayız. Araştırmamız dört bölümden oluşmaktadır.
Birinci bölümde giriş ve bu başlık altında problem, amaç, önem, sayılarla elde edilen veriler, sınırlamalar ve tanımlar yer almaktadır. İkinci bölümde yöntem ve bu başlık altında araştırma modeli, örneklerle geçirdiği aşamalar, verilerin toplanması , çözümü ve yorumlanması yer almaktadır. Üçüncü bölümde bulgular ve yorumlar, dördüncü bölümde ise özet, yargı ve öneriler yer almaktadır.

Anahtar Sözcükler: Eğitim, Çocuk Yazını, İlkokul öğretmeni

Turkish Education in North Cyprus and the Selection of Children's Books in Accordance with the Realated Principles by Primary School Teachers

ABSTRACT

Cyprus, since 1571, has been home to the Turkish Cypriots who are the descendants of the Ottoman Turks who were repatriated from Anatolia/Asia Minor after the conquest of the island. With the arrival of the new settlers Cyprus was introduced to a new culture which survived to this day and through interaction it also impacted the culture of the indigenous inhabitants of the island to a great extent. 300 thousand people on the island todayTurkish speak, write, and this depends on many publications. After you apply the Latin alphabet in Turkey, Atatürk, the Turkish Cypriots accepted and the new alphabet was implemented.
Atatürk teacher Academy teacher training universities in North Cyprus today with eight boards. All of these institutions in Turkish language and literature, a teacher of Turkish and Turkish preparatory schools were established to teach Turkish to foreigners from abroad in recent years. This also shows us that how important it is in education of Turkish language.
This research has been carried out by the primary school teachers who were graduted from Atatürk Teacher Training Academy.
The first chapter gives a brief introduction to the background, problem, aim and the scope of the study, importance, numerical data, limitations and definitions. Chapter II includes the method, research technigues, exemplification,

data collection and procedures of data analysis. In chapter III, findings and comments are presented. In chapter IV, summary, conclusions and suggestions are discussed.

Keywords: Education, Children's literatüre, Primary School Teachers.

GİRİŞ

Bu bölümde araştırılan problem, araştırmanın amacı, önemi, sayılarla elde edilen veriler, sınırlamalar ve kullanılan önemli terimlerin tanımları ele alınmıştır.

Problem

Eğitim, insanı insan yapan değerleri kazandırmada, düşünme yeteneğini geliştirmede ortaya bir ürün koymasında ve istendik yönde davranış değişiklikleri kazandırmada en önemli araçlardan bir tanesidir.

Toplumların geleceğine yön veren başat faktörlerden bir tanesi de eğitimdir. Eğitim ister kasıtlı ister kasıtsız yapılsın toplumun bireylerini etkiler. Devletler eğitim yoluyla istedikleri vatandaş tipini yaratmaya, ihtiyaçları olan nitelikli insan gücünü yetiştirmeye çalışırlar.

21. yüzyıla girerken eğitimin önemi tüm toplumlarca daha iyi anlaşılmış, eğitim için yapılan harcamalar artırılmıştır. Fakat gelişmemiş ve gelişmekte olan toplumlarda henüz eğitime yeterince pay ayırabildiği söylenemez.

En büyük yatırım insana yapılan yatırımdır. Eğitim de insana yapılan en önemli yatırımlardan bir tanesidir. Fakat eğitim yatırımı pahalı ve sonucu geç veren bir yatırımdır. Toplumlara yön verenler 20-30 yıllık bir eğitimin ürünüdürler. İlkokul da bu zaman diliminin başlangıcı ve temelidir.

İlkokul 7 ile 12 yaş arasındaki çocukların her yönden gelişimini sağlamak amacıyla eğitim veren kurumdur.

Kendi çocukluğuna ve yakından tanıdığı çocuklara duygusallıktan arınmış gerçekçi gözle bakabilenler çocukların küçük birer melek değil, tıpkı yetişkinler gibi birer insan olduğunu bilirler.

İnsanlar ise ister büyük olsun ister küçük olsunlar hem iyi hem de kötü içgüdüler vardır. Anayla baba ve eğitim kurumları , çocuğu olumlu biçimde etkilemeye, iyiye yönelen içgüdülerini geliştirip kötüye yönelen içgüdülerini engellemeye çalışırlar. Aslında uygarlığın amacı da budur. Bu uygarlık süreci içinde en büyük görev öğretmene düşer.

Öğretmen; öğrencilerin özgür düşünmelerini sağlayan, onların sahip olduğu yeteneklerin ortaya çıkmasına yardımcı olan bir rehberdir. İlkokul çocuklarının düşünsel yeteneklerinin gelişmesi, ileride eleştirici, sorgulayıcı birer birey olabilmelerini sağlayan okuma alışkanlığıdır. Okuma alışkanlığının sürekli olabilmesi için kitapların dikkatlice seçilmesi gerekir.

Kitap seçimi bir birikim sonucu oluşur. Bu birikimin oluşmasında en önemli etkenler seçme ve alımlamadır. Bu seçme kültürle olur. Bu kültür çok okumayla doğru orantılı olarak gelişir. Bize birşeyler katabilecek olan her kitap bir sonraki seçimdeki yanılma payımızı azaltacak bu bağlamda alımlama gücümüzü de artıracaktır. Bu bakımdan öğretmenlerin okuma uğraşını öğrencilere kazandırması gerekmektedir. Bu uğraşı kazanan kişiler zaman süreci içerisinde iyi kitapla kötü kitabı, iyi yazarla kötü yazarı ayırtedebilecek alımlama gücüne ve kültürüne ulaşacaktır.

Günümüzde artık küçülen ve küreselleşen bir dünyada yaşamaktayız. Teknolojinin ve bilginin günden güne geliştiği bu çağda bizim gibi gelişmekte olan toplumların da bu yarış içerisinde varolabilmesi için iyi eğitimden geçirilmiş kişilere ihtiyacımız vardır. Bu kişileri yetiştiren en önemli kurum okuldur. Okullarda görev alan öğretmenlerinde kendilerini geliştirmeleri ve bilgi çağını yakalayabilmeleri için kendi eğitimleri dışında diğer alanlardanda yararlanmaları gerekmektedir. Günümüz eğitimcisi ve insanı çok kültürlü olmak zorundadır. Çok kültürlülüğün yolu da çok okumaktan geçmektedir.

Okuma alışkanlığının kazandırılmasında etkili olan etmenlerin başında aile gelmektedir. Evine kitap girmeyen bir ailenin çocuğundan okumaya ilgili olmasını beklemek kuşkusuz iyimserlik olur. Bu açıdan "benim çocuğum okumayı sevmiyor" diyen bir annenin ya da babanın öncelikle kendi kendilerini sorgulamaları gerekir. Kendileri okumaya yeterince zaman ayırabiliyorlar mı? Eve ne tür kitaplar, dergi ve gazeteler giriyor? Okudukları hakkında kendi aralarında konuşup tartışmaya ne kadar zaman ayırıyorlar? Çocuk görerek ve yaşayarak öğrenir. Eğer evde bütün gün televizyon açıksa anne ve baba kitap okumaya hiç zaman ayırmıyorlarsa çocuğu okumaya zorlamak yeterli değildir.

Buna karşın okuyan ailelerin çocuklarında bazı zaman okumayı tepkiyle karşılama söz konusudur. Çünkü anne babalar okudukları hakkında hiç konuşup tartışmıyorsa ve paylaşmıyorlarsa çocukta okumaya karşı bir tepki doğar. Çocuklar okudukları yetişkinler paylaşmak, anlatmak, konuşmak ister. Bu bağlamda okuma alışkanlığının kazandırılmasında tek etmen aile değildir, öğretmen de etkilidir.

Okuma kültürü gelişmemiş ailelerde yetişen çocukların tek şansı okuldur. Bu bağlamda okumayı özendirmede en büyük görevin öğretmenlere düştüğü söylenebilir. Ancak öğretmenlerin kitap seçiminde bağımsız olmadıkları bilinen bir gerçektir. Öğretim programı, zaman baskısı ve benzeri sorunlar onları ister istemez sınırlamaktadır. Yinede okumayı seven bir öğretmen ne yapıp edip bu alışkanlığı öğrencilerine kazandırmaya çalışır. Önemli olan bu alışkanlığı rastlantısal olarak değil bilinçli olarak yapabilmesi, okumayı özendirmede nasıl bir yol ve yöntem kullanacağının bilincinde olmasıdır.

Öğretmenin bilinçli yaklaşımı okuma kültürünün olmadığı bir ortamda yetişen bir çocuğun bile ilgisini çeker.

İlk olarak öğretmenin kitap seçimine dikkat etmesi gerekmektedir. Öğretmen otoriter, ezberci eğitime karşı çok yönlü ve eleştirel düşünmeyi temel alan çağdaş eğitim anlayışını benimsemişse kitabı doğru seçmekle kalmayacak aynı zamanda öğretim programı içerisinde yer alan okuma parçalarına da eleştirel bir yaklaşım getirebilecektir.

Bilinçli bir öğretmenin okul kitaplığını eleştirel bir açıdan gözden geçirmesi hangi kitapların hangi yaştaki çocuklara ne açıdan uygun olduğunu belirlemesi, hangi kitaplardan derste yararlanabileceğini hangilerinin ders dışında önerilebileceğini saptaması okulunun maddi olanakları yeterliyse çocuk yayımlarını izleyip yeni kitaplar önermesi gerekir.

Kitap alımında öğretmenin öğrencilere yol göstermesi, onlara somut öneriler getirmesi gerekir. Kitap seçiminde nelere dikkat etmeleri gerektiğini, kitap örnekleriyle derste göstermelidir. Bu bağlamda öğretmen kesinlikle buyurganlıktan kaçınmalı ve çocuklarla sürekli olarak dialog içinde olmalıdır. Aksi halde çocuğun kitaba hiç ilgi göstermemesi söz konusu olabilir. Sınıf içinden seçilen bir grup öğrenci kitaplık oluşturabilir. Böylece kitapların temiz tutulması, buruşturulmaması, yırtılmaması için çocuklar arasında bir denetim mekanizmasının oluşturulması sağlanır.

Çocuk yayınlarında gerek biçim gerek içerik bakımından birtakım özelliklerin bulunması istenir. Birçok ciddi araştımalar ve yaygın uygulamalar sonunda tesbit edilen bu özellikleri taşıyan eserler çekinmeden çocuklara tavsiye edilebilir. Eserlerde kullanışlığı, kolay okunurluğu çekiciliği ve dayanıklılığı sağlayan biçimsel özellikler, eserlerin sanat değerini, eğitim ve öğretim yönünden etki derecesini belirleyen birtakım içeriksel özellikler bulunmaktadır.

Biçimsel özellikler:

Biçimsel özellikler deyince genellikle büyüklük, kağıt cinsi, sayfa düzeni, harfler, yazım ve noktalama işaretleri, resimler kapak akla gelmektedir.

a. Büyüklük: İlke olarak, çocuk yayımlarında boyutların, içerikle uyarlık göstermesi istenilir. Aslında, çocukların sürekli olarak aynı boyutlarda hazırlanmış eserleri okumaktan hoşlanmadıkları bir gerçektir .Çocuklar değişik büyüklükte kitapları karıştırmaktan ve okumaktan zevk duyarlar. Bununla birlikte kitapların hacim ve ağırlık bakımından kolayca taşınmaya ve kullanmaya elverişli biçimde olmaları gerekir. Belli bir dizide çıkan kitapların aynı boyda ve hacimde olması, evlerinde kişisel kitaplık kurmaya çalışan çocuklar için çok önemlidir. Çocuk kitaplarının 16/23cm büyüklüğünde olması normal sayılır.

b. Kağıt cinsi: Çocuk kitaplarında kullanılan kağıdın mat, yani parlak olmayan cinsten bir kağıt olması; bunun yanında dayanıklı ve kaliteli olması gerekir. Çoğu çocuk kitaplarının ve dergilerinin resim ve fotoğraflarının silik bir durumda bulunmasının , hele renkli basıldıkları zaman okurlarda hiç iyi bir izlenim bırakmamalarının başlıca nedenlerinden biri, kullanılan kağıdın kalite bakımından istenilen ö zellikleri taşımamasıdır.

c. Sayfa düzeni: Çocuk yayımlarında normal aralıklı veya normalden çok aralıklı satırlarla dizilmiş sayfalar tercih edilmelidir. Çocuk kitaplarında genellikle sayfa kenarlarında geniş boşluklar bırakılması uygun olur. İlkokul birinci devre öğrencileri için

paragrafların kısa tutulması bir kural olarak benimsenmelidir. Çift sütun olarak düzenlenen sayfalar yerine tek sütun olarak düzenlenen sayfalar okuma rahatlığı yönünden daha iyidir. Bir kitap veya dergi sayfasının düzenini o sayfada bulunan resim ve fotoğraflar da büyük ölçüde etkiler.

d. Harfler: Metinde kullanılan harflerin boyu özellikle birinci, ikinci , üçüncü sınıf öğrencileri için 12 putodan küçük olmamalıdır. Dördüncü ve beşinci sınıf öğrencileri için hazırlanan kitaplarda 10 puntoluk harfler kullanılabilir.

e. Yazım ve noktalama işaretleri: Çocuk yayımlarında yer alan yazıların dilbilgisi bakımından aksak ve yanlış yönleri bulunmamalı, yazımda kesinlikle birlik sağlanmalıdır. Noktalama işaretlerinin kullanılışında da kurallara uyulmalıdır.

f. Resimler: Çocuk yayımlarında resimlerin sade, açık ve konuya uygun olmaları şartı aranır. Kitap veya dergilerde çıkan resimler eğlendirici, neşe verici, güldürücü ve herşeyden önce sevimli olmalıdır. Resimler metnin veya sayfanın en uygun yerine konulmalıdır. Resim ile metin, sayfa düzeni bakımından , bir bütün oluşturmalıdır.

Çocuk yayınlarında yer alan resimler işlevleri bakımından üç türe ayrılabilir:(i)Süsleyici resimler, (ii) Metni açıklayıcı ve yorumlayıcı resimler,(iii)Metni tamamlayıcı resimler.

(i)Süsleyici resimler: Bu tür resimler, bir konunun açıklanmasına yardımcı olmaktan çok, onun sembolik yönünü belirtmeye yarar. Bu nedenle bu gibi resimlerin halk hikayelerinde, şiirlerde ve kitaplık kitaplarında kullanılması daha uygun olur. Süsleyici resimler,düş gücünün artmasına, güzellik duygusunun gelişmesine de katkıda bulunabilir. Ders kitaplarında da eseri çekici kılmak bakımından , aşırılığa kaçmamak şartıyla bu tür resimlere yer verilebilir.

(ii)Metni açıklayıcı ve yorumlayıcı resimler: Resimler, bazen sözcüklerin yerini tutarak, bazen yorumlama görevini yerine getirerek veya yapılacak işleri göstererek ilgili bulunduğu metni türlü yollardan açıklayabilirler. Okul çağlarındaki çocuklar için hazırlanan kitaplar ile okumaya başlangıç aracı olarak hazırlanan kitaplarda resimlerin bu özelliği çok önemlidir. Okumayı yeni öğrenmekte olan bir çocuk birçok sözcüğün anlamını somut şekilde genellikle açıklayıcı resimlerin yardımıyla kavrar. Bu tür resimlerin tek bir düşünce veya kavramı açıklamak için çizilmiş olmaları gerekir. Açıklayıcı ve yorumlayıcı resimler, öğretici kitaplarda çocukların birçok teknik ve becerileri kolayca kavramalarınada yardımcı olurlar.

(iii)Metni tamamlayıcı resimler: Bu tür resimler, yazıyla anlatılması kolay olmayan ayrıntılı ve karmaşık nesnelerin ve olayların kolayca kavranması amacıyla yapılabileceği gibi, birtakım doğa görüntülerinin, çeşitli varlıkların başlıca özellikleriyle tanıtılması için de çizilebilir. Bir çocuğa uzun uzun bir zürefayı, aslanı veya kartalı anlatmak yerine bu hayvanların iyi yapılmış resimlerini göstermek şüphesiz daha doğru olur. Öte yandan, anlayış seviyesi ve sözcük haznesi sınırlı olan çocuklar için bu tip resimler eserlerin çekiciliğini de artırmış olur.

1. devre öğrencileri için renkli resimler daha ilgi çekicidir. Ancak her renkli resim bir eserin değerini artırmaz. Bazen iyi bir siyah beyaz bir resim veya oldukça sade renkli bir resim bazı durumlarda daha etkili olabilir. Konusu çok iyi, planı başarılı ve anlatımı güzel resimsiz kitaplar fırsat düştükçe 4. ve 5. Sınıf öğrencilerine önerilebilir.

Okulöncesi çağında bulunan çocuklarla okumaya yeni başlayan çocuklar için hazırlanan kitaplarda her bir sayfanın dörtte üçünün resme ve dörtte birinin yazıya ayrılması uygun olur. Diğer kitaplarda ise eserin üçte birinin veya yarısının resimlendirilmesiyle çocuklar için çekiciliği veya öğreticiliği artıran bir durum yaratılmış olur.

g. Kapak: Kitapların dayanıklılığını artıran başlıca unsur kapaktır. Sağlam ve çocuğun hoşuna giden çekici bir kapak veya cilt eserin okunma ve uzun süre saklanma şansını çoğaltır. Dikişsiz veya ciltsiz kitaplar çabuk dağılır, yıpranır. Bu da çocukların kitaba karşı ilgisini azaltacağı gibi onların düzenli bir kitaplık kurma alışkanlığı kazanmalarını da engelleyebilir.

İçeriksel özellikler:

Bir edebiyat eseri; teması, konusu, kahramanları, planı, üslubu ve dili ile bütünlük ve kendine özgü bir kişilik kazanır. Biçimsel özellikler bakımından ne kadar başarılı olursa olsun içerik bakımından yetersiz veya başarısız eserlerin çocuklara yararlı olması beklenemez.

a.Tema: Yazarın eserinde sürekli olarak belirtmeye çalıştığı temel düşünce veya görüşlere, gösterdiği ana yönelimlere tema denir. Yetişkinlere özgü eserlerde olduğu gibi çocuklar için yazılan eserlerde de temanın hiç bir duraksamaya yol açmayacak biçimde, açık ve seçik belli olması gerekir. Herhangi bir konuyu ele alıp onu belli bir yazı türünde işleyecek olan sanatçının, okurlarına ne gibi düşünce ve görüşleri kazandırmak, onlarda ne gibi tavır ve alışkanlıkları geliştirmek istediğini bilmesi önemlidir. Teması belirsiz veya değişik yorumlara elverişli eserler, çocukları kararsızlıklara ve yanlış anlamalara sürükler.

Yazarlar çocuklar için yazdıkları eserlerde genellikle şu temalar üzerinde dururlar : Aile, yurt, ulus, doğa ve yaşama sevgisi; güzelliğe karşı bağlılık ve duygudaşlık; başkalarına karşı nazik, saygılı ve dürüst olmanın erdemi; cesurluğun, kahramanlığın, özverinin değeri; kişisel girişimin önemi; gelenek ve göreneklere karşı bağlılık ve duyarlılık. Bu genel temalara ek olarak yerli eserlerde tarihimizin unutulmaz dönemlerini ve değerlerini tanıtmak, Atatürk devriminin önemini açıklamak ve bu devrimin genç kuşaklara

yozlaştırılmadan sürdürülmesini sağlamak, demokratik toplum yaşayışıyla ilgili birtakım ana ilkeleri benimsetmek vb. Temaların alındığını görmekteyiz.

b.Konu: Üzerinde söz söylenen, yazı yazılan, eser meydana getirilen düşünce, olay veya duruma <<konu>> denir. (Türkçe Sözlük,Ankara,1988) Gerek yetişkinler gerek çocuklar için yazılan eserlerin konusunu oluşturan düşünce, olay ve durum unsurlarının <<tema>> ile sıkı ilişkisi vardır. Ancak, zihinde tasarlanan bir temadan sonradır ki herhangi bir eserin konusu ayrıntılarıyla düşünülebilir. Gerçek veya gerçek dışı birçok olaylar, yaşanmış veya yaşanması mümkün birtakım yaşam durumlarını kapsayan konunun, tema ile bağlantısını koruyarak gelişmesi şarttır. Tema ve konu ilişkisi zayıf veya belirsiz eserlerden çocuklar ne sanat yönünden ne de eğitsel yönden kolayca yararlanamazlar.

Çocuk yayınlarında konu seçimi çok önemlidir. Bu seçimde, çocukların evrensel nitelik taşıyan tinsel özellikleri yayında, onların dünyasına ayrı bir renk ve kişilik kazandıran ulusal kültür değerlerinin, içinde yaşadıkları toplumun benimsediği ahlak kurallarının, gelenek ve göreneklerin de göz önünde tutulması gerekir.Yazarların, ilgi çekici konulara yönelmek bakımından, çeşitli yaş gruplarındaki çocukların okuma eğilimleri üzerinde, birtakım temel bilgiler edinmeleri yararlı olur.

Çocuk yayınlarında ele alınan konular genellikle eğlendirici ve dinlendirici nitelikte olmalıdır. Seçilen konuların bir bölümü ise çocukları düşünmeye yöneltmeli ve onların birtakım görüşler kazanmalarını sağlamalıdır. Çocuklara sağlam ve geçerli inançlar aşılayacak, onların demokratik yaşayış biçimine karşı güvenlerini arttıracak ve ulusal değerlere karşı besledikleri saygıyı daha güçlü hale getirecek konulara da şüphesiz ağırlık verilmelidir. Bundan başka çocuklarda mizah duygusunu geliştirecek konular hiç bir zaman unutulmamalıdır.

Seçilen konuların çocukların öz yaşantılarıyla ilgili bulunması yerinde olur. Çocukların ilgilendikleri konuları bir bir saymak mümkün değildir. Yalnız bizde en çok okunan çocuk kitaplarının daha çok öğretici nitelik taşıyan kitaplarla birlikte kahramanlık hikayeleri ve peri masalları olduğunu söylemek, çocuklarımızın okuma eğilimi hakkında genel bir düşünce verebilir.

Çocuk yayınlarında konu ne olursa olsun imkan ölçüsünde hareket unsuruna önem verilmelidir. Çocuklar bir düşünce veya görüşün tekrar tekrar anlatıldığı, açıklandığı ve örneklerle ispatlanmaya çalışıldığı eserleden çok, hareketli olayların ve yaşam durumlarının tasvir edildiği eserleri okumaktan zevk duyarlar.

c.Kahramanlar: Roman, öykü, piyes ve benzeri edebiyat eserlerinde başından olaylar geçen kişilere kahraman adı verilir.(Türkçe Sözlük,Ankara,1988).Masal ve masalımsı eserler dışındaki eserlerin önde gelen kişileri, özellikle çocuk okurlar söz konusu olduğu durumlarda, gerçek veya hiç olmazsa gerçeğe yakın olmalıdır. Aksi halde çocuklar okudukları eserlerde başlarından türlü olaylar geçen kişilere inanmakta güçlük çekerler.

Çocuk yayımlarında çok sayıda kahraman yerine az sayıda kahraman bulunması uygun olur. Hele küçük çocuklar için yazılan eserlerde bir iki kahraman yetebilir: Bir avcı ve köpeği, bir çocuk ve kardeşi, bir ördek ve yavruları gibi. Çocuklar kendi yaşlarındaki kimselerin başlarından geçenleri dinlemekten ve okumaktan zevk alırlar. Bu nedenle kahramanları çocuk olan eserlerin, öteki nitelikleri de taşıdıkları taktirde, daha çok beğenileceği açıktır.

Yabancı dillerden dilimize çevrilen eserlerde bazen kahramanların adları Türkçeleştirilmektedir. Bu uygulama, küçük çocuklara özgü yayımlarda bir dereceye kadar doğru olabilir. Ancak bu konuda aşırılığa kaçılmamalı, sadece söylenişi güç ve anlam karışıklığına yol açacak adların yerine Türkçe adlar konulmalıdır. Bu bağlamda küçük çocuklar için yazılan masal, hikaye ve piyeslerde kahramanlar yaşlı kadın, büyücü ihtiyar, pamuk kedi, küçük çoban vb. şekilde de adlandırılabilir.

d.Plan: Plan, bir eserin yapısını ve iç düzenini önceden tasarlamayı sağlayan ve yazma işini bir disipline bağlayan araçtır. Yazar temayı, konuyu ve konunun gerektirdiği kahramanları tespit ettikten sonra düşüncelerini, duygularını ve değişik yaşam durumlarını bir sıraya göre anlatır. Dikkatle hazırlanmış bir plan aracılığıyla eserin ana düşüncesi kolayca anlaşılacağı gibi başlıca olaylar ve kahramanlar da ayrıntılar içinde kaybolmaz ; başlangıç, gelişime ve sonuç gibi evreler birbirlerini doğal biçimde izler. Kısaca, iyi bir plan, olaylar, durumlar, düşünce ve duygular arasında uyumlu bir ilişkinin gerçekleşmesini sağlar, eserin okur üzerindeki etkisini artırır.
Çocuklar için eser hazırlayan yazarların, ortaya koymayı düşündükleri bir eserin planını yaparken okurların bilgi seviyelerini, anlayış güçlerini ve ilgilerini hesaba katmaları gerekir. Genel bir kural olarak çocuk eserlerinde planın son derece basit olmasına çalışılmalıdır. Plan, kısa bir giriş bölümü ile, entrikalı olayları kapsayan bir gelişme ve düğüm bölümünü ve beklenmedik bir çözümle sonuçlanan bir bitiş bölümünü kapsamalıdır.

e.Üslüp ve dil: Üslup, yazardan yazara değişen bir anlatım yolu veya biçimidir. Gerçekten her yazar bir düşünceyi, duyguyu, olayı ve yaşam durumunu kendi edebiyat anlayışına, eğitim seviyesine ve kişisel zevkine göre anlatır, açıklar. Kimi edebiyatçıların üslubu akıcı, canlı, sürükleyici olur: kimi edebiyatçıların üslubu ise özentili ve yapma olur. Kimileri de özensiz, yalın bir anlatım yolunu tercih ederler.
Üslubu belirleyen etmenlerin başında şüpehsiz kullanılan dil ve onun sözcükleri gelir. Tümce yapısı, seçilen sözcüklerin arasındaki anlam ve ses ilişkileri, başvurulan deyimler hepsi üsluba ayrı bir kişilik kazandırır. Seçilen sözcüklerin ve deyimlerin eski veya çağdaş oluşu da bir yazarın üslubuna bir başka özellik verir.
Çocuk yayımlarında üslup ve dilin önemi çok büyüktür. Yapmacık, zevksiz veya bayağı bir anlatım biçimiyle kaliteli bir çocuk eserinin meydana getirilmesi düşünülemez. Yaşama şansını yitirmiş, eski ve anlaşılması güç sözcük ve deyimlerle de çocuklarda okuma zevkini uyandıracak ve geliştirecek eserler yazılması mümkün değildir.
Çocuk yayınlarında yazarlar tümce ve paragraflarını kurarlarken, sözcüklerini ve deyimlerini seçerlerken seslendikleri küçük okurların okuma yeteneklerini, kavrayış güçlerini ve sözcük haznelerini de her zaman göz önünde tutmalıdırlar. Ortalama beş veya altı sözcükten oluşan ve içinde tek özne ve tek yüklem bulunan tümcelere öncelik verilmelidir. Yerli yersiz sıfat kullanımından da kaçınılmalıdır. Edilgen çatılı fiiller yerine etken çatılı fillerin kullanılması anlatıma sadelik ve canlılık kazandırır. Küçük çocuklar için yazılan eserlerde az kullanılan veya söylenişi güç olan sözcükler bulunmamalıdır.

Çocuk yayınlarında duyguların anlatımı çok önemlidir. Beş duyuyla ilgili sözcükler masallara, hikayelere ve güldürücü yazılara canlılık verir. "Çocuklar uzaklardaki bir yıldızın

göz kırpışını, zillerin neşeli seslerini, bir hayvan postunun gıdıklanmasını anlatan hikayeleri çok severler.

İlkokul öğretmenlerinin kitap seçiminde dikkate alması gereken genel nitelikler şunlardır:

1. Çocuk kitapları, çocuğun gelişme düzeyine uygun konuları işlemeli, dili yalın, kavramlar açık seçik olmalıdır.
2. Konular ilgi çekici biçimde sunulmalı, eğlendirici, öğretici ve düşündürücü olmalıdır.
3. Konunun işlenişi, bilim verilerine ve evrensel ahlak kurallarına uygun olmalıdır. İnsanı ve çevresini gerçekçi açı- dan tanıtmalı, yurt sevgisini, insan sevgisini ve yardımlaşma duygusunu güçlendirici olmalıdır.
4. Denemeci, araştırıcı, eleştirici, kısacası özgür düşünceli insan yetiştirme amacı göz önüne alınmalıdır.
5. Çocuğun kendini tanımasına, kişiliğini geliştirmesine katkıda bulunmalıdır.(Oğuzkan 1997,s.322)

Öğretmenler çocuklar için uygun kitaplar seçmeyip üzerlerine düşen görevleri yerine getirmezlerse çocuklarda okuma alışkanlığı ve zevki oluşmaz. Bu bağlamda da çocuğun eğitimini ve öğretimini sürdürmesi de zorlaşır. Tüm bunlara dayalı olarak çocuklar için kitap seçiminde ailenin ve öğretmenlerin ilgili ilkeleri dikkate alma durumlarının bir araştırma konusu biçiminde ele alınmasında yarar görülmektedir.

Amaç

Araştırma ile ilkokul öğretmenlerinin çocuklar için kitap seçiminde ilgili ilkeleri dikkate alma durumlarının ortaya konması amaçlanmaktadır.

Bu genel amaç doğrultusunda şu sorulara yanıt aranmıştır:

1. Öğretmenlerin çocuklar için kitap seçimiyle ilgili ilkeler konusundaki görüşleri nelerdir?
2. Öğretmenlerin kitap okuma etkinliği ile ilgili görevlerini yerine getirme sıklığı nedir?

Önem

Araştırma ile toplanan verilerin;

1. Öğretmenlerin kendi kendilerini değerlendirmeleri bakımından,
2. Öğretmenlere bu konuda bilgi verici ve yönlendirici olması bakımından,
3. Milli Eğitim Bakanlığı'na konu ile ilgili problemler sezdirmesi bakımından,
4. Böyle bir konuda yapılan ilk çalışma olması bakımından önemli olabileceği düşünülmektedir.

SAYILARLA ELDE EDİLEN VERİLER

Araştırmada;

1. Öğretmenler anketleri cevaplarken gerçek düşüncelerini yansıtacakları,

2. Anket geçerlidir, sayılarla elde edilen verilerden hareket edilmiştir.

Sınırlamalar

Araştırmada;

1. Yöntem açısından anket tekniği ile literatür taraması ile,
2. Kapsam açısından Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde yaşayan aileler ve Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti ilkokullarında görev yapan öğretmenlerin çocuk kitaplarının seçiminde ilgili ilkeleri dikkate alma durumları ile,
3. Zaman açısından 3 aylık süre ile,
4. Kaynak grup açısından ilkokul öğretmenleri açısından seçilen örnek grup ile sınırlıdır.

Tanımlar

Öğretmen: Temel eğitimin ilk kademesi olan ilkokullarda kadrolu olarak görev yapan, öğretimden sorumlu kişi.

YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın modeli, aşamaları, örnekleri, verilerin toplanması, çözümü ve yorumlanması ele alınmıştır.

Araştırma Modeli

Araştırma ile öğretmenlerin çocuklar için kitap seçimiyle ilgili ilkeleri dikkate alma durumlarının ortaya konması amaçlandığından çalışma tarama modelidir.

AŞAMALARLA ÖRNEKLER

Araştırma Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti Milli Eğitim Bakanlığı'na bağlı ilkokullarda görev yapan 1122 öğretmenle oluşturulacaktır.

Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde toplam 96 ilkokul bulunmaktadır. Fakat hepsine ulaşmak zaman ve mali olanaklar nedeniyle mümkün olmadığından oransız küme örnekleme yöntemiyle 7 tane ilkokul seçilmiştir. Böylece araştırmanın örneklenmesi, seçilen okullarda görev alan 30 ilkokul öğretmeni (Çizelge 1) ile belirlenmiştir.

ÇİZELGE 1

ULAŞILMAK İSTENEN ÖĞRETMENLERİN OKULLARA GÖRE DAĞILIMI

1.1.1.1. OKUL ADI	1.1.1.2. ÖĞRETMEN SAYISI
Çağlayan Cumhuriyet İlkokulu	7
Şehit Tuncer İlkokulu	5
Vadili İlkokulu	5
Şehit Doğan Ahmet İlkokulu	5
Değirmenlik İlkokulu	2
Necati Taşkın İlkokulu	4
Özgürlük İlkokulu	2

ÇİZELGE 2

ULAŞILMAK İSTENEN, ULAŞILAN VE ANKETİ GEÇERLİ SAYILAN ÖRNEK GRUPLARI SAYISAL DAĞILIMI

	Ulaşılmak İstenen		**Ulaşılan**		**Geçerli**	
	f	**%**	**f**	**%**	**f**	**%**
Öğretmen	**30**	**100**	**30**	**100**	**30**	**100**

Çizelge 2'den de görüldüğü üzere örnek grubun % 100'ne ulaşılmıştır.

Veriler ve Toplanması

Araştırmada belirlenen amaçlara ulaşmak için;

1. Kitap seçiminde ilgili ilkeler hakkında literatür taraması sonucunda olgusal veriler toplanmıştır.
2. Toplanan veriler doğrultusunda ilkokul öğretmenlerinin kitap seçimiyle ilgili ilkeleri dikkate alma durumlarını saptamak amacıyla ilkokul sınıf öğretmenlerine uygulamak üzere bir anket geliştirilmiştir.

İlgili anket iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde kaynak gruba ilişkin kişisel bilgiler yer almaktadır.İkinci bölümde ilkokul öğretmenlerinin kitap seçimiyle ilgili ilkeler hakkında yeterli bilgiye sahip olup olmadıkları, bu görevleri ne derece yerine getirdikleri ve bu görevleri yerine getirirken karşılaştıkları sorunları belirlemeye yönelik sorulara yer verilmiştir.

Verilerin Çözümü ve Yorumlanması

Anket yolu ile elde edilip, araştırmada kullanılacak olan verilere ilişkin tüm işlemler araştırmacı tarafından elde yapılmıştır.

Araştırmada elde edilecek veriler frekans ve yüzde yolu ile çözümlenerek çizelgelere yerleştirilmiştir. Elde edilen bulgular çizelgeler yardımıyla yorumlanmıştır.

BULGULAR VE YORUMLAR

Bu bölümde, araştırmada ele alınan amaç ve alt amaçların çözümü için toplanılan verilerin istatistiksel analizleri sonucunda elde edilen bulgular ve bunlara ilişkin yorumlar verilmektedir. Bulgular ve yorumların verilişinde önce öğretmenlerin kişisel özellikleri ele alınmıştır. Öğretmenlerin kişisel özelliklerinden sonra ise alt amaçlara ilişkin bulgular ve yorumlara geçilmiştir.

Kişisel Özellikleri Açısından Öğretmenlerin Durumu

Öğretmenlerin cinsiyete göre dağılımı Çizelge 3'te verilmiştir.

ÇİZELGE 3

ÖĞRETMENLERİN CİNSİYETE GÖRE DAĞILIMI

CİNSİYET	f	%
Kadın	19	63
Erkek	11	37
Toplam	**30**	**100**

Çizelge 3'ten de görüldüğü gibi öğretmenlerin %63'ü kadın, %37'si ise erkektir.

Öğretmenlerin eğitim düzeylerine göre dağılımı Çizelge 4'te verilmiştir.

ÇİZELGE 4

ÖĞRETMENLERİN EĞİTİM DÜZEYLERİNE GÖRE DAĞILIMI

EĞİTİM DÜZEYİ	f	%
Öğretmen Koleji	23	76
Üniversite Mezunu	6	20
Yüksek Lisans	1	4
Bunların Dışında	-	-
Toplam	**30**	**100**

Çizelge 4'ten de görüldüğü gibi öğretmenlerin %76'sı Öğretmen Koleji mezunu, %20'si üniversite mezunu, %4'ü ise yüksek lisans mezunudur.

Öğretmenlerin meslek kıdemlerine göre dağılımı Çizelge 5'te verilmiştir.

ÇİZELGE 5
ÖĞRETMENLERİN MESLEK KIDEMLERİNE GÖRE DAĞILIMI

MESLEK KIDEMİ	f	%
2 yıldan az	-	-
3-4 yıl	7	23
5-9 yıl	5	17
10-20 yıl	17	56
20 yıldan fazla	1	4
Toplam	**30**	**100**

Çizelge 5'te de görüldüğü gibi öğretmenlerin %23'ü 3-4 yıllık, %17'si 5-9 yıllık, %56'sı 10-20 yıllık, %4'ü ise 20 yıldan fazla öğretmenlik kıdemine sahiptir.

Öğretmenlerin çocuk ilgilerinin geliştirilmesiyle ilgili hizmet içi eğitim kurslarına katılma durumlarına göre dağılımı Çizelge 6'da verilmiştir.

ÇİZELGE 6

ÖĞRETMENLERİN ÇOCUK İLGİLERİNİN GELİŞTİRİLMESİYLE İLGİLİ HİZMET İÇİ EĞİTİM KURSLARINA KATILMA DURUMLARINA GÖRE DAĞILIMI

HİZMET İÇİ EĞİTİM KURSUNA KATILMA DURUMLARI	f	%
Hiç katılmadım	16	54
1-2 kez katıldım	4	13
3-4 kez katıldım	6	20
5 kez veya daha fazla	4	13
Toplam	**30**	**100**

Çizelge 6'da da görüldüğü gibi öğretmenlerin %54'ü çocuk ilgilerinin geliştirilmesi ile ilgili hizmet içi eğitim kursuna hiç katılmamıştır. %13'ü 1 veya 2 kez, %20'si 3 veya 4 kez, %13'ü ise 5 veya daha fazla sayıda kursa katılmıştır.

ALT AMAÇLARA İLİŞKİN BULGULAR VE YORUMLAR

Bu başlık altında öğretmenlerin, çocuklar için kitap seçimiyle ilgili ilkeleri dikkate alma durumlarına yönelik bulgular ve yorumlara yer verilmiştir.

Öğretmenlerin, çocuk ilgilerinin nasıl geliştiği ve yönlendiği konusunda kitap okuma durumlarına göre dağılımı Çizelge 7'de verilmiştir.

ÇİZELGE 7

ÖĞRETMENLERİN ÇOCUK İLGİLERİNİN NASIL GELİŞTİĞİ VE YÖNLENDİĞİ KONUSUNDA KİTAP OKUMA DURUMLARINA GÖRE DAĞILIMI

ÇOCUK İLGİLERİNİN NASIL GELİŞDİĞİ VE YÖNLENDİĞİ KONUSUNDA KİTAP OKUMA DURUMLARI	f	%
Evet	13	44
Hayır	17	56
Toplam	30	100

Çizelge 7'den de görüldüğü gibi öğretmenlerin %44'ü çocuk ilgilerinin nasıl geliştiği ve yönlendiği konusunda kitaplar okuduklarını, %56'sı ise bu tür kitaplar okumadıklarını belirtmektedirler.

Öğretmenler, çocuk ilgilerinin nasıl geliştiği ve yönlendiği konusunda okudukları kitapları şöyle belirtmişlerdir:

1. Çocuk Ruh Sağlığı
2. Çocuk Gelişimi ve Psikolojisi
3. Çocuk Gelişimi
4. Çocuk Psikolojisi
5. İçimizdeki Çocuk
6. Uyumsuz Çocuklarda Eğitim Yöntemleri
7. Beni Duyuyor Musun ?
8. Çocuk Yetiştirme
9. Çocukla İletişim
10. Çocuklar Neden Başarısız Olur ?
11. Ben Olmak İstiyorum
12. Aydınlığa Doğru

Öğretmenlerin, çocuk yayınlarını takip etme durumlarına göre dağılımı Çizelge 8'de verilmiştir.

ÇİZELGE 8

ÖĞRETMENLERİN, ÇOCUK YAYINLARINI TAKİP ETME DURUMLARINA GÖRE DAĞILIMI

ÇOCUK YAYINLARINI TAKİP ETME DURUMLARI	f	%

Evet	11	37
Hayır	19	63
Toplam	**30**	**100**

Çizelge 8'den de görüldüğü gibi öğretmenlerin %37'si çocuk yayınlarını sürekli takip ettikleri, %63'ü ise sürekli takip etmediklerini belirtmektedirler.

Öğretmenlerin, çocukta kitap okuma alışkanlığının kazandırılmasında ailenin bu konudaki önemine inanma durumlarına göre dağılımı Çizelge 9'da verilmiştir.

ÇİZELGE 9

ÖĞRETMENLERİN, ÇOCUKTA KİTAP OKUMA ALIŞKANLIĞININ KAZANDIRILMASINDA AİLENİN BU KONUDAKİ ÖNEMİNE İNANMA DURUMLARINA GÖRE DAĞILIMI

AİLENİN ÖNEMİNE İNANMA DURUMLARI	**f**	**%**
Evet	30	100
Hayır	**-**	**-**
Toplam	**30**	**100**

Çizelge 9'da da görüldüğü gibi öğretmenlerin %100'ü çocukta kitap okuma alışkanlığı oluşmasında ailenen bu konudaki önemine inanmaktadır.

Öğretmenlerin, kitap okumayı sevme durumlarına göre dağılımı Çizelge 10'da verilmiştir.

ÇİZELGE 10

ÖĞRETMENLERİN, KİTAP OKUMAYI SEVME DURUMLARINA GÖRE DAĞILIMI

KİTAP OKUMAYI SEVME DURUMLARI	f	%
Evet	30	100
Hayır	-	-
Toplam	**30**	**100**

Çizelge 10'dan da görüldüğü gibi öğretmenlerin %100'ü kitap okumayı sevmektedirler.

Öğretmenlerin, okudukları kitap türlerine göre dağılımı Çizelge 11'de verilmiştir.

ÇİZELGE 11

ÖĞRETMENLERİN, OKUDUKLARI KİTAP TÜRLERİNE GÖRE DAĞILIMI

OKUNAN KİTAP TÜRLERİ	f	%
Macera	13	44
Gerilim	1	4
Psikoloji	22	73
Politik	12	40
Aşk	2	7
Çocuk Kitapları	10	33
Araştırma	8	26
Ansiklopedi	9	30
Sosyal İçerikli Kitaplar	17	56
Dünya Klasikleri	12	40
Deneme	2	7

Felsefe	3	10

Çizelge 12'de de görüldüğü gibi öğretmenlerin %44'ü macera, %4'ü gerilim, %73'ü psikoloji, %40'i politik, %7'si aşk, %33'ü çocuk kitapları, %26'sı araştırma, %30'u ansiklopedi, %56'sı sosyal içerikli kitaplar, %40'ı dünya klasikleri, %7'si deneme, %10'u ise felsefe türünde kitaplar okumaktadırlar.

Öğretmenlerin kitap okumanın çocuğun gelişimine etki etmeki etme durumuna ilişkin görüşlerinin dağılımı Çizelge 12'de verilmiştir.

ÇİZELGE 12

ÖĞRETMENLERİN KİTAP OKUMANIN ÇOCUĞUN GELİŞİMİNE ETKİ ETME DURUMUNA İLİŞKİN GÖRÜŞLERİNİN DAĞILIMI

ÇOCUĞUN GELİŞİMİNE ETKİ ETME DURUMU	**f**	**%**
Evet	30	30
Hayır	0	0
Toplam	**30**	**100**

Çizelge 12'de de görüldüğü gibi öğretmenlerin %100'ü kitap okumanın çocuğun gelişimine etki ettiğine inanmaktadırlar.

Öğretmenlerin düzenli olarak kitap okuma alışkanlığı-na sahip olma durumları ile ilgili görüşlerinin dağılımı Çizelge 13'de verilmiştir.

ÇİZELGE 13
ÖĞRETMENLERİN DÜZENLİ OLARAK KİTAP OKUMA ALIŞKANLIĞINA SAHİP OLMA DURUMLARI İLE İLGİLİ GÖRÜŞLERİNİN DAĞILIMI

DÜZENLİ OLARAK KİTAP OKUMA ALIŞKANLIĞINA SAHİP OLMA DURUMLARI	f	%
Evet	16	54
Hayır	14	46
Toplam	**30**	**100**

Çizelge 13'te de görüldüğü gibi öğretmenlerin %54'ü düzenli olarak kitap okuma alışkanlığına sahip olduklarını, %46'sı ise düzenli olarak bu alışkanlığa sahip olmadıklarını belirtmişlerdir.

Öğretmenlerin, çocuk kitabı okuma durumları ile ilgili dağılımı Çizelge 14'te verilmiştir.

ÇİZELGE 14
ÖĞRETMENLERİN ÇOCUK KİTABI OKUMA DURUMLARI İLE İLGİLİ DAĞILIM

ÇOCUK KİTABI OKUMA DURUMLARI	f	%
Evet	23	76
Hayır	7	24
Toplam	**30**	**100**

Çizelge 14'te de görüldüğü gibi öğretmenlerin %76'sı çocuk kitabı okuduğunu, %24'ü ise çocuk kitabı okumadı- ğını belirtmiştir.

Öğretmenlerin, çocuk kitaplarının biçimsel özellikleri ile ilgili görüşlerinin dağılımı Çizelge 15'te verilmiştir.

ÇİZELGE 15

ÖĞRETMENLERİN ÇOCUK KİTAPLARININ BİÇİMSEL ÖZELLİKLERİ İLE İLGİLİ GÖRÜŞLERİNİN DAĞILIMI

I. devre öğrencilerinden II. Devre öğrencilerine gidildikçe:

BİÇİMSEL ÖZELLİKLER İLE İLGİLİ GÖRÜŞLER	f	%
Kitapların boyutları büyümeli	4	13
Sayfanın kapladığı resim alanı giderek azalmalı	23	76
Paragraflar giderek daha fazla cümle içermeli	20	66
Sözcük aralıkları giderek azalmalı	14	46
Harf puntoları giderek büyümeli	2	7
Resimlerdeki renk giderek ilgi çekici olmalı	6	20

Çizelge 15'te de görüldüğü gibi I. devre öğrencilerin- den II. devre öğrencilerine gidildikçe öğretmenlerin %13'ü kitapların boyutlarının büyümesi gerektiğini, %76'sı sayfa- nın kapladığı resim alnının azalması gerektiğini, %66'sı paragrafların giderek daha fazla cümle içermesi gerektiğini, %46'sı sözcük aralıklarının giderek azalması gerektiğini, %7'si harf puntolarının giderek büyümesi gerektiğini, %20'si resimlerdeki renklerin giderek ilgi çekici olması gerektiğini belirtmektedirler.

Bilimsel dayanaklara göre; I. devre öğrencilerinden II. devre öğrencilerine gidildikçe :

*Kitapların boyutlarının giderek küçülmesi gerektiği
*Sayfanın kapladığı resim alanının giderek azalması gerektiği
*Paragrafların giderek daha fazla cümle içermesi gerektiği
*Sözcük aralıklarının giderek azalması gerektiği
*Harf puntolarının giderek küçülmesi gerektiği
*Resimdeki renklerin giderek daha az ilgi çekici olması gerektiği belirtilmektedir.

Öğretmenlerin, çocuk kitaplarının özellikleri ile ilgili görüşlerinin dağılımı Çizelge 16'da verilmiştir.

ÇİZELGE 16
ÖĞRETMENLERİN ÇOCUK KİTAPLARININ ÖZELLİKLERİ İLE İLGİLİ GÖRÜŞLERİNİN DAĞILIMI

ÖZELLİKLER İLE İLGİLİ GÖRÜŞLER	**f**	**%**
Kağıt cinsi parlak olmalıdır.	18	60
Kağıt rengi sarı olmamalıdır.	11	37
Yazım ve noktalama işaretlerine uyulmalıdır.	27	89
Kitapların kapakları ciltli olmalıdır.	9	30
Farklı yazı karakterlerini içermelidir.	1	4
Sayfadaki resimler sade, açık, konuya uygun ve yazı ile ilişkili olmalıdır.	28	93

Çizelge 16'da da görüldüğü gibi öğretmenlerin %60'ı kağıt cinsinin parlak olması gerektiğini, %37'si kağıt renginin sarı olmaması gerektiğini, %89'u yazım ve noktalama işaretlerine uyulması gerektiğini, %30'u kitapla- rın kapaklarının ciltli olması gerektiğini, %4'ü farklı yazı karakterlerini içermesi gerektiğini, %93'ü ise sayfadaki resimlerin sade, açık, konuya uygun ve yazı ile ilişkili olması gerektiğini belirtmektedirler.

Bilimsel dayanaklara göre:

*Kağıt cinsinin parlak olmaması gerektiği
*Kağıt renginin sarı olmaması gerektiği
*Yazım ve noktalama işaretlerine uyulması gerektiği
*Kitapların kapaklarının ciltli olması gerektiği

*Farklı yazı karakterlerini içermemesi gerektiği
*Sayfadaki resimlerin sade, açık, konuya uygun ve yazı ile ilişkili olması gerektiği belirtilmektedir.

Öğretmenlerin, çocuk kitaplarının içeriksel özellikleri ile ilgili görüşlerinin dağılımı Çizelge 17'de verilmiştir.

ÇİZELGE 17
ÖĞRETMENLERİN ÇOCUK KİTAPLARININ İÇERİKSEL ÖZELLİKLERİ İLE İLGİLİ GÖRÜŞLERİNİN DAĞILIMI

İÇERİKSEL ÖZELLİKLER İLE İLGİLİ GÖRÜŞLER	f	%
Tema açık ve anlaşılır olmalıdır.	27	89
Teması; aile, yurt, ulus,doğa ve yaşama sevgisi olmalıdır.	16	54
Konu ile temanın ilişkili olması gerekmez.	2	7
Konu seçiminde çocukların tinsel özellikleri yanında ulusal kültür değerlerine, toplumsal ahlak kurallarına, gelenek ve göreneklerin gözönünde tutulması gerekir.	15	50
Konular eğlendirici ve dinlendirici nitelikte olmalıdır.	22	73
Çocuğa öğretici nitelik taşıyan kitapların yanı sıra kahra-manlık hikayeleri ve peri masalları içeren kitaplar da verilir.	12	40
Çocuklar hareketli olayların ve yaşam durumlarının tasvir edildiği kitapları okumaktan zevk duymazlar.	-	-
Çocuk kitaplarında kahramanlar gerçek veya gerçeğe yakın kişiler olmalıdır.	15	50
Kahramanları çocuk olan kitaplar daha ilgi çekicidir.	26	86
Yabancı dillerden dilimize çevrilen eserlerde kahramanların isimleri Türkçeleştirilmemelidir.	6	20
Edilgen çatılı fiiller yerine etken çatılı fiiller kullanılmalıdır.	5	17
Beş duyuyla ilgili sözcükler masal, hikaye, güldürücü yazılarda kullanılmalıdır.	11	37
Az kullanılan veya söylenişi zor olan sözcükler kullanılmalı.	6	20
İlk devre çocuğu için bir iki tane kahraman olması yeterlidir.	10	33
Konular birinci devreden ikinci devreye gidildikçe eğlendiri- ci ve dinlendirici özellikten düşündürücü ve birtakım görüş- ler kazandırıcı nitelikte olmalıdır.	11	37

Çizelge 17'de de görüldüğü gibi öğretmenlerin %89'u temanın açık ve anlaşılır olması gerektiğini, %54'ü teması- nın aile, yurt, doğa ve yaşama sevgisi olması gerektiğini, %7'si konu ile temanın ilişkili olması gerekmediğini, %50'si konunun seçiminde çocukların tinsel özellikleri yanında ulusal kültür değerlerinin, toplumsal ahlak kurallarının, gelenek ve göreneklerin gözönünde tutulması gerektiğini, %73'ü konuların eğlendirici ve dinlendirici nitelikte olması gerektiğini, %40'ı çocuğa öğretici nitelik taşıyan kitapların yanı sıra kahramanlık hikayeleri ve peri masalları içeren kitapların da verilmesi gerektiğini, %50'si

Çocuk kitaplarında kahramanların gerçek veya gerçeğe yakın kişiler olması gerektiğini, %86'sı kahramanları çocuk olan kitapların daha ilgi çekici olduğunu, %20'si yabancı dillerden dilimize çevrilen eserlerdeki kahramanların isimle- rinin Türkçeleştirilmemesi gerektiğini, %17'si edilgen çatılı fiiller yerine etken çatılı fiillerin kullanılması gerektiğini, %37'si beş duyuyla ilgili sözcüklerin masal, hikaye, güldü- rücü yazılarda kullanılması gerektiğini, %20'si az kullanılan veya söylenişi zor olan sözcüklerin kullanılması gerektiğini, %33'ü ilk devre çocuğu için bir iki tane kahramanın ye- terli olduğunu, %37'si ise konuların birinci devreden ikinci devreye gidildikçe eğlendirici ve dinlendirici özellikten dü- şündürücü ve birtakım görüşler kazandırıcı nitelikte olması gerektiğini belirtmektedirler.

Bilimsel dayanaklara göre:

*Temanın açık ve anlaşılır olması gerektiği
*Temasının; aile, yurt, ulus, doğa ve yaşama sevgisi olması gerektiği
*Konu ile temanın ilişkili olması gerektiği
*Konunun seçiminde çocukların tinsel özellikleri ya- nında ulusal kültür değerlerinin, toplumsal ahlak kuralla- rının, gelenek ve göreneklerin gözönünde tutulması gerektiği
*Konuların eğlendirici ve dinlendirici nitelikte olması gerektiği
*Çocuğa öğretici nitelik taşıyan kitapların yanı sıra kahramanlık hikayeleri ve peri masalları içeren kitapların da verilmesi gerektiği
*Çocukların hareketli olayların ve yaşam durumlarının tasvir edildiği kitapları okumaktan zevk duyduklarını
*Çocuk kitaplarında kahramanların gerçek veya gerçeğe yakın kişiler olması gerektiği
*Kahramanları çocuk olan kitapların daha ilgi çekici olduğu
*Yabancı dillerden dilimize çevrilen eserlerde kahra- manların isimlerinin Türkçeleştirilmesi gerektiği
*Edilgen çatılı fiiller yerine etken çatılı fiillerin kul- lanılması gerektiği
*Beş duyuyla ilgili sözcüklerin masal, hikaye, güldü-rücü yazılarda kullanılması gerektiği
*Az kullanılan veya söylenişi zor olan sözcüklerin kullanılması gerektiği
*İlk devre çocuğu için bir iki tane kahramanın yeterli olduğu
*Konuların birinci devreden ikinci devreye gidildikçe eğlendirici ve dinlendirici özellikten düşündürücü ve birta- kım görüşler kazandırıcı nitelikte olması gerektiği belirtil- mektedir.

Öğretmenlerin, ders yılı başında okunması gereken kitapları seçme durumlarına göre dağılımı Çizelge 18'de verilmiştir.

ÇİZELGE 18

ÖĞRETMENLERİN DERS YILI BAŞINDA OKUNMASI GEREKEN KİTAPLARI SEÇME DURUMLARINA GÖRE DAĞILIMI

DERS YILI BAŞINDA OKUNMASI GEREKEN KİTAPLARI SEÇME DURUMLARI	**f**	**%**
Evet	28	93
Hayır	2	7
Toplam	**30**	**100**

Çizelge 18'de de verildiği gibi öğretmenlerin %80'i ders yılı başında okunması gereken kitapları seçtiğini, %20'si ise seçmediğini belirtmiştir.

Öğretmenlerin ders yılı başında okunması gereken kitapları temin etme durumlarına göre dağılımı Çizelge 19'da verilmiştir.

ÇİZELGE 19

ÖĞRETMENLERİN DERS YILI BAŞINDA OKUNMASI GEREKEN KİTAPLARI TEMİN ETME DURUMLARINA GÖRE DAĞILIMI

TEMİN ETME DURUMLARI	**f**	**%**
Kendim getiriyorum	9	33
Öğrenciler getiriyor	2	7
Öğrencilerle birlikte kendim getiriyorum	11	40
Bunların dışında	6	22
Toplam	**28**	**100**

Çizelge 19'da görüldüğü gibi öğretmenlerin %33'ü ders yılı başında okunması gereken kitapları kendilerinin temin ettiğini, %7'si öğrencilerin temin ettiğini, %40'ı öğrencilerle

birlikte kendinin temin ettiğini, %22'si ise bunların dışında okula gelen kitapçıdan temin ettiklerini belirtmektedir.

Öğretmenlerin, sınıftaki kitapların bulunduğu yerlere ilişkin görüşlerinin dağılımı Çizelge 20'de verilmiştir.

ÇİZELGE 20

ÖĞRETMENLERİN SINIFTAKİ KİTAPLARIN BULUNDUĞU YERLERE İLİŞKİN GÖRÜŞLERİNİN DAĞILIMI

KİTAPLARIN BULUNDUĞU YERLER	**f**	**%**
Ulaşılabilecek yerlerde	21	75
Kilitli dolaplarda	-	-
Bunların dışında	7	25
Toplam	**28**	**100**

Çizelge 20'de de görüldüğü gibi okunması gereken kitapları öğretmenlerin %75'i ulaşılabilecek yerlerde, %25'i

ise bunların dışında sınıf kitaplığında bulundurduklarını

belirtmişlerdir.

ÖĞRETMENLERİN ÖĞRENCİLERİNE ÖNERDİKLER KİTAP TÜRLERİNE İLİŞKİN GÖRÜŞLERİ

Öğretmenler Önerdikleri kitap türlerini şöyle belirtmişlerdir:

1. Sınıf seviyesine uygun, resimli, eğitici, çocuğun ilgisini çekecek konuları içeren, yaşıyla doğru orantılı kitaplar.

2. Öğretici, eğitici ve eğlendirici kitaplar.

3. Edebi türler.

4. Yaşlarına uygun harf puntosu ve sayfa sayısı olan kitaplar

5. Çocuk klasikleri

6. İnsan, hayvan ve doğa sevgisini geliştirici kitaplar.

7. Günlük yaşadığımız olayları aydınlatıcı kitaplar.
8. Sosyal içerikli kitaplar.
9. Çocuk romanları.
10. Macera kitapları.
11. Hikaye kitapları.
12. Masal kitaplar.
13. Bilim Teknik araştırma kitapları.

ÖĞRETMENLERİN KİTAP OKUMANIN YARARLARINA İLİŞKİN GÖRÜŞLERİ

Öğretmenler kitap okumanın yararlarını şöyle belirtmişlerdir:

1. Sözcük dağarcığını geliştirir.
2. Bilgi dağarcığını genişletir.
3. Okuduğunu anlama yetisini geliştirir.
4. Süratli, akıcı ve düzgün okuma sağlar.
5. Geniş düşünme alışkanlığı kazandırır.
6. Türkçe'yi daha iyi kullanma ve yazılı ifadelerin gelişmesini sağlar.
7. Düzgün konuşmayı sağlar.
8. Kendine güveni artırır. Topluluk içinde daha rahat konuşur.
9. Karşılaşılan problemleri rahatlıkla çözebilme becerisi kazandırır.
10. Çocukların ruhsal gelişimini hızlandırır.
11. Yaratıcı ve üretken bireylerin yetişmesini sağlar.
12. Hayal gücünü geliştirir.
13. İnsanlarla olan iletişimi kolaylaştırır.
14. Genel kültür kazandırır.
15. Hayatta kendisinin dışında olayların geliştiğini ve insanların olduğunu öğrenir.

ÇİZELGE 21

ÖĞRETMENLERİN KİTAP OKUMA ETKİNLİĞİ İLE İLGİLİ GÖREVLERİNİ YERİNE GETİRME SIKLIKLARINA İLİŞKİN GÖRÜŞLERİNİN DAĞILIMI

ETKİNLİKLER	**YERİNE GETİRME SIKLIĞI**			
	HER ZAMAN	**SIK SIK**	**ARA SIRA**	**HİÇ**

	f	%	f	%	f	%	f	%
Bir eseri sınıfta okuma ve bir kitabın nasıl okunacağı konusunda öğrencilere açıklamalar yapma.	9	30	11	37	10	33	-	-
Çocuklara incelemeleri için kitap tavsiye etme.	9	30	6	20	15	50	-	-
Öğrencileri toplayıp kitapçıya gezi düzenleme.	-	-	1	4	13	43	16	53
Türkçe derslerinde serbest okuma ve tartışma saatleri düzenleme.	5	17	7	23	16	53	2	7
Çocukların inceledikleri eserleri sözlü ve yazılı yoklamalarla kontrol etme.	7	23	7	23	14	47	2	7
Yeni kitapları ve onları tanıtıcı gazete yazılarını sınıfa getirme.	1	4	6	20	13	43	10	33
Çocuklara, doğum günlerinde arkadaşlarına hediye olarak kitap almalarını tavsiye etme.	13	43	11	37	6	20	-	-
Derslerde kitap okumanın yararlarına değinerek öğrenciyi bu konuda bilgilendirme.	19	63	8	27	3	10	-	-
Öğrencileri toplayıp kütüpaneye gezi düzenleme.	-	-	3	10	15	50	12	40

Çizelge 21'de de görüldüğü gibi bir eseri sınıfta okuma ve bir kitabın nasıl okunacağı ile ilgili olarak öğretmenlerin %30'u her zaman %37'si sık sık %33'ü ara sıra açıklamalar yapmaktadırlar.

Çizelge 21'de de görüldüğü gibi öğretmenlerin %30'u her zaman, %20'si sık sık, %50'si ara sıra olmak üzere çocuklara incelemeleri için kitap tavsiye etmektedirler.

Çizelge 21'de de görüldüğü gibi öğretmenlerin %4'ü sık sık, %43'ü ara sıra kitapçıya gezi düzenlemektedirler. Öğretmenlerin %53'ü ise düzenlememektedirler.

Çizelge 21'de de görüldüğü gibi öğretmenlerin %17'si her zaman, %23'ü sık sık, %53'ü ara sıra olmak üzere Türkçe derslerinde okuma ve tartışma saatleri yapmakta- dırlar. Öğretmenlerin %7'si ise yapmamaktadırlar.

Çizelge 21'de de görüldüğü gibi öğretmenlerin %23'ü her zaman, %23'ü sık sık, %47'si ara sıra olmak üzere öğrencilerin inceledikleri eserleri sözlü veya yazılı olarak kontrol etmektedirler. Öğretmenlerin %7'si ise bu etkinliği yapmamaktadır.

Çizelge 21'de de görüldüğü gibi öğretmenlerin %4'ü her zaman, %20'si sık sık, %43'ü ara sıra olmak üzere yeni kitaplardan ve yeni kitapları tanıtıcı gazete yazıların- dan sınıfta yararlanmaktadırlar. Öğretmenlerin %33'ü ise bu etkinliği yapmamaktadırlar.

Çizelge 21'de de görüldüğü gibi öğretmenlerin %43'ü her zaman, %37'si sık sık, %20'si ara sıra olmak üzere çocuklara doğum günlerinde arkadaşlarına hediye olarak kitap almalarını tavsiye etmektedirler.

Çizelge 21'de de görüldüğü gibi öğretmenlerin %10'u sık sık, %50'si ara sıra olmak üzere derslerde kitap oku- manın yararlarına değinerek öğrenciyi bu konuda bilgilen- dirmektedirler. Öğretmenlerin %40'i ise bu etkinliği yapma- maktadırlar.

ÖZET, YARGI VE ÖNERİLER

Bu bölümde araştırmanın genel bir özeti yapılarak, araştırma problemine ilişkin bulguların sonuçları verilmiş ve öneriler geliştirilmeye çalışılmıştır.

Özet

Bu araştırmada İlkokul Öğretmenlerinin Çocuklar İçin Kitap Seçimindeki İlgili İlkeleri Dikkate Alma Durumları' nın saptanması amaçlanmıştır. Araştırma, giriş, yöntem, bulgular ve yorumlar, özet yargı ve öneriler olmak üzere dört bölüm altında toplanmaktadır.

Tarama türünde yürütülen araştırmada, birinci aşamada kitap seçimindeki ilgili ilkelere ilişkin olgusal veriler top- lanmıştır. Elde edilen verilere dayalı olarak bir anket for- mu geliştirilmiştir. Geliştirilen anket formu konu ile ilgili tez danışmanının görüş ve önerilerine sunulmuştur.

Anketler Lefkoşa, Mağusa ve Güzelyurt İlkokullarında görev yapan 30 ilkokul öğretmenine uygulanmış ve hepsine ulaşılmıştır.

Anket uygulaması sonucunda elde edilen veriler amaçlara uygun olarak f(frekans) ve %(yüzde) kullanılarak analiz edilmiştir. Analiz sonucu elde edilen veriler çizelgelere yerleştirilmiştir.

Araştırma ilkokul öğretmenlerinin çocuk kitaplarının seçimindeki ilgili ilkeleri dikkate alma durumlarını saptamak amacıyla yapılmıştır. Bu araştırma sonucunda , öğretmenlerin büyük bir kısmının bu konuda ilgili ilkeleri dikkate almadıkları ortaya çıkmıştır.

Yargı

Bu araştırmada elde edilen bulgulara dayalı olarak tespit edilen yargılar şunlardır:

1. Öğretmenlerin büyük bir çoğunluğu I. devreden II. devreye gidildikçe kitapların boyutlarının küçülmesi gerektiğini belirtmiştir.

2. Öğretmenlerin büyük bir çoğunluğu I. devreden II. devreye gidildikçe sayfanın kapladığı resim alanının giderek azalması gerektiğini belirtmiştir.

3. Öğretmenlerin büyük bir çoğunluğu I. devreden II. devreye gidildikçe paragrafların giderek daha fazla cümle içermesi gerektiğini belirtmiştir.

4. Öğretmenlerin yarıdan az bir bölümü I. devreden II. devreye gidildikçe sözcük aralıklarının giderek azalması gerektiğini belirtmiştir.

5. Öğretmenlerin büyük bir çoğunluğu I. devreden II. devreye gidildikçe harf puntolarının giderek küçülmesi gerektiğini belirtmiştir.

6. Öğretmenlerin büyük bir çoğunluğu I. devreden II. devreye gidildikçe resimlerdeki renklerin giderek daha az ilgi çekici olması gerektiğini belirtmiştir.

7. Öğretmenlerin yarıdan az bir bölümü kağıt cinsinin parlak olmaması gerektiğini belirtmiştir.

8. Öğretmenlerin yarıdan az bir bölümü kağıt renginin sarı olmaması gerektiğini belirtmiştir.

9. Öğretmenlerin büyük bir çoğunluğu yazım ve nok- talama işaretlerine uyulması gerektiğini belirtmiştir.

10. Öğretmenlerin yarıdan az bir bölümü kitapların ka- paklarının ciltli olması gerektiğini belirtmiştir.

11. Öğretmenlerin büyük bir çoğunluğu kitapların farklı yazı karakteri içermemesi gerektiğini belirtmiştir.

12. Öğretmenlerin büyük bir çoğunluğu sayfadaki resim- lerin sade, açık, konuya uygun ve yazı ile ilişkili olması gerektiğini belirtmiştir.

13. Öğretmenlerin büyük bir çoğunluğu temanın açık ve anlaşılır olması gerktiğini belirtmiştir.

14. Öğretmenlerin yarıdan fazla bölümü kitapların te- masının; aile , yurt , ulus , doğa ve yaşama sevgisi olması gerektiğini belirtmiştir.

15. Öğretmenlerin büyük bir çoğunluğu konu ile temanın ilişkili olması gerektiğini belirtmişlerdir.

16. Öğretmenlerin yarısı konu seçiminde çocukların tinsel özellikleri yanında ulusal kültür değerlerinin , toplum- sal ahlak kurallarının , gelenek ve göreneklerin gözönünde tutulması gerektiğini belirtmiştir.

17. Öğretmenlerin büyük bir çoğunluğu konuların eğlendirici ve dinlendirici nitelikte olması gerektiğini belirt- miştir.

18. Öğretmenlerin yarıdan az bir bölümü çocuğa öğretici nitelik taşıyan kitapların yanı sıra kahramanlık hikayeleri ve peri masalları içeren kitapların da verilmesi gerektiği belirtmiştir.

19. Öğretmenlerin hepsi çocukların hareketli olayların ve yaşam durumlarının tasvir edildiği kitapları okumaktan zevk duyduklarını belirtmiştir.

20. Öğretmenlerin yarısı çocuk kitaplarında kahraman- ların gerçek veya gerçeğe yakın kişiker olması gerektiğini belirtmiştir.

21. Öğretmenlerin büyük bir çoğunlığu kahramanları çocuk olan kitapların daha ilgi çekici olduğunu belirtmiştir.

22. Öğretmenlerin büyük bir çoğunluğu yabancı dillerden dilimize çevrilen eserlerde kahramanların isimlerinin Türkçeleştirilmesi gerektiğini belirtmiştir.

23. Öğretmenlerin çok az bir bölümü edilgen çatılı fiiller yerine etken çatılı fiillerin kullanılması gerektiğini belirtmiştir.

24. Öğretmenlerin yarıdan az bir bölümü beş duyuyla ilgili sözcüklerin masal , hikaye ve güldürücü yazılarda kul- lanılması gerektiğini belirtmiştir.

25. Öğretmenlerin çok az bir bölümü az kullanılan veya söylenişi zor olan sözcüklerin kullanılması gerektiğini belirtmiştir.

26. Öğretmenlerin çok az bir bölümü ilk devre çocu- ğu için bir iki tane kahramanın yeterli olduğunu belirtmiş- tir.

27. Öğretmenlerin çok az bir bölümü konuların birinci devreden ikinci devreye gidildikçe eğlendirici ve dinlendiri- ci özellikten düşündürücü ve birtakım görüşler kazandırıcı nitelikte olması gerektiğini belirtmiştir.

Öneriler

Bu araştırmada elde edilen sonuçlara dayanarak İlkokul Öğretmenlerinin Çocuk Kitaplarının Seçimindeki İlgili İlkeleri Dikkate Alma Durumları ile ilgili şu öneriler geliştirilmiştir:

1. Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti Milli Eğitim Bakanlığı hizmetiçi eğitim kursları düzenleyerek çocuk kitaplarının seçimindeki ilgili ilkeler konusunda öğretmenleri bilgilendirmelidir.

KAYNAKÇA

Karasar , Niyazi. **Araştırmalarda Rapor Hazırlama.**

Ankara: Araştırma Eğitim Danışmanlık Ltd. , 1991.

-------. **Bilimsel Araştırma Yöntemi.** Ankara: Araştırma

Eğitim Danışmanlık Ltd. , 1995.

Oğuzkan , A.Ferhan. **Çocuk Edebiyatı.** Ankara , 1997

Öznur,Şevket, Halk Anlatılarında Ejderha, Halkbilim Dergisi 2005 Sayı:53 Lefkoşa, Kıbrıs.

Türkçe Sözlük.TDK**,**Ankara ,2003.

EKLER

A.Öğretmenlere Yönelik Anket Formu……

EK A
AÇIKLAMA

Sayın Öğretmen;

Bu ankette, Kuzey Kıbrıs'ta İlkokullarında öğrenim gören öğrencilere çocuk kitaplarının seçiminde dikkate alınması gereken ilkeler konusunda değerlendirmeler yapmanız beklenmektedir. Değerlendirmeyi yaparken gözlemlerinize ve tecrübelerinize dayanarak ortak bir düşünceye sahip ideal öğretmen olarak düşününüz.

Sizlerden alınacak bilgiler yalnızca yapılacak olan sempozyumda sunulacak olan "KUZEY KIBRIS'TA İLKOKUL ÖĞRETMENLERİNİN
ÇOCUK YAZININDAKİ KİTAPLARI SEÇİMİNDEKİ ÖLÇÜTLERİ" konulu bildiri için kullanılacaktır. Bu nedenle ankete açık isminizi yazmanız gerekmemektedir.

Anket 29 sorudan oluşmaktadır. Her soru için verilen cümleleri okuyarak sizin için uygun olan seçeneğe (x) işareti koyarak görüşlerinizi belirtmeniz yeterli olacaktır.

İlginiz ve katkılarınız için teşekkür eder, saygılar sunarım.

BÖLÜM I
KİŞİSEL BİLGİLER

1. Cinsiyetiniz
 a( ) Kadın
 b( ) Erkek

2. Eğitim düzeyiniz
 a( ) Öğretmen Koleji Mezunu
 b( ) Üniversite Mezunu
 c( ) Yüksek Lisans
 d( ) Bunların Dışında (Belirtiniz)……
 …….

3. Meslek kıdeminiz
 a( ) 2 yıldan az
 b( ) 3-4 yıl
 c( ) 5-9 yıl
 d( ) 10-20 yıl
 e( ) 20 yıldan fazla

4. Mesleğe başladığınızdan bu yana çocuk ilgilerinin geliştirilmesi ile ilgili olarak kaç tane hizmetiçi eğitim kursuna katıldınız?
 a( ) Hiç katılmadım
 b( ) 1-2 kez katıldım
 c( ) 3-4 kez katıldım

d( ) 5 kez veya daha fazla katıldım

BÖLÜM II

5. Çocuk ilgilerinin nasıl geliştiği ve yönlendiği hakkında kitaplar okuyor musunuz? Eğer cevabınız "Evet" ise okuduğunuz kitapların isimlerini yazabilir misiniz?

a( ) Evet……..

……..

b( ) Hayır

6. Yeni çıkan çocuk kitaplarını sürekli takip ediyor musunuz? Eğer cevabınız "Evet" ise en son yayınlanan çocuk kitaplarının isimlerini belirtebilir misiniz?

a( ) Evet……..

……..

b( ) Hayır

7. Kitap okuma alışkanlığının kazandırılmasında ailenin bu konudaki önemine inanıyor musunuz?

a( ) Evet

b( ) Hayır

8. Kitap okumayı seviyor musunuz?

a( ) Evet

b( ) Hayır

9. Hangi tür kitaplar okuyorsunuz?

a( ) Macera

b( ) Gerilim

c( ) Psikoloji

d( ) Politik

e( ) Aşk

f( ) Çocuk kitapları

g( ) Araştırma

h( ) Ansiklopedi

ı( ) Sosyal içerikli kitaplar

i( ) Dünya klasikleri

j( ) Deneme

k( ) Felsefe

l ( ) Bunların dışında (Belirtiniz)…….

……..

10. Sizce kitap okumak çocuğun gelişimine etki ediyor mu?

a( ) Evet

b( ) Hayır

11. Siz düzenli bir kitap okuyucusu musunuz?

a( ) Evet

b( ) Hayır

12. Siz çocuk kitapları okuyor musunuz?

a( ) Evet

b( ) Hayır

13. Sizce bir çocuk kitabı ne gibi biçimsel özelliklere sahip olmalıdır? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.)

I . devre öğrencilerinden II . devre öğrencilerine gidildikçe;

a( ) Kitapların boyutları büyümeli

b( ) Sayfanın kapladığı resim alanı giderek azalmalı

c( ) Paragraflar giderek daha fazla cümle içermeli

d( ) Sözcük aralıkları giderek azalmalı

e( ) Harf puntoları giderek büyümeli

f( ) Resimdeki renkler giderek ilgi çekici olmalı

14. Sizce bir çocuk kitabı aşağıda belirtilen özelliklerden hangisini / hangilerini taşımalıdır? (Birden fazla seçenek işeretleyebilirsiniz.)

a( ) Kağıt cinsi parlak olmalıdır.

b( ) Kağıt rengi sarı olmamalıdır.

c( ) Yazım ve noktalama işaretlerine mutlaka uyulmalıdır.

d( ) Kitapların kapakları ciltli olmalıdır.

e( ) Farklı yazı karakterlerini içermelidir.

f( ) Sayfadaki resimler sade, açık, konuya uygun ve yazı ile ilişkili olmalıdır.

15.Sizce bir çocuk kitabının içeriksel özellikleri nasıl olmalıdır? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.)

a( ) Tema açık ve anlaşılır olmalıdır.

b( ) Teması; aile, yurt, ulus, doğa ve yaşama sevgisi

olmalıdır.

c( ) Konu ile temanın ilişkili olması gerekmez.

d( ) Konu seçiminde çocukların evrensel nitelik taşıyan tinsel özellikleri yanında ulusal kültür değerlerinin, toplumsal ahlak kurallarının, gelenek ve göreneklerin gözönünde tutulması gerekmektedir.

e( ) Konular eğlendirici ve dinlendirici nitelikte olmalıdır.

f( ) Çocuğa öğretici nitelik taşıyan kitapların yanı sıra kahramanlık hikayeleri ve peri masalları içeren kitaplar da verilmelidir.

g( ) Çocuklar hareketli olayların ve yaşam durumlarının tasvir edildiği kitapları okumaktan zevk duymazlar.

h( ) Çocuk kitaplarında kahramanlar gerçek veya gerçeğe yakın kişiler olmalıdır.

ı( ) Çocuklar kendi yaşlarındaki kişilerin başından geçen olayları dinlemek ve okumaktan hoşlanırlar. Bu nedenle kahramanları çocuk olan kitaplar daha ilgi çekicidir.

i( ) Yabancı dillerden dilimize çevrilen eserlerde kahramanların isimleri Türkçeleştirilmemelidir.

j( ) Edilgen çatılı fiiller yerine etken çatılı fiiller

kullanılmalıdır.

k( ) Beş duyuyla ilgili sözcükler masal, hikaye, güldürücü yazılarda kullanılmalıdır. Örneğin uzaklardaki bir yıldızın göz kırpışı

l( ) Az kullanılan veya söylenişi zor olan sözcükler kullanılmalıdır.

m( ) Çocuk yayınlarındaki kahramanlar özellikle ilk devre çocuğu için bir iki tane olması yeterlidir.

n( ) Konular birinci devreden ikinci devreye gidildikçe eğlendirici ve dinlendirici özellikten düşündürücü ve birtakım görüşler kazandırıcı nitelikte olmalıdır.

16. Ders yılı başında okunması gereken kitapları seçiyor musunuz?

a( ) Evet

b( ) Hayır

17. Eğer 16. soruda yanıtınız "evet" ise seçtiğiniz bu kitapları nasıl temin ediyorsunuz?

a( ) Kendim getiriyorum.

b( ) Öğrenciler getiriyor.

c( ) Öğrencilerle birlikte kendim getiriyorum.

d( ) Bunların dışında (Belirtiniz.)……...

……..

18. Sınıfınızdaki kitapları nerede bulunduruyorsunuz?

a( ) Her öğrencinin ulaşabileceği bir yerde

b( ) Kilitli dolaplarda

c( ) Bunların dışında (Belirtiniz.)……...

19. Sınıfta öğrencilerinize ne tür kitaplar tavsiye ediyorsunuz? Lütfen belirtiniz……

…….

…….

…….

20. Sizce kitap okumanın yararları nelerdir?Kısaca belirtiniz……...

…….

…….

…….

…….

Bu bölümde öğretmenlerin kitap okuma etkinliği ile ilgili görüşlerini ortaya koymak amacı doğrultusunda 9 soruya yer verilmiştir.Her soruya ilişkin görüşlerinizi ilgili seçeneğe (x) işareti koyarak belirtmeniz yeterli olacaktır.

1.1.1.3. ETKİNLİKLER	**YERİNE GETİRME SIKLIĞI**			
	Her Zaman	**Sık sık**	**Ara sıra**	**Hiç**

1.Bir eseri sınıfta okuma ve bir kitabın nasıl okunacağı konusunda öğrencilere açıklamalar yapma.	**( )**	**( )**	**( )**	**( )**
2.Çocuklara incelemeleri için kitap tavsiye etme.	**( )**	**( )**	**( )**	**( )**
3.Öğrencileri toplayıp kitapçıya gezi düzenleme.	**( )**	**( )**	**( )**	**( )**
4.Türkçe derslerinde serbest okuma ve tartışma saatleri düzenleme.	**( )**	**( )**	**( )**	**( )**
5.Çocukların inceledikleri eserleri sözlü ve yazılı yoklamalarla kontrol etme.	**( )**	**( )**	**( )**	**( )**
6.Yeni kitapları ve yeni kitapları tanıtıcı gazete yazılarını sınıfa getirme.	**( )**	**( )**	**( )**	**( )**
7.Çocuklara,doğum günlerinde arkadaşlarına hediye olarak kitap almalarını tavsiye etme.	**( )**	**( )**	**( )**	**( )**
8.Derslerde kitap okumanın yararlarına değinerek öğrenciyi bu konuda bilgilendirme	**( )**	**( )**	**( )**	**( )**
9.Öğrencileri toplayıp kütüphaneye gezi düzenleme	**( )**	**( )**	**( )**	**( )**

3rd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 28-30 June 2019, Lefkosa

Is Virtual Management Possible? A Research in D-Smart Company

Asst. Prof. Dr. Meriç Esat BEBİTOĞLU
Nişantaşı University Istanbul, Faculty of Economics, Administrative & Social Sciences, Business Department.
meric.bebitoglu@nisantasi.edu.tr Orcid: 000000015013913

ABSTRACT[9]

In today's digital era, where almost everything defined as in terms of knowledge, speed and communication has ruthlessly changed, though the concepts and facts do not lose their essence but face to transform their shapes. The question is; will the concept of management change radically too? Are we going to live in a virtual management era or are we already living in? How will the 'business as usual' be like?

It can be predicted that the management concept will be transformed into virtual management by managing the business using technology-assisted virtual capabilities, Thus it can be argued that productivity of the enterprise would increase and be compatible with the new era's new conditions with virtual planning, virtual organising, virtual coordination, virtual leading and virtual control functions. Whereas it might be a suitable approach for enterprises to adopt a virtual management approach in order to increase their productivity and competitiveness in business, for a better market share.

With the survey applied in a high-tech company, D-Smart, which is a digital platform and an internet service provider (ISP), it has been tried to examine whether virtual management is possible, at least for today. Within the scope of the study, a survey was conducted by analyzing the virtualization level of management functions and the relationship between the results of them, besides the technology usage standards of the company in order to achive the goals.

1. VIRTUALITY, MANAGEMENT AND VIRTUAL MANAGEMENT

1.1 The concept of virtuality

Virtuality can be defined as the ability of something to perform its functions, even though it is physically unreal. We call virtual environments that are not real, but whose effects are noticeable as real. Virtuality, which is one of the most popular concepts of today. Virtual reality, virtual office, virtual classroom, virtual surgery, virtual company, virtual shopping, virtual store are just a few of them. In daily life, virtuality and virtual reality are often used as synonyms. In virtual reality, the human brain is somehow misleading. By combining the senses with the virtual environment is intended to feel that one has become a part of that environment. An illusion about virtuality is the perception that virtuality doesn't really exist, as if it were a forgery, a trick. It is true that virtuality does not actually exist physically, but it is clear that what is being noticed is an effect.

Virtuality is based on two basic elements, no matter how it is defined (Norton & Smith 1997):

1. Change of management style, re-authorization in organizational relations and confidence,

[9]This study has been presented at the 3 rd International EMI, Entrepreneurship Social Sciences Congress held in Lefkosa between 28-30 June 2019.

2. Gaining new abilities and functions of electronic information acting independently of time and space.

1.2 Management Theory and Historical Development

Management can be defined as the process of systematically examining, lining up, updating over time and evaluating the results by applying the activities to be realized in order to reach the determined targets. In today's conditions, it is not only sufficient to organize people to achieve certain goals, but human-machine systems need to be organized in a way that works in harmony.

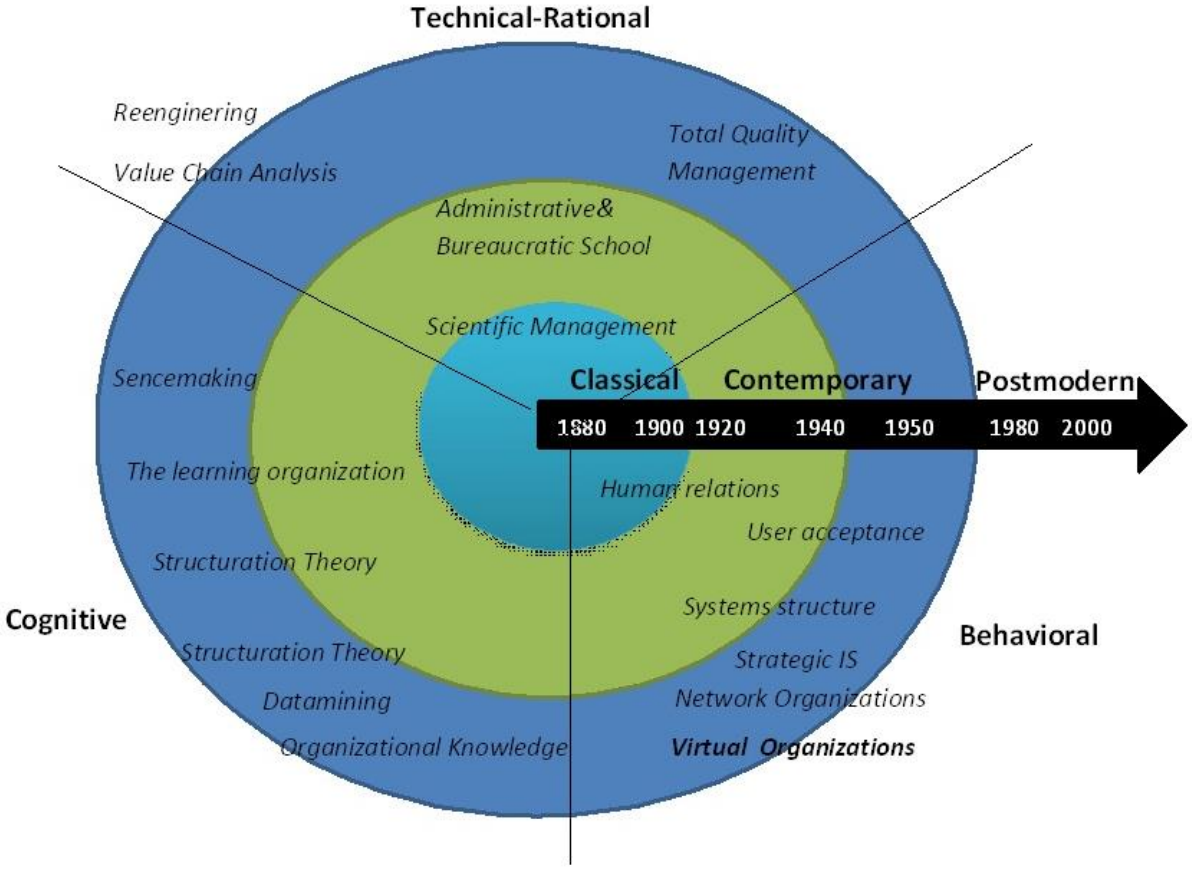


Figure-1. Historical Development of Management Theory (Kenneth & Laudon, 2000)

Management theory has evolved into classical, modern and postmodern periods in accordance with the requirements of the present era. The basis of this evolution is the environmental conditions such as technology, which includes machinery and equipment, rather than human resources. It would be useful to examine postmodernism which is the closest to the present in the historical process.

1.2.1 Postmodernism

The modern times can be characterized as a new era that leaves everything aside traditions and the past, focuses on the mind, appears as modernization and westernism. (Sarıl 2019) The post-modern era, on the other hand, can be regarded as a *new world order* in which production patterns change, communication networks are differentiated, information communication

technologies are developed, and local identities prevail over national identities. With the transition from modern period to post modern period; there have been many changes in production and consumption styles. (Batu ve Tos, 2017). Postmodernism can be understood as a cultural structure and historical transition after modernism, or as a new epistemology to be used to understand the outside world. (Kutanis & Alpaslan 2007)

Postmodernism can be said to have two meanings; firstly, postmodernism is a social era and cultural form that follows modernism, and second, postmodernism is a cultural mode of perception or method that redefines the world in which we live. The examination of the characteristics of postmodernism is important in terms of the fact that organizational analysis includes management and organization theories and new ways of doing business. (Gephart & Roliert, 1996)

In its most striking definition, postmodernism is the "death of logic". Although there is no absolute line to separate postmodernity from modernity, the difference is that the old form of something has changed, but it continues in a different way. These and similar views formed the basis of many management concepts and practices put forward in the globalization and information age environment. (Hassard & Parker, 1997)

Postmodernism is constantly questioning the reality and the best method of modernism. For example, **postmodernism rejects the superiority of perception, although many explanations of modern science lie in it. The concept of virtuality begins at this point.** Postmodernists doubt that perception through emotions is the only way to knowledge. They say that emotion based perception has no more accuracy than others and is less valid compared to aesthetic appearance and feeling. One of the important features of postmodernism is its striking similarity with postindustrial societies and organizations.

Smaller, more flexible, informal, knowledge-based automation and computer-based organizations are expected to meet us in the future. As a result of these changes, organizations become more eclectic, sharing and flexible, but on the other hand, the members of the organization encounter more dilemma, contradiction and uncertainity.

Lyotard (2013) defined postmodernism not as a break from modernism, and postmodernism was, according to him, "not a modernism that has vanished, it is a modernism in its state of being, and this situation is continuous. According to Lyotard, postmodernism is a movement that develops only on the axis of postindustrial age. Baudrillard (2008) also described postmodernism as a movement developing on the axis of postindustrial and a new social order and saw postmodernism as an age of information and indicators governed by cybernetics.

In addition, postmodernism can be defined as a period that questions everything advocated by modernism, where fragmentation, uncertainty, pluralism come to the forefront and the meanings given to them rather than objects are taken into consideration. (Yavuz ve Zavalsız, 2015).

So it seem like it is the matter of changes in organization theory, whereas differences between Classical, Modern, Symbolic and Postmodern Perspectives on Organizational Theory are stated as below (Hatch, 1997).

Perspective	Topic/Focus	Method	Result
Classic	The impact of the organization on society	Observation and historical analysis	Typology and theoretical frameworks
	Management of Org.	Individual experiences	Receipts for management applications
Modern	Organization according to objective criterias	Descriptive Criterias	Comparative studies
		Relationship between standardized criteria	Multivariate statistical analysis
Symbolic/Interpreter	Organization according to subjective criterias	Observation of participants	Narrative texts such as case studies, organizational ethnography
		Ethnographic interview	
Postmodern	Convertion of organizational theory and practice into theory	Reenginering	Reflexivity
		Critique of theory based on practice	

Table 1. Differences between Classical, Modern, Symbolic and Postmodern Perspectives on Organization Theory

Radical changes in the social structure as well as the evolution of organizational theory have been effective in the change of management theory. The major differences between the industrial society and the information society are the capital structure and material opportunities, as well as the working place and type, the scale of innovation approach and the organizational structure.

		Indusrial Society	Information Society
Economic System	Output factors	Labor, Natura, capital	Knowledge
	Capital	Tangible assests, scarce resources	abstract assets, unlimited resources
	Money	Gold, banknote	electronic money
	Type of Work	Mostly physical. Repeatable and changeable simple jobs	Mostly Mental. Complex jobs requiring creativity.
	Place of Work	Plants & Offices	Everywhere
	Innovation	Periodically	Constant
	Scale	Large enterprises and large units	Small businesses and small units
	Org. Structure	vertical, bureaucratic, sharp and long-term	network and virtual organizations, flexible, adhocratic
	Infrastructure	Transportation oriented (bridges, roads, highways et.al)	Communication oriented (electronic nerves)

(Adapted from the book: Third Wave, Alvin Toffler, 1990)

Table-2. Differences between Information Society and Industrial Society

Production is based on natural-organic power (based on human and animal power) in agricultural society, mechanical power in industrial society and information technology in information society (Erkan, 1998). The diversification of technology and the use of information in every field, which is the main source of technology, provided the transition from industrial society to information society (Öğüt, 1999)

Information society; it is not the revolution of the transfer, progress, production, reprocessing, transformation, consumption and control of tangible beings but evolved over time (Cleveland, 1985).

The vision of the theories of the post-industrial society is generally the same and the characteristics emphasized in this period are; automation, individual preferences, effective social planning, the emergence of opportunities for the expression of individual interests, demand for higher education, complex organizations, global communication and so on. properties (Blumberg, 1974).

1.3 Virtual Management

Virtual management is not a frequently used concept. In recent years, although a number of studies on virtual organizations have been published, studies on virtual management are quite rare. It is believed that virtual management may refer to the management functions which are performed in virtual environments

Even though there are, of course, some negative aspects of virtual management. Virtual management practices also change the organizational culture from top to bottom. Virtual organizations, like matrix organization structures, are prone to chaos, requiring a complete trust environment among individuals, and again prone to conflict. In fact, this radical change in the relations between individuals within the organization consists of the results of the factors mentioned above.

The transformations from nomadic society to agricultural society, industrial society and finally to information society have also transformed the groups within the society. Family structure social and work groups and decision groups according to the types of society are given in the following table. (Lipnack & Stamps 2000)

	Type of Society			
Groups	Nomadic	Agricultural	Industrial	Information
Family type	nomadic	Extended	Core	Split
Work Groups	Hunters	Farmers	Hyerachic	Virtual Teams
	traders	breeders	Expertise	
		shopkeepers	Colleagues	
Social Groups	Health Groups	castes	Unions	Electronic Groups
	Amusement Group	Classes	Special Interests	Virtual communities
	Friends	Religious groups	Clubs	
Decision Groups	head of house	Elits	Legislative	Direct Participation
	tribal councils	Soldiers	representations	**Virtual Management**
		owners	Comitees	

Table-3. Structural characteristics of groups throughout history

It is thought that working groups, in other words, teams, have a very important place in the virtual management phenomenon. Therefore, a comparison table containing the features of the teams between the virtual and traditional management tariffs follows (Kimball, 1997)

Traditional Teams	Virtual Teams
Each team has fixed members	Team members may change over time
All team members are in the organization.	Team members can be customers, suppliers, people outside the organization
They're only connected to their team.	Many employees are members of more than one team.
Team members are physically resident	Team members are distributed according to the needs of the organization
Teamwork has definite start and end dates.	The teams have continuous regeneration and reshaping
Teams are managed by a single manager.	Team members can report to different superiors at different times.

Table-4. Structural Differences Between Virtual and Traditional Teams

The management of processes is also important within the concept of virtual management. Comparative features of traditional and virtual processes are given in the table below. (Grenier & Metes 1995)

Processes	
Traditional Processes	**Virtual Processes**
Co-located resources	Widely distributed resources linked electronically
Serial work	Parallel work
Periodical communication	Continious communication
Face to face interaction	Electronic interaction
Physical objects	Electronically generated and processed information objects
information distribution	Information Access
Information on paper	Electronic information
Sharing completed work	Continuous sharing of incomplete work
Knowledge/ information boarding	Knowledge/ Information Sharing
Transparent processes	Computer visible processes
Commodity work	Unique work
Upper managementdDecisions	Point of work decisions
Downstream focus	Whole processes focus
Hard prototyping	S/W simulation prototyping

Table-5. Basic Differences Between Virtual and Traditional/Management

2. COMPARISON OF TRADITIONAL MANAGEMENT AND VIRTUAL MANAGEMENT FUNCTIONS[10]

2.1 Planning Function

It may be possible to say that the planning function forms the basis of the management phenomenon, rather than the necessity of planning in order to achieve the objectives. Although the methods and features of planning differ over time, the essence is considered to be the same. The comparison of the traditional planning approach and the virtual planning approach is given in the table below.

Planning Function	
Conventional Planning	**Virtual Planning**
Seasonal	Continious
Mid-Long Term	Short Term
Task for (top) managers	Task for everybody
Realization of the plans are evaluated only by top managers	Realization of the plans are shared with employees
Planning is a "must-do" task.	Planning is a vital task
Plans are usually remembered at the end of the term	Plans are frequently reminded to employees.
Not always has to be computer-aided	Always computer aided

Table-6. Differences Between Traditional and Virtual Planning Approaches

3.2 Organizing Function

Organizational structure is needed to implement the plans made to achieve the objectives. Organizational structures that consist of numbers vary according to the diversity of the work

[10] **Bebitoglu** M. E.; Phd Thesis; The Effect of Virtual Mamagement on Corporate Productivity & a Study at DIGITURK. Anadolu University, 2003

stand out with their qualities as well as their quantity. It is thought that the differences between the traditional organization structure and the virtual organization structure may be as stated in the table below.

Organizing Function	
Traditional Organization Structure	**Virtual Organization Structure**
Static	Dynamic
Non Flexible	Flexible
Task Oriented	Talent oriented
Tasks defined by titles	Tasks defined by the missions to be completed
İndividual Oriented	Team oriented
Permanent Work	Periodical work
Instruction oriented	Concentration oriented
Decisions always given by managers	Empleyees participate in decision making process
Depends on rules/instructions	Depends on customers
Homogenous labor force	Mixed work force structure
Fixed working hours	Fexible working hours
Hyerachical relationships	Matrix relationships
Fixed place and hours of working	Time & space independent work

Table-7. Traditional vs. Virtual Organization Structure

2.3 Coordination Function

The most important task of the coordination function can be to bring the resources together. It can be envisaged how processes can be more efficiently carried out by combining time, material and human resources. It is considered that the differences between the traditional coordination function and the virtual coordination function may be as shown in the table below.

Coordination Function	
Traditional Coordination Function	**Virtual Coordination Function**
Task oriented	Process oriented
Employee oriented	Group Oriented
Coorinator executes	Coordinator delegates
Being a Coordinator is a post/	Being a Coordinator is an important part of the job/task
is a static structure consecutive activities	is a dynamic structure that varies according to the needs of the day
communication is between certain levels	communication with all employees
Coordinator conducts the managers only	Coordinator can conduct everyone

Table-8. Differences Between Traditional Coordination and Virtual Coordination.

2.4 Leading Function

Whether virtual management requires more effective leadership is not included in this study. It is worth investigating how the leadership function changes as technological opportunities and virtual environments increase. In this study, the function of the discoloration function is emphasized. The differences that may occur when executing the executive function in traditional management and virtual management are summarized as shown in the attached table.

Leading Function	
Traditional Management	**Virtual Management**
Depends on hyerarchy	Depends on teams
verbal guidance, instruction	text (email) guidance, instruction
Instruction shared only with subordinate	Instruction discussed with all team members
Leading by current situations	Leading by periodically shared vision
Leading in a fixed space like office	Leading by remote communication place independently
Leading for conclusion of tasks	leading for evolution of tasks to be completed

Table-9. Differences Regarding the Leading Function in Traditional Management and Virtual Management

2.5 Control Function

It is considered that an efficient management phenomenon will not occur until the control function is completed. From time to time it can be mentioned that the control function is neglected, especially in terms of the follow-up of the results, and that it is overshadowed by other functions. In today's business life, it is thought that the importance of the control function increases because the output of almost every process constitutes the input of another process. Differences between bureaucratic and organic control methods that can serve as the basis for the audit function in the case of virtual management are given in the table below. (Hellriegel & Jackson 1999)

Control Function	
Bureacratical Control Methods	**Organic Control Methods**
Strict rules and procedures	Flexible rules and procedures
detailed job descriptions (function-oriented)	Outlined job descriptions (result oriented)
Hierarchical control	Auto-control
Authority based on position/post	Authority based on expertise
Striving to achieve the desired performance with monetary rewards	Striving to achieve the desired performance with monetary & spiritual rewards
Formal Control	Informal Control
Organizational culture is a control tool	Use of organizational culture as a control tool

Table-10. Comparison of Bureaucratic Control and Organic Control Methods

3. FIELD STUDY

D-Smart[11] is a digital broadcasting platform launched by Dogan Broadcasting Holding on February 10, 2007. It broadcasts on Turksat 3A and 4A satellites[12]. D- Smart is also an Internet Service Provider (ISP) Company has almost 1.250.000 unique subscribers as of July 2019[13].

The purpose of selecting D Smart as the surveyed company is not only for being a technological company but also a new economy based establishment. New economy based companies have different liabilities and assets like value of users and air time revenue per users (ARPU). At that time in 2007, in accordance with the realities of the world, D- Smart and Apple's Iphone, independently of course, was launched on the same days with similar features and business models emerged. While some apps were free, some value-added apps (as in the Appstore) would be purchased by the customer. D-Smart reached its first million of users (not subscribers, set top box owners) very soon like within 1,5 years but could not catch enough income as having a non-subscription business model whereas of 2010, D-Smart preferred the classic monthly subscription method like other competit**o**r**s.** 2007 was an interesting year for telecomunication companies named as "telcos", also Netflix (formerly a DVD provider by mail) has launched streaming service on Jan 2007 and reached to 130 million subscribers globally as of July 2019.

3.1 Methodology

The questions are based on the statements in the comparison tables in Chapter 3.3 for each management function. It was tried to investigate whether the participants think about the management functions in their own way or not.

[11] www.dsmart.com.tr

[12] Wikipedi

[13] https://www.btk.gov.tr/uploads/pages/pazar-verileri/2019-1-ceyrekraporu-kurumdisi.pdf

The survey was prepared for pre-testing by interviewing academicians who are experts in the field of research. The pre-test was conducted with a total of 15 participants, all from the same location where general management has been situated. After the pretest, several corrections are revised, questionnaire was reshaped. There was no significant difference between the mean and correlation of pre-test and post-test. The test-retest reliability of the scales is considered to be high. In order to measure the opinions of the survey participants, 23 questions were asked with the 5 point Likert Scale as "Strongly Agree" 'Agree", "Neither Agree Nor Disagree/No idea", "Disagree" and "Strongly Disagree ".

84 white collar staff has participated in the survey. The survey was carried out anonymously to prevent participants from worrying about problems because of the sharing of results or the emergence of their identities. Data obtained between 1-25 June 2019 were entered into SPSS program and hypotheses were tested. The research hypothesis and sub-hypotheses tested according to the main purpose of the study were determined as follows.

H1: In D-Smart, the planning function is carried out with a close understanding of virtual management.

H2: In D-Smart, the organizing function is carried out with a close understanding of virtual management.

H3: In D-Smart, the coordination function is carried out with a close understanding of virtual management.

H4: In D-Smart, the leading function is carried out with a close understanding of virtual management.

H5: In D-Smart, the control function is carried out with a close understanding of virtual management.

3.2 Reliability and Validity Analysis

In field study, it was aimed to examine the relationship between mangement functions and virtual management the reliability and validity analyzes of the scales used in the research were carried out.

When the Cronbach's Alpha analysis was performed for a 22-variable scale, the alpha value was 0.904. The scale is determined as reliable because the scale is above 0.70, which is considered to be a reliable lower limit (Hair, Anderson, Tatham and Black, 1998: 118)

3.3 Hypotesıs Tests Analysis

H1: In D-Smart, the planning function is carried out with a close understanding of virtual management.

Correlations-			
		Planning Function	Gen1 (Q23)
Planning Function	Pearson Correlation	1	,272*
	Sig. (2-tailed)		,012
	N	84	84
Gen1 (Q23)	Pearson Correlation	,272*	1
	Sig. (2-tailed)	,012	
	N	84	84

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).			

H1: **Accepted** (*however, the relationship is not strong*)

H2: In D-Smart, the organizing function is carried out with a close understanding of virtual management.

Correlations			
		Organizing Function	Gen1 (Q23)
Organizing Function	Pearson Correlation	1	,369**
	Sig. (2-tailed)		,001
	N	84	84
Gen1 (Q23)	Pearson Correlation	,369**	1
	Sig. (2-tailed)	,001	
	N	84	84
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			

H2: **Accepted** (*however, the relationship is not strong*)

H3: In D-Smart, the coordination function is carried out with a close understanding of virtual management.

Correlations			
		Coord. Function	Gen1 (Q23)
Coord. Function	Pearson Correlation	1	,237*
	Sig. (2-tailed)		,030
	N	84	84
Gen1	Pearson Correlation	,237*	1
	Sig. (2-tailed)	,030	
	N	84	84
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).			

H3: **Accepted** (however, the relationship is not strong)

H4: In D-Smart, the leading function is carried out with a close understanding of virtual management.

Correlations			
		Leading Function	Gen1 (Q23)
Leading Function	Pearson Correlation	1	,158
	Sig. (2-tailed)		,151
	N	84	84
Gen1 (Q23)	Pearson Correlation	,158	1
	Sig. (2-tailed)	,151	
	N	84	84

H4: **REJECTED.** (*This function is not compatible with virtual management functions*)

H5: In D-Smart, the control function is carried out with a close understanding of virtual management.

Correlations			
		Control Function	Gen1 (Q23)
Control Function	Pearson Correlation	1	,184
	Sig. (2-tailed)		,095
	N	84	84
Gen1 (Q23)	Pearson Correlation	,184	1
	Sig. (2-tailed)	,095	
	N	84	84

H5: REJECTED. (*This function is not compatible with virtual management functions*)

As seen on tables above although there is no strong relation **H1, H2 and H3 are accepted**, however **H4 and H5 are rejected**. Survey participant opinions are given below with the percentages as 'agreed', 'no idea' and 'disagreed' in order to support the acceptance and rejection of the hypothesis.

3.3 Survey Paticipant Opinions About Virtual Management in D-Smart

3.3.1 Paticipant Opinions About Virtual Planning Function in D-Smart

Questions

1. In management science, the traditional planning function is periodic, while the virtual planning function is continuous. Planning function is continuous in D-Smart Company.
2. In the traditional planning function, planning is only the task of managers, while in the virtual planning function it is everyone's must. In D-Smart Company, everyone plans their own business and participates in the planning function.
3. In the traditional Planning function, realizations are only evaluated by the top managers, and in the virtual planning function, the results are shared with the employees. Realization results are shared with employees at D-Smart Company.
4. In the traditional planning function, plans are a "job gereken to be made, while in the virtual planning function" it is a sine qua non. In D-Smart Company, planning is a "must" task.
5. In the traditional planning function, plans are often remembered at the end of the year, and employees in the virtual planning function are often reminded. D-Smart is more of a virtual planning company.
6. In the traditional planning approach, plans may not be computer-aided; In D-Smart Company, planning is always carried out with computer support.

	Planning Function						
Answers	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Average
Agree, strongly agree	73%	69%	56%	51%	49%	73%	62%
No idea	9%	2%	6%	7%	12%	10%	8%
Disagree, strongly disagree	18%	29%	38%	42%	39%	17%	30%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	

3.3.2 Paticipant Opinions About Virtual Organizing Function in D-Smart

7. While the organizational structure is stable in traditional organization function, it is dynamic and flexible in virtual organization function. D-Smart has a dynamic and flexible organizational structure.
8. In the traditional organization function, the job is defined by titles, in the virtual organization function, the job is defined according to the tasks that must be fulfilled. The D-Smart organization structure is closer to the virtual organization structure.
9. In the traditional organization function, decisions are always made by the managers, and in the virtual organization function, the employees take part in the decision-making process. D-Smart employees are involved in the decision-making process.
10. Traditional organizational structure is based on strict rules, virtual organization structure is customer oriented. D-Smart exhibits a customer-oriented approach.
11. Whereas traditional command function dominates the organization, virtual organization function has an organizational structure based on task orientation. In this sense, D-Smart is closer to virtual organization.
12. In the traditional organizational structure, there are hierarchical (subordinate-upper) relationships, while in the virtual organization structure there are both horizontal and vertical relations. In this sense, D-Smart is closer to the virtual organizational structure.

	Organizing Function						
Answers	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Average
Agree, strongly agree	65%	50%	52%	69%	63%	57%	59%
No idea	14%	18%	9%	11%	12%	13%	13%
Disagree, strongly disagree	21%	32%	39%	20%	25%	30%	28%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	

3.3.3 Paticipant Opinions About Virtual Coordinatinging Function in D-Smart

13. While the traditional coordination function is individual and work oriented, the virtual coordination function is process and group oriented. The coordination function at D-Smart Company is process and group oriented.
14. In the traditional coordination function, the communication of management is limited to certain levels, whereas in the virtual coordination function, communication is with all employees. In D-Smart, communication is established with all employees.
15. The traditional coordination function is a static structure consisting of successive activities, the virtual coordination function is a dynamic structure that varies according to the needs of the day. The coordination function at D-Smart Company is dynamic.

	Coordination Function			
Answers	Q13	Q14	Q15	Average
Agree, strongly agree	60%	55%	76%	64%
No idea	14%	5%	8%	9%
Disagree, strongly disagree	26%	40%	15%	27%
Total	100%	100%	100%	

3.3.4 Paticipant Opinions About Virtual Leading Function in D-Smart

16. The virtual leading function depends on team play, while the traditional execution function depends on hyerarchical relationships. Team play is played at D-Smart Company.

17. While the traditional leading function usually includes verbal directing and instructions, the virtual leading function is mostly performed in electronic form (e-mail). D-Smart is closer to the virtual execution function.
18. In the traditional leading function, the instruction is shared only with the subordinate, while in the virtual execution function the instruction is discussed with the whole team. D-Smart is closer to the virtual execution function.
19. In the traditional leading function, leading is performed in a certain physical space like offices while the virtual leading function performs in virtual environments like teleconference. D-Smart is closer to the virtual execution function.

	Leading Function				
Answers	Q16	Q17	Q18	Q19	Average
Agree, strongly agree	69%	80%	57%	58%	66%
No idea	8%	7%	10%	18%	11%
Disagree, strongly disagree	23%	13%	33%	24%	23%
Total	100%	100%	100%	100%	

3.3.5 Participant Opinions About Virtual Controlling Function in D-Smart

20. The traditional control function has strict rules and procedures, and the virtual control function has flexible rules and procedures. D-Smart Company rules and procedures are flexible.
21. The traditional control function is defined as detailed job descriptions (activity-oriented), while the virtual control function is defined as result-oriented. D-Smart is closer to the virtual control function.
22. The traditional control function has a position-based authority, whereas the virtual control function has an authority based on the expertise. In this sense, D-Smart is closer to the virtual audit function.

	Controlling Function			
Answers	Q20	Q21	Q22	Average
Agree, strongly agree	69%	60%	40%	56%
No idea	14%	21%	18%	18%
Disagree, strongly disagree	17%	19%	42%	26%
Total	100%	100%	100%	

23. In the D-Smart Company, all the opportunities brought by technology (hardware, software) are used very effectively. (Gen1)

	Genl1
Answers	Q23
Agree, strongly agree	70%
No idea	9%
Disagree, strongly disagree	21%
Total	100%

4. CONCLUSION

This study does not attempt to prove the existence of virtual management. Although there is no definite method or concept applied in the literature as virtual management, it is a prediction claimed by the author depending on the trends of todays World. It is appropriate to define that the study is a premise that can be elaborated in the future. Therefore, within the scope of this study, primarily, how the virtual management functions can be defined in a high-tech company and the trends and thoughts that emerge with the answers given are tried to be examined. In other words, research has been conducted to see how the management practices in the surveyed company match the alleged virtual management functions. There is no doubt that this study may need to be further deepened or examined in different directions.

In the study, it is thought that virtual management functions in the D-Smart company do not contradict the *opinions of the participants*, especially executive and coordination functions are close to D-Smart virtual management approach. While the planning function was followed by these functions, it was stated by the participants that the organizational and control functions were relatively less suitable for virtual management. However, in *the correlation analysis*, hypotheses for leading function as well as controlling function were rejected.

Similarly, the view that organization and control functions are not close to virtual management is high, but 'disagree' and the 'strongry disagree' options have reached the highest level.. The fact that both 'agree' and 'disagree' ratios of the planning function is high stems from the fact that the 'no idea' options are at the lowest level.

In the scope of all these findings, D-Smart has sufficient hardware & software for virtual management applications. However, when the answers of the employees were examined by correlation analysis, the first 3 functions (planning, organising and coordination) had a meaningful corelation, but no corelation was found between the responses to leading and controlling functions. Thus, correlation analysis results support this findings.

It is thought that the increased virtuality along with the technological possibilities will make the management phenomenon similar to itself, virtual. At this point, it is important whether virtuality and virtual management will increase the efficiency of the management phenomenon and the total added value that will arise.

This study aims to provide a different perspective to literature. With the rapid development of technological opportunities, it is hoped to shed light on the applications in the private sector and further academic studies on the effect of management and its virtualization on the overall productivity of the enterprise, which will not be indifferent to this change.

REFERENCES

Ataman, G. (2001) işletme Yönetimi, Temel Kavramlar ve Yeni Yaklaşımlar. istanbul: Türkmen Kitabevi

Batu, M. & Tos, O. (2017). "Tüketim Kültürü Odağında Modernizm ve Postmodernizmin Karşılaştırılması", Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 5(2): 991-1023.

Baudrillard, J. (2010). Tüketim Toplumu, (Çev. Hazal Deliceçaylı ve Ferda Keskin), İstanbul: Ayrıntı.

Bebitoglu Meric E. (2003). Phd Thesis; The Effect Of Vırtual Management On Corporate Productıvıty And A Study At Dıgıturk. Anadolu University.

Blumberg, P. (1974), "The Decline and Fall of the Status Symbol: Some Thoughts on Status in a Post-Industrial Society", Social Problems, 21(4), pp: 480–498

Cleveland, H. (1985), "The Twilight of Hierarchy: Speculations on the Global Information Society", Public Administration Review, volume 45(1).

Erkan, H. (1998). Bilgi Toplumu ve Ekonomik Gelişme. (4. Baskı), Ankara: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Gephart. Roliert P . (1996) Management Social Issues and the Postmodern Era, Postmodern Management and Organization Theory, Boje. Gephart. Thatcheııkery, pp. 22-23

Grenier, R. & George M, (1995) Going Virtual Moving Your Organization lnto 21 51 Century New Jersey: Prentice Hall

Hair, J., R., Anderson, R. Tatham , William B. (1998), Multivariate Data Analysis With Readings, Fifth Edition,Prentice-Hall International, Inc., N. J.

Hassard J & Parker M. (1997) Postmodernism and Organizations. Sa ge Publicatioııs.

Hatch, Mary Jo, (1997). Organization Theory, Modern Symbolic and Postmodern Perspectives, Oxford University Press.

Hellriegel, D., Jackson S.E., & Slocum J.W., (1999) Management, 6th ed.Ohio; South Western College Pub.

Kenneth C. & Laudon J.P.(2000), Management Information Systems New Approaches to Organization &Technology, 5th Ed. Prenhall, pp.118

Kimball Lisa (1997), The Nature of Virtual Teams. Toronto: Team Strategic Conference, Federated Press, Canada.

Kutanis R.Ö & Alpaslan S., (2007) Sanayi ve Bilgi Toplumu Yönetim Metaforlarının Karşılaştırılması, Akademik İncelemeler Dergisi Cilt:2 Sayı:2

Lipnack J. & Stamps J., (2000) Virtual Teams, People Working Accross Boundaries. 2"d Ed. John Wiley and Sons, sf.591

Lyotard J. F. (2013). Postmodern Durum, (Çev. İsmet Birkan), Ankara: Bilgesu.

Norton B. & Smith C. (1997). Understanding the Virtual Organization. New York: Barron·s Educatioııal Series.

SarıI B., (2019). Understandıng Evolutıon and Polıtıcal Economy of Consumptıon from Modernısm to Postmodernısm Electronic Journal of Social Sciences, Volume:18, Issue:70, ISSN:1304-0278

Toffler, A., (1990). The Third Wave, Toronto; New York: Bantarn Books.

Öğüt, A. (1999). Bilgi Çağı Organizasyonlarında Hizmet Kalitesi ve Kurumsal Etkinlik Açısından Bilgi ve Teknoloji Yönetimi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 5, 5-35.

Yavuz, N. & Zavalsız, Y. S. (2015). "Postmodern Dönemde Kimliğin Belirleyicisi Olarak Tüketim", Tarih, Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi, 4(4): 126-152.

"To Recognize the Corporate Social Responsibility (CSR) Activities in Bangladesh: A case of Rana Plaza incident" By

Mohammad Ali
Doctoral Research Student, University of the West of Scotland
lalling4242@googlemail.com

1.0 Introduction

The Rana Plaza incident in Bangladesh left many people dead and the rest injured in an accident that was the most devastating in the country's garment industry. Factory accidents are not rare occurrences, but On the 24th of April, 2013, the collapse of an eight-story building, Rana Plaza, left many people astonished as others tried to find out what might have led to such an event. Similar occurrences have since been witnessed in various parts of the world, which include the Spectrum incidence of 2005 that fell after the floor a poorly built house collapsed, the 2010 boiler Explosion at Eurotex, as well as the 2012 incidence at Tazreen Fashion Factory. Other incidences include the Smart Export tragedy and the Tung Hai Sweater incident, all of which left many lives lost (Otlewski, 2014). Amidst the over 1000 deaths that were reported on that fateful day, there emerged another important issue in the garment industry - workers' safety (Fick, 2013). Moreover, other issues that were also raised include the supply chain management in this industry, the need to stick to all the legal obligations of the supply chain, as well as effective auditing. The incident also highlighted the severity of the direct relationship between demand for cheap clothes and the conditions of work at the companies that are outsourced by Multinational Corporations (MNCs) (Ahmed & Nathan, 2014). Specifically, the event brought a lot of attention to the issue of Corporate Social Responsibility (CSR), especially as concerns the MNCs that source for cheap labor in overseas countries (Khan & Rodrigues, 2015).

Corporate Social Responsibility refers to a company's dedication to acting responsibly towards the society in which it operates, and includes both the welfare of the people and the environment. Since its emergence, CSR has often concentrated on how corporations can improve their performances in relation to their social and environmental impacts (Ismail, 2009). The garment industry has been experiencing various challenges that often expose workers to a variety of risks and requires workplace safety transformations that would ensure that it is living up to its CSR obligations. CSR in Bangladesh has been studied by most researchers who have since confirmed that the country is in need of improvements (Sinkovics, Hoque & Sinkovics, 2016). An investigation into the Rana Plaza case revealed several undoings on the part of the company owners and the management. As argued by Otlewski (2014), permission had only

been granted for the use of the first six floors of the building, and the owners had not been granted permission to use it as a manufacturing complex. It was also revealed that the two additional floors had not been constructed in accordance with the regulations of the land. These failures together with other management mistakes were a clear indication that CSR policies were not being observed in Bangladesh, at least in most sectors (Boudreau, Makioka & Tanaka, 2015).

This paper explores CSR activities in Bangladesh in light of the Rana Plaza incident. It examines how corporations handled CSR issues before and after the incident and examines the present situation in the country as far as CSR policies are concerned. Specifically, the study focuses on the progress that the garment industry in the country has made in its adoption of CSR policies to determine the country's current situation on this issue. It explores compliance and auditing requirements to determine the country's dedication to upholding CSR policies. The paper draws on the incident at Rana Plaza and the impacts it has had in this industry. It concentrates on the institutional transformations in the country soon after the tragic accident and treats the industry and the said incident as suitable targets of compliance research.

1.1 Literature Review

1.1.1 The Concept of Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility refers to qualities inherent in organizations, as well as self-regulating mechanisms that ensure strict compliance with the business code of conduct (Ismail, 2009). Its main aim is to enable firms to take responsibility for their actions and to ensure a positive impact in the society. CSR issues enable firms not to focus not only on profit maximization but also on their contributions to the society, all of which are the major determinants of success (Fontaine, 2013). Other scholars contend that good corporate governance is an essential aspect of CSR. Effective Corporate governance is currently being embraced all over the world due to the changing face of world business. Issues such as foreign investments, mutual funds, reduced state control, have made it necessary for corporate managers to embrace it to enhance their effectiveness (Fernando, 2010). It is also argued that a well-grounded culture of compliance is needed for CSR implementation. Idowu & Leal (2009) argued that CSR is premised on how a company is able to internalize laws and policies, as well as how they adhere to business standards and regulations. The whole idea of compliance to these issues starts from a well-established basis for complying with the business code of

conduct. Thus, companies must first understand CSR, and then develop a culture that fosters compliance with such initiatives.

1.1.2 CSR implementation in Bangladesh

In a study conducted by Masud et al. (2017) to examine the status of CSR as currently practiced by garment companies in Bangladesh, the researchers found that CSR policies are not evenly spread in the whole country. It was noted that some of the organizations that were studied showed their dedication to upholding these policies while the rest were not even aware of them. The majority of corporations that were incorporating these issues into their management practices realized that companies should uphold CSR requirements to realize long-term success. The researchers recommended that the government and other organizations could help spread social awareness so that every business entity can see the importance of CSR and observe them. In another study conducted by Afrah & Rani (2017) to examine the situation in the Ready Made Garment (RMG) sector in Bangladesh, the researcher found that the implementation of labor rights policies, environmental safety requirements, as well as the need to uphold transparency in the management of corporations, is still not up to standard. What contributes to this scenario is the laxity in law enforcement and minimal pressure from concerned bodies. However, it was noted that several companies are currently taking initiatives to ensure that CSR is incorporated into their day-to-day activities. Some of these include their dedication to reduce carbon emissions, to improve workplace environment, as well as to pay workers adequate salaries.

1.1.3 Labor and Safety Practices

In a research conducted by Frenkel et al (2017) to investigate labor laws and safety measures that have since been introduced in Bangladesh, it was noted that the Bangladeshi companies heavily depend on the firms that buy their products, while only a few indicated that they were a bit flexible in selecting their buyers. This relationship is further strengthened by the need to stick to labor standards, and sticking to codes of practice is the most important aspect of it. Concerning structural requirements of factories, it was noted that most managers are positive about the need for improvement, although a section of the managers felt that their lead firms were not doing much in helping effect the changes.

Thus, it was noted that after the Rana Plaza incident, companies started to focus their attention on codes of conduct as they saw these as the means through which labor standards could be regulated. Auditing was seen as an important aspect of management that companies could all strive to adopt and make it their routine. Further, most managers in this study showed

that their compliance with the code of conduct was beneficial to both the workers and the success of the business. It was also found that lead firms are not willing to help their suppliers in capacity building initiatives, and that though Bangladeshi companies were trying to improve work conditions, some of them were still paying low wages, hence indicating that worker exploitation was still a major problem in the country (Frenkel et al, 2017).

According to a research conducted by Akter (2016) to examine sustainability issues in Bangladesh, it was noted that most firms in the country do not implement sustainability initiatives, like labor standards and rights. It was also noted that Dhaka City had the highest number of factories with worst conditions than any other city in the country. The factories were facing myriad challenges such as overcrowding, lack of proper hygiene, poor work conditions, as well as unfriendly management. Moreover, it was noted that lack of proper organizational culture that encourages compliance with the business code of conduct is the major cause of these problems. Most managers in these firms often ignore compliance issues because they tend to focus on profit maximization as opposed to workers' rights. Among the few businesses that had facilities and information that supported their economic sustainability, it was noted that some of them just created the facilities and met the necessary standards just to get authorization from government authorities. It was clear that they were not maintaining the facilities or sticking to good business standards.

Non-compliance issues have always been cited as the leading causes of tragedies in the garment industry in Bangladesh. According to a research study by Belal & Cooper (2007), failure to comply with the occupational health requirements, as well as a lack of safety initiatives in the factories were the major factors that contributed to the Rana Plaza accident and other similar incidences in Bangladesh. In another study by Kamal (2013), it was found that managers in the Bangladeshi garment industry do not always disclose corporate governance information to the public. They can only do this when they are facing pressure from the stakeholders. Information such as the social audit reports may not be released at all by corporations but only if the auditing is done by third party auditing firms that later provide them to their business partners. Through this research, it was clear that corporate managers may be unwilling to provide their CSR related governance information when they are aware that CSR initiatives are not being implemented in their organizations. However, as noted by Chowdhury, Sundström & Hyder (2016), the supply chain management in the country is regulated by the international buyers allied to the Bangladeshi suppliers. These international firms believe that

their suppliers must uphold CSR policies in order to establish a sustainable business, hence the reason why they push for CSR implementation in the country.

1.1.4 Image of Firms after a Tragic Incident

Various researchers have since tried to determine the impact of certain incidences on firms' image, and it has been discovered that corporations may end up with a damaged reputation if a tragic event happened out of negligence or non-compliance. Through his study, Kayser (2015) found that companies with no clear roadmap of CSR implementation often experience adverse negative effects after a catastrophe. They are always forced to make serious adjustments to preserve their reputation or to correct any mistake in their CSR initiatives, as their quick response is always triggered by pressure from the public and various activist groups. The negative effects that business entities may suffer after tragedies, such as the Rana Plaza case, are determined by the level of their dedication to CSR before they suffer a tragic event. Thus, compliance with the business code of conduct is necessary for all businesses, not only to ensure sustainability but also to prevent any accident that may result in the lose of a firm's value.

2.0 Research Methodology

This study employed a qualitative and quantitative (mixed method) research design since the technique was considered appropriate for this type of research. The researcher conducted a database search to get articles, newspapers, and magazines with information on CSR issues in general and their application in Bangladesh. Other search topics included corporate management, compliance with the business code of conduct, as well as CSR implementation in the Bangladeshi garment industry. The researcher then proceeded by examining the CSR approaches employed by various garment companies that source for clothing from Bangladesh, and this process ensured that a sample of corporations operating in Bangladesh and those sourcing for products from the country were researched to get an insight of their supply chain practices. The companies included H&M Group, Nike, Patagonia, Columbia Sportswear, Walt Disney Company, Walmart, Hugo Boss and Mango. Information was sought on their dedication to enforce CSR initiatives in the factories in Bangladesh where they source for their goods and to determine the impact of these companies' contribution to CSR compliance in the country

A sample of garment factory managers participated in this study to give their views on their compliance with CSR. The respondents were taken through a semi-structured interview process where they gave their views and perceptions concerning their firms' CSR practices

before and after the Rana Plaza incident. Further interviews were conducted with the representatives from major NGOs, government entities, private institutions and auditing firms operating in Bangladesh to get in-depth information regarding the country's compliance with CSR standards. The researcher explored the factors that might be leading to CSR compliance, and the information was reviewed based on the situation in the country before and after the incident at Rana Plaza. The researcher contacted institutions like the International Labor Organization (ILO), Ethical Trading Initiative, Fairtrade, Fair Wage Network and Better Work to seek information regarding the Bangladeshi garment sector's CSR practices. The respondents from some of these organizations were interviewed through face to face in-depth interviews. Further online research was conducted on these these institutions' websites and published articles on CSR in Bangladesh to add information to the already provided data through the interviews or to get information from institutions where respondents refused to participate.

3.0 Discussion

This study revealed several issues about the Bangladeshi garment industry. It was noted that before Rana Plaza incident, the country did not have an effective law enforcement approach that could ensure that labor laws and regulations are observed. Moreover, the presence of ineffective trade unions, absence of groups that agitate for consumer rights, as well as corrupt managers of the regulatory agencies, made it easy for companies in Bangladesh to violate CSR. Moreover, though the garment industry is one of the significant employment providers in the country, it was found that low wages, extended working hours, and poor work conditions were some of the challenges that workers were facing.

The analysis revealed that Primark, the company allied to Rana Plaza, responded quickly to the allegations that were being raised after the building collapsed. The company realized that it had to do everything possible to salvage its image. Since CSR requires that companies must assess their suppliers' facilities and correct any anomaly found within it, Primark saw the need to respond to these calls. It was determined that the company started to treat the Bangladeshi workforce as an important aspect of its supply chain. It adopted policies that led to the decline of child workers in the workplace and those that would ensure that their suppliers in Bangladesh met their structural requirements for factories. The company introduced drastic measures to ensure that its suppliers in Bangladesh were operating under sustainable environments. Furthermore, the company signed the Accord on Fire and Building Safety, which made it one of the few corporations that responded positively after the Rana Plaza

incidence. Some business entities like Walmart and Mango just terminated their contracts in Bangladesh but never took any steps to to introduce changes in the country. Further analysis of the available documents revealed that the other company that responded positively to the incidence is Canada's Loblaw, which promised to compensate workers' families who died in the accident.

Further scrutiny of the documents revealed that the management at Rana Plaza had been notified that the building was not safe and had to be evacuated immediately. This was after a crack was noticed in a section of the building, which forced the management to look for engineers to inspect the building. The experts recommended that the factory structure was not safe for use and had to be evacuated. However, these instructions were ignored when by the managers who forced workers to report to work the following day or risk being fired. Thus, it was the failure of the managers to take cautionary measures even after they had been warned.

Limited Progress

However, the 2013 incident led to a series of transformations in the country as several NGOs, rights groups and members of the public joined hands in condemning the industry for neglecting workers' rights. The Bangladeshi government has also shown its dedication to ensuring safety in the industry by introducing various measures and regulations, as labor activists and human rights groups continue to call for more accountability. Currently, labor reforms have been put in place, though there is still a gap in their implementation. Even after signing the Fire and Building Safety Accord, organizations that are concerned with its implementation still confess that there are much more to be done.

It was noted that companies such as Petagonia, H&M Group, and Nike are some of the companies that have agreed to uphold transparency in their supply chain practices as they engage with garment factories in Bangladesh. However, some firms are still not transparent enough to publish their supplier information, and they include Walmart, Mango and Hugo Boss. The Bangladeshi garment factories are also making a slow progress in implementing corrective measures, as only a few of them have managed to implement their plans. Since some factories have failed to comply with the Accord, most workers still work in buildings with unsafe conditions, which further put the international lead firms allied to them on the sport.

4.0 Limitation

The study has revealed that CSR is a complex issue that encompasses political, social and environmental factors. Thus, this issue has many facets since it has several elements that must be considered in its analysis. The current study is more of a review than a comprehensive

research on the matter. It does not employ an in-depth analysis of the many sides of the problem to determine the interrelationships between these factors. It further depends on previous research findings and published documents, which may compromise its reliability. Thus, the researcher cannot make a valid claim based on these findings, as future research is necessary to establish the underlying issues as far as CSR implementation in Bangladesh is concerned. This wide topic goes beyond the scope of this research. Furthermore, the study results are only limited to CSR issues in the garment industry in Bangladesh and not any other sector. The study has only focused on the situation of workers in the garment industry, and specifically in Bangladesh, which makes it hard to generalize the findings to the situation in different regions around the world. An extensive research is required to establish the core factors that lead to non-compliance with CSR and lack of government's dedication to ensure effective implementation of CSR.

5.0 Conclusion

The Rana Plaza incident is considered the most tragic factory accident the country has ever witnessed. It killed more than 1000 workers and left at least 2000 other employees with severe injuries. Various studies have since been carried out to examine the situation in the country after the incident, especially on issues that involve CSR implementation. Thus, this current study contributed to the existing body of research in this issue by examining the Rana Plaza tragedy and CSR implementation. It explored the Bangladeshi firms' compliance with the business code of conduct, as well as how companies associated with the Bangladeshi garment sector adopt CSR in their supply chain practices. The results indicate that the country responded quickly to the pressure it received from the public and various lobby groups to uphold CSR in business. However, there is still little progress in the country as some of the companies and factories are not showing their dedication to upholding CSR issues.

REFERENCES

Afrah, S. H., & Rani, M. (2017). The Importance of CSR Practices in Business: A Case Study of RMG Sector in Bangladesh.

Ahmed, N., & Nathan, D. (2014). Improving wages and working conditions in the Bangladeshi garment sector: The role of horizontal and vertical relations. *Capturing the Gains*.

Akter, R. (2016). Business Sustainability in Bangladesh: An Analysis of Economic Sustainability in Ready-made Garments Industries. *Journal of Management and Sustainability*, *6*(1), 149.

Belal, A. R., & Cooper, S. (2007, July). Absence of corporate social reporting (CSR) in Bangladesh: a research note. In *Proceeding of the research workshop, Aston Business School, UK*.

Belal, A. R., & Cooper, S. (2007, July). Absence of corporate social reporting (CSR) in Bangladesh: a research note. In *Proceeding of the research workshop, Aston Business School, UK*.

Boudreau, L., Makioka, R., & Tanaka, M. (2015). The Impact of the Rana Plaza Collapse on Global Retailers. *URL: https://goo. gl/b7CRTH*.

Chowdhury, E. H., Sundström, A., & Hyder, A. S. (2016). Supply Chain CSR Image Challenges–A Study on Bangladesh Clothing Industry. *International Journal of Supply Chain Management*, *5*(2), 16-26.

Fernando, A. C. (2010). *Business ethics and corporate governance*. Delhi: Dorling Kindersley (India), licensees of Pearson Education in South Asia.

Fick, B. J. (2013). Corporate Social Responsibility for Enforcement of Labor Rights: Are There More Effective Alternatives. *Global Bus. L. Rev.*, *4*, 1.

Fontaine, M. (2013). Corporate social responsibility and sustainability: the new bottom line?. *International Journal of Business and Social Science*, *4*(4).

Frenkel, S. J., Rahman, K. M., Rahman, S., & Fourie, J. (2017). Between Lead Firms and Institutional Ensembles: Labour and Safety Practices in Bangladeshi Garment Export Factories.

Idowu, S. O., & Leal, F. W. (2009). *Global practices of corporate social responsibility*.

Ismail, M. (2009). Corporate Social Responsibility and its role in community development: An international perspective. *Journal of International Social Research*, *2*(9).

Kamal, Y. (2013). Corporate social and environment-related governance disclosure practices in the textile and garments industry: evidence from Bangladesh.

Kayser, S. (2015). The Cost of Corporate Social Responsibility after a Catastrophe.

Khan, Z. R., & Rodrigues, G. (2015). Human before the garment: Bangladesh tragedy revisited. Ethical manufacturing or lack thereof in garment manufacturing industry. *World*, *5*(1).

Masud, A., Hoque, A. A. M., Hossain, M. S., & Hoque, M. R. (2013). Corporate social responsibility practices in garments sector of bangladesh, A study of multinational garments, CSR view in dhaka EPZ. *Developing Country Studies*, *3*(5), 27-37.

Otlewski, D. (2014). The Incubation of Environmental Disasters: Case Study of the Rana Plaza collapse, Bangladesh.

Sinkovics, N., Hoque, S. F., & Sinkovics, R. R. (2016). Rana Plaza collapse aftermath: are CSR compliance and auditing pressures effective?. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, *29*(4), 617-649.

3rd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 28-30 June 2019, Lefkosa

Kamu Sağlık Sektöründe Örgütsel Vatandaşlık Üzerine Çıkarımlar: Görgül Bir Çalışma

Asst. Prof. Dr. Murat AK
Karamanoğlu Mehmetbey University, FEAS
efe_2288@hotmail.com

ÖZET

Günümüz dünyasında, etkinlik ve verimlilik örgütler için önemini hiç kaybetmeyen kavramlardır. Rekabetin giderek şiddetini ve hızını artırdığı iş dünyasında, örgütler varlıklarını daha zorlu ve çetin şartlarda sürdürmek zorunda kalmaktadırlar. Bu kapsamda örgütler için etkinlik ve verimliliğin önemi daha da fazla artmaktadır. Etkinlik ve verimliliğin artırılmasında önemli rol oynayan anahtar değişkenlerden biri de şüphesiz örgütsel vatandaşlık kavramı olmaktadır. Çalışanların mensubu bulundukları örgüte karşı güçlü bir aidiyet hissi duymalarını ifade eden örgütsel vatandaşlık kavramı örgütler için büyük önem taşımaktadır. Çünkü çalışan verimliliğinin ve etkinliğinin artırılmasında örgütsel vatandaşlığın, stratejik bir önemi bulunmaktadır. Örgütlerine örgütsel vatandaşlık tutumuyla bağlılık duyan çalışanlar, kendilerini örgütün bir çalışanı olmaktan ziyade adeta birer neferi olarak görmektedirler. Örgütsel vatandaşlık kavramı daha çok özel sektör örgütleri için elzem görülmüş kamu sektörü ise bu kapsamda göz ardı edilmiştir. Halbuki verimliliği ve etkinliği sürekli tartışma konusu olan kamu sektörü için de örgütsel vatandaşlık kavramı büyük önem taşımaktadır. Örgütsel vatandaşlık algısı ve tutumuna sahip işgörenlerin bulunduğu kamu örgütlerinin, etkinliğe ve verimliliklerini artırması tahmin edilen ve beklenilen bir sonuç olacaktır. Bu çalışmada kamu sağlık sektöründe örgütsel vatandaşlık konusu son dönemde gerçekleştirilen yapısal değişimler ekseninde nitel olarak değerlendirilmekte bir takım çıkarımlara görgül olarak yer verilmektedir. Çalışmanın özellikle örgütsel vatandaşlık konusunun kamu sağlık sektöründe görgül olarak değerlendirilmesi, bu konuda çalışacak akademisyenlere yardımcı olması, yasa yapıcılara ve planlamacılara ışık tutması hedeflenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel Vatandaşlık, Kamu Sağlık Sektörü, Örgütsel Davranış, Kamu Yönetimi

Conclusions On Organizational Citizenship In Public Health Sector: A Case Study

ABSTRACT

In today's world, efficiency and efficiency are concepts that have never lost importance for organizations. In the business world where competition is increasingly raising its severity and speed, organizations have to maintain their assets in more demanding and challenging conditions. In this context, the importance of productivity and efficiency for organizations is increasing. One of the key variables that play an important role in increasing productivity and efficiency is undoubtedly the concept of organizational citizenship. The concept of organizational

citizenship is of great importance for organizations, which means that employees feel a strong sense of belonging to the organization they belong to. Because organizational citizenship has a strategic importance in increasing employee productivity and effectiveness. Employees who devote themselves to their organizations with an attitude of organizational citizenship consider themselves to be almost a soldier rather than an employee of the organization. The concept of organizational citizenship is mostly ignored by the public sector while it is essential for private sector organizations. However, the concept of organizational citizenship is of utmost importance for the public sector, whose efficiency and effectiveness have been the subject of constant discussion. Public organizations with employees who have organizational citizenship will be expected to increase their productivity and efficiency. In this study, the issue of organizational citizenship in the public health sector is evaluated qualitatively in the axis of the structural changes that have been made in the last period, and a number of inferences are included empirically. The aim of the study is to consider the subject of organizational citizenship in public health sector empirically, to help the academicians who will work on this subject, to shed light for the lawmakers and planners.

Keywords: Organizational Citizenship, Public Health Sector, Organizational Behavior, Public Administration

1. Giriş

Günümüz iş hayatının olmazsa olmaz unsuru örgütlerdir. En iki bireyin belli bir işlevi veya hedefi gerçekleştirmek üzere bir araya gelmesiyle oluşan örgütler, esas olarak kamu ve özel sektör örgütleri olarak ikiye ayrılmaktadırlar. Faaliyette bulundukları alanın kamu veya özel sektörün faaliyet alanı olmasıyla belirlenen bu ayrım, aynı çatı altında onlarca hatta yüzlerce alt dallara ayrılabilmektedir. Esas unsurunu insanın yani emeğin oluşturduğu örgütler için yine üzerinde en önemle durulması gereken asli unsur da emek olmaktadır. Sermaye, girişimcilik gibi unsurların aksine dinamik bir nitelik taşıyan ve sürekli değişen emek faktörü, birçok çevresel, kültürel, sosyal, maddi, manevi, ruhsal, psikolojik, tutumsal, etiksel, çevresel şartlar ve değişimlerden etkilenebilmekte ve seyrini değiştirebilmektedir. Bu bağlamda ister kamu sektörü, ister özel sektör olsun insanın yani emeğin bulunduğu her türlü organizasyonun bu minvalde değerlendirilmesi büyük önem taşımaktadır. Sektörlerin değişmesi veya örgütlerin farklı fonksiyon ve şartlarda bulunması, bu gerçeği değiştirmemekte, insan varlığının söz konusu olması durumunda bu realite karşımıza çıkmaktadır. Özellikle kamu sektöründe sektörel özellikler ve yapısal konum itibariyle emek gücünün yoğun olması, emeğin üzerinde çok daha fazla önemle durulmasını gerektirmektedir. Emeğin etkinlik ve verimliliğinde, performansı üzerinde rol oynayan örgütsel bağlılık, örgütsel iklim, örgütsel kültür, örgütsel stres gibi birçok etken üzerinden söz etmek mümkündür. Söz konusu bu etkenlerden biri de

şüphesiz örgütsel vatandaşlıktır. Çalışanların, kendilerini, klasik bir iş sözleşmesinin ötesinde adeta örgütlerinin bir fedaisi, bir neferi gibi görmeleri esasına dayanan örgütsel vatandaşlık kavramı, şüphesiz ki kamu veya özel sektör olsun tüm örgütler için arzu edilen bir olgudur. Bununla birlikte maalesef özellikle Türkiye'de göreli olarak performans, etkinlik, verimlilik gibi kavramların daha çok özel sektöre ait kavramlar gibi algılanması nedeniyle kamu sektöründe çoğunlukla örgütsel vatandaşlık gibi konuların varlığı kabul edilmemiş bu nedenle göz ardı edilmiştir. Halbuki kamu çalışanları da statik bir yapı taşımayıp insandır ve emek, hangi nitelikleri taşıyorsa, nelerden etkilenip değişim sergileyebiliyorsa, performansı, etkinliği ve verimliliği, finansal veya mekanik unsurlar aynı kalsa dahi sürekli değişim sergileyebiliyorsa söz konusu bu etkenler, kamu çalışanları için de geçerli olmaktadır. Bu kapsamda bu çalışmada kamu sektöründe sıklıkla ihmal edilmiş olan örgütsel vatandaşlık konusu, kamu sağlık sektörü boyutunda görgül bir araştırma olarak gözleme dayalı çıkarımlarla değerlendirilmektedir. Çalışmada ilk olarak örgütsel vatandaşlık kavramına değinildikten sonra literatür kısmına yer verilmekte ardından kamu sağlık sektörü ile ilgili bilgi verilmektedir. Daha sonra kamu sağlık sektöründe örgütsel vatandaşlık üzerine çıkarımlar ve nihayetinde sonuç kısmı bulunmaktadır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Örgütsel Vatandaşlık Kavramı

Literatürde örgütsel vatandaşlık ile ilgili çok sayıda tanımlama yer almaktadır. Nitekim örgütsel vatandaşlık, gerek kamu örgütleri olsun, gerek özel sektör örgütleri olsun tüm örgütler için önemli bir olgudur. Çünkü örgütsel vatandaşlık, örgütün, rakipleri nezdinde rahatlıkla taklit edilmesinin önüne geçebilecek, işletmeye münhasır pozitif sonuçlar doğurabilecek en stratejik unsur olarak insanı ele almaktadır (Özkan, 2012: 33). Karaman ve Aylan (2012) ise örgütsel vatandaşlık kavramının örgütsel etkinlik ve performans için elzem unsurlardan biri olduğunu ifade etmektedirler. Bununla birlikte örgütsel vatandaşlığın gönüllülük esaslı olduğunu, ödül sisteminden bağımsız ve ayrı olduğuna vurgu yapmaktadırlar. Bu bağlamda Özkan (2012), Karaman (2012) ve Aylan (2012); örgütsel vatandaşlık davranışını, örgütün formel ödül sisteminde doğrudan ve net bir şekilde ifade edilmeyen, ancak tam olarak örgütün tesirli ve etkin faaliyet göstermesini kolaylaştıran, isteklilik esaslı işgören davranışı şeklinde açıklamaktadır (Özkan, 2012: 34; Karaman ve Aylan, 2012 :36). Örgütsel vatandaşlık, Organ, Smith ve Near (1983) tarafından ise örgütsel vatandaşlık, ödül sisteminde açık ve net bir yaklaşımla değerlendirilmeyen, çoğunlukla makro bir yaklaşımla örgütün işlevlerini gerçekleştirmesine destek sağlayan, gönüllülük ve arzuya dayanan kişisel davranışlar şeklinde

ifade edilmektedir (Barbuto vd., 2001: 539). Yıldırım (2009) ise örgütsel vatandaşlık kavramının kapsamı ile ilgili örgüt bünyesinde işin doğurduğu sorunlarda diğer işgörenlere destek sağlama ve diğer işgörenlerle meydana gelebilecek olası problemlerin minimum seviyeye düşürülmesi, örgütsel nizama ve sisteme tek başına kalınsa bile riayet edilmesi, örgütte karşılıklı yardım ve destek amaçlı eylemlerin gerçekleştirilmesi, çalışanların kolektif faaliyet ve çalışmalara gönüllülük esaslı katılmasından ve destek vermesinden bahsetmektedir (Yıldırım, 2009: 19). Öte yandan Organ (1988) ise örgütsel vatandaşlık davranışını, "iyi asker sendromu" şeklinde ifade etmektedir (Organ, 1988). Böylelikle Organ, örgütsel vatandaşlık kavramı ile çalışanların iyilik ve güzellik tutumlarının bir nevi sendroma dönüşmesini vurgulamaktadır. Daha çok psikolojinin konusu olabilecek böyle bir yaklaşımın, vatandaşlık algısı güçlü olan çalışanların iyilik, destek, yardım ve sinerji gibi kavramlara önem verip hayat felsefesi yapmasından söz edilebilir.

Örgütsel vatandaşlık, emir verme esasına dayanmayan, yapılmaması durumunda herhangi bir cezai işlem doğurmayan, ya da uygulandığında doğrudan ya da formel olarak bir ödüllendirmenin yapılmadığı, çoğunlukla örgüte kazanım getiren, formel olmayan, bununla birlikte şikayette bulunma gibi arzu edilmeyen eylemleri asgari seviyeye düşüren, işi vaktinde yerine getirme, yeniliğe önem verme ve diğer iş arkadaşlarına içtenlikle yardım etme gibi faaliyetleri kapsamaktadır (Özkan, 2012: 34; Karaman ve Aylan, 2012: 36). Turnipseed (2002) ise örgütsel vatandaşlık davranışının, işini zamanında yerine getirme, çalışma arkadaşlarına işlerinde destek olma, güncel gelişmeleri takip etme, örgüt bünyesinde arzulu ve istekli olma, pro-sosyallik gibi eylemleri sergileme, çalışma arkadaşları ile arzu edilmeyen tartışmalara girmeme ve onların hataları ile meşgul olmama, şikayette bulunmama gibi düşünce ve eylemleri de içerdiğini savunmaktadır (Turnipseed, 2002: 3).

Örgütsel vatandaşlık faaliyetleri, bazı durumlarda gereksiz eylemler olarak değerlendirilebilmektedir. Halbuki örgütsel vatandaşlık davranışı, kişinin makro kapsamda örgütünün dinamizmini hızlandıran eylemlerini tanımlamaktadır. Bu kapsamda makro bakış açısı önem taşımaktadır. Nitekim çok sayıdaki örgütsel vatandaşlık eylemi, örgütün etkinlik ve verimliliğinin geliştirilmesinde tek başına arzu edilen misyonu üstlenemeyebilir. (İşbaşı, 2000: 5). Bingöl (2003) ise örgütsel vatandaşlık kavramının, toplumsal vatandaşlık faaliyetlerinden esinlenilerek yönetim yazınına dahil edildiğini ifade etmektedir (Bingöl, 2003: 495). Bingöl, bu tanımıyla örgütsel vatandaşlık kavramının da esasında olağan ülke vatandaşlığı kavramından pek de farklı olmadığını, burada da aidiyet ve sadakat duygularının söz konusu olduğunu

vurgulamaktadır. Örgütsel vatandaşlık, özetle biçimsel iş normlarının ötesinde eylemlerde bulunma şeklinde açıklanabilir. Ayrıca örgütsel vatandaşlık davranışı, literatürde içtimai örgüt eylemleri, sivilörgütsel eylemler, prososyal örgütsel eylemler ve istekli eylemler gibi kelimelerle beraber kullanılabilmektedir (İnce ve Gül, 2011: 136). Bu tanımlardan ve açıklamalardan hareketle örgütsel vatandaşlık kavramının, çalışanların örgüt üyeliğini mücbir sebeplerden daha çok gönüllülükle ve güçlü bir arzuyla içselleştirmelerini, örgütleri ile aralarında klasik bir iş sözleşmesinden ziyade bir gönül bağlılığının da bulunduğunu, bunlarla birlikte çalışanın kendisini adeta örgütüyle özdeşleştirmesinin de söz konusu olduğunu ifade ettiği söylenebilir.

2.2. Literatür

Örgütsel vatandaşlık konusu ile ilgili literatürde çok sayıda nitel ve nicel içerikli çalışma yer almaktadır. Bu durum, örgütsel vatandaşlık konusunun taşıdığı önem nedeniyle güncelliğini hiç kaybetmemesinden kaynaklanmaktadır. Nitekim insan taşıdığı dinamik ve değişken yapı itibariyle sürekli yenilenmekte, algı ve tutumları ise değişikliğe uğrayabilmektedir. Bu kapsamda literatürde yer alan örgütsel vatandaşlık ile ilgili bir takım çalışmaların değerlendirilmesi faydalı olabilir. Örneğin Karaca ve Özmen tarafından 2018 yılında "Örgütsel Adaletin Örgütsel Vatandaşlık Davranışına Etkisi: Kamu ve Özel Sektörde Karşılaştırmalı Bir Araştırma" ismiyle gerçekleştirilen çalışmada Eskişehir ilinde bulunan kamuya ve özel sektöre ait hastanelerde çalışanlara yönelik anket uygulanmıştır. Çalışma için gerçekleştirilen analiz sonucunda örgütsel adalet ve örgütsel vatandaşlık davranışları arasında kurumlara göre değişen farklı sonuçlar ortaya konulmaktadır (Karaca ve Özmen, 2018). Kaplan (2011) tarafından gerçekleştirilen, "Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ve İş Tatmini İlişkisi: Konya Emniyet Teşkilatı Üzerinde Bir Uygulama" isimli doktora tezi çalışmasında Konya İl Emniyet Müdürlüğü bünyesinde yer alan 531 polis ile gerçekleştirilen anket uygulamasından elde edilen sonuçlara yer verilmektedir. Bu bağlamda iş tatmini ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişkinin mevcut olduğu, iş tatmininin örgütsel vatandaşlık davranışını anlamlı ve pozitif bir seviyede açıkladığı ve etkilediği ifade edilmektedir (Kaplan, 2011). Güğerçin ve Ay tarafından 2016 yılında literatüre kazandırılan "Etik Konumun Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Üzerindeki Etkisi: Etik Konum Kuramı Çerçevesinde Bir Analiz" isimli çalışmada ise etik yaklaşım; idealizm, görecelik ve doğruluk alt boyutlarıyla ifade edilmekte ve söz konusu bu boyutların örgütsel vatandaşlık davranışı üzerindeki etkisi, yapısal eşitlik modeli ile incelenmektedir. Gerçekleştirilen analizler sonrasında, banka işgörenlerinin yüksek

seviyede idealizm ve göreceliğe sahip olurlarsa, daha fazla örgütsel vatandaşlık davranışı ortaya koyabilecekleri savunulmaktadır (Güğerçin ve Ay, 2016). Elçi ve Alpkan tarafından (2006) yılında gerçekleştirilen "Etik İklimin Örgütsel Vatandaşlık Davranışlarına Etkileri" isimli çalışmada ise örgütsel vatandaşlık davranışının diğerlerini düşünme, nezaket tabanlı bilgilendirme, gönüllülük ve centilmenlik, ileri görev bilinci ve örgütün gelişimine destek verme alt boyutları ile etik iklim tiplerinin kişisel çıkar, kurum çıkarı, verimlilik, arkadaşlık, takım çıkarı, sosyal sorumluluk, kişisel etik kuralları, kurumsal etik kuralları ile kanunlar ve mesleki etik kurallarını kapsayan dokuz alt boyutu arasındaki ilişki, İstanbul'da telekomünikasyon sektöründe görev yapan toplam 1174 çalışan üzerinde gerçekleştirilen bir anket uygulamasıyla analiz edilmektedir. Analizler, iyilikseverliğin belirleyici olduğu sosyal sorumluluk, arkadaşlık iklimleri ile kurumsal ahlak kuralları, kişisel ahlak kurallarını kapsayan ilkelilik iklimlerinin, örgütsel vatandaşlık davranışına, kuvvetli ve pozitif doğrultuda etki yaptığını göstermektedir. Egoist iklimler arasında yer alan verimliliğin, örgütsel vatandaşlık davranışını pozitif, kurum çıkarı ikliminin ise örgütsel vatandaşlık davranışına negatif doğrultuda etki yaptığı, çalışmada ortaya konulan diğer sonuçlar arasında yer almaktadır (Elçi ve Alpkan, 2006).

2.3. Türkiye'de Kamu Sağlık Sektörü

Türk kamu sektörü içerisinde gerek çalışan sayısı, gerekse verilen hizmetin kapsamı ve niteliği itibariyle en önemli alt sektörlerin başında sağlık sektörü gelmektedir. Nitekim 2018 yılı itibariyle Sağlık Bakanlığı'nda toplam çalışan sayısı yaklaşık 630.000 olurken, sektör genelinde ise bu rakam 1 milyon 26 bin olarak gerçekleşmiştir (Sağlık İnsan Gücü Raporu, 2018). Bununla birlikte sağlık sektörü emek – yoğun bir sektör olmanın yanında teknoloji – yoğun da bir sektördür. Bilimsel ve teknolojik gelişmelerdeki yoğunluk ve hızdan en çok etkilenen sektörlerin başında sağlık sektörü de yer almaktadır. Bu bağlamda söz konusu bu teknolojiyi yoğun ve etkili bir şekilde kullanması beklenen sağlık çalışanları, sağlık sektörünün en asli ve vazgeçilmez unsurunu oluşturmaktadırlar.

Türkiye'de cumhuriyetin kurulmasıyla birlikte Sağlık Bakanlığı'nın temeli olarak ifade edebileceğimiz Sıhhiye ve Muavenet-i İçtimaiye Vekalet teşkilatı, 2 Mayıs 1920 tarih ve 3 sayılı kanunla TBMM'de kabul edilerek resmen kurulmuştur. Söz konusu bu kanun, yine 2 Mayıs 1920 tarihli Ceride-i Resmiye'de resmen yayınlanmış ve yürürlüğe girmiştir. Ülkemizde kamu sağlık sektörü için milat tarihlerden biri de 24 Nisan 1930 tarihidir. İlgili tarihte

TBMM'de 1593 sayılı "Umumi Hıfzıssıhha Kanunu" kabul edilmiştir. Daha sonra 09 Haziran 1936 tarihinde yine TBMM'de kabul edilen 3017 sayılı "Sağlık ve Sosyal Yardım Bakanlığı Teşkilat ve Memurin Kanunu" ile birlikte ilave olarak kabul edilen yasalarla Sağlık Bakanlığı'nın günümüzdeki teşkilat yapısı şekillenmeye başlamıştır. 181 sayılı Sağlık Bakanlığı'nın teşkilat ve görevlerini yeniden belirleyen "Sağlık ve Sosyal Yardım Bakanlığı'nın Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname", Bakanlar Kurulu tarafından 14 Aralık 1983 tarih ve 18251 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmıştır. Bakanlığın günümüzdeki ismi olan Sağlık Bakanlığı ise 24 Ocak 1989 tarih ve 356 sayılı Kanun Hükmünde Kararname ile belirlenmiştir. Böylelikle bakanlığın ismi, Sağlık Bakanlığı şeklinde değiştirilmiştir. Böylelikle günümüzdeki yapıya benzer merkez ve taşra örgütü oluşturularak yönetim ve organizasyon yapısı şekillenmiştir. 11 10 2011 tarihinde Resmi Gazete'de yayınlanan 663 sayılı Kanun Hükmünde Kararname ile Sağlık bakanlığı ve bağlı kuruluşlarının teşkilat ve görevleri kapsamlı olarak yeniden belirlenmiş ve önemli yapısal değişiklikler gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda bakanlık teşkilatı il sağlık müdürlükleri, Türkiye Kamu Hastaneleri Kurumu ve Türkiye Halk Sağlığı Kurumu olarak üçe bölünmüştür. Böylelikle bakanlığın insan kaynakları da üç ayrı kuruma dağıtılmıştır. Hizmet gerekleri, işlevleri ve fonksiyonları bakamından farklılıklar taşıyan söz konusu bu üç kurumda çalışanların özlük hakları ve görevlerin nitelikleri, aynı unvana sahip olunması durumunda dahi değişiklikler sergilemektedir. 15 08 2017 tarihinde Resmi Gazete'de 694 sayı ile "Olağanüstü Hal Kapsamında Bazı Düzenlemeler Yapılması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname" başlığı ile yayınlanan kararname ile Sağlık Bakanlığı'nın teşkilat yapısında yine kapsamlı değişiklikler gerçekleştirilmiştir. Söz konusu bu yasal düzenleme ile Sağlık Bakanlığı'nda belirlenmiş olan üçlü müstakil yapılanmadan vazgeçilerek tekrar tekli yapılanmaya dönülmüştür. Böylelikle taşra teşkilatında ilin sağlık ve hıfzıssıhha işlerinden sorumlu tek kurumun il sağlık müdürlükleri olması öngörülmüş Türkiye Kamu Hastaneleri ve Türkiye Halk Sağlığı Kurumları ise lağvedilmiştir. Söz konusu yasal düzenleme ile kamu sağlık yönetici pozisyonları için asli kadrolar iptal edilerek sözleşmeli yönetici modeli uygulamaya geçirilmiştir.

2.4. Kamu Sağlık Sektöründe Örgütsel Vatandaşlık Üzerine Çıkarımlar

Örgütsel vatandaşlık, şüphesiz her sektörde olduğu gibi kamu sağlık sektöründe de büyük önem taşımaktadır. Bilakis örgütsel vatandaşlık davranışı algılaması güçlü olan çalışanların olduğu kurum ve kuruluşlar, hedeflerine çok daha hızlı ve kolay erişebilecek, işlevlerini de daha etkin ve verimli sürdürebileceklerdir. Bununla birlikte kamu sağlık sektöründe örgütsel vatandaşlık

konusunun göz ardı edildiği, üzerinde yeterince durulmadığı anlaşılmaktadır. Bu bağlamda kamu sağlık sektöründe örgütsel vatandaşlık algılamalarının yeterince gelişemediği, tükenmişlik ve itibarsızlığın söz konusu olduğu, çalışanların ÖVD algılamaları ile ilgili dahi farkındalık sağlayamadıkları göreceli olarak söylenebilir. Çalışmanın bu bölümünde, kamu sağlık sektöründe örgütsel vatandaşlık algılamalarının yeterince gelişememesi ile ilgili bir takım çıkarımlara yer verilmektedir.

• **Kamu Çalışanlarının, Her Ayın 15'inde Düzenli Olarak Maaşını Alan Standart Görevliler Olarak Görülmesi**

Toplumun geniş bir kesimi tarafından devlet memurluğu ve kamu görevlisi olmak, görgül olarak "sırtını devlete dayama" ve "hiç aksamadan her ayın 15'inde maaş alma" şeklinde değerlendirilmektedir. Halbuki kamu sektöründeki çalışanların da etkinlik, verimlilik ve performans seviyeleri bulunmaktadır. Kamu sağlık sektöründe görev yapan çalışanların örgütsel vatandaşlık algılamalarının geliştirilebilmesi durumunda etkinlik ve verimliliklerinin artacağı, performanslarının gelişeceği rahatlıkla söylenebilir.

• **Sık Sık Değişen Teşkilat Yasalarının, Sektördeki Çalışanların Vatandaşlık Davranışı Algısının Gelişmesine Engel Olması**

Özellikle son yıllarda kamu sağlık sektöründe sık sık teşkilat yasası değiştirilmektedir. En son ki yasal değişiklik, 08 2017 tarih ve 694 sayı ile Resmi Gazete'de yayınlanan Olağanüstü Hal Kapsamında Bazı Düzenlemeler Yapılması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname ile uygulanmıştır. Söz konusu bu yasal düzenleme ile Sağlık Bakanlığı'nın merkez ve taşra teşkilat yapısında köklü ve kapsamlı değişiklikler gerçekleştirilmiştir. Söz konusu bu değişiklikler ile sağlık çalışanlarının bağlı oldukları kurum ve kuruluşlar değişmekte, çalışma şekil ve şartlarında da değişiklikler gerçekleşmektedir. Dolayısıyla çalışanların motivasyonları ve iş tatminleri bu değişikliklerden olumsuz etkilenebilmekte güven, istikrar, motivasyon gibi unsurların bileşimi olan örgütsel vatandaşlık algılamalarının pozitif yönde gelişimini de sekteye uğratabilmektedir.

• **Çok Sayıdaki İstihdam Şeklinin, Sektördeki Çalışanların Vatandaşlık Algılamasını Sekteye Uğratması**

Kamu sağlık sektöründe 657 sayılı Devlet Memurları Kanunu'na esas 4-a, 4-b, 4c fıkraları ile 4924 sayılı kanun, vekil hemşire ve ebe istihdamını öngören yasa, döner sermaye kanununa

esas istihdam modeli gibi çok sayıda ve farklı istihdam modelleri ile çalışanlar görev yapmaktadırlar. Söz konusu istihdam modellerinin çokluğu, sektör çalışanları arasındaki çalışma barışını olumsuz etkileyebilmekte, bazı istihdam modelleri üzerinde pozitif kazanımların fazla olması nedeniyle ayrımcılığın ve çatışmanın vuku bulmasına neden olabilmektedir. Bu gelişmeler ise kamu sağlık çalışanlarının örgütsel vatandaşlık davranışlarının gelişmesine engel olabilmektedir.

• Görevde Yükselme Sisteminin Adil, Objektif, Hakkaniyete Uygun İşletilememesi ve Ehliyet, Liyakat İlkelerine Yeterince Önem Verilmeyişi

Çoğunlukla neredeyse hemen her insanın mizacında doğal olarak yükselme, kariyer yapma arzusu bulunmaktadır. Kamu sağlık sektörünü, bu gerçekten ayrı ve bağımsız düşünmek mümkün değildir. Bu bağlamda kamu sağlık çalışanlarının da en önemli taleplerinden biri liyakat, ehliyet esaslı, objektif ve hakkaniyete dayanan bir görevde yükselme sisteminin varlığı ve işlerliğidir. Fakat bu durumun göreli olarak söz konusu olmayışı, sektör çalışanlarının örgütsel vatandaşlık davranışlarının gelişimindeki en önemli sorun alanlarından birini oluşturduğu söylenebilir.

• Ücret Sisteminin Adil ve Efektif Olmaması, Döner Sermaye Sistemindeki Adaletsizlikler

Kamu sağlık sektöründe uzun yıllardır yoğun tartışma ve gündem konusu olmasına rağmen adil ve efektif bir ücret sistemi faaliyete geçirilememektedir. Gerek hekimlerin gerekse tüm sağlık çalışanlarının örgütle kendilerini içselleştirebilmeleri için en efektif ve verimli ücret sisteminin uygulanması önem taşımaktadır. Bunun gerçekleşmemesi durumunda ise nitelikli bilgiye ve özel yeteneklere sahip hekimlerin ve sağlık personelinin kamu sağlık teşkilatında kalmasını sağlamak oldukça güç olabilecektir. Diğer taraftan kamu sağlık çalışanları, ücret sisteminin etkin ve işlevsel olmadığı bir organizasyon yapısında görev yapmak zorunda olsalar dahi bu durumun çalışanların performans ve verimliliklerine son derece olumsuz yansıyacağı net bir gerçek olarak değerlendirilmektedir (Akçakanat ve Çarıkçı, 2016: 866). Nitekim son dönemde konunun özellikle sağlık çalışanları için taşıdığı önem göz önüne alınarak bir takım çalışmalar da gerçekleştirilmiştir. Fakat çalışanların performansları ve verimlilikleri ölçüsünde daha fazla gelir ve kazanç elde etmesi maksadıyla faaliyete geçirilen döner sermaye sistemi de son yıllarda bu işlevini yerine getirmekten uzaklaştığı gerekçesiyle yoğun eleştiri konusu olmaktadır. Bu tür olumsuz gelişmeler, sektör çalışanlarının vatandaşlık algılamalarına zarar vermekte, kendilerini kurumlarıyla özdeşleştirip gönüllü birer kurum veya kuruluş neferi olmalarına engel teşkil edebilmektedir.

• Mobbing Uygulamaları İle Oluşan Yılgınlık ve İtibarsızlık Algılamaları

Mobbing, çalışanların psikolojik ve duygusal olarak taciz edilmesi olarak tanımlanmaktadır. Nitekim Leymann (1990), psikolojik tacizi, bir veya birden fazla birey tarafından işyerindeki çalışana sistematik olarak düşmanca ve etik dışı bir takım usuller kullanılarak gerçekleştirilen psikolojik veya duygusal şiddet şeklinde ifade edilmektedir (Leymann, 1990). Son yıllarda kamu sektöründe de mobbing, en çok tartışılan ve üzerinde durulan insan kaynakları konularından biri olmaktadır. Mobbing uygulamalarına maruz kalan çalışanların, hangi sektörde veya örgütte olursa olsun bu durumdan hoşnut kalmayacağı, son derece doğal olarak da bu çalışanların vatandaşlık davranışlarını geliştirmeyeceği söylenebilir. Bu bağlamda kamu sağlık sektöründe de zaman zaman örnekleri görülen ve yargıya taşınan mobbing uygulamaları, sektör çalışanlarının vatandaşlık davranışının gelişiminde önemli bir sorun olarak değerlendirilmektedir.

3. SONUÇ VE ÖNERİLER

Kamu sağlık sektöründe örgütsel vatandaşlık konusu ile ilgili çıkarımlara görgül olarak değinilmektedir. Bu bağlamda her sektör ve örgüt için büyük önem taşıyan örgütsel vatandaşlık davranışlarının, kamu sağlık sektöründe yeterince gelişemediği ve gelişmesi yönünde de bir takım engellerin ve sorun alanlarının bulunduğu çalışmada değerlendirilmektedir. Kamu Sağlık Sektörü için yasa koyucuların ve sektör üst düzey yöneticilerinin söz konusu bu tespitlere eğilerek gerekli düzenlemeleri ve değişiklikleri insan kaynaklarının beklentileri ve talepleri doğrultusunda gerçekleştirmesi durumunda, sektör çalışanlarının pozitif örgütsel vatandaşlık davranışlarının, kamu sağlık kurum ve kuruluşlarında daha sağlıklı ve güçlü olarak yerleşmesine zemin hazırlanabilecektir. Çalışmada ilgili tespitlerin, nicel araştırma yöntemlerinin dar çerçevesi ve ekseni yerine, daha geniş bir bakış açısıyla ve gözlemlere dayalı görgül araştırma tekniğiyle değerlendirilmesi daha yararlı ve sağlıklı bulunmuştur. Bundan sonra gerçekleştirilecek benzer nitel çalışmalarda da konunun, farklı bakış açıları ve gözlemlerle değerlendirilerek mukayese edilmesi ve yine farklı çalışmalarda nicel analiz yöntemleriyle de bulguların değerlendirilmesi önerilebilir.

KAYNAKÇA

Akçakanat, T. ve Çarıkçı İ. (2016). Sağlık kurumlarında performansa dayalı ödeme sistemi: üniversite hastanelerinde çalışan öğretim üyeleri üzerine bir araştırma. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 21(3), 865-892.

Barbuto, J. E., Brown, L. L., Wilhite, M. S. ve Wheeler, D. W. (2001). Testing the underlying Motives of organizational citizenship behaviors. 28th Annual National Agricultural Education Research Conference, 539-553.

Bingöl, D. (2003). İnsan kaynakları yönetimi. Beta Basım Yayım, 5. Baskı, İstanbul.

Elçi, M. ve Alpkan, L. (2006). Etik iklimin örgütsel vatandaşlık davranışlarına etkileri. H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, C. 24, S. 1, 141-170.

Güğerçin U. ve Ay Ü. (2016). Etik konumun örgütsel vatandaşlık davranışı üzerindeki etkisi: etik konum kuramı çerçevesinde bir analiz. KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, C.19(32), 34-46.

İnce, M. ve Gül, H. (2011). The effect of employees' perceptions of organizational justice on organizational citizenship behavior: an application in turkish public ınstitutions. International Journal of Business and Management, 6(6), 134-149.

İşbaşı J. (2000). Çalışanların yöneticilerine duydukları güvenin ve örgütsel adalete ilişkin algılamalarının örgütsel vatandaşlık davranışının oluşumundaki rolü: bir turizm örgütünde uygulama. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.

Kaplan, İ. (2011). Örgütsel vatandaşlık davranışı ve iş tatmini ilişkisi: konya emniyet teşkilatı üzerinde bir uygulama, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı.

Karaca, E. ve Özmen, A. (2018). Örgütsel adaletin örgütsel vatandaşlık davranışına etkisi: kamu ve özel sektörde karşılaştırmalı bir araştırma. Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 20/1, 7-30.

Karaman, A. ve Aylan, S. (2012). Örgütsel vatandaşlık davranışı. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 2(1): 35-48.

Leymann, H. (1990). Mobbing and psychological terror at workplaces. Violence and Victims, 5, 119–126.

Organ, D. W. (1988). Organizational citizenship behavior: The good soldier syndrome, Lexington, MA: Lexington Books.

Özkan, O. S. (2012). Örgütsel güven ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişki: kocaeli emniyet müdürlüğü örneği, Yüksek Lisans Tezi, Yalova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yalova.

Sağlık insan gücü raporu (2018). Sağlık Bakanlığı Yayınları, Ankara.

Smith C.A., Organ, D. W. ve Near, J.P. (1983). Organizational citizenship behavior: its nature and antecedents. Journal of Applied Psychology, 68, 653-663.

Turnipseed, D. (2002). Exploring the link between organization citizenship behavior and personal ethics. Journal of Business Research, 55(1), 1-15.

Yıldırım, E. (2009). Sınıf öğretmenlerinin istihdam biçimlerine göre örgütsel vatandaşlık davranışı algıları. Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adapazarı.

2 Mayıs 1920 tarih ve 3 sayı ile Resmi Gazete'de yayınlanan Sıhhiye ve Muavenet-i İçtimaiye Vekalet Teşkilatı Kanunu.

24 Nisan 1930 tarih ve 1593 sayı ile Resmi Gazete'de yayınlanan Umumi Hıfzıssıhha Kanunu.

09 Haziran 1936 tarih ve 3017 sayı ile Resmi Gazete'de yayınlanan Sağlık ve Sosyal Yardım Bakanlığı Teşkilat ve Memurin Kanunu.

14 Aralık 1983 tarih ve 18251 sayı ile Resmi Gazete'de yayınlanan Sağlık ve Sosyal Yardım Bakanlığı'nın Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname.

24 Ocak 1989 tarih ve 356 sayı ile Resmi Gazete'de yayınlanan Kanun Hükmünde Kararname.

11 10 2011 tarih ve 663 sayı ile Resmi Gazete'de yayınlanan Kanun Hükmünde Kararname.

15 08 2017 tarih ve 694 sayı ile Resmi Gazete'de yayınlanan Olağanüstü Hal Kapsamında Bazı Düzenlemeler Yapılması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname.

Otomobil Sektöründe Marka İmajı ve Müşteri memnuniyetinin Tutumsal Bağlılık ve Marka Sadakati Üzerindeki Etkisi: KKTC Örneği

Murat TORUN
Uluslararası Kıbrıs University, FEAS
mtorun_89_@hotmail.com

Dr. Ayşen BERBEROĞLU
Uluslararası Kıbrıs University, FEAS
aysen.berberoglu@gmail.com

ÖZET

Günümüz otomobil sektöründe rekabet ortamının her geçen gün artması şirketlerin varlıklarını sürdürebilmeleri ve pazar paylarını arttırabilmeleri için bir takım faktörlere dikkat etme gereksinimlerini ortaya çıkmıştır. Bu faktörlerin başında, son yıllarda önemi her geçen gün artan marka ve marka imajı kavramları gelmektedir. Şirketlerin olumlu bir marka imajı oluşturması sürdürülebilir rekabet üstünlüğü sağlayabilmeleri için bir zorunluluk haline gelmiştir. Marka imajını oluşturan faktörlerden biri de müşteri memnuniyeti kavramıdır. Müşteri memnuniyetin yüksek olması olumlu bir marka imajı oluşmasına katkı sağlamaktadır. Olumlu marka imajı ve yüksek müşteri memnuniyetinin olması durumda ise; o şirkete bağlı ve sadık müşteriler ortaya çıkmaktadır ki bu da şirketlerin en temel hedeflerinden biridir. Buradan yola çıkarak KKTC'de yapmış olduğumuz araştırmada, otomobil sektöründe marka imajı ve müşteri memnuniyetinin tutumsal bağlılık ve marka sadakati üzerindeki etkilerinin, analizler aracılığı ile ölçülerek değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Araştırmamızın bağımsız değişkenlerini marka imajı ve müşteri memnuniyeti oluştururken, bağımlı değişkenleri ise tutumsal bağlılık ve marka sadakati oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Anketimiz %95 güven aralığında, 0.05 anlamlılık düzeyinde uygulanmıştır. Basit Tesadüfi Örnekleme Yöntemi esasıyla 388 adet anket uygulanmıştır. Anketlerden elde edilen veriler SPSS 24.0 programına yüklenerek bağımlı ve bağımsız değişkenler arasında korelasyon, regresyon ve T testleri yapılmıştır. Korelasyon analizleri sonucunda bağımlı ve bağımsız değişkenler arasında pozitif yönde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Müteakiben yapılan regresyon analizleri sonucunda, marka imajının marka sadakati üzerine etkisinin, müşteri memnuniyetinin marka sadakatine olan etkisinden daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Müşteri memnuniyetinin ise; tutumsal bağlılık üzerine etkisinin, marka imajından daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Yapılan T testleri sonucunda ise; tutumsal bağlılık ve marka sadakati bağımlı değişkenleri üzerinde, cinsiyetler arasında anlamlı bir fark olmadığı tespit edilmiştir. Son olarak KKTC'de yaptığımız çalışma ile Türkiye'de farklı iki ilde yapılan farklı iki çalışmanın verilerini kıyasladığımızda ise; KKTC'de en çok kullanılan üç otomobil markasının, her iki çalışmada da Türkiye'de en çok kullanılan üç otomobil markasından tamamen farklı olduğu tespit edilmiştir. Bu da bize tüketici satın alma davranışlarına etki eden faktörlerin şirketler tarafından iyi analiz edilmesinin faydalı olacağı sonucunu ortaya çıkarmıştır

Anahtar Kelimeler: Otomobil, Marka İmajı, Müşteri Memnuniyeti, Tutumsal Bağlılık, Marka Sadakati.

The Effect of Brand Image and Customer Satisfaction on Attitudinal Commitment and Brand Loyalty in the Automobile Sector: The Case of the TRNC

ABSTRACT

The increasing competition environment in today's automobile sector has created the necessity to pay attention to a number of factors in order for companies to sustain their assets and increase their market share. One of these factors, brand and brand image concepts are increasing in importance in recent years. Creating a positive brand image of the companies has become almost imperative to ensure sustainable competitive advantage. One of the factors that make up the brand image is the concept of customer satisfaction. High customer satisfaction contributes to the creation of a positive brand image. In case of positive brand image and high customer satisfaction, The

company will have connected and loyal customers, which is one of the main goals of the companies. In this study, we aimed to evaluate the effects of brand image and customer satisfaction on attitudinal commitment and brand loyalty in the automobile sector by means of analyzes. The independent variables of our research constitute brand image and customer satisfaction, while the dependent variables are attitudinal commitment and brand loyalty. Survey method was used as data collection tool. The data obtained from the questionnaires were uploaded to SPSS 24.0 program and correlations, regression and T tests were performed between dependent and independent variables. Correlation analysis revealed a positive correlation between dependent and independent variables. As a result of the regression analysis, it is determined that the effect of brand image on brand loyalty is more than the effect of customer satisfaction on brand loyalty. it is determined that the effect of customer satisfaction on attitudinal commitment is more than the effect of brand image on attitudinal commitment. As a result of the T tests; It was found that there was no significant difference between the genders on the dependent variables of attitudinal commitment and brand loyalty. Finally, with the work we did in the TRNC if we compare the data from two different studies in two different cities in Turkey. TRNC three of the most used automobile brands, both studies the most commonly used in three car brands in Turkey were found to be completely different. This has led to the fact that it would be beneficial for companies to analyze the factors that affect consumer buying behavior.

Keywords: Automobile, Brand Image, Customer Satisfaction, Attitudinal Commitment, Brand Loyalty.

6. GİRİŞ

Bu çalışmanın amacı, otomobil sektöründe marka imajı ve müşteri memnuniyetinin tutumsal bağlılık ve marka sadakati üzerindeki etkilerini analizler aracılığı ile ölçmek ve değerlendirmektir.

Araştırmanın birinci bölümünde; marka ve marka ile ilgili kavramlar, markanın tarihsel gelişimi, marka türleri ve marka sadakati konuları incelenmiştir.

Araştırmanın ikinci bölümünde; tüketici kavramı, tüketici davranışlarını etkileyen faktörler, satın alma karar süreci, müşteri memnuniyeti ve tutumsal bağlılık konuları incelenmiştir.

Araştırmanın üçüncü bölümünde araştırmanın amacı, önemi, kapsam ve sınırlılıkları, metodolojisi/yöntemi, hipotezleri, evren ve örneklemi ve veri toplama araçlarına dair konular ele alınmıştır.

Araştırmanın dördüncü bölümünde; araştırma bulguları ele alınmıştır. KKTC'de ikamet eden bireylerin otomobil sektöründe marka imajı, müşteri memnuniyeti, tutumsal bağlılık ve marka sadakati değişkenlerini ölçen anket verileri SPSS 24.0 programı aracılığı ile analiz edilmiştir.

Araştırmanın beşinci bölümünde ise; araştırmanın sonucuna dair bilgiler verilmiş ve bu bilgiler ışığında bazı önerilerde bulunularak çalışma tamamlanmıştır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Marka Tanımı

Marka kavramın kesin bir tanımı olmamakla birlikte bireylere göre farklı şekilde tanımlanabilmektedir. Bunlardan bazıları:

Marka bir ürünün müşteriler tarafından tekrar fark edilmesini sağlarken aynı zamanda da o ürünün kalitesini, özelliklerinin tüketici zihninde algılanma şeklini de belirler. Bu şekilde marka o ürünün diğer ürünlerden ayırt edilmesini sağlamış olur (Yüksel ve Yüksel Mermod, 2005).

Markanın tanımı 556 numaralı Markaların Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname'de şu şekilde yer almaktadır:

Madde 5 – "Marka, bir teşebbüsün mal veya hizmetlerini bir başka teşebbüsün mal veya hizmetlerinden ayırt etmeyi sağlaması koşuluyla, kişi adları dâhil, özellikle sözcükler, şekiller, harfler, sayılar malların biçimi veya ambalajları gibi çizimle görüntülenebilen veya benzer biçimde ifade edilebilen, baskı yoluyla yayınlanabilen ve çoğaltılabilen her türlü işaretleri içerir." (http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/4.5.556.pdf)

2.2. Marka İmajı ve Marka Sadakati

Marka imajı; marka hakkında yaratılan tüm düşünce, algı, zihinde oluşan olumlu veya olumsuz yargılar bütünüdür. Yani markayı diğer markalara göre nasıl gördüğümüz ve nasıl algıladığımızı içeren değer yargılarıdır (Özdemir ve Karaca, 2009).

Marka sadakati; bir markayı satın almaya yönelik gösterilen sürekliliği ve diğer markaların içinden, istikrarlı bir şekilde o markayı tercih edip alma eğilimi olarak ifade edilebilir (Gobe, 2010).

2.3. Tüketici ve Tüketici Davranışlarına Etki Eden Faktörler

Tüketici; bir ihtiyacı ve isteği olan, bu ihtiyacı gidermek için bir mal veya hizmeti arayan, bu mal veya hizmet ihtiyacını gidermek amacıyla aldıklarını kullanan kişiler olarak ifade edilebilir (Noel, 2009).

6502 numaralı, 28835 sayılı, Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 3'üncü maddesinde ise tüketici: "Ticari ve mesleki olmayan amaçlarla hareket eden gerçek veya tüzel kişi" olarak tanımlanmaktadır (https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.6502.pdf)

Tüketici davranışlarını etki eden dört temel ana faktör vardır. Bu faktörler:

- Kişisel faktörler
- Sosyal faktörler
- Psikolojik faktörler
- Kültürel faktörler olarak kategorize edilmektedir (Kotler ve Armstrong, 2010).

2.4. Müşteri Memnuniyeti ve Tutumsal Bağlılık

Tüketici; bir ihtiyacı ve isteği olan, bu ihtiyacı gidermek için bir mal veya hizmeti arayan, bu mal veya hizmet ihtiyacını gidermek amacıyla aldıklarını kullanan kişiler olarak ifade edilebilir (Noel, 2009).

6502 numaralı, 28835 sayılı, Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 3'üncü maddesinde ise tüketici: "Ticari ve mesleki olmayan amaçlarla hareket eden gerçek veya tüzel kişi" olarak tanımlanmaktadır (https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.6502.pdf)

Tüketici davranışlarını etki eden dört temel ana faktör vardır. Bu faktörler:

- Kişisel faktörler
- Sosyal faktörler
- Psikolojik faktörler
- Kültürel faktörler olarak kategorize edilmektedir (Kotler ve Armstrong, 2010).

3. YÖNTEM

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

3.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Araştırmanın Amacı: Otomobil sektöründe marka imajı ve müşteri memnuniyetinin tutumsal bağlılık ve marka sadakati üzerindeki etkisini ölçmek ve değerlendirmektir.

Araştırmamızın diğer bir amacı ise; KKTC'de otomobil sektöründe faaliyet gösteren, bu sektörle doğrudan veya dolaylı olarak iş ilişkisi bulunan firmalara tüketici gözünden bakış açısı kazandırmaktır.

Araştırmamız son olarak, tüketicilerin kendi davranış ve tercihlerini büyük grup içerisinde değerlendirmesini sağlamayı amaçlamaktadır.

Araştırma literatürden elde edilen bilgiler ve anketler sonucunda elde edilen verilerin analizleri ile sınırlıdır. Araştırma KKTC'de ikamet eden ve otomobil sahibi olan bireyleri kapsamaktadır.

3.2. Ana Kütle ve Örneklem

Araştırmanın evreni KKTC'de ikamet eden ve otomobil sahibi olan bireylerden oluşmaktadır. Bu kapsamda evrenimiz; KKTC Bayındırlık ve Ulaştırma Bakanlığı 2018 verilerine göre; trafiğe kayıtlı araç sayısı olan 203.490'dır (https://bub.gov.ct.tr). Anketimiz %95 güven aralığında, 0.05 anlamlılık düzeyinde uygulanmıştır. Basit Tesadüfi Örnekleme Yöntemi esasıyla gerekli olan anketler yapılmıştır.

Cochran'ın, (1963) aşağıda belirtilen formülüne göre hesaplanmış ve gerekli örneklem sayısının en az 384 olduğu tespit edilmiştir. Buna bağlı olarak araştırma için 388 kişiye anket uygulanmıştır.

$n0=(Z\text{^}2\ pq)/e\text{^}2$ n= $n0/[1+((n0-1)/N)]$

3.3. Araştırmanın Ölçekleri ve Hipotezleri

Veri toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Anket iki adet soru grubundan ve bir adet bireyin kullandığı otomobil markası sorusundan oluşmaktadır. Birinci soru grubu; demografik özellikleri içermektedir. İkinci soru grubu ise; otomobil sektöründe marka imajı,

müşteri memnuniyeti, tutumsal bağlılık ve marka sadakati değişkenlerine ait 5'li Likert Ölçeği formatında hazırlanmış 26 adet sorudan oluşmaktadır.

Araştırmada test edilecek hipotezler aşağıda belirtilmiştir:

H1:Marka imajı ve tutumsal bağlılık arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H2: Marka imajı ve marka sadakati arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H3: Müşteri memnuniyeti ve tutumsal bağlılık arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H4: Müşteri memnuniyeti ve marka sadakati arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H5: Marka imajı tutumsal bağlılık üzerinde etkilidir.

H6: Marka imajı marka sadakati üzerinde etkilidir.

H7:Müşteri memnuniyeti tutumsal bağlılık üzerinde etkilidir.

H8: Müşteri memnuniyeti marka sadakati üzerinde etkilidir.

H9: Cinsiyetler arasında tutumsal bağlılık ile ilgili anlamlı bir fark yoktur.

H10: Cinsiyetler arasında marka sadakati ile ilgili anlamlı bir fark yoktur.

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

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

4.1. Demografik Bulgular

Anket toplamda 388 birey üzerinde uygulanmış 5 adet demografik özellikleri içeren sorular, bu sorulara ait sayı ve frekanslar Tablo 1'de gösterilmiştir.

Birinci demografik özelliğimizi cinsiyet değişkeni oluşturmaktadır. Toplam katılımcılar arasında kadın bireylerin sayısı 169 olup yüzdesel olarak oranı ise %43,6'dır. Erkek bireylerin sayısı ise 219 olur yüzdesel olarak oranı %56,4'dür.

İkinci demografik özelliğimizi yaş değişkeni oluşturmaktadır. Toplam katılımcıların arasında 18-24 yaş grubu bireylerin sayısı 147 olup yüzdesel olarak oranı %37,9'dur. 25-34 yaş grubu bireylerin sayısı 137 olup yüzdesel olarak oranı %35,3'dür. 35-44 yaş grubu bireylerin sayısı 56 olup yüzdesel olarak oranı %14,4'dür. 45-54 yaş grubu bireylerin sayısı 28 olup yüzdesel olarak oranı %7,2'dir. 55-64 yaş grubu bireylerin sayısı 13 olup yüzdesel olarak oranı %3,4'dür. 65 yaş ve üzeri yaş grubu bireylerin sayısı 7 olup yüzdesel olarak oranı %1,8'dir. Yaş grubu değişkenine ait veriler incelendiğinde en çok bireyin 18-24 yaş grubunda, en az bireyin ise 65 yaş ve üzeri yaş grubunda olduğu tespit edilmiştir.

Üçüncü demografik özelliğimizi eğitim durumu değişkeni oluşturmaktadır. İlkokul mezunu bireylerin sayısı 10 olup yüzdesel olarak oranı %2,6'dır. Ortaokul mezunu bireylerin sayısı 13 olup yüzdesel olarak oranı %3,4'dür. Lise mezunu bireylerin sayısı 64 olup yüzdesel olarak

oranı %16,5'dir. Ön lisans mezunu bireylerin sayısı 45 olup yüzdesel olarak oranı %11,6'dır. Lisans mezunu bireylerin sayısı 223 olup yüzdesel olarak oranı %57,5'dir. Lisansüstü mezunu bireylerin sayısı 33 olup yüzdesel olarak oranı %8,5'dir.Eğitim durumu değişkeni incelendiğinde lisans mezunu bireylerin oranı en yüksek iken, ilkokul mezunu bireylerin oranı ise en düşük olarak tespit edilmiştir.

Dördüncü demografik özelliğimizi meslek değişkeni oluşturmaktadır. Öğrenci kategorisinde bulunan bireylerin sayısı 125 olup yüzdesel olarak oranı %32,2'dir. Memur kategorisinde bulunan bireylerin sayısı 49 olup yüzdesel olarak oranı %12,6'dır. İşçi kategorisinde bulunan bireylerin sayısı 37 olup yüzdesel olarak oranı %9,5'dir. Ev hanımı kategorisinde bulunan bireylerin sayısı 8 olup yüzdesel olarak oranı %2,1'dir. Serbest meslek kategorisinde bulunan bireylerin sayısı 56 olup yüzdesel olarak oranı %14,4'dür. Emekli kategorisinde bulunan bireylerin sayısı 13 olup yüzdesel olarak oranı %3,4'dür. Çalışmıyor kategorisinde bulunan bireylerin sayısı 2 olup yüzdesel olarak oranı %0,5'dir. Diğer kategorisinde bulunan bireylerin sayısı 98 olup yüzdesel olarak oranı %25,3'dür. Meslek değişkeninde bulunan bireyler arasında öğrenci kategorisinde bulunan birey sayısı en yüksek oranda iken, çalışmıyor kategorisinde bulunan bireylerin oranı ise en düşük olarak tespit edilmiştir.

Beşinci demografik özelliğimizi aylık gelir değişkeni oluşturmaktadır. 1.000 TL ve altı gelir düzeyinde bulunan bireylerin sayısı 53 olup yüzdesel olarak oranı %13,7'dir. 1.001-3.000 TL arası gelir düzeyinde bulunan bireylerin sayısı 109 olup yüzdesel olarak oranı %28,1'dir. 3.001-5.000 TL arası gelir düzeyinde bulunan bireylerin sayısı 106 olup yüzdesel olarak oranı %27,3'dür. 5.001-7.000 TL arası gelir düzeyinde bulunan bireylerin sayısı 68 olup yüzdesel olarak oranı %17,5'dir. 7.001-10.000 TL arası gelir düzeyinde bulunan bireylerin sayısı 39 olup yüzdesel olarak oranı %10,1'dir. 10.001-15.000 TL arası gelir düzeyinde bulunan bireylerin sayısı 9 olup yüzdesel olarak oranı %2,3'dür. 15.000 TL ve üzeri gelir düzeyinde bulunan bireylerin sayısı 4 olup yüzdesel olarak oranı %1'dir. Gelir düzeyi değişkeni içerisinde 1.001-3.000 arası gelir seviyesine sahip birey sayısı en yüksek oranda iken, 15.001 TL ve üzeri gelir seviyesine sahip birey sayısının ise en düşük oranda olduğu tespit edilmiştir.

Değişken Adı	n	%
CİNSİYET		
Kadın	169	43,6
Erkek	219	56,4
TOPLAM	**388**	**100,0**
YAŞ		
18-24 yaş grubu	147	37,9
25-34 yaş grubu	137	35,3
35-44 yaş grubu	56	14,4
45-54 yaş grubu	28	7,2
55-64 yaş grubu	13	3,4
65 ve üzeri yaş grubu	7	1,8
TOPLAM	**388**	**100,0**
EĞİTİM DURUMU		
İlkokul	10	2,6
Ortaokul	13	3,4
Lise	64	16,5
Ön lisans	45	11,6
Lisans	223	57,5
Lisansüstü	33	8,5
TOPLAM	**388**	**100,0**

Tablo 1. Demografik Bilgiler

MESLEĞİNİZ		
Öğrenci	125	32,2
Memur	49	12,6
İşçi	37	9,5
Ev hanımı	8	2,1
Serbest meslek	56	14,4
Emekli	13	3,4
Çalışmıyor	2	,5
Diğer	98	25,3
TOPLAM	**388**	**100,0**
AYLIK GELİRİNİZ		
1.000 TL ve altı	53	13,7
1.001-3.000 TL	109	28,1
3.001-5.000 TL	106	27,3
5.001-7.000 TL	68	17,5
7.001-10.000 TL	39	10,1
10.001-15.000 TL	9	2,3
15.001 TL ve üzeri	4	1,0
TOPLAM	**388**	**100,0**

4.2. Araştırma Hipotezleri ve Analizi

4.2.1. Marka İmajı ve Tutumsal Bağlılık Değişkenlerine Ait Korelasyon ve Regresyon Analizleri

Tablo 2'de görüldüğü üzere, %95 güvenilirlik düzeyinde uygulanan korelasyon analizinde bağımsız değişken olan marka imajı ile bağımlı değişken tutumsal bağlılık arasında orta düzeyde pozitif yönlü (Sig. 0,62) bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 2'de görüldüğü üzere, H1:Marka imajı ve tutumsal bağlılık arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır, hipotezimizin doğruluğu kabul edilmiştir.

Tablo 2. Marka İmajı ve Tutumsal Bağlılık Korelasyon Analizi

		MARKA İMAJI ORTALAMA	**TUTUMSAL BAĞLILIK ORTALAMA**
MARKA İMAJI ORTALAMA	Pearson Korelasyon	1	,62**
	Anlamlılık Değeri		,00
	Kişi Sayısı	388	388
TUTUMSAL BAĞLILIK ORTALAMA	Pearson Korelasyon	,62**	1
	Anlamlılık Değeri	,00	
	Kişi Sayısı	388	388
**. Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).			

Tablo 3'te görüldüğü üzere bağımsız değişken olan marka imajı, bağımlı değişken tutumsal bağlılıkta meydana gelen toplam değişimin %38'ini açıklar.

Tablo 3'te görüldüğü üzere, H5: Marka imajı tutumsal bağlılık üzerinde etkilidir, hipotezimizin doğruluğu kabul edilmiştir.

Tablo 3. Marka İmajı ve Tutumsal Bağlılık Regresyon Analizi

Model	**Çoklu Korelasyon Katsayısı**	**Determinasyon Katsayısı**	**Düzeltilmiş Determinasyon Katsayısı**	**Tahminin Standart Hatası**
1	,62	,38	,38	,56

4.2.2. Marka İmajı ve Marka Sadakati Değişkenlerine Ait Korelasyon ve Regresyon Analizleri

Tablo 4'te görüldüğü üzere, %95 güvenilirlik düzeyinde uygulanan korelasyon analizinde, bağımsız değişken olan marka imajı ile bağımlı değişken marka sadakati arasında orta düzeyde pozitif yönlü (Sig. 0,63) bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 4'te görüldüğü üzere, H2:Marka imajı ve marka sadakati arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır, hipotezimizin doğruluğu kabul edilmiştir.

Tablo 4. Marka İmajı ve Marka Sadakati Korelasyon Analizi

		MARKA İMAJI ORTALAMA	MARKA SADAKATİ ORTALAMA
MARKA İMAJI ORTALAMA	Pearson Korelasyon	1	,63**
	Anlamlılık Değeri		,00
	Kişi Sayısı	388	388
MARKA SADAKATİ ORTALAMA	Pearson Korelasyon	,63**	1
	Anlamlılık Değeri	,00	
	Kişi Sayısı	388	388

**. Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Tablo 5'te görüldüğü üzere bağımsız değişken olan marka imajı, bağımlı değişken marka sadakatinde meydana gelen toplam değişimin %39'unu açıklar.

Tablo 5'te görüldüğü üzere, H6: Marka imajı, marka sadakati üzerinde etkilidir, hipotezimizin doğruluğu kabul edilmiştir.

Tablo 5. Marka İmajı ve Marka Sadakati Regresyon Analizi

Model	Çoklu Korelasyon Katsayısı	Determinasyon Katsayısı	Düzeltilmiş Determinasyon Katsayısı	Tahminin Standart Hatası
1	,63	,39	,39	,56

4.2.3. Müşteri Memnuniyeti ve Tutumsal Bağlılık Değişkenlerine Ait Korelasyon ve Regresyon Analizleri

Tablo 6'da görüldüğü üzere, %95 güvenilirlik düzeyinde uygulanan korelasyon analizinde, bağımsız değişken olan müşteri memnuniyeti ile bağımlı değişken tutumsal bağlılık arasında yüksek düzeyde pozitif yönlü (Sig. 0,80) bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 6'da görüldüğü üzere, H3: Müşteri memnuniyeti ve tutumsal bağlılık arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır, hipotezimizin doğruluğu kabul edilmiştir.

Tablo 6. Müşteri Memnuniyeti ve Tutumsal Bağlılık Korelasyon Analizi

		MÜŞTERİ MEMNUNİYET ORTALAMA	TUTUMSAL BAĞLILIK ORTALAMA
MÜŞTERİ MEMNUNİYET ORTALAMA	Pearson Korelasyon	1	,80**
	Anlamlılık Değeri		,00
	Kişi Sayısı	388	388
TUTUMSAL BAĞLILIK ORTALAMA	Pearson Korelasyon	,80**	1
	Anlamlılık Değeri	,00	
	Kişi Sayısı	388	388
**. Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).			

Tablo 7'de görüldüğü üzere bağımsız değişken olan müşteri memnuniyeti, bağımlı değişken tutumsal bağlılıkta meydana gelen toplam değişimin %64'ünü açıklar.

Tablo 7'de görüldüğü üzere, H7: Müşteri memnuniyeti, tutumsal bağlılık üzerinde etkilidir, hipotezimizin doğruluğu kabul edilmiştir.

Tablo 7. Müşteri Memnuniyeti ve Tutumsal Bağlılık Regresyon Analizi

Model	Çoklu Korelasyon Katsayısı	Determinasyon Katsayısı	Düzeltilmiş Determinasyon Katsayısı	Tahminin Standart Hatası
1	,80	,64	,64	,43

4.2.4. Müşteri Memnuniyeti ve Marka Sadakati Değişkenlerine Ait Korelasyon ve Regresyon Analizleri

Tablo 8'de görüldüğü üzere, %95 güvenilirlik düzeyinde uygulanan korelasyon analizinde, bağımsız değişken olan müşteri memnuniyeti ile bağımlı değişken marka sadakati arasında orta düzeyde pozitif yönlü (Sig. 0,59) bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 8'de görüldüğü üzere, H4: Müşteri memnuniyeti ve marka sadakati arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır, hipotezimizin doğruluğu kabul edilmiştir.

Tablo 8. Müşteri Memnuniyeti ve Marka Sadakati Korelasyon Analizi

		MÜŞTERİ MEMNUNİYET ORTALAMA	MARKA SADAKATİ ORTALAMA
MÜŞTERİ MEMNUNİYET ORTALAMA	Pearson Korelasyonu	1	,59**
	Anlamlılık Değeri		,00
	Kişi Sayısı	388	388
MARKA SADAKATİ ORTALAMA	Pearson Korelasyonu	,59**	1
	Anlamlılık Değeri	,00	
	Kişi Sayısı	388	388
**. Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).			

Tablo 9'da görüldüğü üzere bağımsız değişken olan müşteri memnuniyeti, bağımlı değişken marka sadakatinde meydana gelen toplam değişimin %35'ini açıklar.

Tablo 9'da görüldüğü üzere, H8: Müşteri memnuniyeti, marka sadakati üzerinde etkilidir, hipotezimizin doğruluğu kabul edilmiştir.

Tablo 9. Müşteri Memnuniyeti ve Marka Sadakati Regresyon Analizi

Model	Çoklu Korelasyon Katsayısı	Determinasyon Katsayısı	Düzeltilmiş Determinasyon Katsayısı	Tahminin Standart Hatası
1	,59[a]	,35	,35	,58

4.2.5. Tutumsal Bağlılık ve Marka Sadakati Bağımlı Değişkenlerine Ait T Testleri

Tablo 10'da görüldüğü üzere tutumsal bağlılık bağımlı değişkeninde kadın ve erkek arasında anlamlı bir fark yoktur.

Tablo 10'da görüldüğü üzere; H9: Cinsiyetler arasında tutumsal bağlılık ile ilgili anlamlı bir fark yoktur, hipotezinin doğruluğu kabul edilmiştir.

Tablo 10. Tutumsal Bağlılık T Testi

Grup	N	Ortalama	Standart Sapma	t	df	p
Kadın	169	3,60	0,81	0,21	386	0,84

Erkek	219	3,58	0,83			

Tablo 11'de görüldüğü üzere marka sadakati bağımlı değişkeninde kadın ve erkek arasında anlamlı bir fark yoktur.

Tablo 11'de görüldüğü üzere; H10: Cinsiyetler arasında marka sadakati ile ilgili anlamlı bir fark yoktur, hipotezinin doğruluğu kabul edilmiştir.

Tablo 11. Marka Sadakati T Testi

Grup	N	Ortalama	Standart Sapma	t	df	p
Kadın	169	2,94	0,91	-0,64	386	0,52
Erkek	219	3,00	0,93			

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bulgular bölümünde yapmış olduğumuz korelasyon ve regresyon tablolarında bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki bağıntı ve bu bağıntının şiddeti tespit edilmiştir. Çalışmanın sonuçları detaylı olarak incelendiğinde aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır:

1.Marka imajının marka sadakati üzerindeki etkisinin, müşteri memnuniyetinin marka sadakatine olan etkisinden daha fazla olduğu sonucuna varılmıştır.

Bunun nedeninin ise; tüketicilerin zihninde oluşan olumlu marka imajı sayesinde olduğu görülmektedir. Çünkü olumlu marka imajına sahip markalara ait mal ve hizmetlerin kalitesi düşük, fiyatı pahalı dahi olsa o markaya olan talep yüksek seviyede oluşmakta ve kendisine sadık tüketici kitleleri kazandırabilmektedir.

Diğer bir ifadeyle insan davranış ve tercihlerinin her zaman ekonomik ve rasyonel olmadığı, yalnızca ürün ve hizmetin kendisi değil birçok farklı etkenin de bu tercihleri belirlediği ve bu etkenlerin başında da marka imajı kavramının geldiği görülmektedir.

2.Müşteri memnuniyetinin tutumsal bağlılık üzerindeki etkisinin, marka imajının tutumsal bağlılığa olan etkisinden daha fazla olduğu sonucuna varılmıştır.

Bunun nedeninin ise; tutumları oluşturan en temel etkenin deneyimler olmasıdır.

Olumlu deneyimler yaşayan bir tüketicinin müşteri memnuniyeti oluşur. Oluşan müşteri memnuniyeti olumlu tutumları, olumlu tutumlar ise bireyin tercihlerine etki ederek bağlılığa dönüşür.

3.Yapılan T testleri sonucunda bağımlı değişkenlerimiz olan tutumsal bağlılık ve marka sadakati konularında cinsiyetler arasında herhangi bir anlamlı fark olmadığı tespit ediliştir.

4.Son olarak KKTC'de yaptığımız çalışma ile Türkiye'de yapılan farklı iki çalışmanın verilerini kıyasladığımızda ise;

KKTC'de en çok kullanılan üç otomobil markasının, Türkiye'de en çok kullanılan üç otomobil markasından tamamen farklı olduğu tespit edilmiştir.

Bu farklılığın nedenin ise; tüketici satın alma davranışlarına etki eden faktörler olduğu görülmektedir. Bu faktörlerin şirketler tarafından iyi analiz edilmesinin faydalı olacağı değerlendirilmektedir.

Yapmış olduğumuz araştırmanın sonuçları dikkate alındığında aşağıdaki önermelerin faydalı olacağı değerlendirilmektedir:

1.Otomobil firmalarının markalarına bağlı ve sadakat taşıyan bireylerin sayısını arttırmak için; muhakkak marka imajlarının zihinlerde olumlu olarak yer edinmesi gerekmektedir. Bunu sağlayacak her türlü reklam, tanıtım, sosyal projeler, promosyonlar, satış öncesi ve sonrası hizmetler, doğru bir fiyatlandırma politikası, ürün kalitesi, akılda kalıcı bir logo, slogan vb. faaliyetlerde bulunulmasının marka imajına olumlu katkı yapacağı değerlendirilmektedir.

Yaratılan marka imajı zamanın gereklerine uygun olarak sürekli revize edilmeli ve dinamik bir yapıya sahip olmalıdır.

2.Tutumsal bağlılık ve marka sadakatini sağlamak için müşteri memnuniyetinin oluşması gerekmektedir. Bu da bireylerin kullandıkları otomobil markasının, tüketici beklenti ve ihtiyaçlarının tamamını veya fazlasını karşılamasıyla mümkün olacaktır.

Bu yüzden firmalar sürekli olarak tüketicilerle iletişim halinde olmalı, sürekli geri beslemeler almalı, onların talep ve beklentileri doğrultusunda ürün ve hizmetler sunmalarının önemli olduğu değerlendirilmektedir.

KAYNAKÇA

Cochran, W. G. 1963. Sampling Techniques, 2nd Ed., New York: John Wiley and Sons, Inc.

Gül, H. (2002). "Örgütsel Bağlılık Yaklaşımlarının Mukayesesi ve Değerlendirilmesi". Ege Üniversitesi Ekonomi, İşletme, Uluslararası İlişkiler ve Siyaset Bilimleri Dergisi, 2 (1), s. 37-55.

Gobe, M. (2010). Emotional Branding, Allworth Press, New York.

Kotler, P. ve Armstrong, G. (2010). Principles of Marketing, 13th Edition, Pearson, New Jersey, s. 90-177.

Mucuk, İ. (2004). Pazarlama İlkeleri. İstanbul. Türkmen Kitabevi.

Noel, H. (2009). Basics Marketing 01: Consumer Behaviour. AVA Publishing.

O'Reilly, C. ve Chatman, J. (1986). Organizational Commitment and Psychological Attachment: The Effects of Compliance, Identification and Internalization on Prosocial Behaviour. Journal of Applied Psychology, 71, (3), s. 492-499.

Özdemir, Ş. ve Karaca, Y. (2009). "Kent Markası ve Marka İmajının Ölçümü: Afyonkarahisar Kenti İmajı Üzerine Bir Araştırma". Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 11, s. 113-134.

Peter, J.P. ve Olson, J.C. (2010). Consumer Behavior & Marketing Strategy, McGraw-Hill Irwin, 9. Edition.

Yüksel, Ü. ve Yüksel Mermod, A. (2005). "Marka Yönetimi ve Marka Değerinin Ölçülmesi". İstanbul: Beta Yayınları.

https://bub.gov.ct.tr/Portals/27/BUB_FAALIYET%20RAPORU%202018.pdf

http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/4.5.556.pdf

https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.6502.pdf

Mobil Bankacılıkta Algılanan Deneyimsel Değer Boyutlarının Demografik Özelliklere Göre Farklılaşması: Nevşehir Örneği

Dr. Mustafa DEMİRHAN
TC Ziraat Bankası AŞ, Şube Yöneticisi
mmdemirhan51@gmail.com

ÖZET

Mobil bankacılık, müşterilerine her zaman ve her yerde finansal hizmet sunulmasına olanak tanıyan bir elektronik dağıtım kanalıdır. Mobil bankacılık kullanımı deneyimi ile tüketiciler fonksiyonel, duygusal, kişisel, düşünsel, sosyal, duyusal ve güvence değeri olmak üzere yedi boyutta deneyimsel değer elde etmektedir. Çalışmanın amacı; cinsiyet, yaş, gelir ve eğitim düzeyi demografik değişkenleri bakımından mobil bankacılık müşterilerinin deneyimsel değer algısı farklılıklarının ortaya konulmasıdır. Tüketicilerin deneyimsel değer algılarının demografik özellikler yönünden farklılıklarının olup olmadığının ortaya konulması halinde bankaların hedef pazara yönelik değer yaratacak stratejiler geliştirmeleri mümkündür. Bu amaç doğrultusunda, Nevşehir ilinde yaşayan ve mobil bankacılık kullanan 390 katılımcıdan yüz yüze anket yoluyla elde edilen veriler SPSS istatistiki analiz programı yardımıyla t-testi ve varyans (ANOVA) analiz yöntemleri ile test edilmiştir. Araştırmada elde edilen bulgular analiz edildiğinde, mobil bankacılık kullanıcılarının cinsiyet ve yaş değişkenleri bakımından deneyimsel değer algılarının farklılaşmadığı, eğitim ve gelir değişkenlerine göre deneyimsel değer algıları incelendiğinde ise her iki değişken bakımından da kişisel ve duyusal değer algıları yönünden farklılaştıkları belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Mobil Bankacılık, Demografik Özellikler, Deneyimsel Değer.

Perceived Experiential Value Differences of Mobile Banking Customers In Terms of Demographic Variables: The Case of Nevsehir

ABSTRACT

Mobile banking is an electronic distribution channel which provides customers financial services anytime and anywhere. With the experience of mobile banking usage, consumers gain experiential value in seven dimensions: functional, emotional, personal, assurance, cognitive, social and sensory value. The aim of this research is to determine whether there are differences of experiential value perceptions of mobile banking users regarding demographic variables such as gender, age, income and education. Developing higher value creation strategies by banks to the target market will be possible if differences of experiential value perceptions of consumers might be determined. To this end, the data were obtained through a face to face survey from 390 mobile banking users in Nevsehir province of Turkey. Afterwards, these data were analyzed by SPSS statistical analysis program and tested through t-test and variance (ANOVA) analysis methods. The results of the research has indicated that there are no significant differences among mobile banking users in terms of gender and age variables. However, mobile banking users differ significantly regarding personal and sensory value perceptions with a view to their income and education levels.

Keywords: Mobile Banking, Demographic Characteristics, Experiential Value.

7. Giriş

Mobil iletişim teknolojilerindeki hızlı ilerlemeler deneyimsel pazarlamanın mobil aygıtlar üzerinden gerçekleştirilebilmesini mümkün kılmaktadır. Pazar koşullarındaki radikal değişikliklerden rekabetin yoğun bir şekilde yaşandığı bankacılık sektörü de derin bir şekilde etkilenmektedir. Nitekim önce internet bankacılığı, daha sonra ise mobil bankacılığı hayata geçiren bankacılık sektörü, teknolojik gelişmelere uyum sağlayarak mobil pazarlama alanında önemli bir atılım gerçekleştirmiştir. Mobil bankacılık, zamandan ve mekandan bağımsız olarak finansal işlem yapılabilmesine olanak sağlayan teknoloji destekli mobil pazarlama aracıdır. Müşteri yaşam tarzının değişmesi, gelir artışı, mobil iletişim teknolojisinin gelişmesi, akıllı telefonların yaygınlaşması ve bankaların maliyet düşürme çabaları mobil bankacılığın yaygınlaşmasını desteklemektedir. Türkiye Bankalar Birliği verilerine göre Aralık 2018 itibariyle Türkiye'de 39,6 milyon aktif mobil bankacılık kullanıcısı mevcut olup bir önceki yılsonuna göre kullanıcı sayısı %34 artmıştır. Genç müşteri grubunun büyük bir ağırlığa sahip olduğu mobil bankacılık kullanımında, Aralık 2018 tarihi itibariyle 18-35 yaş arası müşterilerin toplam mobil bankacılık müşterilerine oranı % 62,2'ye ulaşmıştır (tbb.org.tr, 2019).

Bankalar perspektifinden bakıldığında, tüm hizmet sektörlerinde olduğu gibi bankacılıkta da maliyetlerin azaltılması, müşteri karlılığının artırılması, müşteri tatmin ve bağlılığı ile uzun dönemli müşteri sahipliğinin elde edilebilmesi için dijital alanda olumlu müşteri deneyiminin yaratılması ve deneyimin sürekli geliştirilmesi gerekmektedir. Literatür incelendiğinde tüketicilerin mobil bankacılığı benimsemesi noktasında demografik özellikler bakımından farklılıklar bulunduğu görülmektedir (Laforet ve Li, 2011; Ntseme vd., 2016; Keonig-Lewis vd., 2010). Tüketicilere uygun şekilde ve zenginleştirilmiş deneyimsel değer paketi oluşturabilmek için tüketicilerin mobil bankacılık alanındaki deneyimsel değer algısının cinsiyet, yaş, gelir ve eğitim düzeyi değişkenleri itibariyle farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi önem arz etmektedir. Çünkü, demografik değişkenler itibariyle tüketicilerin değer algılarının nasıl farklılaştığı belirlendiği takdirde mobil bankacılığın yaygınlaşması ve tatmin ile bağlılığı geliştirici dijital pazarlama karması ve stratejilerin tasarlanması mümkün olacaktır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Deneyimsel Değer Kavramı

Deneyim değeri; müşterinin istek ve ihtiyaçlarını giderme amacına yönelik tüketim sürecinde ürün özellikleri ve hizmet performanslarının kişisel algılar çerçevesinde değerlendirilmesidir (Mathwick vd., 2002: 53). Pazarlama literatüründe tüketim değerleri ve fayda, değer ve müşteri sadakati yaratma ve gelecekte ürün ve hizmetlerin kullanımını esas alan faktörler olarak

tanımlanmaktadır (Pura, 2005). Tüketici açısından değer, tüketici tarafından verilen ve elde edilen şeyleri dikkate alarak ürün ve hizmetlerden elde edilen faydalara ilişkin genel değerlendirme olarak tanımlanmaktadır (Zeithaml, 1988). Bu tanımda, Zeithaml (1988), tüketicinin bir ürün veya hizmetle ilgili değer algısını, ürün veya hizmetin elde edilmesinde üstlenilen maliyetlerin ve elde ettikten sonra kazanılan faydaların bir bileşimi olarak görmektedir. Bankacılık açısından ise algılanan yararlar ve algılanan maliyetler, algılanan değerler üzerinde etkilidir. Mobil bankacılığın değeri üzerinde algılanan yararlar, katlanılan maliyetlere kıyasla daha fazla role sahiptir (Xiong, 2013: 634).

Deneyimsel değer konusunun öncülerinden Schmitt (1999) bir tüketim deneyiminde duyusal, duygusal, düşünsel, davranışsal ve ilişkisel deneyim olmak üzere beş farklı türde deneyim değeri elde edildiğini ifade etmektedir. Mobil bankacılıkta ise elde edilen deneyimsel değerlerin belirlenmesine yönelik sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Xiong (2013), mobil bankacılıkta algılanan değerleri Schmitt'ten farklı olarak dört boyutta (Evrensel Yararlar Boyutu, Katma Değerli Hizmetler Boyutu, Sosyal Değer Boyutu, Algılanan Eğlence Boyutu) sınıflandırmıştır. Çoban ve Demirhan (2019: 96) tarafından yapılan araştırmada ise mobil bankacılıkta deneyimsel değer boyutları, fonksiyonel, duygusal, duyusal, kişisel, düşünsel, sosyal ve güvence olarak belirlenmiştir.

2.2. Mobil Bankacılık Deneyimi

Mobil bankacılıkta duyusal deneyim değeri; görsel çekicilik, renk uyumu, yazıların kolay okunabilmesi, ses ve görüntü netliği gibi hususlarda olumlu müşteri deneyimi sunulmasıdır. Mobil bankacılıkta duygusal deneyim değeri; mutlu ve güvende hissetme gibi duyguları yaşatmasıdır. Mobil bankacılıkta düşünsel deneyim değeri; ekonomik fayda, fiyat indirimleri, zaman ve mekan değeri elde edilmesi şeklinde ortaya çıkan değerlerdir. Mobil bankacılıkta ilişkisel deneyim değeri; statü, benlik, sembolik tüketim, sosyalleşme ve başkalarına yardımcı olma gibi yönlerden elde edilen ilişki değeridir. Mobil bankacılıkta davranışsal deneyim değeri; mobil ve özgür yaşam tarzına uyumlu bir biçimde zamandan ve mekandan bağımsız olarak mobil bankacılık kullanım değeri elde edilmesidir. Fonksiyonel deneyim değeri, teknolojik ürünlere mesafeli tüketicilerin dahi kullanabileceği basitlikte, sadelikte ve kullanıcı dostu bir tasarımın ortaya konulmasını içermektedir. Güvence deneyim değeri ise en başta finansal riskler olmak üzere tüm risklerden uzak ve güvenli bir kullanım deneyimi sunulmasıdır.

Zarifopoulos ve Economides (2009), dünya çapında 30 büyük bankanın m-bankacılık uygulamasını deneyimsel perspektiften incelemiş ve etkili bir m-bankacılık hizmet tasarımı

oluşturmanın önemini vurgulamıştır. Tüketiciler, mobil bankacılıkta algılanan değerin yüksek olduğuna kanaat getirirlerse mobil bankacılığı benimsemeleri ve kullanmaları kuvvetle muhtemeldir. Wu ve Tseng'e göre (2015: 111) deneyimsel pazarlama uygulamaları ile (dolayısıyla mobil bankacılık deneyimi ile) müşteri bağlılığı arasında pozitif ilişki bulunmaktadır. Algılanan deneyimsel değer ile tatmin arasında güçlü bir ilişki bulunmaktadır (Malik, 2012: 68). Tatmin ise, davranışsal niyete neden olmaktadır (Chen ve Chen, 2010: 29). Çoban ve Demirhan (2019: 97) tarafından yapılan araştırmada deneyimsel değer boyutlarından fonksiyonel, kişisel ve ekonomik (düşünsel) değer algısı tatmini açıklamakta ve tatmin ise bağlılığı etkilemektedir.

3. YÖNTEM

Bu bölümde araştırmaya ilişkin hipotezlere, ölçeklere, ana kütle ile örnekleme ilişkin verilere yer verilmiştir. Çalışmada, Dr. Mustafa Demirhan'ın (2019) "Deneyimsel Pazarlama Perspektifinden Mobil Bankacılıkta Algılanan Değer ve Davranışsal Sonuçları: Nevşehir İli Örneği" başlıklı doktora tezinde elde edilen verilerden yararlanılmıştır.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Çalışmanın amacı, Türkiye'de Nevşehir ili'nde yaşayan mobil bankacılık kullanıcılarının cinsiyet, yaş, gelir ve eğitim düzeyi demografik değişkenleri bakımından deneyimsel değer algısı farklılıklarının analiz edilmesidir. Başka bir ifade ile bu çalışmayla mobil bankacılık kullanıcılarının deneyimsel değer algıları üzerinde demografik farklılıkların etkili olup olmadığı tespit edilmeye çalışılmıştır.

3.2. Ana Kütle ve Örneklem

Araştırmanın uygulaması Nevşehir il merkezinde yaşayan ve mobil bankacılık kullanan bireysel tüketiciler üzerinde gerçekleştirilmiştir. Ayrıca çalışmanın en doğru sonucu verebilmesi adına anket, mobil bankacılık kullanan tüketicilere uygulanmış olup çalışmada yargısal örnekleme yöntemi kullanılmıştır. 500 adet anket dağıtılmış olup geri dönen 454 adet anket incelenmiş ve analize uygun olduğu tespit edilen 390 adet anket ile analiz gerçekleştirilmiştir. Sekaran'a göre (2000), örneklem büyüklüğü hesaplanırken 0,05 anlamlılık düzeyinde ve 0,05 örneklem hatasında 100.000'den fazla örneklem büyüklüğü için 384 adet katılımcı sayısı evreni temsil kaabiliyetine sahiptir.

3.3. Araştırmanın Ölçekleri ve Hipotezleri

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Anket formunda mobil bankacılıkta deneyimsel değer boyutları ile mobil bankacılığa yönelik tatmin ve bağlılığı içeren ifadeler yer almaktadır. Ayrıca ankette katılımcıların demografik özelliklerini içeren çoktan seçmeli ve iki

seçenekli sorular vardır. Deneyimsel değer boyutları, güven, tatmin ve bağlılık ile ilgili ifadeler beşli Likert ölçeğinde sunulmuştur. Seçenekler, "1: Kesinlikle Katılmıyorum", 2: Katılmıyorum", "3: Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum", "4: Katılıyorum" ve "5: Kesinlikle Katılıyorum" olarak belirtilmiştir. Ankette yer alan ifadelerin hazırlanmasında farklı yazarların çalışmalarından yararlanılmıştır ve bu çalışmalarda yer alan ifadeler mobil bankacılığa uyarlanmıştır (Zeithaml, Parasuraman, Malhotra 2000; Mathwick, Malhotra, Rigdon 2001; Arnold, Reynolds 2003; Parasuraman, Zeithaml, Malhotra 2005; Thakur, 2014; Jun, Palacios 2016; Demirhan, 2019). Cronbach's Alpha testi sonucu 0,927 olarak bulunmuş ve anket formunun güvenilir olduğu görülmüştür. Alfa değeri 0 ile 1 arası değerler almakta olup kabul edilebilir bir değerin en az 0,7 olması arzu edilmektedir (Altunışık ve diğ, 2005: 116). Araştırmada test edilecek hipotezler aşağıda belirtilmiştir;

Hipotez 1.$_1$: Mobil bankacılıkta fonksiyonel deneyim değeri algısı cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Hipotez 1.$_2$: Mobil bankacılıkta duygusal deneyim değeri algısı cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Hipotez 1.$_3$: Mobil bankacılıkta kişisel deneyim değeri algısı cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Hipotez 1.$_4$: Mobil bankacılıkta güvence deneyim değeri algısı cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Hipotez 1.$_5$: Mobil bankacılıkta düşünsel deneyim değeri algısı cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Hipotez 1.$_6$: Mobil bankacılıkta sosyal deneyim değeri algısı cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Hipotez 1.$_7$: Mobil bankacılıkta duyusal deneyim değeri algısı cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Hipotez 2.$_1$: Mobil bankacılıkta fonksiyonel deneyim değeri algısı yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Hipotez 2.$_2$: Mobil bankacılıkta duyusal deneyim değeri algısı yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Hipotez 2.$_3$: Mobil bankacılıkta duygusal deneyim değeri algısı yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Hipotez 2.$_4$: Mobil bankacılıkta kişisel deneyim değeri algısı yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Hipotez 2.5: Mobil bankacılıkta güvence deneyim değeri algısı yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Hipotez 2.6: Mobil bankacılıkta düşünsel deneyim değeri algısı yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Hipotez 2.7: Mobil bankacılıkta sosyal deneyim değeri algısı yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Hipotez 3.1: Mobil bankacılıkta fonksiyonel deneyim değeri algısı gelire göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Hipotez 3.2: Mobil bankacılıkta duyusal deneyim değeri algısı gelire göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Hipotez 3.3: Mobil bankacılıkta duygusal deneyim değeri algısı gelire göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Hipotez 3.4: Mobil bankacılıkta kişisel deneyim değeri algısı gelire göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Hipotez 3.5: Mobil bankacılıkta güvence deneyim değeri algısı gelire göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Hipotez 3.6: Mobil bankacılıkta düşünsel deneyim değeri algısı gelire göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Hipotez 3.7: Mobil bankacılıkta sosyal deneyim değeri algısı gelire göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Hipotez 4.1: Mobil bankacılıkta fonksiyonel deneyim değeri algısı eğitim düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Hipotez 4.2: Mobil bankacılıkta duyusal deneyim değeri algısı eğitim düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Hipotez 4.3: Mobil bankacılıkta duygusal deneyim değeri algısı eğitim düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Hipotez 4.4: Mobil bankacılıkta kişisel deneyim değeri algısı eğitim düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Hipotez 4.5: Mobil bankacılıkta güvence deneyim değeri algısı eğitim düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Hipotez 4.6: Mobil bankacılıkta düşünsel deneyim değeri algısı eğitim düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Hipotez 4.7: Mobil bankacılıkta sosyal deneyim değeri algısı eğitim düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

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

4.1. Demografik Bulgular

Demografik özellikler itibariyle mobil bankacılık kullanıcılarının frekans ve yüzdesi Tablo 1'de sunulmaktadır.

Tablo 1. Mobil Bankacılık Kullanıcılarının Demografik Özelliklerine İlişkin Frekans ve Yüzdelik Dağılımları

Eğitim	**Frekans**	**%**	**Banka**	**Frekans**	**%**
Lise ve Öncesi	69	17,7	Kamu	221	56,7
Meslek Yüksek Okulu	68	17,4	Özel	151	38,7
Fakülte ve Dengi	185	47,4	Katılım	7	1,8
Yüksek Lisans/Doktora	68	17,5	Kamu + Özel	11	2,8
Toplam	390	100	Toplam	390	100
Gelir	**Frekans**	**%**	**Cinsiyet**	**Frekans**	**%**
1.800TL' den az	73	18,7	Kadın	156	40
1.801 TL – 3.000 TL	108	27,7	Erkek	234	60
3.001 TL – 4.500 TL	112	28,7	Toplam	390	100
4.501 TL'den fazla	97	24,9			
Toplam	390	100			
Yaş	**Frekans**	**%**			
25 ve altı	73	18,7			
26 - 40	224	57,4			
41 - 55	88	22,6			
56 ve üzeri	5	1,3			
Toplam	390	100			

Katılımcılardan 234'ü erkek (%60) 156'sı kadındır (%40). Katılımcıların 73'ü (%18,7) 25 yaş ve altında, 224'ü (%57,4) 26 – 40 yaş arasında, 88'i (%22,6) 41 – 55 yaş arasında, 5'i (%1,3) 56 yaş ve üzerindedir. Eğitim ile ilgili verilen cevaplar incelendiğinde, katılımcıların 69'unun (%17,7) lise ve öncesi eğitim mezunu, 68'inin (%17,4) meslek yüksekokulu, 185'inin (%47,4) fakülte ve dengi ve 68'inin (%17,4) yüksek lisans/doktora mezunu olduğu görülmektedir. Katılımcıların % 64,8'i, fakülte ve üzeri eğitime sahiptir. Katılımcıların 73'ü (%18,7) 0 – 1.800 TL arasında, 108'i (%27,7) 1.801 – 3.000 TL arasında, 112'si (%28,7) 3.001 – 4.500 TL arasında ve 97'si (%24,9) 4.501 TL ve üzerinde aylık gelir elde etmektedir. 3.000 TL ve üzerinde gelire sahip mobil bankacılık kullanıcılarının oranı % 53,6'dır.

4.2. Araştırma Hipotezleri ve Analizi

4.2.1. Deneyimsel Değer Algısının Cinsiyete Göre Karşılaştırılması

Nevşehir'de yaşayan bireysel mobil bankacılık kullanıcılarının deneyimsel değer algısının cinsiyete göre farklılıklarını tespit edebilmek için gruplar arası bağımsız t testi uygulanmıştır. Bulgular, Tablo 2'de gösterilmektedir:

Tablo 2. Cinsiyete Göre Deneyimsel Değer Algısının Karşılaştırması

Deneyimsel Değer Boyutları	Grup	N	Ort.	St. Sapma	F	t	p	Hipotez Kabul/Red Durumu
Fonksiyonel	Erkek	233	3,8240	0,75082	1,665	-1,026	0,198	$H1_{.1}$ = Red
	Kadın	157	3,8997	0,68778				
Duygusal	Erkek	233	3,0694	0,89235	0,893	-0,253	0,345	$H1_{.2}$ = Red
	Kadın	157	3,0924	0,85826				
Kişisel	Erkek	233	3,6702	0,72289	0,140	0,018	0,709	$H1_{.3}$ = Red
	Kadın	157	3,6688	0,73788				
Güvence	Erkek	233	3,3748	0,71866	0,034	-0,027	0,854	$H1_{.4}$ = Red
	Kadın	157	3,3769	0,73529				
Düşünsel	Erkek	233	3,6642	0,85200	1,606	0,907	0,206	$H1_{.5}$ = Red
	Kadın	157	3,5876	0,79455				
Sosyal	Erkek	233	3,0547	0,91941	1,801	1,606	0,180	$H1_{.6}$ = Red
	Kadın	157	3,1162	0,82602				
Duyusal	Erkek	233	3,4750	0,89778	1,856	0,553	0,174	$H1_{.7}$ = Red
	Kadın	157	3,4268	0,80758				

Tablo 2 incelendiğinde; fonksiyonel, duygusal, kişisel, güvence, düşünsel, sosyal ve duyusal deneyimsel değer boyutları itibariyle erkekler ve kadınlar arasında istatistiki yönden anlamlı farklılık bulunmadığı görülmektedir ($p > 0,05$). Hipotez kabul/red durumu Tablo 2'de gösterilmiştir.

4.2.2. Deneyimsel Değer Algısının Yaşa Göre Karşılaştırılması

Nevşehir'de yaşayan bireysel mobil bankacılık kullanıcılarının deneyimsel değer algısının yaşa göre farklılıklarını tespit edebilmek için ANOVA analizi uygulanmıştır. Bulgular Tablo 3'de gösterilmektedir:

Tablo 3. Yaş Değişkenine Göre Deneyimsel Değer Algısının Karşılaştırılması (Anova Tablosu)

Deneyimsel Değer Boyutları		Kareleri Toplamı	df	Kare Ortalama	Ort.	F	p	Hipotez Kabul/Red Durumu
Fonksiyonel	Gruplar Arası	1,474	3	0,491		0,931	0,425	$H2_{.1}$ = Red
	Gruplar içi	203,643	386	0,528				
	Toplam	205,117	389		3,85			

Duyusal	Gruplar Arası	1,088	3	0,363		0,486	0,692	H2.2 = Red
	Gruplar içi	287,864	386	0,746				
	Toplam	288,952	389		3,46			
Duygusal	Gruplar Arası	5,641	3	1,880		2,468	0,062	H2.3 = Red
	Gruplar içi	294,059	386	0,762				
	Toplam	299,700	389		3,08			
Kişisel	Gruplar Arası	2,905	3	0,968		1,839	0,140	H2.4 = Red
	Gruplar içi	203,267	386	0,527				
	Toplam	206,172	389		3,67			
Güvence	Gruplar Arası	1,351	3	0,450		0,857	0,464	H2.5 = Red
	Gruplar içi	202,812	386	0,525				
	Toplam	204,163	389		3,38			
Düşünsel	Gruplar Arası	0,243	3	0,081		0,117	0,950	H2.6 = Red
	Gruplar içi	267,199	386	0,692				
	Toplam	267,442	389		3,63			
Sosyal	Gruplar Arası	4,506	3	1,502		1,943	0,122	H2.7 = Red
	Gruplar içi	298,405	386	0,773				
	Toplam	302,911	389		3,08			

Tablo 3 incelendiğinde; fonksiyonel, duygusal, kişisel, güvence, düşünsel, sosyal ve duyusal deneyimsel değer boyutları itibariyle yaş grupları arasında istatistiki yönden anlamlı farklılık bulunmadığı görülmektedir (p> 0,05). Hipotezlerin kabul/red durumu Tablo 3'de gösterilmiştir.

Tablo 4. Yaşa Göre Deneyimsel Değer Algısının Değerlendirilmesi (Çoklu Karşılaştırma Tablosu)

Deneyimsel Değerler	**Yaş**	**Yaş**	**Ort.**	**Ortalama Farkı**	**Standart Hata**	**p**
Duygusal Değer	**25 ve Altı**	**26-40**	3,30	**,30568***	0,11763	0,01
		41-55		0,18088	0,13818	0,191
		56 ve Üzeri		-0,03881	0,40348	0,923
	26-40	**25 ve Altı**	2,99	**-,30568***	0,11763	0,01
		41-55		-0,1248	0,10981	0,256
		56 ve Üzeri		-0,34449	0,39467	0,383
	41-55	25 ve Altı	3,11	-0,18088	0,13818	0,191
		26-40		0,1248	0,10981	0,256

		56 ve Üzeri		-0,2197	0,40127	0,584
	56 ve Üzeri	25 ve Altı	3,33	0,03881	0,40348	0,923
		26-40		0,34449	0,39467	0,383
		41-55		0,2197	0,40127	0,584
Sosyal Değer	25 ve Altı	26-40	3,16	0,14653	0,1185	0,217
		41-55		0,04222	0,13919	0,762
		56 ve Üzeri		-0,68562	0,40645	0,092
	26-40	25 ve Altı	3,02	-0,14653	0,1185	0,217
		41-55		-0,1043	0,11062	0,346
		56 ve Üzeri		**-,83214***	0,39757	0,037
	41-55	25 ve Altı	3,12	-0,04222	0,13919	0,762
		26-40		0,1043	0,11062	0,346
		56 ve Üzeri		-0,72784	0,40423	0,073
	56 ve Üzeri	25 ve Altı	3,85	0,68562	0,40645	0,092
		26-40		**,83214***	0,39757	0,037
		41-55		0,72784	0,40423	0,073

Tablo 4'e göre 56 yaş ve üzeri kullanıcıların sosyal değer algılarının (3,85) 26-40 yaş arası mobil bankacılık kullanıcılarına göre (3,02) daha yüksek olduğu görülmektedir. Yine, 25 ve altı yaş mobil bankacılık kullanıcılarının duygusal değer algılarının (3,30) 26-40 yaş arası kullanıcılara göre (2,99) daha fazla olduğu görülmektedir.

4.2.3. Deneyimsel Değer Algısının Gelir Düzeyine Göre Karşılaştırılması

Nevşehir'de yaşayan bireysel mobil bankacılık kullanıcılarının deneyimsel değer algısının eğitim düzeyine göre farklılıklarını tespit edebilmek için ANOVA testi uygulanmıştır. Bulgular Tablo 5'de gösterilmektedir:

Tablo 5. Gelir Düzeyi Değişkenine Göre Deneyimsel Değer Algısının Karşılaştırılması (Anova Tablosu)

Deneyimsel Değer Boyutları		**Kareleri Toplamı**	**df**	**Kare Ortalama**	**Ort.**	**F**	**p**	**Hipotez Kabul/Red Durumu**
Fonksiyonel	Gruplar Arası	1,378	3	0,459		0,870	0,456	H3.1 = Red
	Gruplar içi	203,739	386	0,528				
	Toplam	205,117	389		3,85			
Duyusal	Gruplar Arası	6,067	3	2,022		2,759	0,042	H3.2 = Kabul
	Gruplar içi	282,885	386	0,733				
	Toplam	288,952	389		3,46			
Duygusal	Gruplar Arası	1,098	3	0,366		0,473	0,701	H3.3 = Red
	Gruplar içi	298,602	386	0,774				
	Toplam	299,700	389		3,08			

Kişisel	Gruplar Arası	7,373	3	2,458		4,772	0,003	H3.4 = Kabul
	Gruplar içi	198,800	386	0,515				
	Toplam	206,172	389		3,67			
Güvence	Gruplar Arası	,073	3	0,024		0,337	0,799	H3.5 = Red
	Gruplar içi	204,090	386	0,529				
	Toplam	204,163	389		3,38			
Düşünsel	Gruplar Arası	1,465	3	0,488		0,046	0,987	H3.6 = Red
	Gruplar içi	265,976	386	0,689				
	Toplam	267,442	389		3,63			
Sosyal	Gruplar Arası	3,512	3	1,171		1,509	0,212	H3.7 = Red
	Gruplar içi	299,399	386	0,776				
	Toplam	302,911	389		3,08			

Tablo 5 incelendiğinde; fonksiyonel, duygusal, güvence, düşünsel ve sosyal deneyimsel değer boyutları itibariyle eğitim düzeyi değişkeni arasında istatistiki yönden anlamlı farklılık bulunmadığı görülmektedir ($p > 0,05$). Ancak, kişisel ve duyusal deneyim değeri ile eğitim düzeyi arasında istatistiki yönden anlamlı farklılık bulunduğu görülmektedir ($p < 0,05$). Hipotez kabul/red durumu Tablo 5'de gösterilmiştir.

Tablo 6. Gelir Düzeyine Göre Deneyimsel Değer Algısının Değerlendirilmesi (Çoklu Karşılaştırma Tablosu)

Deneyimsel Değerler	**Gelir**	**Gelir**	**Ort.**	**Ortalama Farkı**	**Standart Hata**	**p**
Duyusal Değer	1800 TL ve Altı	1801-3000 TL	3,49	0,21081	0,12971	0,105
		3001-4500		-0,11856	0,12877	0,358
		4501 TL ve Üzeri		0,03498	0,13264	0,792
	1801-3000 TL	1800 TL ve Altı	3,28	-0,21081	0,12971	0,105
		3001-4500		**-0,32937***	0,11545	0,005
		4501 TL ve Üzeri		-0,17583	0,11975	0,143
	3001-4500	1800 TL ve Altı	3,60	0,11856	0,12877	0,358
		1801-3000 TL		**0,32937***	0,11545	0,005
		4501 TL ve Üzeri		0,15353	0,11874	0,197
	4501 TL ve Üzeri	1800 TL ve Altı	3,45	-0,03498	0,13264	0,792
		1801-3000 TL		0,17583	0,11975	0,143
		3001-4500		-0,15353	0,11874	0,197
Kişisel Değer	**1800 TL ve Altı**	1801-3000 TL	3,44	-0,15589	0,10874	0,152
		3001-4500		**-0,33280***	0,10795	0,002
		4501 TL ve Üzeri		**-0,36371***	0,11120	0,001
	1801-3000 TL	1800 TL ve Altı	3,59	0,15589	0,10874	0,152
		3001-4500		-0,17692	0,09678	0,068

		4501 TL ve Üzeri		**-0,20783***	0,10039	0,039
	3001-4500	**1800 TL ve Altı**	3,77	**0,33280***	0,10795	0,002
		1801-3000 TL		0,17692	0,09678	0,068
		4501 TL ve Üzeri		-0,03091	0,09954	0,756
	4501 TL ve Üzeri	**1800 TL ve Altı**	3,80	**0,36371***	0,11120	0,001
		1801-3000 TL		**0,20783***	0,10039	0,039
		3001-4500		0,03091	0,09954	0,756
Sosyal Değer	1800 TL ve Altı	1801-3000 TL	3,06	-0,06678	0,13344	0,617
		3001-4500		-0,12035	0,13248	0,364
		4501 TL ve Üzeri		0,12781	0,13646	0,350
	1801-3000 TL	1800 TL ve Altı	3,13	0,06678	0,13344	0,617
		3001-4500		-0,05357	0,11877	0,652
		4501 TL ve Üzeri		0,19459	0,12320	0,115
	3001-4500	1800 TL ve Altı	3,18	0,12035	0,13248	0,364
		1801-3000 TL		0,05357	0,11877	0,652
		4501 TL ve Üzeri		**0,24816***	0,12215	0,043
	4501 TL ve Üzeri	1800 TL ve Altı	2,93	-0,12781	0,13646	0,350
		1801-3000 TL		-0,19459	0,12320	0,115
		3001-4500		**-0,24816***	0,12215	0,043

Tablo 6'ya göre 3001-4500 TL gelir düzeyine sahip kullanıcıların duyusal değer algılarının (3,60) 1801-3000 TL gelir düzeyine sahip mobil bankacılık kullanıcılarına göre (3,28) daha yüksek olduğu görülmektedir. 3001-4500 TL (3,77) ile 4501 TL (3,80) kullanıcıların kişisel değer algılarının 1800 TL ve altı (3,44) ile 1801-3000 TL (3,59) gelir düzeyine sahip kullanıcılara göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, 3001-4500 TL gelir düzeyine sahip kullanıcıların sosyal değer algısının (3,18) 4501 TL ve üzeri kullanıcılara göre (2,93) daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

4.2.4. Deneyimsel Değer Algısının Eğitim Düzeyine Göre Karşılaştırılması

Nevşehir'de yaşayan bireysel mobil bankacılık kullanıcılarının deneyimsel değer algısının eğitim düzeyine göre farklılıklarını tespit edebilmek için ANOVA testi uygulanmıştır. Bulgular Tablo 7'de gösterilmektedir:

Tablo 7. Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Deneyimsel Değer Algısının Karşılaştırılması (Anova Tablosu)

Deneyimsel Değer Boyutları		**Kareleri Toplamı**	**df**	**Kare Ortalama**	**Ort.**	**F**	**p**	**Hipotez Kabul/Red Durumu**
Fonksiyonel	Gruplar Arası	3,452	3	1,151		2,203	0,087	$H4_{.1}$ = Red
	Gruplar içi	201,665	386	0,522				
	Toplam	205,117	389		3,85			

Duyusal	Gruplar Arası	6,289	3	2,096		2,862	0,037	H4.2 = Kabul
	Gruplar içi	282,663	386	0,732				
	Toplam	288,952	389		3,46			
Duygusal	Gruplar Arası	2,957	3	0,986		1,282	0,280	H4.3 = Red
	Gruplar içi	296,743	386	0,769				
	Toplam	299,700	389		3,08			
Kişisel	Gruplar Arası	9,445	3	3,148		6,177	0,000	H4.4 = Kabul
	Gruplar içi	196,728	386	0,510				
	Toplam	206,172	389		3,67			
Güvence	Gruplar Arası	,533	3	0,178		0,337	0,799	H4.5 = Red
	Gruplar içi	203,630	386	0,528				
	Toplam	204,163	389		3,38			
Düşünsel	Gruplar Arası	,102	3	0,034		0,049	0,986	H4.6 = Red
	Gruplar içi	267,340	386	0,693				
	Toplam	267,442	389		3,63			
Sosyal	Gruplar Arası	1,926	3	0,642		0,823	0,482	H4.7 = Red
	Gruplar içi	300,985	386	0,780				
	Toplam	302,911	389		3,08			

Tablo 7 incelendiğinde; fonksiyonel, duygusal, güvence, düşünsel ve sosyal deneyimsel değer boyutları itibariyle eğitim düzeyi değişkeni arasında istatistiki yönden anlamlı farklılık bulunmadığı görülmektedir ($p > 0,05$). Ancak, kişisel ve duyusal deneyim değeri ile eğitim düzeyi arasında istatistiki yönden anlamlı farklılık bulunduğu görülmektedir ($p < 0,05$). Hipotez kabul/red durumu Tablo 7'de gösterilmiştir.

Tablo 8. Eğitim Düzeyine Göre Deneyimsel Değer Algısının Değerlendirilmesi (Çoklu Karşılaştırma Tablosu)

Deneyimsel Değerler	**Eğitim**	**Eğitim**	**Ort.**	**Ortalama Farkı**	**Standart Hata**	**p**
Fonksiyonel Değer	**Lise ve Öncesi**	Yüksekokul	3,70	-0,05262	0,12351	0,670
		Üniversite		**-,21264***	0,10196	0,038
		Lisansüstü		-0,23828	0,12351	0,054
	Yüksekokul	Lise ve Öncesi	3,76	0,05262	0,12351	0,670
		Üniversite		-0,16003	0,10250	0,119
		Lisansüstü		-0,18566	0,12396	0,135
	Üniversite	**Lise ve Öncesi**	3,92	**,21264***	0,10196	0,038
		Yüksekokul		0,16003	0,10250	0,119
		Lisansüstü		-0,02564	0,10250	0,803

	Lisansüstü	Lise ve Öncesi	3,94	0,23828	0,12351	0,054
		Yüksekokul		0,18566	0,12396	0,135
		Üniversite		0,02564	0,10250	0,803
Duyusal Değer	**Lise ve Öncesi**	Yüksekokul	3,24	-0,12603	0,14623	0,389
		Üniversite		**-,33265***	0,12071	0,006
		Lisansüstü		-0,22407	0,14623	0,126
	Yüksekokul	Lise ve Öncesi	3,36	0,12603	0,14623	0,389
		Üniversite		-0,20662	0,12136	0,089
		Lisansüstü		-0,09804	0,14676	0,505
	Üniversite	**Lise ve Öncesi**	3,57	**,33265***	0,12071	0,006
		Yüksekokul		0,20662	0,12136	0,089
		Lisansüstü		0,10859	0,12136	0,371
	Lisansüstü	Lise ve Öncesi	3,46	0,22407	0,14623	0,126
		Yüksekokul		0,09804	0,14676	0,505
		Üniversite		-0,10859	0,12136	0,371
Kişisel Değer	**Lise ve Öncesi**	**Yüksekokul**	3,36	**-,24062***	0,12199	0,049
		Üniversite		**-,41255***	0,10070	0,000
		Lisansüstü		**-,39945***	0,12199	0,001
	Yüksekokul	**Lise ve Öncesi**	3,60	**,24062***	0,12199	0,049
		Üniversite		-0,17192	0,10124	0,090
		Lisansüstü		-0,15882	0,12243	0,195
	Üniversite	**Lise ve Öncesi**	3,77	**,41255***	0,10070	0,000
		Yüksekokul		0,17192	0,10124	0,090
		Lisansüstü		0,01310	0,10124	0,897
	Lisansüstü	**Lise ve Öncesi**	3,76	**,39945***	0,12199	0,001
		Yüksekokul		0,15882	0,12243	0,195
		Üniversite		-0,01310	0,10124	0,897

Tablo 8'e göre üniversite eğitimli kullanıcıların fonksiyonel değer algılarının (3,92) lise ve öncesi eğitimli mobil bankacılık kullanıcılarına göre (3,70) daha yüksek olduğu görülmektedir. Yine, üniversite eğitimli kullanıcıların duyusal değer algılarının (3,60) lise ve öncesi eğitimli mobil bankacılık kullanıcılarına göre (3,24) daha yüksek olduğu görülmektedir. Ayrıca, Tablo 8'e göre yüksekokul (3,60), üniversite (3,77) ve lisansüstü (3,76) eğitimli kullanıcıların kişisel değer algılarının lise ve öncesi eğitimli mobil bankacılık kullanıcılarına göre (3,36) daha yüksek olduğu görülmektedir.

5. Sonuç ve Öneriler

Değişen finansal hizmet tüketicisi profilinin beklentilerini gerçekleştirebilmek üzere mobil bankacılık yenilikçi bir alternatif dağıtım kanalı olarak gelişimini sürdürmektedir. Dijital çağda online müşterilere hangi ürün veya hizmetin sunulduğu değil, hangi beklentilere ne gibi çözüm önerilerinin sunulduğu ve online hizmet sunumu sürecinde yaşatılan dijital deneyimin kalitesi önemli görünmektedir. Driga ve Isac'a göre (2014: 50), günümüz tüketicisi istediği zaman, istediği yerde ve istediği şekilde (kişiselleştirilebilen) finansal hizmet deneyiminden yararlanmak istemektedir.

Pazarlama literatüründe demografik açıdan mobil bankacılık deneyimsel değer algısı farklılıklarının belirlenmesine yönelik çalışma tespit edilememiştir. Bununla birlikte, mobil bankacılığın kullanımı bakımından demografik farklılıklar konusunda yapılan sınırlı sayıda çalışma ile çalışmamızda elde edilen bulgular karşılaştırılmıştır. Çalışmamızda cinsiyet ve yaş demografik değişkenleri ile mobil bankacılık deneyimsel değer algısı arasında anlamlı bir fark tespit edilmemiştir. Laforet ve Li'nin (2011: 362) çalışmasında yaş, mobil bankacılık kullanımında etkili bir faktör olarak bulunmamış olup bu sonuç çalışmamızı destekler niteliktedir. Oysa ki, Ntseme ve arkadaşlarının (2016: 363) Botswana'lı tüketiciler üzerinde yaptığı çalışmada, mobil bankacılık kullanımı ile cinsiyet ve yaş arasında pozitif ilişki bulunmuştur. Onlara göre, erkekler ve gençler mobil bankacılığı daha fazla kullanmaktadırlar. Keonig-Lewis ve arkadaşlarına göre (2010: 427) cinsiyet değişkeni açısından bakıldığında erkeklerin kadınlara kıyasla mobil bankacılığı erken benimseme (early adopters) eğilimleri yüksek bulunmuştur.

Çalışmamızda mobil bankacılık kullanıcılarının gelir ve eğitim düzeyi ile kişisel ve duyusal deneyim değeri arasında istatistiki yönden anlamlı ilişki bulunduğu görülmektedir. Başka bir ifadeyle, gelir ve eğitim düzeyi yükseldikçe mobil bankacılık kullanıcılarının kişisel ve duyusal deneyim değeri algısı artmaktadır. Bununla birlikte, fonksiyonel, duygusal, sosyal, düşünsel ve güvence deneyim değerleri yönünde gelir ve eğitim düzeyleri arasında anlamlı ilişki tespit edilememiştir. Laforet ve Li'nin (2011: 362) çalışmasında ise çalışmamızdan farklı olarak eğitim değişkeni ile mobil bankacılık kullanımı arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır.

Demografik değişkenler (cinsiyet, yaş, gelir, eğitim düzeyi) itibariyle mobil bankacılık deneyimi değer algısı farklılıkları konusunda yapılan başka bir çalışma bulunmaması nedeniyle çalışmanın gelecekte benzer alanlarda yapılacak uygulamalara ışık tutacağı kanaatini taşımaktayız.

Çalışmadan elde edilen bulgular neticesinde bankalara aşağıda yer alan önerilerde bulunulmaktadır:

- ✓ Eğitim ve gelir düzeyi düştükçe mobil bankacılıkta deneyimsel değer algısı da düşmekte olup bu durumun nedenlerinin belirlenmesi gerekmektedir. Literatürde "tasarım (Thakur, 2014: 638)", "teknolojik ürünlere yabancılık (Laforet ve Li, 2011: 362)" ve "kullanım zorluğu (Jalal ve diğ, 2011: 32)", mobil bankacılık kullanımı önündeki engeller arasında sayılmaktadır. Bu tespitlerden hareketle basit, fonksiyonel ve güvenli bir mobil bankacılık uygulaması ile eğitim ve gelir düzeyi düşük müşteri grubunun deneyimsel değer algısının artırılmasının mümkün olabileceği düşünülmektedir. İşlem ekranlarının sesli komut ile açılmasının sağlanması ve işlemlerin tamamlanması sürecinde sesli asistan uygulamasının tasarlanması mobil bankacılığın kullanımını kolaylaştırabilir. Mobil bankacılık menülerinin müşteriler tarafından işlem bitiminde puanlanması ve değerlendirilmesinin talep edilmesinin ekranların geliştirilmesi bağlamında yararlı olabileceği düşünülmektedir. Eğitim düzeyi düşük kullanıcıların çekince ve beklentilerinin sorgulanması, bu gruba dönük eğitici ve bilgilendirici çalışmaların yapılması hem mobil bankacılık kullanıcı sayısının artması hem de değer algısının artırılması bakımından önemlidir.
- ✓ Çalışmada eğitim ve gelir düzeyi yükseldikçe duyusal ve kişisel deneyim değeri algısının arttığı tespit edildiğinden yüksek eğitimli ve yüksek gelir düzeyine sahip kullanıcıların beklentilerine uygun şekilde mobil bankacılık tasarımının sürekli geliştirilmesi yararlı olacaktır. İyi eğitimli ve yüksek gelirli özel müşteri grubunun beklentilerini anlamak ve beklentilere uygun hizmet tasarımını hayata geçirmek müşteri ve banka karlılığını artırmak açısından kritik önem taşımaktadır.
- ✓ İyi eğitimli ve yüksek gelirli olan verimli müşteri grubunu korumak ve eşsiz bir deneyim yaşatmak adına bankalara mobil bankacılık uygulaması üzerinden kişisel birikimlerin takip edilerek yönetilmesine imkan sağlayan yatırım uygulamalarının geliştirilmesi önerilebilir. Müşterilerin işlem alışkanlığı geçmişi analiz edilerek kişisel risk profiline uygun yatırım enstrümanlarının tavsiye edilmesi değer algılarını yükseltebilir. Benzer şekilde sanal portföy oluşturulması ve hatırlatıcı uyarıların tanımlanabilmesinin, mobil bankacılık uygulamaları içinde piyasa takibini sağlayan dijital uygulamaların geliştirilmesinin eğitimli, yüksek gelirli ve finansal okuryazarlığı ileri seviyede olan müşterilere cazip gelebileceği düşünülmektedir.

Son olarak konu hakkında çalışma yapmayı düşünen araştırmacılara, mobil bankacılık kullanıcılarının demografik özellikleri ile tatmin ve bağlılık düzeyleri arasında farklılıkların olup olmadığının araştırılması önerilebilir. Çalışma bulgularından hareketle, gelir ve eğitim düzeyine göre mobil bankacılıktan müşterilerin beklentilerinin nasıl farklılaştığının anlaşılmasına dönük çalışma yapılabilir.

Verilerin Ağustos 2018'de Nevşehir il merkezinde elde edilmiş olması çalışmanın kısıtları arasında yer almaktadır. Ayrıca uygulamanın sadece bireysel mobil bankacılık müşterilerine yapılması da bir diğer kısıt olarak görülmektedir. Bu nedenle, farklı şehir ve ülkelerde, farklı zaman dilimlerinde, ticari ve kurumsal mobil bankacılık kullanıcılarına yapılacak çalışmalarla desteklenmelidir.

KAYNAKÇA

Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2005). Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri. Sakarya Kitabevi. İstanbul.

Arnold, M. J. ve Reynolds, K. E. (2003). Hedonic shopping motivations. Journal of Retailing, 79, 77-9.

Chen, C. F., ve Chen, F. S. (2010). Experience quality, perceived value, satisfaction and behavioral intentions for heritage tourists. Tourism Management, 31(1), 29-35.

Çoban, S. ve Demirhan, M. (2019). Mobil bankacılıkta algılanan deneyimsel değer ve davranışsal etkileri: nevşehir ili örneği, BMIJ, 7(1), 78-101.

Demirhan, M. (2019). Deneyimsel pazarlama perspektifinden mobil bankacılıkta algılanan değer ve davranışsal sonuçları: nevşehir ili örneği, Nevşehir hacı bektaş veli üniversitesi, sosyal bilimler enstitüsü, yayınlanmamış doktora tezi, Nevşehir.

Driga, I. ve Isac, C. (2014). E-banking services - features, challenges and benefits. Annals of the University of Petrosani Economics, 14(1), 49-58.

Jun, M. ve Palacios, S. (2016). Examining the key dimensions of mobile banking service quality: an exploratory study. International Journal of Bank Marketing. 34(3), 307-326.

Koenig-Lewis, N., Palmer A., Alexander, M. (2010). Predicting young consumers' take up of mobile banking services. International Journal of Bank Marketing 28(5): 410-432.

Laforet, S. ve Li, X. (2011) .Consumers' attitudes towards online and mobile banking in china. Journal of Bank Marketing 23(5): *362*-380.

Malik, S. (2012). Customer satisfaction, perceived service quality and mediating role of perceived value. International Journal of Marketing Studies. *4*(1), 68-76.

Mathwick C., Malhotra N.K., Rigdon, E. (2002). The effect of dynamic retail experiences on experiential perceptions of value: an internet and catalog comparison. Journal of Retailing 78(1): 51-60.

Ntseme, O. J., Namatsagang, A. ve Chukwuere, J. E. (2016). Risks and benefits from using mobile banking in an emerging country. Risk Governance and Control: Financial Markets & Institutions. 6(4), 355-363.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. ve Malhotra, A. (2005). A multiple-item scale for assessing electronic service quality. Journal of Research. 7(10), 1-21.

Pura, M. (2005). Linking perceived value and loyalty in location-based mobile services. Managing Service Quality: An International Journal, 15(6), 509-538.

Schmitt, B. (1999). Experiential marketing. Journal of Marketing Management. 15(1–3), 53–67.

Sekaran, U. (2000). Research methods for business: a skill business approach. John Wiley & Sons. New York.

Thakur, R. (2014). What keeps mobile banking customers loyal? International Journal of Bank Marketing. 32(7), 628-646.

Wu, M.Y. ve Tseng L.H. (2015). Customer satisfaction and loyalty in an online shop: an experiential marketing perspective. International Journal of Business and Management 10(1): 104–114.

Xiong, S. (2013). Adoption of mobile banking model based on perceived value and trust. 6th International Conference on Information Management, Innovation Management and Industrial Engineering, 632-635.

Zarifopoulos, M. ve Economides, A., A. (2009). Evaluating mobile banking portals. International Journal of Mobile Communications. *7*(1), 66-90.

Zeithaml, V. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence. Journal of Marketing 52(3): 2-22.

Zeithaml, V., Parasuraman, A., Malhotra, A. (2000). E-service quality: definition, dimensions and conceptual model. Marketing Science Institute. Cambridge, Working Paper.

https://www.tbb.org.tr/tr/banka-ve-sektor-bilgileri/istatistiki raporlar /Dijital,_Internet_ve_Mobil_Bankacilik_Istatistikleri, (Erişim Tarihi: 06.05.2019)

3rd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 28-30 June 2019, Lefkosa

Türkiye'nin Finansal Liberalizasyon Süreci ve Borçlanma İle Arasındaki İlişki[14]

Inst. Dr. Necdet SEZAL
Alanya Alaaddin Keykubat University, Akseki HS.
necdetsezal@hotmail.com

Prof. Dr. Mahmut YARDIMCIOĞLU
Kahramanmaraş Sütçü İmam University FEAS
mahmutyardimcioglu@ksu.edu.tr

ÖZET

Liberalizmin özellikle 1970'lerde kendini iyice hissettiren bu yenilenmesi sadece fikir alanında kalmadı, aktüel, ekonomik ve politik hayata da taşındı, 1979'da İngiltere'de 1980'de Amerika'da liberal fikirlere şu veya bu ölçüde bağlığı bilinen siyasi ekipler iktidara geldi. Diğer demokratik ülkelerde de liberal fikirler sosyal demokratların görüşlerine nazaran ağırlık kazanmaya başladı. 1980'lerin sonunda ise, birkaç yıl önce hayal edilmesi bile mümkün olamayan büyük dönüşümler gerçekleşti, yaygın bir tabirle, Doğu blokunu silip süpüren "liberalizm ve demokrasi devrimi" meydana geldi.

1970'li yıllardan sonra tüm dünya genelinde başlayan, ekonomik, sosyal ve kültürel alanda bazı ortak değerlerin yerel ve uluslararası sınırları aşarak dünya çapında, yeni bir ekonomik yapının ortaya çıkmasına küreselleşme hareketleri yol açmaktadır. Ticari liberalizasyon, kamu müdahalelerinin azaltılmasını, dış ticaret serbestisini, özelleştirme uygulamalarını, ticaret engellerinin kaldırılmasını, ürün engellerinin kaldırılmasını, bölgesel sınırlamaların ortadan kaldırılmasını amaçlar. İhracata dayalı bir büyüme ile değişik mal, yeni bilgi, teknoloji ve fikirlerin uluslararası alanda yaygınlaşarak rekabet ve ölçek ekonomisi açısından ülkeler arası karşılaştırmalı avantajlardan yararlanma, teknoloji kaynaklı gelişme süreciyle teknolojik geliştirme, piyasaya dayalı ekonomik sistemlerin etkin işleyişini geliştiren muamele ve enformasyon kalitesindeki artışla önemli maliyet indirimleri sağlamaya yönelik çabalardan oluşur.

Finansal gelişmenin reel faiz oranları ile yakından ilgili olduğu düşüncesi Mc Kinnon-Shaw hipotezinden kaynaklanmaktadır. Hipotezin temeli, reel faiz oranlarındaki artış finansal tasarrufları, dolayısıyla yatırımların finansmanında kullanılacak fonları ve yatırımları artıracağıdır. Mc Kinnon-Shaw'a göre; finansal gelişme ekonomideki yatırım hacmini ve ortalama yatırım verimliliğini artırmaktadır. Yüksek faiz oranları ile finansal büyüme ve ayrıca finansal büyüme ile Gayrisafi Yurt İçi Hasıla'nın büyüme oranı arasında pozitif bir ilişki bulunmaktadır.

Bu çalışmada, finansal liberalizasyonun iç ve dış borç üzerinde nasıl bir etkiye sahip olduğu incelenerek uygulama sonucunda oluşan veriler tablolar halinde yorumlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Finansal Liberalizasyon, Liberal Politikalar, Türkiye'de Liberal Dönemin Tarihçesi, Finansal Liberalizasyon Önündeki Engeller, Türkiye'deki Liberal Partiler, Finansal Piyasalar, Finansal Liberalizasyonun Büyüme Üzerine Etkisi, Finansal Liberalizasyonun Kriz Üzerine Etkisi.

Turkey's Financial Liberalization Process and the Relationship between the Debt

ABSTRACT

Liberalism, especially in the 1970s, the idea of self-renewal which made itself feel strongly didn't only remain in the field of ideas, but also moved to economic and political life. As an example in 1970 in England and in 1980 in America political teams with liberal ideas came to power. In other democratic countries the idea of liberalism began to be popular over the views of social democrats. At the end of 1980's significant transformations which couldn't even be imagined a few years ago appeared, that is, liberalism and democracy revolution swept through the Eastern Block.

[14] Bu çalışma, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans tezinin revize edilmiş bir halidir.

Globalization leads to the emergence of a new economic structure by going beyond the local and international borders worldwide, starting in 1970's. Trade liberalization aims at reduction of government interventions, freedom of trade, privatization process, the removal of trade barriers, the removal of barriers of products, and elimination of regional restrictions. The growth based on exports includes different commodities, new information, technology and economies of scale in terms of ideas between countries in international competition, widespread use of comparative advantages of a technology development process, technological development market-based economic systems, effective functioning of the improved quality of treatment and efforts to ensure significant cost reductions. That financial development is closely related to the idea of real interest rates is due-to the Mc-Kinnon-Shaw's hypothesis. The basic of the hypothesis is that the increase in real interest rates will also increase financial savings and accordingly funds used to finance investments and your investments. According to Mc Kinnon shaw financial development will increase avarage investment volume and its efficiency in the economy. There is a positive relationship between high interest rates on financial growth and the growth rate of Gross Domestic Product.
Key words: Financial Liberalization, Liberal Policies, History of the Liberal Era in Turkey, Barriers to Financial Liberalization, Liberal Parties in Turkey, Financial Markets, The Effect of Financial Liberalization Growth, The Effect of Financial Liberalization Crisis.

1. GİRİŞ

Eski liberal sözcüğü, bu yeni düşünce akımını belirtmek üzere İspanya'da Napolyon savaşları sırasında kullanılmaya başlanmıştır. Sözcük buradan hızla diğer Avrupa dillerine geçmiştir. Bu başarıyı iki neden açıklayabilir. Smith, Turgot ve Jeforson vd. dönemin polemikçilerini bölen büyük tartışmaların çoğunda daha fazla özgürlüğü yeğledikleri için sözcük özellikle yerine iyi oturmuştur ve onların önerdikleri köleliğin, angaryaların, işkencenin vd. kaldırılması türünden önlemler, cömert ("liberal" sözcüğünün başlangıçtaki anlamı) hamleler olarak hissedildiği için bu adlandırma iki misli mutluluk vermiştir (Vergara, 2006: 10).

Modern bir siyasi doktrin olarak liberalizm esas olarak barışçı bir toplumsal varoluş içinde bireysel özgürlüğü garanti eden bir düzeni amaçlar. Diğer modern doktrinler gibi liberaliz de esas itibariyle "Akıl Çağı"nın ürünüdür. Nitekim liberalizm tarihsel olarak Yeni Çağ'ın düşünce atmosferinde ve yeni toplumsal-siyasi formasyonların oluşmaya başlamasıyla birlikte ortaya çıkmıştır (Erdoğan, 2009: 7).

Modernliğin siyasi ifadesi ise kendisini merkeziyetçi devlet yapılanmasında somutlaşan siyasi birlik tasavvurunda gösteriyordu. Bu birlikçi anlayış iktidar ve otoritenin toplumsal varoluşun merkezine yerleşmesine yol açmıştır. Onun içindir ki, "iktidarın sınırlanması" modernliğin başlıca siyasi problemi haline gelmiştir. Bu tasavvur bugün hale etkisini sürdüren eşit yurttaşlık anlayışının da temelini oluşturmaktadır. Bu yeni dönemde insanlar, dini ve etnik mensubiyete dayalı eski sosyal formasyonlardan farklı olarak artık esas olarak siyasi kimlikleri ile ayırt edilmeye başlayacaklardır (Erdoğan, 2009: 8).

McKinnon ve Shaw, özellikle gelişmekte olan ülkelerin asıl sorununun "yatırımcıları finanse edecek tasarrufların yetersizliğine" dikkat çekmişlerdir. Yetersiz tasarruflar, yatırımlar için gerekli olan fonların yokluğuyla ve dolayısıyla ekonomik büyümenin gerçekleşmemesi şeklindeki bir süreçle sonuçlanmaktadır. Bundan dolayı uygulanacak ekonomi politikalarının, tasarrufların artmasını sağlayacak şekilde oluşturulmasını önermişlerdir. Bunun gerçekleşebilmesi için genelde ekonominin işleyişini engelleyen her türlü kısıt ve sınırlamanın kaldırılmasını, özelde ise finansal sektöre müdahalenin en aza indirilmesi gerektiğini ileri sürmüşlerdir. Bu bağlamda enflasyonun altında, piyasa güçleri dışında suni olarak belirlenen ve sonunda negatif reel faizle sonuçlanan faiz politikasının, tasarrufların gayrimenkul, döviz ve altın gibi verimsiz alanlarda değerlendirilmesine yol açtığı vurgulanmıştır. Enflasyonun üzerinde oluşacak bir nominal faiz, daha önce atıl olarak tutulan veya değerlendirilen varlıkları finansal sisteme (gelişmekte olan ülkelerde bankacılık sektörüne) çekecek ve yatırımlar için gerekli olan fonlar elde edilmiş olacaktır. Artan yatırımların ise, ekonomik büyümeyi hızlandırması öngörülmektedir (Ağır, 2010: 1).

2. TÜRKİYE'DEKİ FİNANSAL LİBERALİZASYON VE BORÇLANMA İLİŞKİSİ ÜZERİNE EKONOMETRİK BİR UYGULAMA

Ekonomik büyümenin sürekliliği için gerekli tasarrufların sağlanabilmesi, gelişmiş bir finansal sistemi gerekli kılmaktadır. Tasarruf sahipleri, güvenilir bir yatırım ortamı ve getiri ile tasarruflarını finansal sisteme, finansal sistem ise bu tasarrufları büyüme için gerekli olan yatırımların fonlanması için

ekonomiye aktarır. Yurtiçi tasarrufların yetersiz olması durumunda yatırımlar için gerekli tasarruflar için dış kaynaklara ihtiyaç duyulacaktır. Dış kaynakların temini için, 1970'lerden sonra küreselleşme süreci ile birlikte gündeme gelen deregülasyon, finansal ve ticari liberalizasyon gibi neo-liberal politikalar yoğun bir şekilde uygulanmıştır. Bu politikalardan özelikle finansal liberalizasyon ile bankacılık ve diğer finansal araçlar üzerindeki kontroller kalkmış, ülkeler küresel dünya ekonomisi ile bütünleşmeye başlamış, dolaşımdaki fon miktarı büyük ölçüde artmıştır (Mercan ve Peker, 2013: 188). Ülkeler açısından karşılıklı kazançların söz konusu olduğu uluslararası sermaye akımlarında, sermaye daha verimli ve etkin kullanılacak alanlara yönelmektedir. Finansal dışa açıklık, yoksul ülkeler için yatırım olanaklarının artırılması ve sermaye maliyetlerinin düşürülmesi için uygulanması gereken bir ekonomi politikası olarak görülmektedir (Fischer, 1998). Sermaye hareketlerinin dışa açıklığının bu etkileri yanında, finansal sektörünün rekabetçi bir piyasa yapısına dönüşmesini sağlayarak; kredi piyasalarında daha uygun koşullarda işlem yapılabilmesi olanağını doğurmaktadır. Finansal hizmetlerin derinleşmesi anlamına gelen bu süreçte, artan uzmanlaşma, uluslararası ekonomik kazanımların büyümesine yol açmaktadır (Mathreson ve Liliana, 1992: 41). Bu ise, paraya çevrilebilir menkul değerlerin artışına ve borçlanma maliyetlerinin düşmesine neden olmaktadır (Mercan ve Peker, 2013: 188). Diğer bir ifadeyle sermaye hareketlerinin serbestleşmesi özellikle dış kaynak bulmayı kolaylaştırmış ve hükümetler için kolay finansman olanağı sağlamıştır. Bu açıdan ampirik çalışmaların yapılması önemlidir. Çalışmanın bu bölümünde finansal liberalizasyon sürecinin borçlanmayı nasıl etkilediğini görmek için iç ve dış borçlanma açısından Türkiye için ekonometrik bir inceleme yapılmaktadır.

2.1. Literatür Taraması

Kolçak (1998), "Türkiye'de Kamu Açıkları ve İç Borç İlişkisi" adlı makalede, 1984-1996 verilerini kullanarak Granger Nedensellik Testi yapmıştır. İç Borç Stoku ile Kamu Kesimi Borçlanma Gereksinimi arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Araştırma sonucunda; kamu açıklarının iç borçları artırdığı, ancak kamu açıklarının iç borçları artırdığını ortaya çıkarmıştır.

Sakal (2002), "Türkiye'de Kamu Açıkları ve Borçlanmanın Sürdürülebilirliği Sorunu: 1988-2000 Dönem Analizi" adlı makalede, 1988-2000 verilerini kullanarak Granger Nedensellik Testini uygulamıştır. İç Borç Stoku ile Konsolide Bütçe Geliri, Konsolide Bütçe Harcamaları ve Konsolide Bütçe Açığı arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Araştırmanın sonucunda; iç borçlar uzun dönemde bütçe açığına neden olmaktadır yargısına ulaşmıştır.

Yurdakul (1999), "İç Kamusal Borçların Fiyatlar Üzerindeki Etkileri" adlı makalede, 1989-1996 verilerini kullanarak Regrasyon analizi yapmışlardır. İç Borç Stoku ile Fiyatlar Genel Düzeyi, Bütçe Açığı, Bütçe Açığındaki Değişim, Bir Önceki Dönem Bütçe Açığı, Para Arzındaki Değişim, Faiz Haddi, Bir Önceki Dönem Fiyatlar Genel Düzeyindeki Değişim arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Araştırmanın sonucunda; t dönemindeki iç borçlar fiyatları negatif yönde etkilerken, (t-1) dönemindeki iç borçlar pozitif yönde etkilemektedir.

Çolak ve Altan (2001), "Bütçe Açıklarını Finanse Etmeye Yönelik Politikaların Etkileri" adlı makalede, 1989-2000 verilerini kullanarak Regrasyon analizi yapmışlardır. İç Borç Stoku ile Bütçe Açığı Para Arzı, Toptan Eşya Fiyat Endeksi, 12 Aylık Bono Faiz Oranı arasındaki ne tür bir ilişki olduğunu araştırmışlardır. Yaptığı araştırmaların sonuçlarında; para arzı bütçe açığı ve iç borç stoku arasında pozitif bir ilişki bulunmuştur ve iç borç stoku ile bono faiz oranı arasında negatif bir ilişki bulunmuştur.

Yavuz (2003), "Türkiye'de İç Borç Stoğundaki Değişimin Analizine Yönelik Bir Regrasyon Analizi Çalışması" adlı makalede, 1985-2001 verilerini kullanarak Regrasyon ve Korelasyon analizlerini yapmıştır. İç Borç Stoku ile Kamu Kesimi Borçlanma Gereksinimi, İç Borç Servisi, İç Borç Faiz Oranı, Ticari Mevduat Faiz Oranı, Yıllık Enflasyon Oranı, Kamu Giderleri, Kamu Gelirleri, Döviz Kuru arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Yaptığı analizin sonucunda; iç borç stoku artışını belirleyen en önemli faktörlerin kamu kesimi borçlanma gereksinimi, mevduat faiz oranı, kamu gelirleri, tüketici fiyatları endeksi olduğu görülmüştür.

Yılmaz ve Yerdelen (2002), "1995-2001 Döneminde Türkiye Ekonomisinde İç Borç Stoku ile Faiz Oranı İlişkisinin Analizi" adlı makalede, 1995-2001 verilerini kullanarak Granger Nedensellik Testini uygulamışlardır. İç Borç Stoku ile Faiz Oranı, Enflasyon Oranı, Büyüme Oranı arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Yaptıkları testin sonucunda; iç borç stokunun faiz oranları fazla etkilemediği sonucuna

ulaşmışlar, enflasyon oranının iç borç stoku üzerinde faizden daha çok etkili olduğu görülmüştür ve iç borç stoku reel gayri safi milli hasılayı 3-7 ay gecikmeli olarak artırıcı yönde etkilemektedir.

Özgen ve Güloğlu (2004), "Türkiye'de İç Borçların İktisadi Etkilerinin VAR Tekniğiyle Analizi" adlı makalede, 1988-2003 verilerini kullanarak VAR Analizi yapmışlardır. İç Borç Stoku ile Enflasyon Oranı, Mevduat Faiz Oranı, Döviz Kuru, Sanayi Üretim Endeksi, Para Arzı, Merkez Bankası Parası, Toplam Konsolide Bütçe Harcamaları, Faiz Dışı Bütçe Harcamaları, Vergi Gelirleri, Bütçe Dengesi arasındaki ilişkileri incelemişlerdir. Analizinin sonucunda; Türkiye'de iç borç artışını etkileyen en önemli değişkenin merkez bankası parası olduğu sonucuna ulaşılmıştır, faiz oranı, faiz dışı bütçe harcamaları ve döviz kuru iç borçlar üzerinde etkili diğer değişkenlerdir. Araştırmanın sonucunda bulunan diğer bir bulgu ise; Türkiye'de iç borçların parasallaştırıldığı ve böylece enflasyonun hızlandırıldığı düşüncesinin geçerli olmadığını ortaya koymuştur.

Taban ve Kara (2006), "Türkiye'de Kamu Kesimi İç Borçlanmasının Özel Yatırım Harcamaları Üzerindeki Etkisi" adlı makalede, 1989-2004 verilerini kullanarak Regrasyon Analizi yapmışlardır. İç Borç Stoku ile Özel Yatırım Harcamaları, Kamu Kesimi Sabit Sermaye Yatırımları, Reel Gayri Safi Milli Hasıla, Devlet İç Borçlanma Senetleri, Faiz Oranları ve Enflasyon Oranları arasındaki ilişkileri incelemişlerdir. Analizin sonucunda; kamu iç borçlanmasının özel sektör yatırımları üzerinde dışlama etkisi yarattığı sonucuna varılmıştır.

Susam (2005), "Türkiye'de Devlet İç Borçlarının Devlet İç Borçlanma Senetleri Faiz Oranları ile İlişkisi: 1990-2004 Granger Nedensellik Testi", adlı makalede, 1990-2004 verilerini kullanarak Granger Nedensellik Testini yapmıştır. İç Borç Stoku ile Devlet İç Borçlanma Senedi Faiz Oranı arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Test sonucunda; devlet iç borçlanma senedi faiz oranlarındaki artış eğilimin iç borç stokunu artırdığını sonucuna varılmıştır.

Demir ve Sever (2008), "Kamu İç Borçlanmasının Büyüme, Faiz ve Enflasyon Oranı Üzerindeki Etkileri" adlı makalede, 1987-2007 verilerini kullanarak Johansen Ortak Bütünleme Testi yapılmıştır. İç Borç Stoku ile Gayri Safi Milli Hasıla, Devlet İç Borçlanma Senetleri Faiz Oranları, Toptan Eşya Fiyat Endeksi ve Kamu İç Borcu arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Test sonucunda; iç borçlanma miktarları ile faiz oranı ve fiyatlar genel düzeyi arasında doğru orantı vardır, büyüme ters yönlü bir ilişkinin varlığı tespit edilmiştir.

Çoban, Doğanalp ve Uysal (2008), "Türkiye'de Kamu İç Borçlanmasının Makroekonomik Etkileri" adlı makalede, 1987-2007 verilerini kullanarak Granger Nedensellik Testi ve Eşbütünleme Analizi uygulanmıştır. İç Borç Stoku ile Enflasyon Oranı, Büyüme Oranı, Faiz Oranı, İç Borç Stokundaki Değişim arasında nasıl bir ilişki olduğunu araştırmışlardır. Yapılan testin ve analizin sonucunda; iç borçlanma ile büyüme arasında bir eş bütünleşmenin olduğu buna karşın iç borçlanma-faiz oranı ve iç borçlanma-enflasyon arasında bir eş bütünleşmenin olmadığı sonucuna varılmıştır. Ayrıca iç borç ile büyüme arasında bir nedensellik ilişkisi olduğu sonucuna varılmıştır.

Çiçek, Özegir ve Çevik (2010), "Bir Maliye Politikası Aracı Olarak Borçlanma ve Ekonomik Büyüme İlişkisi" adlı makalede, 1990-2009 verilerini kullanarak Regrasyon analizi yapmışlardır. İç Borç Stoku ile Gayri Safi Yurt İçi Hasıla, Toplam İç Borç Stoku, Toplam Dış Borç Stoku arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Analizin sonucunda; iç borç stokundaki herhangi bir artışın gayri safi yurt içi hasılada pozitif bir etki yarattığı sonucuna ulaşılmıştır.

Yılmaz ve Cural (2010), "Türkiye'de İç Borçlanmadaki Değişimi Belirleyen Faktörlere Yönelik Bir Regrasyon Analizi Çalışması: 1975-2010" adlı makalede, 1975-2010 verilerini kullanarak Regrasyon analizi yapılmıştır. İç Borç Stoku / Gayri Safi Yurt İçi Hasıla ile Reel Logaritmik Gayri Safi Yurt İçi Hasıla, Tüketici Fiyatları Endeksi, t dönemindeki Bütçe Açığı / Gayri Safi Yurt İçi Hasıla, t-1 dönemindeki Bütçe Açığı / Gayri Safi Yurt İçi Hasıla, Yurt İçi Tasarruf / Gayri Safi Yurt İçi Hasıla, Reel Faiz Dışı Fazla / Gayri Safi Yurt İçi Hasıla, Kamu Dış Borç Stoku / Gayri Safi Yurt İçi Hasıla arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Bağımlı değişken olarak; İç Borç Stoku / Gayri Safi Yurt İçi Hasıla diğer değişkenler bağımsız değişkenler olarak ele alınmıştır. Bağımlı değişkendeki bir birimlik bağımsız değişkende artma mı yoksa bir azalma mı meydana getirdiğini incelemişlerdir. Analizin sonucunda; modelde otokorelasyon değişen varyans sorunun olmadığı anlaşılmıştır.

Bilginoğlu ve Aysu (2008), "Dış Borçların Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkisi: Türkiye Örneği", adlı makalede, 1968-2005 verilerini kullanarak Regrasyon analizi yapmışlardır. Yapılan regrasyon analizi sonucunda; Türkiye'deki dış borçların ekonomik büyüme üzerinde negatif bir etkiye sahip olduğu gözlemlenmiştir ve dolayısıyla borç fazlası sorunu ile karşı karşıya kalındığı sonucuna varılmıştır. Bu

sonuç, ekonomik büyümeyi hızlandırmak için ülkenin dış borçlarının azaltılması gerektiği şeklinde yorumlanmıştır.

Kara (2001), "Türkiye'nin Ekonomik Büyüme Sürecinde Dış Borç Çıkmazı" adlı makalede, 1980 sonrası Türkiye'de dış borç kaynaklı ekonomik büyüme stratejisi incelenmiştir. Dış borçların ekonomik büyümeyi sağlayabilmesi için, bunların sermaye-hasıla katsayısının düşük olması, döviz getirisi yüksek olan üretken alanlarda kullanılması gerekmektedir. Türkiye'de ise alınan dış borçların çoğunlukla hammadde ve tüketim malları ithalatında, getirisi dolaylı ve düşük olan alt yapı yatırımlarında refinansman amaçlı kullanıldığı gözlemlenmiştir. Bunun önlenmesi için verimsiz olan kamu harcamalarının en aza indirilmesi, kamu harcamaların savurganlığın önlenmesi, özel sektörün ihracata özendirilmesi ve ülkede ekonomik istikrarın sağlanması gerektiğini vurgulamıştır.

Bayraktutan ve Arslan (2009), "Türkiye'de Ekonomik İstikrarsızlık Kaynakları" adlı makalede, 1990-2008 verilerini kullanarak Regrasyon analizi uygulamışlardır. Analizin sonucunda; bir ekonomideki temel istikrarsızlık göstergeleri, büyüme, enflasyon, işsizlik, dış borç oranı, faiz oranı vb. değişkenlerdir. Enflasyonu kontrol altına alma amacı, Türkiye'de uygulanan istikrar programlarının temelini oluşturur. Türkiye'de enflasyon, faiz oranı, dış borç stoku ve ekonomik büyüme ilişkisini bu çalışmada incelemek amaçlanmıştır. Enflasyon, faiz oranı, dış borç stoku ve ekonomik büyümenin zaman serileri durağanlığı ADF birim kök testleriyle araştırılmış ve daha sonra da enflasyon, faiz oranı, dış borç stoku ve ekonomik büyüme arasındaki ilişki incelenmiştir.

Karaca (2003), "Türkiye'de Enflasyon Büyüme İlişkisi: Zaman Serileri Analizi" adlı makalede, 1987-2002 yılının verilerini kullanan çalışmada, enflasyondan büyümeye doğru negatif bir ilişki olduğunu ve enflasyon oranında meydana gelecek bir artışın büyüme oranını düşüreceği yönünde bir tahminde bulunulmuştur.

Terzi ve Oltular (2004), "Türkiye'de Kısa ve Uzun Dönemde Enflasyon ve Ekonomik Büyüme İlişkisi" adlı makalede, 1987-2005 verileri kullanılarak gayri safi milli hasıla ile enflasyon arasında kısa ve uzun dönemde negatif bir ilişkinin olduğu yargısına varılmıştır.

Koyuncu ve Tekeli (2010), "1990 Sonrası Dönemde Türkiye'de Dış Borç Stoku Üzerinde Etkili Olan Ekonomik Faktörlerin Analizi" adlı makalede, Türkiye'de dış borçlanma üzerinde etkili olan faktörleri incelemişlerdir. Bu çalışmada, 1990-2009 dönemine ait verileri kullanmışlardır. Cari işlemler açığı, yurtiçi tasarruf miktarı, iç borçlar ve kamu harcamalarının dış borç stoku üzerindeki etkileri analiz edilmiştir. Çalışmada 1990 sonrasından günümüze kadar gelen dönemde Türkiye'de dış borç stoku üzerinde etkili olan ekonomik göstergeler ve bunların etki dereceleri belirlenmeye çalışılmıştır. Analizin sonucuna göre; cari işlemler açığı ve yurtiçi tasarruflar dış borç üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu gözlenmiştir. Bunlardan yurtiçi tasarruf düzeyinin dış borç stoku üzerinde çift yönlü bir etkisi olduğu gözlemlenmiştir. Bununla birlikte kamu harcamaları ve iç borç stokundaki değişimin dış borç stoku üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkisi olmadığı ortaya çıkarılmıştır. Özellikle 2000'li yıllardan sonra cari açığın dış borç üzerinde daha fazla etkisi olduğu sonucuna varılmıştır.

Kozalı (2007), "Dış Borç Sorunu ve Dış Borçların Ekonomik Büyüme Üzerine Etkisi" adlı tezde, bu tezde iki farklı model oluşturulmuştur. İlk model; dış borç stokunun kamu ve özel yatırımlarının büyüme üzerine etkisi incelenmiştir. İkinci modelde ise; dış borç servisinin, kamu ve özel yatırımlarının büyüme üzerine etkisi analiz edilmiştir. Çalışmada Gayri Safi Milli Hasıla bağımlı değişken, dış borç stoku, dış borç servisi, kamu ve özel yatırımlar bağımsız değişken olarak ele alınıp incelenmiştir. Türkiye'nin 1970-2005 dönemi yapısal değişimlerinin göz ardı edildiği durumda ve yapısal kırılmaların varlığı durumunda dış borç stoku, dış borç servisi, özel ve kamu yatırımları ile büyüme arasındaki ilişki incelenmiştir. Ayrıca, analiz için kök testleri ve farklı eşbütünleşme analizleri de kullanılmıştır. Yapılan kırılmanın göz ardı edildiği eşbütünleşme testleri sonucunda hem dış borç stokunun hem de dış borç servisinin büyümeyi olumlu yönde etkilediği sonucuna varılmıştır. Yapısal kırılma göz önüne alındığında ise her iki değişkenin büyümeyi olumsuz yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Elde bilgiler ışığında, Türkiye'de dış borçların verimli kullanılmadığını ve büyümeyi olumsuz yönde etkilediği kanısına varılmıştır.

2.2. Ekonometrik Model Uygulaması

Çalışmanın bu kısmında borçlanma ve finansal liberalizasyon arasındaki ilişki Türkiye ekonomisi açısından ele alınmıştır. Bu bölümde ekonometrik analizde kullanılan modele, değişkenlere, birim kök analizine, eşbütünleşme analizine, varyans ayrıştırması ve elde edilen sonuçlara yer verilmiştir.

2.2.1. VAR Modeli

Vektör hata düzeltme modelleri, durağan olmayan değişkenler arasındaki eş bütünleşme ilişkisini içeren kısıtlı VAR modelleridir (Oktayer, 2007: 176). VAR modeli zaman serisi modelleri içinde, son dönemde en fazla kullanılanıdır. Sims (1980), Dijk ve Franses (2000), Johansen (2000), Kilian ve Chang (2000), Lutkepohl (2000), VAR modellemesi ve analizi konusunda son dönemdeki literatüre örnek gösterilebilir (Özgen ve Güloğlu, 2004: 96).

İlk olarak Sims (1980) tarafından ortaya konulmuş olan VAR, tüm değişkenlerin içsel olarak modelde yer aldığı, herhangi bir denklemde modeldeki tüm değişkenlerin kullanıldığı, bir başka ifadeyle, herhangi bir değişkenin katsayısının belirli bir birlikte, teorinin öne sürdüğü varsayımların, kısıtlamaların model tanımını bozmasına müsaade edilmez (Özgen ve Güloğlu, 2004: 96).

Engle ve Granger (1987), iki değişkenin eşbütünleşik olması durumunda, kısa dönemde dengesizlikleri gideren bir hata düzeltme mekanizması olduğunu göstermektedir. Bu, bağımlı değişkendeki değişmelerin, açıklayıcı değişkenlerdeki değişme ile eşbütünleşik regresyondaki gecikmeli hata teriminin bir fonksiyonu olduğu anlamına gelir (Oktayer, 2007: 176).Pagan (1987), VAR modelini dört adımda özetlemektedir.

-Veriler VAR'a uygun bir forma dönüştürülür (durağanlaştırılır).

-Nedensellik testi yardımıyla gecikme değerleri ve değişkenler seçilir.

-Gecikme değerleri azaltılarak ve katsayılar düzleştirilerek VAR basitleştirilmeye çalışılır.

-Ortogonalizasyon işlemiyle şoklar elde edilir.

İki değişkenli VAR modeli, standart şekilde şöyle ifade edilebilir:

$$y_t = a_1 + \sum_{i=1}^{p} b_{1i} y_{t-i} + \sum_{i=1}^{p} b_{2i} x_{t-i} + v_{1t}$$

$$x_t = c_1 + \sum_{i=1}^{p} d_{1i} y_{t-i} + \sum_{i=1}^{p} d_{2i} x_{t-i} + v_{2t}$$

Yukarda verilen modelde v normal dağılıma sahip, ortalaması sıfır ve kendi gecikmeli değerleriyle olan konvaryansları sıfır ve varyansları sabit hata terimini, ρ ise gecikmelerin uzunluğunu ifade etmektedir (Özgen ve Güloğlu, 2004: 96).

Makroekonomik modellerde yer alan değişkenler arasında genellikle dinamik bir geri besleme mevcuttur. Sistemde yer alan alan herhangi bir zaman serisinin, zaman içinde izlediği trendin, sistemdeki başka bir zaman serisinin trendinden bağımsız olup olmadığı tam olarak bilinememektedir. Bu tür simetrik bir etkileşimin söz konusu olduğu zaman serilerini içeren çok denklemli sistemlerde VAR yöntemi kullanılmaktadır (Kazdağlı, 1996:42; Özgen ve Güloğlu 2004: 96).

VAR modeli öngörüleri, tüm değişkenlerin gelecekteki davranışlarının örneklem dönemi ile aynı kalacağı varsayımı üzerine yapılmaktadır. VAR modeli ile öngörülerde, model kullanıcıları tarafından önceden sahip olunan ilave bilgilerin, öngörü başarısını arttırmaya yönelik olarak kullanılması mümkün değildir. VAR modelinin bu ilave bilgileri kullanabilmesi için modelde yer alan değişkenlerin gerçekleşen değerlerinin biliniyor olması ve bu değerlerin modele yansıtılması gerekmektedir.

Yıllık, üç aylık gibi uzun dönemli gözlemler söz konusu olduğunda, ekonomideki yapısal değişimlerin VAR modeline dahil edilebilmesi oldukça uzun bir süreyi gerektirmektedir. Ancak, günlük, haftalık gibi gözlenme dönemi yüksek frekanslı veriler için ilave bilgilerin VAR modeli tarafından kullanılması çok daha kısa bir sürede mümkün olabilecektir (Aksoy vd., 2000: 39).

VAR analizi üç kısımdan oluşur; Etki-Tepki analizi, Varyans Ayrıştırması ve Granger nedensellik analizi. Etki-Tepki analizi ve Varyans ayrıştırması ile ilerisi için tahmin yapılırken, nedensellik analizi ile veri aralığının ait olduğu dönem hakkında yorum yapılır. VAR analizinde kullanılan verilerin durağan olması gerekmektedir. Bu nedenle, öncelikle değişkenlerin durağan olup olmadığının belirlenebilmesi gerekmektedir (Doğan vd.,2012: 372-373).

Varyans ayrıştırması değişkenlerin kendilerinden ve diğerlerinde meydana gelen şokların kaynaklarını yüzde olarak ifade eder. Kullanılan değişkenlerde meydana gelecek bir değişmenin yüzde kaçının kendisinden, yüzde kaçının diğer değişkenlerden kaynaklandığını gösterir. Bir değişkende meydana gelen değişmelerin büyük bölümü kendisindeki şoklardan kaynaklanıyorsa, bu değişkenin dışsal olarak hareket ettiğini gösterir. Varyans ayrıştırması değişkenler arasındaki nedensellik ilişkisinin derecesi hakkında bilgi verir (Enders, 1995: 311).

Bu tez çalışmasında Türkiye'de borç ilişkisi 1980-2010 döneminde yıllık veriler kullanılarak incelenmiştir. Çalışmada kullanılan değişkenler; toplam iç borç stokunun GSYH içindeki payı, toplam dış borç stokunun GSYH içindeki payı, reel GSYH, para arzının GSYH içindeki payı, ticari dışa açıklık oranı, finansal dışa açıklık oranı, enflasyon oranı, yurtiçi tasarruf oranı, reel döviz kuru ve faiz oranıdır. Model içinde yer alan verilerin derlenmesinde, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Elektronik Veri Dağıtım Sistemi ve World Development Indicator 2011 (WDI 2011)'den yararlanılmıştır. Türkiye'deki finansal liberalizasyon sürecinin borçlanmayı nasıl etkilediğini görmek için yapılacak analizde iki model kullanılacaktır. İlk modelimiz Model 1'de iç borçlanmanın etkisini, ikinci model Model 2'de ise dış borçlanmanın etkisini inceleyeceğiz. Bu doğrultuda modellerin değişken vektörü;

Model 1 için

IB = f (GSYH, M2, TA, FA, ENF, FO)

Model 2 için

DB = f (GSYH, KUR, TA, FA, YIT)

Şeklindedir. Bu değişkenlerin belirlenmesi için de teorik yapı tezin başında tartışılan literatür bölümünden yola çıkılarak oluşturulmuştur.

Bu çerçevede modelde kullanılan değişkenler ve bu değişkenler için kullanılan semboller aşağıda kısaca özetlenmiştir:

-Toplam İç Borç Stokunun GSYH İçindeki Payı-IB: Araştırmanın bağımlı değişkeni olup, t dönemdeki İç Borç Stoku / Gayri Safi Yurt İçi Hasıla verilerinden oluşmaktadır.

-Toplam Dış Borç Stokunun GSYH İçindeki Payı-DB: Araştırmanın bağımlı değişkeni olup, t dönemdeki İç Borç Stoku / Gayri Safi Yurt İçi Hasıla verilerinden oluşmaktadır.

-Gayri Safi Yurt İçi Hasıla-GSYH: Gayri Safi Yurt İçi Hasıla ekonomik performansı ve gelir düzeyini yansıtan temel bir göstergedir.

-Para Arzı-M2: Bir ekonomide dönen toplam para miktarıdır. Para arzı M1 ve M2 denen iki araçla ölçülür. M1 ekonomideki nakit parayı gösterirken, M2 ise; vadesiz mevduat ve çeklerin toplamıdır.

-Ticari Dışa Açıklık Oranı-TA: Bir ülkenin dış alemle olan ticari ilişkilerinin büyüklüğünün göstergesidir. İhracatın toplam gelir içindeki payıdır.

-Finansal Dışa Açıklık Oranı-FA: Bir ülkenin dış dünya ile finansal ilişkisi sonucu ortaya çıkan dış varlık ve yükümlülük toplamının ülke gayri safi yurt içi hasılasına oranı olarak ifade edilir.

-Enflasyon Oranı-ENF: Enflasyon, fiyatlar genel düzeyinin sürekli ve hissedilir artışını ifade eden bir durumdur. Nominal milli gelirin, bu gelirle satın alınan mal miktarına nazaran artması demektir.

-Yurtiçi Tasarruf-YIT: Yurt içi tasarrufların ve sermaye piyasalarının gelişim düzeyinin küçük olduğu ülkeler, dış borç kullanmaya zorlanır. Ülkelerin finansal piyasalarının yeterince gelişememiş olması nedeniyle yerel paralarıyla dış piyasalarda ihraç yapamaması ya da yurt içi piyasada uzun vadeli ve sabit faizli borçlanamaması olarak ifade edilir.

-Reel dolar döviz kuru –KUR: Bir birim ülke parasının diğer bir ülke parası cinsinden değerine denir.

-Mevduat faiz oranı-FO: Faiz oranı, nominal faiz oranı ve reel faiz oranı diye ikiye ayrılabilir. Nominal faiz oranı, bankalar gibi organizasyon ve kurumlar tarafından açıklanan faiz oranıdır. Reel faiz oranı ise; enflasyona göre düzeltilmiş faiz oranıdır ve nominal orandan enflasyon oranının çıkarılması ile bulunur.

Aizenman (2004) tarafından yapılan çalışma baz alınarak, iktisat literatüründe genel kabul görmüş olan şekliyle analizde kullanılan ticari dışa açıklık oranı; [(ihracat + ithalat)*100 / GSMH] ve finansal dışa açıklık oranı; [(gayri safi özel sermaye girişi + gayrisafi özel sermaye çıkışı)*100 / GSMH)] şeklinde hesaplanmıştır. Değişkenlerle ilgili verilerin zaman serisi özelliklerinin belirlenmesinde ve modelin tahmin edilmesinde E-Views 6.0 ekonometri programından yararlanılmıştır.

2.2.2. Birim Kök Testleri

Ekonomik serilerin durağanlığını tespit etmede birim kök testleri yoğun bir şekilde kullanılmaktadır. Birim kök testleri, serilerin önceki dönem değerlerine göre regresyonlarından yola çıkılarak uygulanmaktadır (Tarı, 2010: 393).

Ekonometrik modellerde kullanılan değişkenler arasında anlamlı ilişkiler elde edilebilmesi için serilerin durağan olması gerekmektedir. Durağanlık genel bir tanımla, sabit ortalama, sabit varyans ve seriye ait iki değer arasındaki kovaryansın incelenen zamana değil, yalnızca iki zaman değeri arasındaki farka bağlı olması şeklinde ifade edilmektedir (Berber ve Artan, 2004: 11).

Durağanlığın daha biçimsel bir tanımlaması yapılacak olursa, veri bir y_t zaman serisi için durağanlık şartları şu biçimde sıralanabilir (Gujarati, 2001: 713); 1.Ortalama : E (y_t) = μ ; 2.Varyans : Var (y_t) = E $(y_t - \mu)^2 = \sigma^2$; 3.Kovaryans : γ_k = E [(y_t) - μ) (y_{t+k} - μ)]

Burada γ_k ; aralarında k dönem fark olan iki Y değeri (y_t, y_{t+k}) arasındaki kovaryanstır. Durağan olmayan seriler ile yapılan analizlerden elde edilen sonuçlar sorunlu olarak nitelendirilmektedir.

İktisadi değişkenlerin varlığı maruz kaldıkları şoklarla ilişkilidir. Bu şoklar değişkenler üzerindeki etkileri birkaç dönem içerisinde yok olan geçici şoklar olabileceği gibi etkileri uzunca bir süre devam eden kalıcı şoklarda olabilir. Kullanılan seriler bu şokların karakterlerine göre trend veya mevsimsel dalgalanma özellikleri gösterebilmektedirler. Trend ve dalgalanma gösteren seriler durağan değildirler (Yurdakul, 2000: 2).

Bir zaman serisinin birim kök içerip içermediğini tespit etmek için kullanılan yöntemlerden en yaygın olanı, Dickey-Fuller (1979-1981) tarafından geliştirilen Dickey-Fuller birim kök testidir. Bu çalışmada serilerin durağanlıklarının belirlenmesinde kullanılan Genişletilmiş Dickey-Fuller (ADF) testi için geliştirilmiş regresyon denklemleri aşağıdaki gibidir:

$$\Delta Y_t = \alpha_1 Y_{t-1} + \sum_{i=1}^{k} \beta_i \Delta Y_{t-i} + \varepsilon_t$$

$$\Delta Y_t = \alpha_0 + \alpha_1 Y_{t-1} + \sum_{i=1}^{k} \beta_i \Delta Y_{t-i} + \varepsilon_t$$

$$\Delta Y_t = \alpha_0 + \alpha_2 trend + \alpha_1 Y_{t-1} + \sum_{i=1}^{k} \beta_i \Delta Y_{t-i} + \varepsilon_t$$

Yukarıdaki denklemlerde Yt; durağanlık testinin uygulandığı değişkeni, Δ; fark işlemcisini, a_0; sabit terimi, α ve β; katsayıları, et; hata terimini ve i = 1, 2, 3,……, k ise değişkenler arasındaki otokorelasyon sorununu engelleyen optimal gecikme uzunluğunu ifade etmektedir. Çalışmada, otokorelasyon sorununun giderilmesi için denklemlerin sağ tarafına eklenecek gecikme uzunluklarının neler oldukları, Modified Akaike kriteri kullanılmıştır.

Birim kökü belirlemek üzere sıfır hipotezi $(H_0 : \delta = 0)$ veya $(H_0 : \rho = 1)$ şeklinde olur. Eğer sıfır hipotezi kabul edilirse, birim kök sorunu söz konusu olacak ve serinin durağan olmadığı ortaya çıkacaktır. Burada uygulanacak test Genişletilmiş Dickey-Fuller istatistikleridir. Eğer (τ) istatistiğinin mutlak değeri, belirlenen anlamlılık düzeyinde Mac Kinnon kritik değerlerinin mutlak değerinden küçük (büyük) ise, serinin durağan olmadığı (durağan olduğu) sonucuna ulaşılır (Ertek 1996, 387; Tarı 2006: 395). Uygulamada serilerin durağanlık özelliklerinin test edilmesinde en çok kullanılan yöntemler Dickey ve Fuller (1979), Genişletilmiş Dickey/Fuller (ADF) (1981), Phillips/Perron (PP) (1988) ve KPSS (1992) testleridir. Bu çalışmada Genişletilmiş Dickey-Fuller (ADF) testi kullanılmıştır.

Değişkenlerin durağan olup olmadığının belirlenebilmesi için seriler mevsimsel etkilerden hareketli ortalamalar yöntemiyle (Moving Avarage Methods) arındırılarak testler gerçekleştirilmiştir. Tablo 2.1'de ADF birim kök testi sonuçları gösterilmiştir. ADF birim kök testi sonuçlarına göre, IB, DB, GSYH, M2, KUR, ENF, FO, FA, TA, YIT değişkenleri düzeyde durağan olmadıkları, birinci farkları alındığında durağan hale geldikleri için bütünleşme derecesi I(1)'dir.

Tablo 2.1. Tablo ADF Birim Kök Test Sonuçları

Değişkenler	**ADF t istatistiği (Düzey)**		**ADF – t istatistiği (Birinci Fark)**	
	Trendsiz	Trendli	Trendsiz	Trendli
IB	-1.852(4)	-2.026(1)	-6.518(0)*	-6.479(0)*
DB	-1.885(0)	-1.270(0)	-4.745(0)*	-5.002(0)*
GSYH	-0.873(0)	-2.806(0)	-6.062(0)*	-6.030(0)*
M2	2.377(1)	0.626(0)	-3.786(0)*	-5.148(0)*
KUR	-1.209(0)	-2.328(0)	-6.227(0)*	-6.190(0)*
ENF	-0.704(0)	1.326(1)	-6.350(0)*	-6.808(0)*
FO	-1.879(0)	-2.935(0)	-8.262(0)*	-8.830(0)*
FA	-2.533(0)	-2.484(0)	-7.257(0)*	-7.248(0)*

TA		-1.869(0)	-3.011(0)	-5.272(0)*	-5.187(0)*
YIT		-0.221(1)	-0.902(1)	-6.718(0)*	-4.508(2)*
Anlamlılık	% 1	-3.670	-4.296	-3.679	-4.309
Düzeyi	% 5	-2.963	-3.568	-2.967	-3.574
	% 10	-2.621	-3.218	-2.622	-3.221

Not: Parantez içindeki değerler Modified Akaike Kriteri kullanılarak seçilen gecikme uzunluklarıdır.Maksimum gecikme uzunluğu 11 olarak alınmıştır. *, ** ve *** işaretleri sırasıyla % 10, %5 ve %1 düzeyinde anlamlılığı ifade etmektedir.

2.2.3. Eşbütünleşme Testi

Eşbütünleşme durağan olmayan zaman serileri arasındaki ilişkiyi analiz etmek için geliştirilmiş bir testtir. Bu test, tek başına durağan olmayan ancak doğrusal kombinasyonu durağan olan zaman serilerini ele almaktadır. Bu nedenle eşbütünleşme testi, tek başına durağan olmayan zaman serilerinin, doğrusal kombinasyonunun durağan olup olmaması durumunun araştırılmasına dayanmaktadır.

Eşbütünleşme tekniğini kullanmanın temelde iki noktada avantajı olduğu bilinmektedir: Birincisi, kısa ve uzun dönem etkileri arasında ayrım yapmaya imkan tanımaktadır. İkincisi, uzun dönem değerlerine doğru ayarlama hızının doğrudan tahmin edilebilmesidir. Aynı dereceden bütünleşik değişkenler arasındaki eşbütünleşmenin varlığı araştırılırken kullanılacak yöntem seçiminde, değişken sayısı belirleyici olmaktadır. Değişken sayısının ikiden fazla olduğu durumlarda birden fazla eşbütünleşme ilişkisi olabilir. Eşbütünleşme testlerinden Engle-Granger Yöntemi ile bu durumu tespit etmek mümkün değildir. Bu sorun, Johansen-Juselius tarafından "En Çok Benzerlik" (Maximum Likelihood) yönteminden yararlanılarak oluşturulan Johansen-Juselius Yöntemi (JJ) kullanılarak aşılmaktadır (Kızılgöl, 2006: 5-6).

Gecikme seviyesi araştırılan konunun niteliğine ve araştırmacının isteğine göre keyfi belirlenebileceği gibi tahminlerin güvenilirliği açısından bir kısım seçim kriterlerine başvurularak da belirlenebilmektedir. Son Tahmin Hatası (FPE), Akaike Bilgi Kriteri (AIC), Hannan Quinn (HQ) ve Schwartz (SC) kriterleri gecikme seviyesinin tespitinde kullanılan kriterler arasında yer almaktadır (Bozkurt, 2007:103-105).

Aşağıda Model 1 ve Model 2 için gecikme uzunluğu test sonuçları yer almaktadır. Tablo 2.2.'de Model 1 VAR modeli için SC 3 gecikme uzunluğunu, LR ve HQ için 2 gecikme uzunluğunu, AIC ve FPE içinse 1 gecikme uzunluğunu vermektedir. Optimal gecikme seviyesi için AIC ve FPE kriterinin 1 gecikmeye işaret etmesi nedeniyle analizde Model 1 için gecikme seviyesinin 1 olmasına karar verilmiştir. Tablo 2.3.'de Model 2 VAR modeli için FPE ve HQ için 3 gecikme uzunluğunu, LR için 2 gecikme uzunluğunu, AIC ve SC içinse 1 gecikme uzunluğunu vermektedir. Optimal gecikme seviyesi için AIC ve SC kriterinin 1 gecikmeye işaret etmesi nedeniyle analizde Model 1 için gecikme seviyesinin 1 olmasına karar verilmiştir. Ayrıca bu gecikme uzunluğunda kurulan modelin otokorelasyon ve değişen varyans içermediği LM ve White testi kullanılarak saptanmıştır.

Tablo 2.2 Model 1 İçin Gecikme Uzunluğu Test Sonuçları

Lag	***LogL***	***LR***	***FPE***	***AIC***	***SC***	***HQ***
0	-214.6675	NA	0.282207	15.76197	16.04744	15.84924
1	-46.43763	252.3449	2.38e-05*	6.316974*	8.315281	6.927876
2	9.081992	59.48531*	8.78e-06	4.922715	8.633856	6.057248*
3	75.16982	42.48503	3.81e-06	2.773584	8.197560*	4.431748

* Kriterler tarafından belirlenen gecikme seviyesini göstermektedir.

Not: Gecikme seviyesine 3 gecikme ile başlanmıştır. Zaman boyutunun uzun olmaması nedeniyle, daha uzun (6 ve 12 gecikme gibi) gecikme seviyeleri hesaplanamamıştır.

Tablo 2.3 Model 2 İçin Gecikme Uzunluğu Test Sonuçları

Lag	***LogL***	***LR***	***FPE***	***AIC***	***SC***	***HQ***
0	-813.7301	NA	1.08e+18	58.55215	58.83762	58.63942
1	-673.6788	210.0770	6.83e+14	51.11991*	53.11822*	51.73082
2	-642.7823	33.10345*	1.46e+15	51.48445	55.19559	52.61898

3	-546.0198	62.20445	7.09e+13*	47.14427	52.56824	48.80243*

* Kriterler tarafından belirlenen gecikme seviyesini göstermektedir.

Not: Gecikme seviyesine 3 gecikme ile başlanmıştır. Zaman boyutunun uzun olmaması nedeniyle, daha uzun (6 ve 12 gecikme gibi) gecikme seviyeleri hesaplanamamıştır.

Aşağıdaki Tablo 2.4' de Model 1 için 1 gecikme değeri kullanılan JJ eşbütünleşme test sonuçları gösterilmektedir.

Tablo 2.4 Model 1 için Johansen-Juselius Eşbütünleşme Testi Sonuçları

Değişkenler: IB, GSYH, FA, TA, M2, YIT, ENF

Gecikme Sayısı:1

İz (Trace) İstatistiği				***Maksimum Özdeğer İstatistiği***			
Sıfır Hipotez (H_0)	Alternatif Hipotez (H_1)	Test İstatistiği	Kritik Değer (%5)	Sıfır Hipotez (H_0)	Alternatif Hipotez (H_1)	Test İstatistiği	Kritik Değer (%5)
r = 0	r ≥ 1	83.60156*	76.97277	r = 0	r =1	32.04247	34.80587
r ≤ 1	r ≥ 2	51.55909	54.07904	r ≤ 1	r =2	25.31213	28.58808
r ≤2	r ≥ 3	26.24696	35.19275	r ≤2	r =3	14.88884	22.29962
r ≤ 3	r ≥ 4	11.35813	20.26184	r ≤ 3	r =4	6.628733	15.89210
r ≤ 4	r ≥ 5	7.28734	9.164546	r ≤ 4	r =5	4.729392	9.164546
r ≤ 5	r≥ 6	4.705396	5.841166	r ≤ 5	r =6	2.705396	3.841466
r ≤ 6	r = 7	0.60156	76.97277	r ≤ 6	r =7	0.04247	1.80587

Tablo 2.4. 'de JJ test sonuçlarına göre, 7 değişken arasında eşbütünleşme olmadığını (r=0) ifade eden boş hipotezi yüzde 5 anlamlılık düzeyinde reddedilmektedir.

Aşağıdaki Tablo 2.5.' te Model 2 için 1 gecikme değeri kullanılan JJ eşbütünleşme test sonuçları gösterilmektedir.

Tablo 2.5. Model 2 için Johansen-Juselius Eşbütünleşme Testi Sonuçları

Değişkenler: DB, GSYH, FA, TA, KUR, FO

Gecikme Sayısı:1

İz (Trace) İstatistiği				***Maksimum Özdeğer İstatistiği***			
Sıfır Hipotez (H_0)	Alternatif Hipotez (H_1)	Test İstatistiği	Kritik Değer (%5)	Sıfır Hipotez (H_0)	Alternatif Hipotez (H_1)	Test İstatistiği	Kritik Değer (%5)
r = 0	r ≥ 1	118.6948*	95.75366	r = 0	r =1	45.70481*	40.07757
r ≤ 1	r ≥ 2	72.99003*	69.81889	r ≤ 1	r =2	30.73545	33.87687
r ≤2	r ≥ 3	42.25458	47.85613	r ≤2	r =3	21.34556	27.58434
r ≤ 3	r ≥ 4	20.90902	29.79707	r ≤ 3	r =4	11.87771	21.13162
r ≤ 4	r ≥ 5	9.031313	15.49471	r ≤ 4	r =5	8.918480	14.26460
r ≤ 5	r = 6	0.705396	3.841166	r ≤ 5	r =6	0.112833	3.841466

Tablo 2.5. 'te JJ test sonuçlarına göre, 6 değişken arasında eşbütünleşme olmadığını (r=0) ifade eden boş hipotezi yüzde 5 anlamlılık düzeyinde reddedilmektedir.. Karar kuralına göre hem λ_{trace} hem deλ_{max} istatistiğinde test istatistiği tablo değerinden büyük olursa sıfır hipotezi red edilir. λ_{max} sınamasının λ_{iz} sınamasına göre üstün olduğu düşünülür. Ancak bu sınama güvenilir olması bakımından büyük örneklem çapını (yaklaşık 300 gözlem) gerektirir. Küçük örneklem problemi Reimers (1992) tarafından da dile getirilmiş ve böyle bir durumda Johansen testlerinin sıfır hipotezini aşırı red ettiğini belirtmiştir. Buna önlem olarakta hem iz hem de en büyük öz değer istatistiğinde serbestlik derecesi düzeltilmesi yapılması gerektiğini vurgulamıştır.

Bu bakımdan Model 1 için bir tane Model 2 için iki eşbütünleşme vektörünün bulunduğu anlaşılmaktadır. Yukarıdaki JJ yöntemiyle elde edilen normalize edilmiş eşbütünleşme vektörü sonuçları aşağıda gösterilmektedir.

Tablo 2.6. Model 1 için Normalize Edilmiş Eşbütünleşme Vektörü

IB	***GSYH***	***FA***	***TA***	***M2***	***YIT***	***ENF***	***C***
1.000000	-0.951943	0.044329	0.026233	-0.011976	-0.112155	0.356881	17.34693
	(0.13351)	(0.00861)	(0.00614)	(0.00695)	(0.03398)	(0.03398)	(2.45909)

Not: Parantez içindeki değerler standart hatayı göstermektedir.

IB =f (GSYH, FA, TA, M2, YIT, ENF, C)

IB=0.951943* *GSYH* - 0.044329*FA - 0.026233*TA + 0.011976*M2 +0.112155*YIT + 0.356881*ENF - 17.34693*C

Yukarıdaki Tablo 2.6. incelendiğinde, IB =f (GSYH, FA, TA, M2, YIT, ENF,C) modelde uzun dönemde, GSYH, para arzı ve tasarruflar iç borçlanmayla pozitif bir ilişki içindedir. Yani GSYH, para arzı ve tasarruflar arttığında iç borçlanmada artmaktadır. Finansal açıklık ve ticari açıklık ile iç borçlanma arasında negatif bir ilişki vardır. Yani ticari açıklık ve finansal açıklık arttığında iç borçlanma azalmaktadır. GSYH ve tasarruflar ülkelerin ekonomik performansı ve gelir düzeyini yansıtan temel bir göstergedir. Bu verilerin yüksek olduğu ülkeler genel olarak finansal açıdan daha gelişmişlerdir. Bu nedenle daha yüksek tasarruf havuzuna ve iç borçlanmada daha yüksek güvene sahiptirler. Bu nedenle iç borçlanma GSYH ve tasarruflarla pozitif bir ilişki içindedir.

Tablo 2.7. Model 2 için Normalize Edilmiş Eşbütünleşme Vektörü

DB	***GSYH***	***FA***	***TA***	***KUR***	***FO***	***C***
1.000000	0.000000	- 0.012207	-0.016720	0.562294	-0.004357	-0.340577
		(0.01100)	(0.00683)	(0.10052)	(0.00101)	(0.07379)
0.000000	1.000000	0.059646	-0.034086	0.830027	-0.007094	0.230144
		(0.01281)	(0.01070)	(0.14680)	(0.00123)	(0.01783)

Not: Parantez içindeki değerler standart hatayı göstermektedir.

D B=f (GSYH, FA, TA, KUR, FO)

D =0.012207*FA + 0.016720*TA - 0.562294*KUR + 0.004357*FO +0.340577*C

GSYH=0.059646*FA + 0.034086*TA - 0.830027*KUR + 0.007094*FO - 0.230144 *C

Yukarıdaki Tablo 2.7 incelendiğinde, DB=f(GSYH, FA, TA, KUR, FO, C) modelde uzun dönemde, finansal açıklık, ticari açıklı ve faiz oranı dış borçlanmayla pozitif bir ilişki içindedir. Kur ise dış borçlanma ile negatif bir ilişki içindedir. GSYH ise finansal açıklık ve kur ile pozitif, ticari açıklık ve faiz oranı ise negatif ilişki içindedir.

2.4.Varyans Ayrıştırması

VAR modeli parametrelerinin doğrudan yorumu pek anlamlı olmamaktadır. Bu yüzden, varyans ayrıştırması (variance decomposition) analizi yapılarak bir takım sonuçlar çıkarılmaya çalışılmaktadır. (Pindyck ve Rubinfeld, 1991: 385-386).

Öngörü hatalarının özelliklerinin bilinmesi, sistemde yer alan değişkenler arasındaki karşılıklı ilişkilerin açığa çıkarılmasında önemli bir fayda sağlamaktadır. Varyans ayrıştırması, her bir değişkenin öngörü hata varyansının, sistemdeki her bir değişkene yüklenebilecek bileşenlerine ayrıştırma oranı olarak tanımlanmaktadır. Her bir değişkenin öngörü hata varyansını değişkenlerin her birine paylaştırarak şokların değişkenler üzerindeki etkilerini oransal olarak ölçmede kullanılmaktadır. Varyans ayrıştırması analizi, değişkenlerin varyanslarının birbirini nasıl etkilediğini göstermektedir. Varyans ayrıştırması analizi ile, bir değişkendeki değişimin yüzde kaçının kendi, yüzde kaçının diğer değişkenlerden kaynaklandığı araştırılmaktadır (Tarı, 2010: 435-457).

Varyans ayrıştırması, içsel değişkenlerden birisindeki değişimi, tüm içsel değişkenleri etkileyen ayrı ayrı şoklar olarak ayırır. Bu anlamda varyans ayrıştırması, sistemin dinamik yapısı hakkında bilgi verir. Varyans ayrıştırmasının amacı, her bir rassal şokun, gelecek dönemler için öngörünün hata varyansına olan etkisini ortaya çıkarmaktır.

Öngörünün hata varyansı, *h* uzunluktaki bir dönem için, her bir değişkenin hata varyansına katkısı olarak ifade edilebilir. Daha sonra bu şekilde elde edilen her bir varyans, toplam varyansa oranlanarak, yüzde olarak nispi ağırlığı bulunur.

Tablo 2.8 Model 1 için IB'nin Varyans Ayrıştırması (%)

Dönem	***IB***	***GSYH***	***FA***	***TA***	***M2***	***YIT***	***ENF***
1	100.0000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
2	93.05394	0.456663	4.413840	0.783553	0.826420	0.187261	0.278328
3	89.21600	0.504859	7.087536	0.949339	1.504253	0.505839	0.232175
4	86.89818	0.459240	8.506394	1.043193	2.232906	0.636768	0.223317
5	85.52921	0.473247	8.999915	1.087819	3.005499	0.635278	0.269027

6	84.50543	0.626244	8.982579	1.098012	3.809524	0.615735	0.362474
7	83.42800	0.934268	8.772409	1.087110	4.624448	0.661367	0.492402
8	82.10334	1.370625	8.572488	1.065307	5.428666	0.811555	0.648014
9	80.48207	1.888380	8.492714	1.038416	6.203402	1.073965	0.821051
10	78.59215	2.438394	8.581082	1.009001	6.933991	1.439256	1.006126

Tablo 2.8'de görüldüğü gibi ilk dönemde iç borçlanma değişkeninin varyansındaki değişimin tamamı kendisinden kaynaklanmaktadır, bu oran 5. dönemin sonunda % 83,52, 10. ayın sonunda ise %78,59 olmaktadır. 10. dönemin sonunda iç borçlanma varyansındaki değişmelerin % 2,43'ünü GSYH, %8,49'unu finansal açıklık, %1'ini ticari açıklık, % 6'sını para arzı, % 1,4'ünü tasarruflar ve %1'ini enflasyon açıklamaktadır.

Tablo 2.9 Model 2 için DB'nin Varyans Ayrıştırması (%)

Dönem	***DB***	***GSYH***	***FA***	***TA***	***KUR***	***FO***
1	100.0000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
2	62.73870	1.413556	2.025063	4.548413	0.509284	28.76498
3	44.89212	1.966760	2.619025	12.94185	0.723523	36.85672
4	36.88454	2.126230	2.536447	20.55976	0.878568	37.01445
5	33.09322	2.116468	2.335924	25.93202	1.055114	35.46725
6	31.26145	2.048667	2.200547	29.13599	1.262484	34.09086
7	30.36970	1.989438	2.143400	30.79602	1.483437	33.21801
8	29.92719	1.968098	2.131197	31.55012	1.692788	32.73060
9	29.69747	1.985333	2.135803	31.84764	1.870337	32.46342
10	29.56941	2.028001	2.143743	31.94318	2.007003	32.30867

Tablo 2.9'da dış borç oranı 1. dönemde % 100 ile hata varyansının tamamını kendisi açıklamaktadır. 5. dönemde % 33,09' ünü 10. Dönemde ise % 29,5'ini yine endeksin kendisi tarafından açıklandığı görülmektedir. 10. dönemde ise değişimin % 2'si GSYH, finansal açıklık ve kur, %31,9'u ticari açıklık, %32,3'ü faiz oranı tarafından açıklanmaktadır.

3. SONUÇ VE GENEL DEĞERLENDİRME

1980'li yıllardan sonra sıklıkla başvurulan bir finansman kaynağı olan iç borçlar günümüzde gelişmekte olan ekonomilerde önemli bir sorun haline gelmiştir. Özellikle son yıllarda iç borçlanmayla elde edilen kaynakların yeniden iç borçların anapara ve faiz ödemelerinde kullanılması kısır bir döngü olan iç borç – faiz sarmalığına girildiğinin bir göstergesidir (Çoban vd., 2008: 252).

Türkiye'de iç borçlara ilişkin düzenlemelerin ve yeniden gözden geçirmelerin yapılması, istikrarlı ve sağlam bir altyapı için son derece önem arz etmektedir. İç borçlanmada borcun vade yapısının yanı sıra reel faiz yükü de önemlidir. Borçlanmayla finansmanın yüksek reel faiz oranlarına veya artan finansal baskılara yol açtığını ortaya çıkarılmıştır. Diğer taraftan, faiz oranlarındaki bir artışın kamu borçlarının da büyüme oranını azaltacağını ifade etmektedir (Çoban vd., 2008: 252-253).

Türkiye'deki dış borçların ekonomik büyüme üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Bir ülkede eğer dış borçlar ekonomik büyümeyi negatif etkiliyorsa o ülkenin dış borç fazlası sorunu ile karşı karşıya olduğu ileri sürülebilir.

Dış borç yönetimi, Türkiye gibi yüksek borç stoklarına sahip ve borçlanma koşullarının ağır olduğu ülkelerde oldukça önemli bir yere sahip olmalıdır. Etkin bir dış borç yöntemi sayesinde dış borçlanma yapısı geliştirilebilir, dış borç servis yükü azaltılabilir, dış borç göstergeleri dikkate alınarak risklilik seviyesinden uzak durulabilir ve ekonomik kalkınma finanse edilebilir. Özel sektörün dış borçlanması ile ilgili birtakım yasal düzenlemeler ve kontroller yapılabilir. Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler, aldıkları dış borç koşullarının ekonomik yapılarına uygun olmasına ve uzun dönemde ekonomik dengelerini bozmamasına dikkat etmelidirler. Söz konusu ülkeler, cari harcamalarını finanse etmek için değil, kalkınmaya yönelik yatırımlarını finanse etmek için dış borçlanmaya başvurmalıdırlar (Bilginoğlu ve Aysu, 2008: 20).

YARARLANILAN KAYNAKLAR

Ağır, H., 2010. Türkiye'de Finansal Liberalizasyon ve Finansal Gelişme İlişkisinin Ekonometrik Analizi, Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu, Ankara, 210s.

Aizenman, J., 2004. "Financial Opening and Development: Evidence and Policy Controversies", American Economic Review, 92(2), pp.65-70.

Aksoy, S., Köse, N., ve Uçar, N., 2000. "Alternatif Modellerinin Öngörü Performansı: Türkiye Örneği", Gazi Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 2(3), ss. 37-52.

Bayraktutan, Y., ve Arslan, İ., 2009. "Türkiye'de Ekonomik İstikrarsızlık Kaynakları (1990-2008)", Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 8(1), ss. 199-213.

Berber, M., Artan, S., 2004. "Türkiye'de Enflasyon-Ekonomik Büyüme İlişkisi: Teori, Literatür ve Uygulama", Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 18(13), ss. 1-17.

Bilginoğlu, M. A., ve Aysu, A., 2008. "Dış Borçların Ekonomik Büyüme Üzerine Etkisi: Türkiye Örneği", Erciyes Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, s. 31, ss. 1-23.

Bozkurt, H., 2007. "Zaman Serileri Analizi", Ekin Kitabevi, Bursa, 104s.

Çiçek, H., Gözeğir, S., ve Çevik, E., 2010. "Bir Maliye Politikası Aracı Olarak Borçlanma ve Ekonomik Büyüme İlişkisi", Cumhuriyet Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 11(1), ss. 141-156.

Çoban, O., Doğanalp, N., ve Uysal, D., 2008. "Türkiye'de Kamu İç Borçlanmasının Makroekonomik Etkileri", Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, s. 20, ss. 245-257.

Çolak, Ö.F., ve Altan, M., 2001. "Bütçe Açıklarını Finanse Etmeye Yönelik Politikaların Etkileri", VI. Ulusal Ekonometri ve İstatistik Sempozyumu, Adana.

Demir, M., ve Sever, E., 2008. "Kamu İç Borçlanmasının Büyüme, Faiz ve Enflasyon Oranı Üzerindeki Etkileri", Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 7(25), ss. 170-196.

Doğan, Ç., Koçyiğit, A., VE Kılıç, E., 2012. "Merkez Bankası Rezervleri ve Reel Döviz Kuru İlişkisi: Türkiye İçin VAR Analizi", İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, ss. 367-382.

Enders, W., 1995. "Applied Econometric Time Series", New York: Lova State University, pp. 292-315.

Erdoğan, M., 2009. "Liberalizme Yeniden Bakış: Tarihi ve Felsefi Temelleri", Ed: Y. Şahin, Liberal Düşünce Dergisi, s. 56, ss. 7-31.

Ertek, T., 1996. Ekonometriye Giriş, Genişletilmiş 2. Baskı, Beta Yayınları, İstanbul.

Fischer, S., 1998. "Capital Account Liberalization and The Role Of The IMF", Conference On Development Of Securities Markets, Inter-American Devolopment Bank, Washington DC, pp. 1-12.

Gujarati, D., (2001), Temel Ekonometri, Çeviren: Ümit Şenesen, Gülay Günlük Şenesen, Literatür Yayıncılık, İstanbul.

Kara, M., 2001. "Türkiye'nin Ekonomik Büyüme Sürecinde Dış Borç Çıkmazı", Süleyman Demirel Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 6(1), ss. 95-110.

Karaca, O., 2003. "Türkiye'de Enflasyon Büyüme İlişkisi: Zaman Serileri Analizi", Doğuş Üniversitesi Dergisi, s. 4, ss. 247-255.

Kazdağlı, H., 1996. "Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası'nın Kuruluş Tarihçesi ve 1934-1938 Dönemindeki Para Politikasının VAR Yöntemiyle Analizi", Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 14(2), ss. 35-52.

Kızılgöl, Ö., 2006. "Türkiye'de İhracata ve Turizme Dayalı Büyüme Hipotezinin Analizi: Eşbütünleşme ve Nedensellik İlişkisi", Türk Dünyası Celalabad İktisat ve Girişimcilik Üniversitesi Akademik Bakış Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi Akademik Bakış, Sayı: ss.10, 1-19.

Kolçak, M., 1998. "Türkiye'de Kamu Açıkları ve İç Borç İlişkisi", Atatürk Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, s. 1-2, ss. 27-37.

Koyuncu, F. T., ve Tekeli, S., 2010. "1990 Sonrası Dönemde Türkiye'de Dış Borç Stoku Üzerinde Etkili Olan Ekonomik Faktörlerin Analizi", Ekonomi Bilimleri Dergisi, 2(1), ss. 123-130.

Kozalı, J., 2007. Dış Borç Sorunu ve Dış Borçların Ekonomik Büyüme Üzerine Etkisi: Türkiye Örneği, Dokuz Eylül Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, İzmir, 135 s.

Mathreson, D., and Liliana, R. S., 1992. "Liberalizing The Capital Account: Experiences And Issues", International Monetary Fund Paper, United States pp. 1-60.

Mercan, M., ve Peker, O., 2013. "Finansal Dışa Açıklığın Ekonomik Büyümeye Etkisi: Türkiye Örneği", Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, s. 36, ss. 187-201.

Oktayer, A., 2007. Finansal Derinleşmenin Ekonomik Performans Üzerine Etkileri: Teori ve Türkiye Uygulaması, Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, İstanbul, 210 s.

Özgen, F.B., ve Güloğlu, B., 2004. "Türkiye'de İç Borçların İktisadi Etkilerinin VAR Tekniğiyle Analizi", Orta Doğu Teknik Üniversitesi Gelişme Dergisi, s. 31, ss. 93-114.

Pagan, A.R., 1987. "Three Econometric Methodologies: A Critical Appraisal", Journal of Economic Survey.

Pindyck, R., and Rubinfeld, D., 1991. "Econometric Models And Economic Forecasts", Mcgraw-Hill Company.

Sakal, M., 2002. "Türkiye'de Kamu Açıkları ve Borçlanmanın Sürdürülebilirliği Sorunu: 1988-2000 Dönem Analizi", Dokuz Eylül Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, s. 1, ss. 35-60.

Susam, N., 2005. "Türkiye'de Devlet İç Borçlarının Devlet İç Borçlanma Senetleri Faiz Oranları İle İlişkisi: 1990-2004 Granger Nedensellik Testi", İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Maliye Araştırma Merkezi Konferansları, ss. 88-105.

Taban, S., ve Kara, A., 2006. "Türkiye'de Kamu Kesimi İç Borçlanmasının Özel Yatırım Harcamaları Üzerindeki Etkisi", Eskişehir Osman Gazi Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 1(2), ss. 11-26.

Tari, R., (2010). Ekonometri, Genişletilmiş 6. Baskı, Umuttepe Yayınları, Yayın No: 32, Yazın Basın Yayın Matbaacılık, Kocaeli.

Terzi, H., ve Oltulular, S., 2004. "Türkiye'de Kısa ve Uzun Dönemde Enflasyon ve Ekonomik Büyüme İlişkisi", 2004 Türkiye İktisat Kongresi, İzmir, ss. 1-5.

Vergara, F., 2006. Liberalizmin Felsefi Temelleri, (Çev. B. Arıbaş), İletişim Yayınları, 1. Baskı, İstanbul, 216s.

Yavuz, A., 2003. "Türkiye'deki İç Borç Stoğundaki Değişimin Analizine Yönelik Bir Regrasyon Analizi Çalışması", Süleyman Demirel Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi s.1, ss. 339-356.

Yılmaz, S., ve Yerdelen, F., 2002. "1995-2001 Döneminde Türkiye Ekonomisinde İç Borç Stoku İle Faiz Oranı İlişkisinin Analizi", İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi, Maliye Araştırma Merkezi Konferansları, ss. 49-66.

Yılmaz, B.E., ve Cural, M., 2010. "Türkiye'deki İç Borçlanmadaki Değişimi Belirleyen Faktörlere Yönelik Bir Regrasyon Analizi Çalışması: 1975-2010", İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Maliye Araştırma Merkezi Konferansları, ss. 1-22.

Yurdakul, F., 1999. "İç Kamusal Borçların Fiyatlar Üzerindeki Etkileri", Gazi Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi, s. 3 ss. 9-24.

Yurdakul, F., 2000. "Yapısal Kırılmanın Varlığı Durumunda Geliştirilen Birim Kök Testleri", Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 2(2), ss. 21-34.

Hijyen Faktörlerin Çalışan Performansına Etkisi: Çağrı Merkezi Örneği

Prof. Dr. Tahir AKGEMCİ
Selçuk University, FEAS
takgemci@selcuk.edu.tr

Inst. Gökhan BİLİCİ
Selçuk University, Taşkent HS
gokhanbilici@selcuk.edu.tr

Nuray BİLİCİ
Selçuk University, FEAS
nuraybilici0@gmail.com

ÖZET

Bu araştırma Herzberg'in hijyen faktörleri ile çalışanların performansları arasındaki ilişkiyi incelemektedir. Herzberg, iş yerinde hijyen etmenlerin belli bir düzeyin altına düşmemesi gerektiğini vurgulamaktadır. Belli bir düzeyin altına düşmesi, çalışanın işinden, çevresinden, işletmeden, mesai arkadaşlarından ve amirlerinden sıkılmasına ve devamsızlık, hastalık ve işten ayrılmasına neden olabilmektedir. Konya ilinde özel bir bankanın çağrı merkezi araştırmamızın evrenini oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplama aracı olarak yapılandırılmış bir soru formundan yararlanılmıştır. Bu araştırmada Herzberg'in hijyen faktörleri ve iş gören performansına ilişkin teorik bilgiler verilerek SPSS programı ile toplanan veriler analiz edilmiştir. Elde edilen veriler istatistiksel ve yüzdesel olarak değerlendirildiğinde hijyen faktörleri oluşturan etmenlerin işletmede büyük oranda yer aldığı ve karşılığında çalışan performanslarına yansıdığını görülmektedir. Hijyen faktörlerin tatmin olunan düzeyde var olması çalışanların performanslarına pozitif etki yapmaktadır. Hijyen faktörler ile çalışan performansı arasında anlamlı, pozitif bir ilişki olduğu elde edilen bulgular sonucunda görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Herzberg'in Çift Faktör Kuramı, Çalışan Performansı, Çağrı Merkezi

Effect Of Hygiene Factors On Employee Performance: Call Center Example

ABSTRACT

This study examines the relationship between Herzberg's hygiene factors and employee performance. Herzberg stresses that hygiene at work should not fall below a certain level. Falling below a certain level can cause the employee to be bored with his / her work, environment, business, colleagues and supervisors, and absenteeism, illness and dismissal from work. The call center of a private bank in Konya is the universe of our research In the research, a questionnaire structured as a data collection tool was used. In this study, data collected by SPSS program were analyzed by giving theoretical information about Herzberg's hygiene factors and employee performance. When the obtained data are evaluated as statistical and percentage, it is seen that the factors that constitute the hygiene factors take a large part in the enterprise and in turn are reflected in the employee performances. The existence of hygiene factors at a satisfactory level has a positive effect on the performance of employees. There is a significant and positive relationship between hygiene factors and employee performance.

Keywords: Herzberg's Two Factor Theory of Motivation, Employee Performance, Call Center

1. Giriş

Örgütlerin temel taşı olan çalışanların performansları örgütler için başarıya giden yolda oldukça önemli bir role sahiptir. Motivasyon-hijyen (MH) teorisi, psikolojik bir motivasyon teorisi olarak, Frederick Herzberg'in 1959'da önermesinden kısa bir süre sonra tartışmalı hale geldi.

Geçerliliği ve temel metodolojisi ile ilgili tartışmalar devam etmektedir. Herzberg'in Çift Faktör Kuramı, kişinin gereksinimleri ve kişiyi tatmin eden ve etmeyen faktörlere ağırlık veren bir teoridir. Bunlardan hijyen faktörler; denetim kalitesi (tarzı), şirket kuralları ve politikası, ücret, çalışma koşulları, iş güvenliği, kişisel yaşantı, statü ve bireyler arası ilişkiler (ast, üst ve akranlarla) olarak belirlenmiştir. Motive edici faktörler ise başarı, tanınma, işin kendisi, gelişme imkânları, ilerleme imkânları, sorumluluk, geri bildirim olarak belirlenmiştir. Hijyen faktörler varsa doyumsuzluk önlenir fakat doğrudan motivasyon da artmaz. Motive edici faktörler yoksa hem tatmin hem de motivasyon yoktur. Eğer hijyen faktörler mevcutsa ve motive edici faktörler de varsa, ancak o zaman tatmin ve motivasyona ulaşılır ve çalışanların performansını olumlu yönde etkiler. Bu teoriye göre, bu faktörlerin kalitesi işçi için kabul edilemez bir seviyeye düştüğünde, iş memnuniyetsizliği ile sonuçlanır. Herzberg, bu faktörlerin kabul edilemez bir düzeyde iş memnuniyetsizliğine neden olmasına rağmen, optimal bir hijyen faktörü seviyesinin bile olumlu tutumlara veya iş doyumuna önemli ölçüde katkıda bulunmadığı sonucuna varmaktadır.

Herzberg, endüstriyel psikologların sürekli olarak cevap vermeye çalıştığı sorusuyla başlar: "insanlar işlerinden ne istiyorlar? Tabii ki, Herzberg tarafından tasarlanan MH teorisi sadece bu soruyu cevaplamayı iddia etmekle kalmaz, aynı zamanda işçinin işinin başarılı bir şekilde yerine getirilmesi için nasıl çaba göstereceğine ilişkin belirli kavramlarla da ilgilenir. İnsan motivasyonunu açıklamaya yönelik girişimlerde çeşitli teoriler kullanılmıştır. Bu çalışma için incelenen literatür, insan motivasyonunun başlıca teorilerini içermektedir. Bununla birlikte, bu teoriler, herhangi bir ortamda insan motivasyonunu açıklamaya çalışan bir çalışma için etki ve öneme sahiptir. İnsan davranışını açıklamaya çalışırken, psikologlar önceki deneyimlerin, fiziksel özelliklerin, bilişsel süreçlerin ve durumsal bileşenlerin motivasyonu etkileyen faktörler olarak rolünü kabul etmişlerdir. Farklı teoriler, insan motivasyonunun karmaşıklığının bir resmini sağlar. Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket tekniği kullanılmıştır. Verilerin toplanmasında kullanılan anket formu üç bölümden oluşmaktadır. Anketin birinci bölümünde katılımcıların demografik özelliklerinin belirlenmesine yönelik ifadelere; ikinci bölümde hijyen faktörler ile ilgili ve üçüncü bölümde de çalışanın performansı ile ilgili yargılara yer verilmiştir. Söz konusu çalışma, Konya il merkezinde özel bir bankanın çağrı merkezi çalışanlarının performans düzeylerinin Herzberg'in Çift Faktör Kuramı bağlamında hijyen faktörler özelinde incelenmesini içermektedir.

2. Kuramsal Ve Kavramsal Çerçeve

2.1. Motivasyon Kavramı

Motivasyon kavramı, Latince "to move" kelimesinden türetilmiştir. Motivasyon, bireylerin beyninde var olan istek, enerji veya ilgiyi harekete dönüştürür. Motivasyon, enerji ve davranışın bir fonksiyonudur (Wilson, 2004: 150). Motive teriminin Türkçe karşılığı, güdü, saik veya harekete geçmedir. Motivasyon, bir insanı belirli bir amaç için harekete geçiren güç demektir. Bireyleri bilinçli ve amaçlı islerde bulunmaya yönelten dürtü veya dürtüler bileşkesidir (Eren, 2004: 397–398). Motivasyon kavramı; bireyi harekete geçmeye yöneltmenin hangi yöntemlerle sağlanacağı sorularına cevap bulmaktır. İş görenleri çalışmaya isteklendirme ve örgütte verimli çalıştıkları takdirde kişisel ihtiyaçlarını en iyi şekilde tatmin edeceklerine inandırma sürecidir (Yüksel, 2007: 117).

Motivasyonun en önemli özelliği bireylere özgü olmasıdır. Motivasyon örgütlerin performanslarını etkilediği için örgütler açısından önemli rol oynamaktadır. Performans etkilemede önemli bir rol oynasa da tek başına yeterli görülmemektedir. Etki alanları eylemlerin seçimi, bu seçimden sonra gösterilen gayret ve devamlılık olan motivasyon, yalnızca yeni beceriler edinmeyi sağlamamakta aynı zamanda bu edinilen becerilerin ne yönde kullanıldığını da etkilemektedir (Mercanlioğlu, 2012: 41-52). Motivasyon, bir kişinin bir hedefe ulaşma arzusunun gücünü göstermek olarak anlaşılır.

2.2.Motivasyon Teorileri

2.2.1. Kapsam Teorileri

Kapsam kuramları, çalışanları motive eden etkenleri açıklamaya yönelmektedir. Bu kuram; sürekli değişen ihtiyaçlara, isteklere ve arzulara sahip olanların farklılıklarını anlamayı amaçlamaktadır. Aynı zamanda yöneticiler açısından, astlarının davranışlarının nedenlerini anlamalarını ve bu nedenlerin nasıl harekete geçeceğine dair ihtiyaçlarının belirlenmesini amaçlamaktadır (Stroh vd., 2002: 62). Kapsam teorileri, "Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Teorisi, Herzberg'in Çift Faktör Kuramı, McClelland'ın Başarma İhtiyacı Teorisi ve Alderfer'in ERG kuramından" oluşmaktadır.

2.2.1.1. Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Teorisi

Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi motivasyon teorileri arasında en çok bilinen ve belki de motivasyon teorilerinin temelini teşkil eden yaklaşımını, yaptığı klinik gözlemler sonucunda 1954 yılında ortaya koymuştur. Maslow bu çalışmalarını iki temel varsayım üzerinde yapmış ve ortaya çıkarmıştır. Bunlardan birincisi, motivasyon kişisel bir olaydır. Birisini motive eden herhangi bir durum veya olay başkasını motive etmeyebilir. İkincisi ise, motivasyon sadece

insanın davranışlarında gözlemlenebilir (Koçel, 2003: 634). Kişi var olan ihtiyaçlarını giderme yönünde davranmaktadır. İhtiyaç, davranışı belirleyen önemli bir etmendir. Kişilerin sahip olduğu ihtiyaçlar, belli bir hiyerarşi içerisinde alttan üste doğrudur. İhtiyaçları tatmin edilmesi en alttan üste doğrudur. Birey alt basamakta bulunan ihtiyaçlarını tatmin etmeden bir üst basamağa geçmesi bir anlam ifade etmemektedir.

Maslow kişilerin ihtiyaçlarının hiyerarşik yapısından (Fizyolojik İhtiyaçlar, Güvenlik İhtiyacı, Sosyal İhtiyaç, Saygı Duyulma İhtiyacı, Kendini Gerçekleştirme İhtiyacı) her birinin öneminden ve belli ölçüde karşılanması gerektiğinden bahsetmiştir. Tüm bu ihtiyaçların karşılanması sonucunda doyumun gerçekleşmesini açıklamaktadır. Maslow'a göre, insanların motivasyonları ihtiyaçlara bağlıdır. İnsanların ihtiyaçları ve ihtiyaçlarına yönelik davranışları motivasyonu oluşturmaktadır (Eğinli, 2009: 37).

2.2.1.2. Herzberg'in Çift Faktör Kuramı

Herzberg çift faktör teorisini iş için motivasyon adlı çalışmasında açıklamıştır. Herzberg, bu çalışmasında bireylerin, çalıştıkları alan içindeki koşulların hangilerinin arzu edilmez olduğunu ya da hangi koşullardan kaçınmak gerektiğini saptamak istemiştir. Herzberg bu sorunun çözümü için 1950'li yıllarda iki yüz mühendis ve muhasebeci üzerinde bir araştırma yapmıştır. Yapılan bu araştırmada cevaplayıcılara "İşinizde ne zaman kendinizi son derece iyi, ne zaman son derece kötü hissettiğinizi ayrıntılı olarak açıklayınız?" sorusu sorulmuştur (Şimşek vd., 2008: 178). Herzberg, bu sorudan aldığı cevaplar doğrultusunda oluşturduğu modelin içeriğini motive edici gelişmeye yol açan içsel faktörler ve sağlık (hijyenik) açısından kaçınma davranışlarını sağlayan dışsal faktörler olarak iki grupta toplamıştır (Torlak, 2008: 245). Hijyen (dışsal) faktörlerini; işletme yönetimi ve politikasından hoşnutsuzluk, teknik gözetimden hoşnutsuzluk, ücret yetersizliği, kişilerarası ilişkilerden kaynaklanan hoşnutsuzluk, çalışma koşullarından hoşnutsuzluk olarak ifade etmiştir. Herzberg motive edici (içsel) faktörleri ise; işin kendisi, başarma, fark edilme, yükselme, anlamlı ve zevk verici bir işte çalışma, sorumluluk alma ve görevi yerine getirme olarak belirtmiştir (Ağırbaş vd., 2005: 330; Tikici, 2005: 146-147).

2.2.1.2.1. Hijyen Faktörler

Motivasyon konusunda birbirinden bağımsız etki eden bu faktörlerden iş doyumuna yol açanlara "motive edici faktörler", iş doyumsuzluğuna yol açanlara ise "hijyen faktörler" denmektedir. Motivasyonel faktörler ile hijyen faktörleri arasında çeşitli farklılıklar vardır. Bu farklılar incelenecek olursa: motivasyonel faktörler işin özü ve içeriğiyle ilgiliyken, hijyen faktörleri ise işin çevresel şartları ile ilgilidir. Bunun yanı sıra motivasyonel faktörler temel

güdüleyici faktörler olarak kabul edilirken, hijyen faktörleri bireyin tatminsizliğini engellemektedir. Eğer bireyin tatminsizliği giderilmezse bireyin motivasyon faktörleri ile güdülenmesi pek mümkün olmayacaktır. Bunun nedeni ise hijyen faktörleridir. Çünkü hijyen faktörlerinin ana görevi, bireyin tatminsizliğini önleyerek motivasyon faktörlerinin yaratacağı güdülenmeye ortam hazırlamaktır (Şimşek vd., 2008: 188).

Bu kuramın varsayımlarına göre, işyerinde iş görenin kötümser olmasına yol açan ve işten ayrılmasına ve tatminsizliğe sebep olan hijyenik etmenler ile, işyerinde iş göreni mutlu kılan, işyerine bağlayan özendirici (teşvik edici) ya da tatmin sağlayan etmenlerin birbirinden ayrılması gerekmektedir. Çünkü işyerinde belirli etmenlerin varlığı tatmine katkıda bulunmaktadır. Ama bunların yokluğu nötr bir durum yaratmakta, tatminsizliğe yol açmamaktadır. Aksine belirli etmenlerin yokluğu iş göreni kötümser yapıp tatminsizliğe neden olmaktadır. Ancak bunların varlığı güdülememekte yani iş gören sadece bunlara sahip olmakla tatmine ulaşamamaktadır (Eren, 2014: 513).

Hijyen faktörler, işyerinde bulunmadığı takdirde kişilerin motive olmasını engelleyen, bulunması durumunda ise normal akışta işin yapıldığı aktörlerdir. Bunlar; ücret, çalışma koşulları, denetçilerin varlığı, örgütsel politikalar ve örgütsel olanaklardır. Motivasyon faktörleri, gerçek güdüleyici faktörler olurken, hijyen faktörler ise, bireyin tatminsizliğine engel olmaktadır. Muhakkak ki, tatminsizliği önlenemeyen bireyin, motivasyon faktörleriyle güdülenmesine çalışmak boşuna uğraşmak olacaktır. Çünkü, hijyen faktörlerin varlığı bireyin tatminsizliğini önleyerek motivasyon faktörlerinin yaratacağı tatmine, yani güdülenmeye gerekli olan ortamı yaratacaktır. Şu halde, Herzberg'in teorisinde hijyen faktörlerin görevi, çalışanların güdülenmesine ve tatminine bir alt yapı oluşturmaktır (Eroğlu, 2013: 454).

Hijyen faktörleri; örgütsel politikalar, çalışma ortamı veya koşulları, denetim kalitesi, finansal ücret, iş güvenliği, kişiler arası ilişkilerin kalitesi ve sosyal hayatı içermektedir. Kolayca ele alınsa da bu ölçütler kabul edilemez bir düzeye indiğinde, çalışan memnuniyetsizliği görülmektedir. Hijyen faktörlerinin yeterli bulunması sadece memnuniyetsizliği ortadan kaldırmaktadır. Hijyen faktörlerinin varlığı herhangi bir şekilde motivasyonu etkilememektedir. Tatmin edici faktörler motivasyon olarak bilinir (Herzberg, 1974: 18-29).

Herzberg, iş doyumu ile ilgili aşağıdaki faktörleri tanımlar: başarı, başarı için tanıma, işin kendisi, sorumluluk, ilerleme ve büyüme. Bu faktörler, bir iş ortamında olumlu faktörler için tutarlı terminoloji olan motivatörler olarak kabul edilir. İş tatminine neden olan bu faktör grubudur. Hijyen faktörlerin kabul edilebilir bir seviyede ve yapılan işin motivasyon edici olması insanların işlerinden memnun olmasını sağlar.

2.2.1.3.Başarma İhtiyacı Teorisi

McClelland'ın çalışmalarından yöneticilerin ve girişimcilerin başarılı olabilmeleri için yüksek başarı ihtiyacı güdüsüne sahip olmaları gerektiği, bu nedenle bu güdünün örgütler için özel önem taşıdığı sonucuna ulaşılabilir. Güç ve ilişki kurma ihtiyaçları da yönetimsel başarı ile yakından ilişkili olma eğilimindedir. Çalışmalar, en iyi yöneticilerin güç ihtiyaçlarının yüksek, ilişki kurma ihtiyaçlarının ise düşük olduğunu göstermektedir (Semerci, 2005: 21).

2.2.1.4. ERG Kuramı

Alderfer, Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisini temel almış ancak eksiklik olduğunu düşündüğü bazı noktaları tamamlamıştır. Alderfer ihtiyaçları; var olma, ilişkisel ve gelişme ihtiyacı olarak sınıflandırmıştır. Var olma ihtiyacı Maslow'un fizyolojik ihtiyaçlarına karşılım gelirken; ilişkisel ihtiyaçlar, sosyal ilişkiler kurma ihtiyacına; gelişme ihtiyacı da kendini geliştirme ihtiyacına karşılık gelmektedir (Erbaşlar, 2015: 144).

2.3. Süreç Teorileri

Süreç kuramları olarak geçen motivasyon teorileri, insanların davranışlarını etkileyen dış etkenleri incelemektedir. Süreç teorilerinde güdülerin haricinde, kişileri davranışa yönelten başka faktörler vardır. Kişilerin davranışlarının nelerden etkilendiği ya da tekrar edilmesinin nelere bağlı olduğu, süreç teorilerinin temel konusunu oluşturmaktadır. Süreç kuramlarına göre motivasyonu içsel faktörlerin yanı sıra dışsal faktörler de etkilemektedir (Koçel, 2014: 656).

2.3.1. Davranışın Şartlandırılması Teorisi

Bir davranış bilimci olan Skinner kişilerin dürtüleri, tutumları ve ihtiyaçları gibi içsel durumlarını davranışın nedeni olarak görmemektedir. Skinner'ın, Pavlov'dan esinlenerek yeni bir teori oluşturmuştur. Ortaya çıkan davranışların daha önceden tecrübe edilen ve sonucu daha önce görülmüş yaşanmışlıkların, kişileri şartlandırması sonucu meydana geldiği savunulmaktadır. Bireylerin davranışları, ihtiyaç ile istedikleri doğrultusunda ya da daha önceki alışkanlıklarıyla belirlenebilmektedir. Davranışın ortaya çıkması birçok sebebe bağlanabilmektedir. Bu teoride, davranışların ortaya çıkmasından, tekrar edilmesinden ve bunların nedenlerinden bahsedilmektedir (Skinner, 1950: 199).

2.3.2. Bekleyiş Teorisi

Bekleyiş Teorisi, yaygın olarak araştırılmış bir motivasyon teorisidir. Teori, kişilerin gösterdikleri çabanın, arzu ettikleri sonuçlara ulaşmasına yönelik beklentilere dayanmaktadır. Kişilerin çabaları sonucunda amaçlarına yönelik oluşan beklentilerinin yüksek olması motivasyonlarını artırmaya etki etmektedir (McShane ve Glinow, 2010: 143 . Bu teoriler Vroom'un Teorisi ve Lawler- Porter'ın Teorilerinden oluşmaktadır.

2.3.3. Eşitlik Teorisi

Adams yaptığı çalışmalarda, çalışanlardaki eşitsizlik algısının nelere bağlı olduğunu ve nelerden etkilendiğini araştırmıştır. Çalışanlarda eşitsizliği değerlendirme şekli; yeteneklerini ve bilgilerini sergiledikleri girdiler ve bunların sonucunda karşılık bekledikleri çıktılar biçimindedir. Eşitsizlik formülü, kişinin çıktılarının girdilere bölünmesi ve referans gördükleriyle eşitlemesi sonucu oluşmaktadır. Çıktılar yüksek ise kişi fazla ödüllendirilmiş; girdiler yüksek ise az ödüllendirilmiştir (Sabuncuoğlu ve Tüz, 2013: 127).

2.3.4. Amaç Teorisi

Amaç teorisi Edwin Locke tarafından geliştirilmiştir. Bu teoriye göre bireylerin amaçları, ne kadar motive olduklarını etkilemektedir. Kişilerin belirledikleri amaçlar ne kadar güç ve zorlu olursa olsun çalışma istekleri ve sergiledikleri iş gücü ona göre fazla olmaktadır. Belirlenen amacın benimsenmiş ve yapılma isteğinin yoğun olması, motivasyona doğrudan etki etmesi bakımından önemlidir. Daha zor ve özelleştirilmiş amaçlar belirleyen kişiler, genel amaçları olan kişilere göre, motivasyon anlamında daha yüksek performans göstermektedirler Belirlenmiş özel amaçlar, kişilerin motivasyonu için daha büyük bir istek doğurmaktadır. Daha zor ve özelleştirilmiş amaçların kişiler tarafından benimsenmesi önemli bir husustur. Kişilerin belirlenen zor amaçlarda yüksek performans göstermelerinin, kişilerin o amaçları kabullenmesine bağlı olduğu savunulmaktadır. Yüksek veya zor hedeflerin, yüksek çabaya ve performansa bağlı doğrusal bir işlevi bulunmaktadır. Hedef zorluk ilişkisinin etkileri, yapılan analiz sonuçları ile değerlendirilmektedir (Locke ve Latham, 2002: 705).

2.4. Çağdaş Motivasyon Teorileri

Çağdaş Motivasyon Teorileri, süreç teorileri arasında sayılmakla beraber yeni teoriler oldukları için eşitlik ve amaç teorileri çağdaş teoriler arasına alınmaktadır. Aslında eşitlik kuramı beklenti kuramlarıyla birlikte doğmuştur, ancak uygulamalının da dikkat çekmesi son yıllarda olmuştur (Yüksel, 2007: 150).

2.4.1. Eşitlik Teorisi

Eşitlik Teorisi; bireylerin is başarısı ve iste tatmin olma derecesi çalıştığı ortamla ilgili olarak algıladığı eşitlik ya da eşitsizlik ile ilgilidir. Birey, kendisine verilen ödül ile kendisinin işletmeye katkısı arasındaki ilişkiye dayanarak, katkı ile ödülün orantılı olmasını istemekte ve bunu başkalarına verilen ödül – katkı ile karşılaştırmaktadır (Özdevecioğlu, 2003: 78).

2.4.2. Locke'un Amaç Teorisi

Amaç teorisine göre, davranışın temel sebebi bireylerin bilinçli amaç ve niyetleridir. Bu amaçların açık ve net oluştuğu varsayımına dayanmaktadır. Ayrıca, bireysel farklılıkların sebep olduğu algılama ve değerleme değişiklikleri, belirli koşullar hakkında her bireyin kendine özgü yargı ve duygulara sahip olmakta ve seçtiği amaçları da buna bağlı olarak farklılaşacağı ifade edilmektedir. Bu sebeple, bireysel amaçları tek tek belirlemek ve buna uygun yönetsel davranış ve politikalar belirlemenin de çok güç olduğu bilinmektedir (Eren, 2004: 527).

2.4.3. Atıf Teorisi

Atıf Teorisinin kökleri geçmişe dayanmakla beraber bu teorinin Fritz Heider'e ait olduğu kabul edilmektedir. Heider, işyeri kuralları ve örgüt iklimi gibi çeşitli dış güçlerin birleşerek davranışı belirlediğini savunmaktadır. Harold Kelley'in geliştirdiği atıf teorisine göre ise; motivasyon insan davranışının 'niçin'i üzerinde durmaktadır. İnsan davranışının nedeni çoğu zaman açıkça görülmediğinden davranışın sebebi çevresel etmenlerin algılanmasına atfedilir (Yüksel, 2007: 156).

2.4.4. Japon Motivasyon Kuramı

Japon yönetim anlayışı da, Japon kültürünün, firma kültürüne yansıması ile ortaya çıkmıştır. Japon işletmelerinin başarısı, ne tek başına insan ne de sistemdir. Ülke kültürüne özgü özelliklerin örgüt kültürü ve organizasyon/şirket iklimine yansıması sonucu oluşan yapıdır. Organizasyon kültürü, organizasyonun bütün unsurlarını içermektedir. Üst yönetim, çalışanlar, araç-gereç, çevre vb. gibi unsurlar tek basına yeterli değildir. Bunların yanında çok iyi yetişmiş, kalifiye işgücü, kendine değer verilen, motive olan, iş tatmini yüksek, takdir ve iyi bir ödüllendirme sistemi, yüksek performans sağlayabilir (Sargut, 2001: 221; Aktan, 1998: 50).

2.3. Performans Kavramı

Kelime anlamı olarak performans, bir işin üstesinden gelmek veya bir kimsenin üzerine düşen görevi aktif bir şekilde tamamlaması anlamına gelmektedir. İşlevsel manada performans kavramı ele alındığında, işin gereği olarak, ölçüleri karşılayacak biçimde görevin yerine getirilmesi ve amacın gerçekleşme oranı şeklinde ifade edilmektedir (Gümüştekin vd., 2005: 280). Performansın tam bir tanımını yapmak zordur. Değişik disiplinler ve değişik bakış açılarına göre çok farklı performans tanımları bulunmaktadır. Performans genel olarak planlanmış bir faaliyetin hedefine ulaşma düzeyi olarak tanımlanmaktadır. Çalışan açısından performans hedefe ulaşmada gösterilen bireysel verimlilik ve etkinliğin seviyesidir. Kısaca performans, hedefin gerçekleşme düzeyidir (Tutar ve Altınöz, 2010: 201).

Performans, çalışanın ne yapması gerektiğine ilişkin beklentilerle gerçekte ne yaptığı arasındaki ilişkinin bir fonksiyonudur. Çalışanın görevini yapmak için yaptığı her iş bir performans davranışıdır. Örgütsel davranış açısından performans, çalışanın kurumsal hedefler doğrultusunda görevi ile ilgili gerçekleştirdiği faaliyetlerin sonucunda kurumun elde ettiği üründür. Bu ürün mal, hizmet, fikir türünden olabilmektedir (Başaran, 1991: 179).Performans, çalışanların görev ve sorumluluklarını etkili ve verimli bir şekilde yerine getirmesidir. İş gören kurumsal hedefleri gerçekleştirmek için var olduğuna göre, başarılı iş gören de işletme amaçlarına ulaşmaya yeterince katkıda bulunan kişidir (Mucuk, 2005: 333).

2.3.1. Performans İle İlişkili Kavramlar

Kamu yönetiminde "5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu"nun getirdiği verimlilik, etkililik ve ekonomiklik kavramları, ayrıca kaliteli hizmet ve vatandaş memnuniyeti önemli ölçüler haline gelmiştir. Aşağıda bu kavramlar genel hatlarıyla açıklanmaya çalışılmıştır.

2.3.1.1. Tutumluluk

Tanım olarak ekonomiklik ya da diğer bir ifadeyle tutumluluk kavramı kısaca, "istenilen amacı en düşük maliyetli kaynaklarla ve en uygun zamanda gerçekleştirmek" olarak tanımlanabilir. Yapılan araştırmalarda genel olarak performans kavramı ve unsurlarında yaşanan değişim sürecinde, değişmeyen ve önemini kaybetmeyen tek boyut tutumluluk olarak ifade edilmiştir (Akal, 2005: 5).

2.3.1.2. Verimlilik

Verimlilik kavramı genel manada "çeşitli mal ve hizmetlerin üretimindeki kaynakların etken kullanımı" şeklinde ifade edilmektedir. Başka bir tanımda ise verimlilik "doğru olan işleri doğru biçimde ve ekonomik bir çalışma ile gerçekleştirmeyi hedefleyen akılcı bir yaşam biçimidir" şeklinde ifade edilmiştir (Akal, 2005: 47).

2.3.1.3. Etkililik

Etkililik amaçlar ve sonuçlar arasındaki durumu tanımlar. Örgütlerin amacı "işgücü, maliyet, malzeme ve zaman" gibi temel kaynakların yetersiz olması durumunda dahi yüksek performans standartlarını yakalamaktır. Bu nedenle amaçların doğru belirlenmesi önemlidir. Aksi takdirde kaynaklar tam kapasite kullanılsa dahi etkililikten söz edilemez (Akal, 2005: 48).

2.3.1.4. Motivasyon

Motivasyon, çalışanın iş yapma isteğinin ölçüsünü belirleyen bir kavramdır. Bireysel performansı yakından etkiler. (Locke, 2001: 22).

2.4. Çalışan Performansı

Bireysel performans kurumlar için öncelikli öneme sahiptir. Çünkü bir kurum ancak çalışanların performansları kadar iyi olabilir. Günümüzde örgütlerin yapılarının ve fonksiyonlarının değişmesi, artan rekabet, örgütlerde çalışanların öneminin artması ve ihtiyaçların çeşitlenmesi ve çalışanlara bakış tarzının farklılaşması ile birlikte çalışanların örgütlerine katkılarının artırılması çalışanların mesleki ve kişisel gelişiminin de önemini artırmaktadır. Bütün bunlar çalışanların performanslarının etkin bir şekilde yönetilmesini gerektirmektedir (Helvacı, 2002: 156). Çalışan performansı ile ilgili yapılan farklı tanımlar incelendiğinde çalışan performansı, çalışanın kendisi için tanımlanan özellik ve yeteneklerine uygun olan işi, kabul edilebilir sınırlar içinde gerçekleştirmesidir. Ayrıca, çalışan performansını "bir çalışanın veya grubun, çalıştıkları birimin ve örgütün amaçlarına, niteliksel ve niceliksel katkılarının toplam ölçüsü" şeklinde tanımlamıştır (Bayram 2006: 48). Çalışan performansı, bireyin örgüt ve yapılan işe dair sahip olduğu bilginin yanı sıra kabiliyet ve hedeflerine ulaşabilmek adına kullanılan ölçütü tanımlayan bir kavramdır. Bu sebeple çalışanların örgütte sergiledikleri performans örgüt adına olduğu kadar toplum adına da önemlidir. Bireysel bakımdan çalışanların örgütte sergiledikleri performanslarının iyi ya da kötü olması örgütün performansını etkilerken örgütlerin oluşturdukları toplam iş gücü ise ait oldukları toplumu yakından ilgilendirmektedir. Bu bağlamda toplumların özellikle ekonomik bakımdan başarıya ulaşması ile ilgili sorumluluk taşıyan bireyler örgütlerin performansının yükselmesi için çalışmak zorundadır (Öztürk ve Dündar, 2003: 58). Çalışan performansı kavramımın temelinde birey yer almaktadır. Örgütlerde etkin bir performans sergilemek çalışanın örgütte sergilediği çalışma arzusu ve isteği sonucunda mümkündür. Çalışan performansı örgütlerden ve toplumdan önce aslında birey açısından önem arz etmektedir. Örgütlerde çalışanlar tarafından sergilenen performans üzerinde etkili olan bir diğer husus ise örgütte çalışanın terfi etmesi ya da işveren tarafından performansına dayalı bir şekilde ödüllendirilmesi olarak belirtilebilir (Ceylan ve Ulutürk, 2006: 49).

Örgütlerde çalışanlar tarafından sergilenen performansın değerlendirilmesi konusunda birçok ölçüt mevcuttur. Çeşitli ölçütlere göre değerlendirilen çalışan performansı hem birey için hem de ait olduğu örgüt adına büyük önem arz etmektedir. Çalışan performansı örgüt açısından değerlendirildiğinde çalışanın kişilik özellikleri ve sahip olduğu yetenekler dâhilinde işi başarılı bir şekilde yerine getirmesi örgüt adına büyük önem taşımaktadır. Çalışanın örgüt adına sergilediği performansından söz etmek için, çalışanın kendisine verilmiş bir işi belirtilen sınırlar dâhilinde başarılı bir şekilde tamamlamış olması gerekmektedir. Çalışan performansının değerlendirilmesindeki esas ölçüt işin tamamlanma sürecidir (Yıldız, 2008:

240). Çalışan performansı, bireyin örgüt ve yapılan işe dair sahip olduğu bilginin yanı sıra kabiliyet ve hedeflerine ulaşabilmek adına kullanılan ölçütü tanımlayan bir kavramdır. Bu sebeple çalışanların örgütte sergiledikleri performans örgüt adına olduğu kadar toplum adına da önemlidir. Bireysel bakımdan çalışanların örgütte sergiledikleri performanslarının iyi ya da kötü olması örgütün performansını etkilerken örgütlerin oluşturdukları toplam iş gücü ise ait oldukları toplumu yakından ilgilendirmektedir. Bu bağlamda toplumların özellikle ekonomik bakımdan başarıya ulaşması ile ilgili sorumluluk taşıyan bireyler örgütlerin performansının yükselmesi için çalışmak zorundadır (Öztürk ve Dündar, 2003: 58).

2.4.1. Çalışan Performansını Etkileyen Faktörler

2.4.1.1. İş Tatmini

İşletmelerde çalışanların iş tatmininin yüksek olması verimliliğin yüksek olması, iş gücü devir oranı ve devamsızlıkların azalması, örgütsel bağlılığın artması gibi örgüt tarafından arzulanan sonuçlar doğurmaktadır. İş tatmini kişinin yaşam doyumu ile de yakından ilişkilidir. İş tatminsizliğinin çalışanda yaratacağı kaygı onun ruh sağlığını olumsuz yönde etkileyebilmekte, çalışanda bıkkınlık, işi bırakma, devamsızlık, kavgacılık gibi istenmeyen davranışların ortaya çıkmasına neden olabilmektedir (Aydın, 2010: 32).

2.4.1.2. Stres

İş hayatında yaşanan stres hem çalışanlar açısından, hem de yöneticiler açısından önemlidir, stresin hem bireysel hem de örgütsel sonuçları vardır. Uzun süreli stres, birey üzerinde fiziksel ve psikolojik olumsuz etkiler oluşturmaktadır. Çalışanların sağlığı ve onun örgüte katkısı sonunda zarar görmektedir. Stresin azaltılması hem çalışanın örgüte katkısını arttırır, hem de çalışanların iş tatminini yükseltir (Balcı, 2000: 108).

2.4.1.3. Motivasyon

Motivasyon, performans ve üretkenliği arttıran ve işletmelerin vazgeçilmez bir bileşenidir. İş gören motivasyonu ile performans yakından ilişkilidir.

2.4.1.4. Bağlılık

Örgüte bağlılıkları olmayan veya düşük derecede bağlılık hisseden bireylerin, kendilerini örgütün bir parçası olarak görmemeleri sebebiyle işe geç gelme, işe gelmeme ve işten ayrılma olasılıklarının daha yüksek derecede olabilmektedir. Duygusal bağlılık, devamlılık bağlılığı, normatif bağlılık çeşitlerinden oluşmaktadır. (Allen ve Meyer, 1997: 61-69).

3. Hijyen Faktörlerin Çalışan Performansına Etkisi: Çağrı Merkezi Örneği

3.1. Araştırmanın Amacı

Çalışmanın amacı; Herzberg'in çift faktör teorisinde belirtilen hijyen faktörlerin çalışan performansına etkisini belirlemektir. Bu çalışmada hijyen faktörlerin varlığının ne ölçüde kurum tarafından sağlandığı ve bu faktörleri çalışanların ne ölçüde tatmin edici olarak algıladıkları belirlenmeye ve hijyen faktörlerin varlığı ya da var olmamasının çalışanlar açsından ne ölçüde çalışan performansını azaltıcı olarak algılandıkları belirlenmeye çalışılacaktır.

3.2. Araştırmanın Kapsamı ve Yöntemi

Çalışmanın evreni Konya ilinde özel bir bankanın çağrı merkezidir. Araştırmada veri toplama aracı olarak yapılandırılmış bir soru formundan yararlanılmıştır. Bankanın yetkili birimlerince 90 çalışanın yer aldığı bilgisi verilmiş ve anketin tüm çalışanlara uygulanması öngörülmüştür. Çalışan personellerin vardiyalı olarak çalıştıkları bilgisi edinilmiş, bu nedenle anketin yüz yüze yapılmasını engellemiştir. Bu durum çalışmanın bir kısıtı olarak görülebilir. Anketin geri dönüşüm oranı % 90 olup 80 katılımcı anket formunu doldurmuştur.

Birinci bölümde katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik olarak çalışanların; cinsiyet, medeni durum, yaş, çalışma sürelerini kurumdaki görevleri belirlemeyi amaçlayan sorulardan oluşmaktadır. İkinci ve üçüncü bölümde hijyen faktörler ve çalışan performansı ile ilgili sorular yer almaktadır. Araştırmada 5'li Likert ölçeği uygulanmıştır. 5'li bir Likert ölçeği çalışanlara sunulmuş ilgili değerlendirilmelerini bu ölçek üzerinde işaretleme yaparak belirtmişlerdir. Anketler SPSS istatistik programı yardımıyla ise ortalamalar, frekans dağılımları ve regresyon analizi ile değerlendirilmeye alınmıştır.

3.3. Verilerin Değerlendirilmesi ve Bulgular

3.3.1. Yüzde Analizi

Kayış (2010) ölçeğin alfa değeri .80 ve 1 arası ise yüksek derecede, .60 ve .80 arasında ise oldukça güvenilir, .40 ve .60 ise düşük düzeyde güvenilir olduğu belirtmiş ve .00 ve .40 arasında alfa değerine sahip bir ölçeğin güvenilir olmadığını belirtmiştir. Sonuç olarak, hem ölçeğin kendisi hem de alt boyutları iç tutarlığa sahiptir.

Tablo 1: Güvenilirlik Analizi

Güvenilirlik Katsayısı	Soru Sayısı
,865	20

Ölçeğe ait Cronbach's Alpha değeri 0,865'tir. Kayış (2010)' a göre bu alfa değeri ölçeğin güvenirliğinin yüksek derecede olduğunu göstermektedir.

Tablo 2: Değişkenlerin Cronbach's Alpha Değerleri

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	**Cronbach's Alpha if Item Deleted**
Çalışanların Cinsiyeti	63,4125	94,448	,004	,870
Medeni Durum	63,0625	95,933	-,200	,871
Bireylerin Yaşları	63,8375	94,113	,092	,867
İş Tecrübesi	63,5125	94,177	,019	,870
İş Yerindeki Statü	63,8625	93,740	,152	,867
İş Güvencesi	60,9875	85,835	,486	,858
Çalışma Koşulları	61,0750	84,298	,497	,857
Bireyler Arası İlişki	60,7000	84,592	,562	,855
Ücret	61,5875	82,321	,432	,862
Statü	61,3125	83,914	,474	,859
Şirket Kuralları	61,2125	82,144	,635	,852
Denetim	61,0625	83,477	,531	,856
Kişisel Yaşantı	61,1000	81,965	,562	,855
Sonuç Odaklılık	61,1875	82,509	,601	,853
Çözüm Odaklılık	61,1500	83,167	,659	,851
Plan Odaklılık	61,0375	81,809	,631	,852
Çalışma Azmi	61,0000	80,861	,751	,847
Takım Ruhu	60,8250	81,944	,699	,850
Zaman Yönetimi	61,2875	85,271	,380	,863
Eğitim Performans	60,6000	85,737	,502	,857

Araştırmamızın bu kısmında veriler yüzde frekans yöntemiyle analiz edilmiş ve veriler SPSS istatistik programından içe aktarılmıştır. Ölçekte yer alan değişkenlere ait alpha katsayıları bilgisi paylaşılmıştır.

Tablo 3: Çalışanların Cinsiyetleri

	Frekans	Yüzde %	Geçerli %	Kümülatif %
Erkek	38	47,5	47,5	47,5
Kadın	42	52,5	52,5	100,0
Total	80	100,0	100,0	

Araştırma kapsamında yapılan anket çalışmasına katılan çalışanların % 47,5 'ini erkekler %52,5 'ini kadınlar oluşturmaktadır. Çalışanların cinsiyetlerine bakıldığında dengeli bir dağılım gözlenmektedir.

Tablo 4: Çalışanların Medeni Durumu

	Frekans	Yüzde %	Geçerli %	Kümülatif %
Evli	10	12,5	12,5	12,5
Bekar	70	87,5	87,5	100,0
Total	80	100,0	100,0	

Araştırma kapsamında yapılan anket çalışmasına katılan çalışanların % 12,5'i evli kısmı oluştururken % 87,5'lik kısımla katılımcıların büyük bir kısmının bekarlardan oluştuğunu görmekteyiz.

Tablo 5: Bireylerin Yaşları

	Frekans	Yüzde %	Geçerli %	Kümülatif %
18-29	72	90,0	90,0	90,0
30-45	8	10,0	10,0	100,0
Total	80	100,0	100,0	

Araştırma kapsamında yapılan anket çalışmasına katılan çalışanların yaş ortalamalarının dağılımlarına bakıldığında 18-29 yaş aralığının çalışanların % 90'lık bir kısmını oluşturduğunu 30-45 aralığında çalışanların ise % 10'luk kısımda kaldığını görmekteyiz.

Tablo 6: İş Tecrübesi

	Frekans	Yüzde %	Geçerli %	Kümülatif %
1 Yıldan Az	50	62,5	62,5	62,5
1-5 Yıl Arası	26	32,5	32,5	95,0
6-10 Yıl Arası	4	5,0	5,0	100,0
Total	80	100,0	100,0	

Araştırma kapsamında yapılan anket çalışmasına katılan çalışanların iş tecrübelerinin yüzdesel dağılımında 1 yıldan az iş tecrübesine sahip olanlar % 62,5, 1-5 yıl arası iş tecrübesine sahip olanlar % 32,5 ve 6-10 yıl arası iş tecrübesine sahip olanlar ise katılımcıların % 5'lik kısmını temsil etmektedir.

Tablo 7: İş Yerindeki Statü

	Frekans	Yüzde %	Geçerli Yüzde %	Kümülatif %
ÇM Yetkilisi	75	93,8	93,8	93,8
Takım Lideri	4	5,0	5,0	98,8
Yönetici	1	1,3	1,3	100,0
Total	80	100,0	100,0	

Araştırma kapsamında yapılan anket çalışmasına katılan çalışanların 75'ini çağrı merkezi yetkilisi, 4'ünü takım lideri, 1'ini ise yönetici temsil etmektedir. Bunların yüzdelerine bakıldığında %93,8'lik kısmını çağrı merkezi yetkilisi, %5'lik kısmını takım lideri, %1,3'lük kısmını ise yönetici oluşturmaktadır.

Tablo 8: İş Güvencesi

	Frekans	%	Geçerli %	Kümülatif %
Kesinlikle Katılmıyorum	1	1,3	1,3	1,3
Katılmıyorum	4	5,0	5,0	6,3
Kararsızım	16	20,0	20,0	26,3
Katılıyorum	36	45,0	45,0	71,3
Kesinlikle Katılıyorum	23	28,7	28,7	100,0
Total	80	100,0	100,0	

Araştırma kapsamında yapılan anket çalışmasına katılan çalışanlara Herzberg'in hijyen faktörleriyle ilgili sorular sorulmuştur. İş güvenliği ile ilgili seçeneği *(Kuralların istismar edilmesi gibi durumlar dışında pozisyon ve iş kaybına uğratılmam)* çalışanların % 73,7'si katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum olarak işaretlemişlerdir. İş yerindeki çalışanların büyük kısmı şirketin belirlediği kurallara aykırı davranmadıkça iş kaybı yaşamayacağını düşünmektedir. Bu değişkenin özel sektör kapsamında yüksek olduğu düşünülebilir ve bu durum çalışanları motive eden önemli bir faktör olarak değerlendirilebilir. İş güvenliği politikalarının yüksek bir oranda kurum tarafından sağlandığı ve bununda çalışanların yarıdan fazlası tarafından önemli bulunduğu görülmektedir.

Tablo 9: Çalışma Koşulları

	Frekans	Yüzde %	Geçerli %	Kümülatif %
Kesinlikle Katılmıyorum	1	1,3	1,3	1,3
Katılmıyorum	10	12,5	12,5	13,8
Kararsızım	12	15,0	15,0	28,7
Katılıyorum	33	41,3	41,3	70,0
Kesinlikle Katılıyorum	24	30,0	30,0	100,0
Total	80	100,0	100,0	

Araştırma kapsamında yapılan anket çalışmasına katılan çalışanlara çalışma koşullarıyla ilgi seçenek *(İş yerimizdeki çalışma koşulları (çalışma saatleri, mesai, servis, yemek hizmetleri vb.) iş görenlerin durumu dikkate alınarak belirlenmektedir)* sunulmuştur. Çalışanların % 71,3'ü katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir. Buradan hareketle çalışanların büyük bir kısmının çalışma saatleri, servis, yemek izinleri veya hizmetlerine iş yeri tarafından yüksek oranda önem verilmektedir.

Tablo 10: Bireyler Arası İlişki

	Frekans	Yüzde %	Geçerli %	Kümülatif %
Kesinlikle Katılmıyorum	2	2,5	2,5	2,5
Katılmıyorum	2	2,5	2,5	5,0
Kararsızım	7	8,8	8,8	13,8
Katılıyorum	33	41,3	41,3	55,0
Kesinlikle Katılıyorum	36	45,0	45,0	100,0
Total	80	100,0	100,0	

Araştırma kapsamında yapılan anket çalışmasına katılan çalışanlara yöneltilen bireyler arası ile ilgili seçenek *(Yöneticilerimiz işimize yönelik sorunlarla ilgilenir ve çözüm önerileri geliştirirler)* sunulmuştur. Çalışanların büyük bir kısmı % 86,3 'ü katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir. Bu oranın yüksek olması bireyler arası ilişkilerin güçlü olduğunu göstermektedir. Kurum açısından değerlendirildiğinde ise çalışanların performanslarını olumlu etkileyecektir.

Tablo 11: Ücret

	Frekans	Yüzde %	Geçerli %	Kümülatif %
Kesinlikle Katılmıyorum	14	17,5	17,5	17,5
Katılmıyorum	5	6,3	6,3	23,8
Kararsızım	16	20,0	20,0	43,8
Katılıyorum	29	36,3	36,3	80,0
Kesinlikle Katılıyorum	16	20,0	20,0	100,0
Total	80	100,0	100,0	

Araştırma kapsamında yapılan anket çalışmasına katılan çalışanlara yöneltilen ücret ile ilgili seçenek (*İşletmemizin uyguladığı ücret politikasının adil olduğu görüşündeyim*) sunulmuştur. Çalışanların % 56,3'ü kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum seçeneklerini işaretlerken % 20'sinin kararsız olduğu, % 23,8'nin kesinlikle katılmadığı ve katılmadığı görülmektedir.

Tablo 12: Statü

	Frekans	Yüzde %	Geçerli %	Kümülatif %
Kesinlikle Katılmıyorum	6	7,5	7,5	7,5
Katılmıyorum	4	5,0	5,0	12,5
Kararsızım	21	26,3	26,3	38,8
Katılıyorum	32	40,0	40,0	78,8
Kesinlikle Katılıyorum	17	21,3	21,3	100,0
Total	80	100,0	100,0	

Araştırma kapsamında yapılan anket çalışmasına katılan çalışanlara yöneltilen statü ile ilgili seçenek *(İşyerindeki statümün, toplumda itibar görmeme neden olduğuna inanıyorum)* sunulmuştur. Çalışanların % 61,3 kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum seçeneğini işaretleyerek iş yerindeki statülerinin toplum tarafından itibar gösterildiğine inanırken, % 26,3'lük kısmı kararsız kalmışlardır. % 12,5'lik kısmı kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum seçeneğini işaretleyerek iş yerindeki statülerinin toplumun geneli tarafından itibar gösterilmediğini belirtmektedir.

Tablo 13: Şirket Kuralları

	Frekans	Yüzde %	Geçerli %	Kümülatif %
Kesinlikle Katılmıyorum	3	3,8	3,8	3,8
Katılmıyorum	4	5,0	5,0	8,8
Kararsızım	24	30,0	30,0	38,8
Katılıyorum	30	37,5	37,5	76,3
Kesinlikle Katılıyorum	19	23,8	23,8	100,0
Total	80	100,0	100,0	

Araştırma kapsamında yapılan anket çalışmasına katılan çalışanlara şirket kuralları ile ilgili seçenek *(İşletmemizde, demokratik ve katılımcı politikalar uygulanmaktadır)* sunulmuştur. İş yerindeki çalışanların % 61,3 'ü kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum seçeneğini işaretlerken, % 30 u ise kararsızım seçeneğini işaretlemiştir. % 8,8 'i ise kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum seçeneğini tercih etmişlerdir. Çalışanların çoğunluğu işletmede demokratik ve katılımcı politikaların uygulandığını düşünmektedir.

Tablo 14: Denetim

	Frekans	Yüzde %	Geçerli %	Kümülatif %
Kesinlikle Katılmıyorum	4	5,0	5,0	5,0
Katılmıyorum	4	5,0	5,0	10,0
Kararsızım	13	16,3	16,3	26,3
Katılıyorum	36	45,0	45,0	71,3
Kesinlikle Katılıyorum	23	28,7	28,7	100,0
Total	80	100,0	100,0	

Araştırma kapsamında yapılan anket çalışmasına katılan çalışanlara denetim ile ilgili seçenek *(Çalıştığım is yerinde amirlerimin yakın denetimi altında bulunmam beni memnun ediyor*) sunulmuştur. İşletmede çalışanların % 73,7 'si kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum seçeneği işaretleyerek iş yerinde amirlerinin yakın denetimi altında çalışmaktan memnun olduklarını belirtmişlerdir. Çalışanların % 16,3'ü bu durum karşısında kararsız kalırken, % 10 'luk kısmı kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir.

Tablo 15: Kişisel Yaşantı

	Frekans	Yüzde %	Geçerli %	Kümülatif %
Kesinlikle Katılmıyorum	3	3,8	3,8	3,8
Katılmıyorum	10	12,5	12,5	16,3
Kararsızım	10	12,5	12,5	28,7
Katılıyorum	31	38,8	38,8	67,5
Kesinlikle Katılıyorum	26	32,5	32,5	100,0
Total	80	100,0	100,0	

Araştırma kapsamında yapılan anket çalışmasına katılan çalışanlara kişisel yaşantı ile ilgili seçenek *(İş yeri dışındaki özel yaşantımdan memnunum)* sunulmuştur. İş yerindeki çalışanların % 71,3 'ü kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir ve iş yerinde özel yaşantılarından memnun olduklarını belirtmişlerdir. Çalışanların % 12,5 'i ise kararsız olduklarını belirtmişlerdir. Çalışanların % 16,3 'ü ise kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum seçeneğini işaretleyerek iş yerindeki özel yaşantılarından memnun olmadıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 16: Sonuç Odaklılık

	Frekans	Yüzde %	Geçerli %	Kümülatif %
Kesinlikle Katılmıyorum	3	3,8	3,8	3,8
Katılmıyorum	6	7,5	7,5	11,3
Kararsızım	18	22,5	22,5	33,8
Katılıyorum	34	42,5	42,5	76,3
Kesinlikle Katılıyorum	19	23,8	23,8	100,0
Total	80	100,0	100,0	

Araştırma kapsamında yapılan anket çalışmasına katılan çalışanlara sonuç odaklılık ile ilgili seçenek *(İş hedeflerime fazlasıyla ulaşırım)* sunulmuştur. İş yerinde bulunan çalışanların % 66,3 'ü kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir. Buda iş hedeflerine ulaşmada % 66,3 'lük bir oranla başarılı olduklarını göstermektedir. Çalışanların % 22,5 'i kararsız seçeneğini işaretleyerek iş hedeflerine ulaşmada kararsız olduklarını göstermişlerdir. Çalışanların % 11,3 'lük kısmı ise kesinlikle katılmıyorum ve katılıyorum seçeneğini işaretleyerek iş hedeflerine fazlasıyla ulaşma seçeneğine katılmadıklarını göstermişlerdir.

Tablo 17: Çözüm Odaklılık

	Frekans	Yüzde %	Geçerli %	Kümülatif %
Kesinlikle Katılmıyorum	3	3,8	3,8	3,8
Katılmıyorum	3	3,8	3,8	7,5
Kararsızım	15	18,8	18,8	26,3
Katılıyorum	46	57,5	57,5	83,8
Kesinlikle Katılıyorum	13	16,3	16,3	100,0
Total	80	100,0	100,0	

Araştırma kapsamında yapılan anket çalışmasına katılan çalışanlara çözüm odaklılık ile ilgili seçenek *(Bir problem meydana geldiğinde en hızlı şekilde çözüm üretirim)* sunulmuştur. İş yerinde bulunan % 73,8 'i kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir. Bu yüzde ile iş yerinde bir problem meydana geldiğinde en hızlı şekilde çözüm ürettiklerini göstermişlerdir. Çalışanların % 18,8'lik kısmı ise kararsız olduklarını beyan etmişlerdir. Çalışanların % 7,6 'sı ise kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum seçeneğini işaretleyerek iş yerinde bir problem meydana geldiğinde hızlı bir şekilde çözüm üretemediklerini göstermişlerdir.

Tablo 18: Plan Odaklılık

	Frekans	Yüzde %	Geçerli %	Kümülatif %
Kesinlikle Katılmıyorum	2	2,5	2,5	2,5
Katılmıyorum	7	8,8	8,8	11,3
Kararsızım	14	17,5	17,5	28,7
Katılıyorum	31	38,8	38,8	67,5
Kesinlikle Katılıyorum	26	32,5	32,5	100,0
Total	80	100,0	100,0	

Araştırma kapsamında yapılan anket çalışmasına katılan çalışanlara plan odaklılık ile ilgili seçenek *(İşlerini yaparken zamanı verimli kullanabilmekte ve iş planlarına bağlı kalmaktadırlar)* sunulmuştur. İş yerinde çalışanların % 71,3 'ü kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir. Bu da iş yerindeki çalışanların çoğunluğunun işlerini yaparken zamanı verimli kullanabilmekte ve iş planlarına bağlı kaldıklarını göstermiştir. Çalışanların % 17,5 'i ise kararsız seçeneğini işaretlemişlerdir. Çalışanların % 11,3 'ü ise kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir.

Tablo 19: Çalışma Azmi

	Frekans	Yüzde %	Geçerli %	Kümülatif %
Kesinlikle Katılmıyorum	2	2,5	2,5	2,5
Katılmıyorum	5	6,3	6,3	8,8
Kararsızım	12	15,0	15,0	23,8
Katılıyorum	38	47,5	47,5	71,3
Kesinlikle Katılıyorum	23	28,7	28,7	100,0
Total	80	100,0	100,0	

Araştırma kapsamında yapılan anket çalışmasına katılan çalışanlara çalışma azmi ile ilgili seçenek *(İşlerimi büyük bir heves ve gayret içerisinde yerine getiririm*) sunulmuştur. İş yerindeki çalışanların %76,2 'si kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir. Çalışanların % 76,2 si yani büyük bir kısmı işlerini büyük bir heves ve gayret içerisinde yerine getirerek çalışmalarında azimli olduklarını göstermişlerdir. Çalışanların % 15'i ise kararsız seçeneğini işaretlemişlerdir. Çalışanların % 8,8 'i ise kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir.

Tablo 20: Takım Ruhu

	Frekans	Yüzde %	Geçerli %	Kümülatif %
Kesinlikle Katılmıyorum	2	2,5	2,5	2,5
Katılmıyorum	3	3,8	3,8	6,3
Kararsızım	10	12,5	12,5	18,8
Katılıyorum	34	42,5	42,5	61,3
Kesinlikle Katılıyorum	31	38,8	38,8	100,0
Total	80	100,0	100,0	

Araştırma kapsamında yapılan anket çalışmasına katılan çalışanlara takım ruhu *(Takım halinde çalışma yeteneğine sahibim*) ile ilgili seçenek sunulmuştur. Çalışanların % 81,3'ü kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir. Çalışanlardan % 12,5'i kararsız kalırken % 6,3'lük kısmı kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir. İş yerinde yüzdesel olarak büyük bir çoğunluk takım halinde çalışma yeteneklerine sahip olduğunu belirtmişlerdir.

Tablo 21: Zaman Yönetimi

	Frekans	Yüzde %	Geçerli %	Kümülatif %
Kesinlikle Katılmıyorum	5	6,3	6,3	6,3
Katılmıyorum	10	12,5	12,5	18,8
Kararsızım	12	15,0	15,0	33,8
Katılıyorum	34	42,5	42,5	76,3
Kesinlikle Katılıyorum	19	23,8	23,8	100,0
Total	80	100,0	100,0	

Araştırma kapsamında yapılan anket çalışmasına katılan çalışanlara zaman yönetimi *(İhtiyaçlar dışında (belirlenmiş çay kahve ve yemek araları vb.) asla mola vermem)* ile ilgili seçenek sunulmuştur. Çalışanların % 66,3'lük kısmı kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum seçeneğini işaretlerken, % 15'i kararsız ve %18,8'lik kısmı da kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum seçeneği işaretlemişlerdir.

Tablo 22: Eğitim Performans İlişkisi

	Frekans	Yüzde %	Geçerli %	Kümülatif %
Kesinlikle Katılmıyorum	1	1,3	1,3	1,3
Katılmıyorum	4	5,0	5,0	6,3
Kararsızım	4	5,0	5,0	11,3
Katılıyorum	29	36,3	36,3	47,5
Kesinlikle Katılıyorum	42	52,5	52,5	100,0
Total	80	100,0	100,0	

Araştırma kapsamında yapılan anket çalışmasına katılan çalışanlara eğitim ile performans ilişkisi *(Çalışmakta olduğum işletmenin vermiş olduğu eğitim, işimdeki performansıma olumlu yansıdı)* ile ilgili seçenek sunulmuştur. Çalışanların % 88,8'i kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum seçeneğini işaretleyerek eğitim faktörünün çalışan performansına yansıdığını göstermişlerdir. Çalışanların % 5'lik bir kısmının kararsız olduğu ve % 6,3'lük bir kısmının ise kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum seçeneklerini işaretlediğini görülmektedir. Bir işi başarabilmenin, bir işte performans gösterebilmenin ilk önce o işi tanımaktan geçtiğini söyleyebiliriz.

3.3.2. Regresyon Analizi

Tablo 23: Regresyon Analizi

Regresyon Özeti				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,606[a]	,367	,359	,55771

a. Predictors: (Constant), Ort_Performans

Tabloda değişkenler arası ilişkiyi gösteren R değerinin 0,606 olduğu görülmektedir. Basit regresyon modeline göre sonucumuzda iki değişken hijyen faktörler ve çalışan performansı arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır. R Suquare değeri ise bağımlı değişken (hijyen faktörler) in ne kadarının bağımsız değişken (çalışan performansı) tarafından açıklandığını gösterir. Buna göre hijyen faktörlerdeki %37'lik değişimin çalışan performansı bağımsız değişkene bağlı olduğu söylenebilir. Düzeltilmiş R square (Adjusted R Square) bağımlı değişkendeki (hijyen faktörler) varyansın ne kadarının bağımsız değişken (çalışan performansı) tarafından açıklandığını gösterir. Buna göre hijyen faktörlerin %36'lık varyansının çalışan performansına bağlı olduğu söylenebilir. Tahminin standart hatası (Std. Error of the estimate) bağımlı değişken (hijyen faktörler) kendi ortalaması etrafındaki dağılımı ölçmektedir.

Tablo 24: ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	14,049	1	14,049	45,167	,000[b]
	Residual	24,262	78	,311		
	Total	38,311	79			

a. Dependent Variable: Ort_Hijyen

b. Predictors: (Constant), Ort_Performans

Yukarıda basit regresyon modelinin anlamlılık sonucunu gösteren anova sonuçları yer almaktadır. Burada gözlenen değerin regresyon modeline ne kadar uyum sağladığı konusunda bilgi vermektedir. Modelin anlamlılığını bağımlı değişkendeki (hijyen faktörler) varyansın model tarafından ne kadar iyi açıklandığını gösterir. Buna göre regresyon modeli istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur ($p<0.001$).

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1,584	,337		4,703	,000
	Ort_Performans	,567	,084	,606	6,721	,000

a. Dependent Variable: Ort_Hijyen

Burada bağımsız değişkende bir standart sapmalık değişme, bağımlı değişkendeki 0,606'lık standart sapma oranında değişimeye neden olmaktadır. 0,606 katsayısı, hijyen faktörlerdeki bir birimlik standart sapma oranında artış olduğunda, çalışan performansının standart sapmasında %60'lık artış olacağını göstermektedir. Analizimizin sonucunda düzeltilmiş R^2 değeri 0,36 dır. Bu değere göre hijyen faktörlerdeki %36'lık varyansın çalışan performansına bağlı olduğu görülmektedir.

4. Sonuç ve Değerlendirme

Araştırmamızda Herzberg'in hijyen faktörlerinin çalışanların performanslarına etkisini inceledik. Hijyen faktörlerin kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum olarak yüzdesel ortalama dağılımı % 69,4 çıkmıştır. Hijyen faktörlerin varlığının çalışan performansına etkisini değerlendirdiğimizde % 74,85'lik yüzdesel ortalama değer karşılık bulmaktadır. Yapılan çalışmalar istatistiksel ve yüzdesel olarak değerlendirildiğinde hijyen faktörleri oluşturan etmenlerin işletmede büyük oranda yer aldığı ve karşılığında çalışan performanslarına yansıdığı görülmektedir. Hijyen faktörlerin çalışan tarafından tatmin olunan düzeyde olması performanslarına etki yapmaktadır. Sonuç olarak uygulanan regresyon analizi ile bulgular değerlendirilmiş hijyen faktörlerin çalışan performansı üzerinde anlamlı etkisinin olduğu analiz sonucu görülmüştür.

5. Kaynakça

Ağırbaş, İ, Çelik, Y. ve Büyükkayıkçı, H. (2005). Motivasyon Araçları ve İş Tatmini: Sosyal Sigortalar Kurumu Başkanlığı Hastane Başhekim Yardımcıları Üzerinde Bir Araştırma. Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi, 8(3), 326-350.

Akal, Z. (2005). İşletmelerde Performans Ölçüm ve Denetimi: Çok Yönlü Performans Göstergeleri, Ankara: Mpm Yayını No:473

Allen, J, and Meyer, J. (1991). A-Three Component Conceptualization Of Organizational Comitment, Human Resources Management Review, 1(1), 61-69

Aydın, A. (2010). Orman Ürünleri Sanayi Sektöründe Toplam Kalite Yönetimi Uygulamalarının Çalışan Performansı Üzerine Etkilerinin Belirlenmesine Yönelik

Yapısal Bir Model, Doktora Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü. Trabzon

Balcı, A. (2000). Öğretim Elemanlarının İş Stresi, Kuram ve Uygulamalar, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Başaran, İ. Ethem. (2000). Örgütsel Davranış-İnsanın Üretim Gücü. (3. Baskı). Ankara: Feryal Matbaası.

Bayram, L. (2006). "Geleneksel Performans Değerlendirme Yöntemlerine Yeni Bir Alternatif: 360 Derece Performans Yönetimi", Sayıştay Dergisi, No: 62, ss. 47-65.

Ceylan, A., Ulutürk, Y. (2006), "Rol Belirsizliği, Rol Çatışması, İş Tatmini ve Performans Arasındaki İlişkiler", Doğuş Üniversitesi Dergisi, Y.7 S.1

Eğinli, A.T. (2009). Çalışanlarda İş Doyumu: Kamu ve Özel Sektör Çalışanlarının İş Doyumuna Yönelik Bir Araştırma. Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 23(3), 37.

Erbaşlar, G. (2015), Örgütsel Davranış, Ankara: Nobel Kitabevi.

Eren, E. (2014). Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi. (14.Baskı). İstanbul:Beta Yayınları.

Eroğlu, F. (2013). Davranış Bilimleri. (13.Baskı), İstanbul: Beta Yayınları.

Gümüştekin, G.E. ve Öztemiz, B. (2005). Örgütlerde Stresin Verimlilik ve Performansla Etkileşimi, Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 14 (1).

Helvacı, M.A. (2002). Performans Yönetimi Sürecinde Performans Değerlemenin Önemi. Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi, 35 (1), 155-169.

Herzberg, F, Mausner, B., Snyderman, B.B. (1959). The Motivation to Work, New York: Wiley

Herzberg, F. (1974). Motivation Hygiene Profiles: Pinpointing What Ails the Organization. Organizational Dynamics, 3(2), 18-29.

Herzberg, F. (2003). One More Time: How do You Motivate Employees? Harvard Business Review , 81(1), 86.

Kayış, A (2010). Spss Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri İçinde (5. Basım). Ed. Şeref Kalaycı Ankara: Asil Yayın Dağıtım.

Koçel, T. (2014). İşletme Yöneticiliği,15.Baskı, İstanbul: Beta Yayıncılık.

Locke, K. (2001). Grounded Theory İn Management Research, London: Sage Publications

Locke, E., Latham, G.. (2002). Building a Practically Useful Theory of Goal Setting and Task Motivation: A 35-Year Odyssey. American Psychologist, 57(9), 705.

McShane, S., Von G. (2010). Organizational Behavior. New York: McGraw Hill.

Mercanlioğlu, Ç. (2012). Örgütlerde Performans Yönetimi ile İş Görenlerin Motivasyonu Arasındaki İlişki. Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 4(1), 41-52.

Mucuk, İ. (2008). Modern İşletmecilik. İstanbul: Türkmen Kitapevi.

Özdevecioğlu, M. (2003). Algılama Örgütsel Adaletin Bireylerarası Saldırgan Davranışlar Üzerindeki Etkilerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 21, 77-96.

Öztürk, Z. ve Dündar, H. (2003), Örgütsel Motivasyon ve Kamu Çalışanlarını Motive Eden Faktörler, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Y.12, S 2.

Tutar, H. ve Altınöz, M. (2010), "Örgütsel İklimin İşgören Performansı Üzerine Etkisi: Ostim İmalat İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma", Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, C.65, S.2, s. 195-21

Sabuncuoğlu, Z., Tüz, M.. (2013). Örgütsel Davranış. Bursa: Aktüel.

Sargut, S. (2001). Kültürler Arası Farklılaşma ve Yönetim, Ankara: İmge Kitabevi.

Semerci, A.S. (2005). İş Motivasyonu Ve Sonuçları: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası'nda Bir Uygulama, Uzmanlık Yeterlilik Tezi. Ankara

Skinner, B.F. (1950). Are Theories of Learning Necessary? Psychological Review, 54(4), 193-216.

Şimşek, M, Akgemci, T. ve Çelik, A. (2008) Davranış Bilimlerine Giriş ve Örgütlerde Davranış, (Altıncı Baskı), Ankara: Gazi Kitabevi.

Tikici, M. (2005) Örgütsel Davranış Boyutlarından Seçmeler, Ankara: Nobel Yayınları.

Torlak, N. G. (2008). Organizasyon Teorileri. İstanbul: Beta Yayınları.

Wilson, F. (2004). Organizational Behaviour and Work (2.Edition). New York: Oxford University Press Inc.

Yıldız, O. (2008). İşgören Performansının Değerlendirilmesi için Bir Karar Destek Sistemi ve Uygulaması, Gazi Üni. Müh. Mim. Fak. Dergisi, Y. 23, S. 1.

Yüksel, Ö. (2007). İnsan Kaynakları Y*önetimi.* Ankara: Gazi Kitabevi.

Bilimsel Çalışmalarda Akademisyenler Tarafından Kullanılan Bilgi Erişim Sistemleri

Inst. Okan KOÇ
Balıkesir University
okankocbby@gmail.com

ÖZET

Bilgi erişim sistemleri, bilgi iletişim teknolojilerindeki gelişime paralel olarak insanlığı etkisi altına alarak ortaya çıkmıştır. Günümüzde teorik anlamda birçok çalışmanın dijital kültürün imkanları doğrultusunda yürütüldüğü görülmektedir. Bilgi erişim sistemleri, bilginin yeniden üretim aşamasında araştırmacıların rehberlik/ danışmanlık rolünü üstlenen yapılardır. Hız, fiyat ve kullanım kolaylığı gibi avantajları ile günümüz kütüphanelerinin ve araştırmacılarının vazgeçilmez bir parçasıdır. Geleneksel süreçler dışında, akademik bilginin yeniden üretilmesinde hayati öneme sahip olan günümüzün bilgi merkezleri hakkında düşünmeyi zorunlu kılar. Aynı zamanda, araştırma destek sütununu oluşturan bilgi erişim sistemleri, gelecekteki toplumun yaratılmasında önemli bir role sahiptir. Araştırmada bilimsel bilginin yeniden üretim sürecinde bilgi erişim sistemlerinin önemine değinilmiştir. Ayrıca, Bilgi erişim sistemlerinin ve teknolojilerinin akademik çalışmalardaki kullanımının etkisi üzerine yönelik bir değerlendirme gerçekleştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Bilgi erişim sistemleri, Akademik bilgi, Bilgi üretimi

Information Access Systems Used by Academicians in Scientific Studies

ABSTRACT

Information access systems have emerged by influencing humanity in parallel with the development of information communication technologies. Nowadays, it is seen that many studies in the theoretical sense are carried out in line with the possibilities of digital culture. Information access systems are the structures that undertake the guidance / consulting role of the researchers in the re-production of information. It is an indispensable part of today's libraries and researchers with its advantages such as speed, price and ease of use. It makes it compulsory to think about today's information centers, which are of vital importance in the reproduction of academic knowledge, except traditional processes. At the same time, information access systems that constitute the support column of research have an important role in the creation of the future society. In the research, the importance of information access systems in the reproduction process of scientific information is mentioned. In addition, an evaluation has been carried out on the effect of use of information access systems and technologies in academic work.

Key Words: Information access systems, academic knowledge, information production

1. Giriş

Günümüzde bilginin üretildiği, korunduğu, transfer edildiği, erişime sunulduğu ve düzenlendiği süreçler bilgi iletişim teknolojileri ile bağlantılıdır. Bu doğrultuda bilgi ile teknolojiyi bütünleştiren, iç içe geçiren kavramlar ortaya çıkmaktadır. Bilgi ve iletişim teknolojileri sayesinde yerel ya da bölgesel olarak üretilen bilginin küresel çapta paylaşılması, yeniden üretim serüvenine katkı sağlamasının önü açılmaktadır. Küreselleşme, globalleşme, yenidünya düzeni ya da bilgi toplumu bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişimlere sıkı sıkıya bağlıdır.

Mesleki olarak bilgi erişim sistemlerinin ve bilgi teknolojilerinin kullanım sıklığı ve kullanım nedenleri farklılık göstermektedir. Literatürde akademisyenlerin, medya çalışanlarının, ticari sektörlerde faaliyet gösterenlerin diğer meslek gruplarına oranla bilgi erişim sistemlerini daha

fazla kullandığı görülmektedir. Özellikle akademisyenler bilgi erişim sistemlerini çalışma alanları itibari ile daha yoğun kullanmaktadır.

Günümüzde bilgi erişim sistemlerinin temelini oluşturan internetin akademisyenler tarafından kullanım sıklığı ve nedenleri akademik üretim ilişkileri doğrultusunda değerlendirilmektedir. Konuyla ilgili gerçekleştirilen bazı araştırmalarda internet kullanma sıklığı ile sosyo-demografik özellikler (Baran ve Burcu, 2001), yaşam biçimlerinde oluşturduğu dönüşümler (Tarhan, 2001), akademik üretim ve ilişkilerindeki etkiler (Erjem ve Azman, 2001) ortaya konulmuştur. Akademisyenlerin internet kullanım sıklığı ile yayın sayısı ve bilimsel etkinliklere katılım oranı arasında bir bağlantı olduğu belirlenmiştir (Erjem ve Azman, 2001, s. 133).

1970 li yıllarla birlikte dünya çapında toplumsal dönüşümlerin yaşanmaya başladığı görülmektedir. Üretim, tüketim ve paylaşım açısından bir takım yeni anlayışların hayatımıza girmeye başladığı bu günlerde, askeri bir strateji mantığıyla geliştirilen, daha sonraki süreçte küresel bir iletişim ağına dönüşün internet toplumsal yapı üzerindeki etkisini her geçen artırmaktadır.

Bilgi ve iletişim teknolojileri kullanımın arttıkça; bireyselleşmenin, akılcılığın, yaratıcılığın, geleneksel bağlardan kurtulmanın ve topluma etkin katılımın da o denli artacağı gözlenmektedir (Avcıoğlu, 2009, s.42).

Bilgi toplumunda teknolojinin gelişimine paralel olarak, bilgi paylaşımının yaygınlaşacağı, bilgiye erişimde eşitliğin sağlanacağı, zamanla bilginin herkese açık hale dönüşeceği ileri sürülmektedir.

Bilgi paylaşımında ve erişiminde sağlanacak eşitlikle birlikte toplumsal anlamda geri kalmışlığın önleneceği, bilgi eksikliğinin ortadan kaldırılacağı ifade edilmektedir (Geray, 2003, s. 134).

Bilgiyi üreten, paylaşan, uygulama aşamasında danışmanlık eden ve yayan, toplumda sosyal olarak entelektüel bir konumda yer alan akademisyenlerin, bilgi erişim sistemleri kullanımı ve arama davranışları çalışmamızın temelinde yer almaktadır. Akademisyenlerin, bilginin üretildiği toplumun bir parçası olarak mevcut bilgiyi yeniden üretim sürecinde toplumun kullanımına sunuyor olması beklenmektedir. İçinde bulunduğumuz dijital kültürde akademisyenlerden, küresel bilgi ve değerlerin içselleştirilerek, kendi toplumlarının gelişim ve ilerleme seyrine katkı sağlayacak bir dinamiğe dönüştürmeleri beklenmektedir.

2. Bilgi Erişim Sistemleri

Bilgi erişim sistemlerine geçmeden önce bilgi erişim kavramının neyi ifade ettiğini açıklamak gerekmektedir. Literatüre baktığımızda bilgi erişim konusunda benzer tanımlamaların yapıldığı görülmektedir.

Bilgi erişim, "*kaydedilmiş enformasyona seçici bir biçimde başvurarak kütüphanede ya da başka bir dermede bulunan belgelere ve/veya belgelerin içindeki enformasyona erişimdir*" (Harrod, 1987).

Tamdoğan'a göre bilgi erişim "*bilgiye ilgiye seçici biçimde yaklaşan 'kullanıcı' ile sistematik hale getirilen ve kullanılır kılınan (depolanmış) 'bilgi' arasındaki bilgi akış sürecini kesintisiz biçimde sağlamak üzere, belirli yöntem ve tekniklerin kullanılarak sistem içindeki bilgi kaynağı ve/veya bilgi kaynağı içindeki bilginin çağrılması, çekilip alınması ve değerlendirilmesi sürecidir* (Tamdoğan, 2009, s. 162).

Bugün dijital dönüşümle birlikte elektronik yöntemler bir ağ üzerinden tarama yapmaya izin verirken, geliştirilen bibliyografik veritabanları ilgili dokümanlara erişimin sağlanmasını desteklemektedir.

Bilgi erişim sürecinde tarama stratejisinin belirlenmesi, sorgulama formülasyonunun oluşturulması bilgiye erişimde, erişilen kayıtların ilgililiği ve anlamlılığı önemli bir yer teşkil etmektedir (Alkan, 1995). Belgelerin dizinlenmesi aşaması, sorgu cümlesinin hazırlanması ve bilgi erişime sürecine ilişkin kural ve modellerin erişim sürecinde etkinliğini artıracağı, erişim isabetine doğrudan etki edeceği düşünülmektedir (Tonta,1995).

Bilgi erişim sistemlerinin temel olarak işlevi söz konusu dermedeki ilgili kayıtların tümüne erişim sağlamak, ilgili olmayanların ise ayıklanmasıdır. Genel olarak beklenti bilgi erişim sistemlerinin kullanıcı tarafından oluşturulan arama kaydına ilişkin tüm ilgili kayıtların erişime sunulmasıdır. Günümüzde web 3.0'ın getirmiş olduğu imkanlar, akıllı sistemler ve nesnelerin interneti gibi teknolojik gelişmeler, bilgi erişim sistemlerinin geçmişe nazaran daha net erişim sunmasına, daha ilgili kayıtlara ulaşım olanağı sağlamaktadır. Kısacası bilgiyi depolayan ve ihtiyaç duyulduğunda kullanıma sunan bilimsel iletişim açısından hayati rol oynayan sistemlerdir.

Bilgi erişim sistemleri, bilgiyi depolamak ve kullanıma sunmanın yanı sıra, bilgi hizmetleri aracılığıyla da belge yada bilgi erişimini olanaklı kılmaktadır. Bu doğrultuda indeksleme/ öz çıkarma hizmetleri, bibliyografik ve/veya literatür tarama hizmetleri, güncel duyuru hizmetleri ve yöneltme hizmetleri; bibliyografik denetim ve bilgi kaynağının yerinin belirlenmesi açısından çok büyük önem taşımaktadır. Her hangi bir konuda literatür taramasına izin veren bilgi erişim sistemleri ve bilgi merkezlerinin sunduğu geleneksel ve online yürütülen bilgi

hizmetleri yoluyla gereksinim duyulan yayınlar, kolaylıkla tespit edilip yerleri belirlenebilmektedir. (Tamdoğan, 2009, s.155).

Bilgi erişim sistemleri kullanıcına mevcut dermesi doğrultusunda hizmet veren bilgi merkezleri ve bilgi merkezleri otomasyon sistemleri, internet ve son yıllarda bilimsel üretimde önemi giderek artan veritabanlarından oluşmaktadır.

Bilginin yeniden üretim sürecine günümüzde eklenen veritabanları ve tarama motorları, kütüphane ve bilgi merkezlerinin gereksinim duyulan bilginin fırsat eşitliği çerçevesinde kullanıma sunulması ve toplumsal açıdan önemli bir işlevi yerine getirmektedir. Bununla birlikte bilgi erişim sistemlerinin etkin kullanımı doğrultusunda, kullanıcılara rehberlik etmekte ve eğitim programları (kütüphane okuryazarlığı, Internet okuryazarlığı, enformasyon okuryazarlığı gibi) düzenlemektedir. Bu doğrultuda, özellikle kütüphaneler, elektronik ortamdaki bilgilere erişimde birey(ler), topluluk(lar) ya da toplum(lar) arasındaki ayırımı betimleyen 'sayısal ve/veya bilgi uçurumu' (digital divide) olgusunun yaşanmaması yönünde çok önemli bir toplumsal sorumluluğu da yerine getirmektedir (Tamdoğan, 2009, s.156).

Bilgi erişim sistemlerini bilginin üretilmesi, yayımlanması, dağıtılması, depolanması, korunması ve bilimsel bilginin yeniden üretim sürecinde kullanılmak üzere paylaşıma sunulmasını destekleyen sistemler olarak düşünmek gerekmektedir. Bu doğrultuda bilgi merkezleri ve kütüphaneler, veritabanları ve tarama motorlarını bilgi erişim sistemleri türü olarak sınıflamak mümkündür.

2.2. ResearchGate

ResearchGate, araştırmacıların yayınlarını, özetlerini, araştırma alanlarını paylaştıkları akademik anlamda sosyal bir ağdır. Herhangi bir araştırmacının çalışma alanına yakın gördüğü diğer araştırmacılarla bir araya gelebildiği, bilimsel anlamda iletişim kurabildiği, soru sorabildiği ve ya yayınlarını paylaşabildiği bu platform son yıllarda akademisyenler tarafından oldukça rağbet görmektedir.

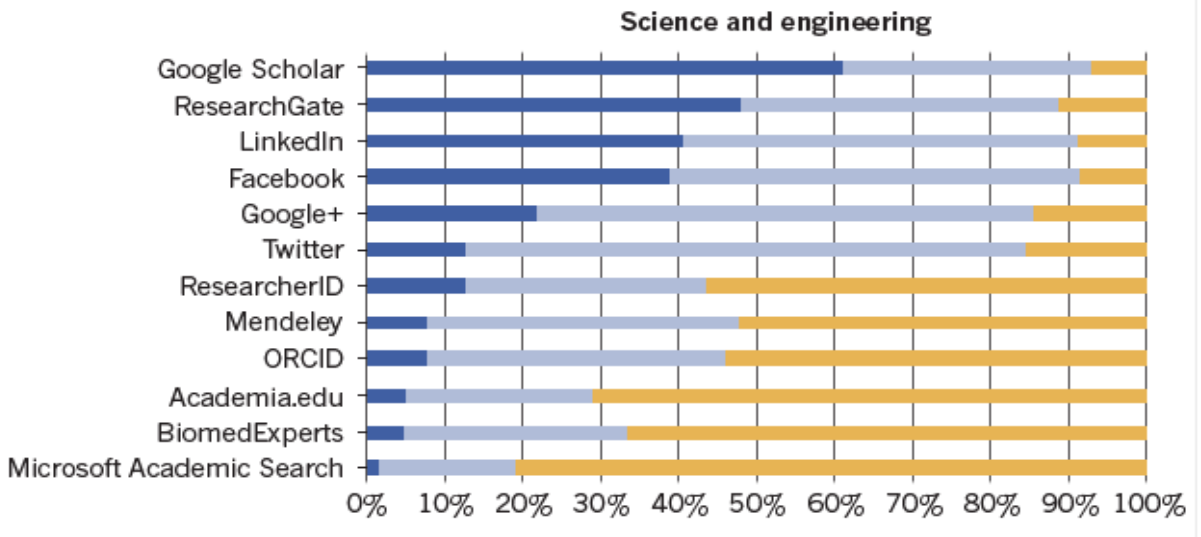
Sistem üzerinde her araştırmacı akademik çalışma alanlarını belirleyerek bir hesap oluşturabilmektedir. Akademisyenlerin birbirinin profilini takip ederek alana ilişkin son yayınların neler olduğunu görebilmeleri mümkündür.

ResearchGate uygulaması 2008 yılında Web ortamındaki Science 2.0 platformlarından birisi olarak başlatılmıştır. Son yıllarda e-posta yoluyla platformun araştırmacılar arasında tanıtılması ve teşvik edilmesi yoluna gidilmiştir. Sisteme dahil olmaları için araştırmacılara haftada 4 ile 10 arasında mail atarak platformun kullanımı ön plana çıkarılmaktadır (Kraker ve Lex, 2015). Nature 'da yayımlanan bir araştırmada araştırmacılara atılan yüksek sayıda mailin

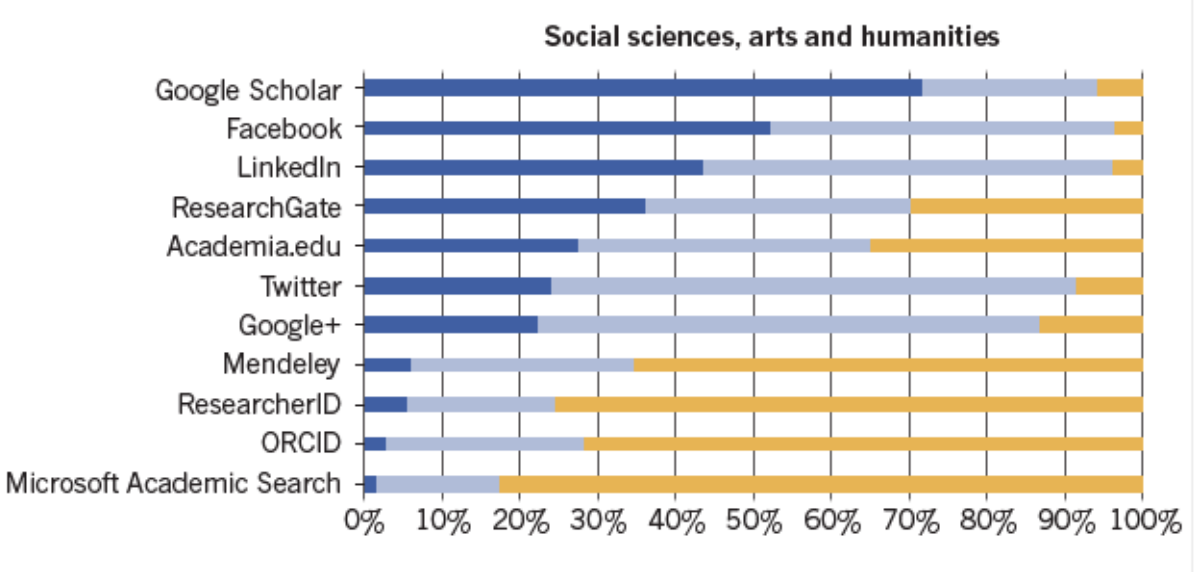
ResearchGate kullanımında etkisi olduğu tespit edilmiştir. Araştırmaya katılan akademisyenlerin %35'inin e-posta aldıkları için ResearchGate'e kayıt olduğu ortaya çıkmıştır (Noorden, 2014).

Bugün itibari ile 15 milyondan fazla araştırmacının ResearchGate'e kaydolduğu, 130 milyonun üzerinde yayına erişimin sağlandığı ve her gün 10 bin kişinin daha eklendiği görülmektedir (ResearchGate, 2019). Platformun kurucularından Ijad Madisch, üyelerin bilimsel içerikli yayın paylaşımı yapıp, herhangi bir konuda tartışabilecekleri, birbiri ile iş birliği çalışmalarına girebilecekleri bir sosyal ağ kurma amacını taşıdığını belirtirken, bilimin toplumsallaşması noktasında büyük bir adım atıldığını ve bu doğrultuda sistemin Nobel ödülünü hak ettiği vurgulamaktadır (Noorden, 2014).

2014 yılı Mayıs ayında 95 farklı ülkeden 3500 akademisyenin katıldığı araştırmada akademisyenlerin bilimsel iletişim doğrultusunda en çok takip ettikleri platformlar belirlenmeye çalışılmıştır.



Buna göre fen ve mühendislik konusunda çalışan bilim insanların % 88'inden fazlası ResearchGate'in bilimsel iletişim için önemli olduğunu ve %48'den fazlası ise bu amaçla kullandığını belirtmiştir (Nature, 2019).



Diğer yandan sosyal bilimcilerin %28'ine yakını ResearchGate'in bilimsel iletişim için önemli görürken, %5 i kullandığını iletmiştir (Nature, 2019).

2.3. Academia.edu

Akademisyenler ve araştırmacılar tarafından yoğun olarak kullanılan bir diğer online platform Academia'dır. Dünyanın birçok ülkesinden katılımcısı olan sistemin genel mantığı yayın paylaşımı üzerinedir.

Academia, üzerinde akademisyenlerin makalelerini paylaşmalarına izin vermekte, takip ettiği diğer araştırmacıların yayınlarını izleme ve çeşitli analiz tercihlerine olanak sağlamaktadır. Dünya çapında 88 milyonun üzerinde akademisyenin kayıtlı olduğu platformda 23 milyon makaleye erişim söz konusudur (Academia, 2019).

2.4. Kullanım İstatistikleri

Kullanım istatistikleri bilgi merkezleri ve kütüphaneler için hayati önemdedir. Basılı kaynaklarda bu veriyi ilgili otomasyondan çekmek mümkün iken elektronik kaynaklarda farklı ölçüm yöntemleri söz konusudur. Kütüphanelerin hangi elektronik daha kullanışlı ve etkin olduğunu belirlemesi bütçe açısından da önemli bir yer teşkil etmektedir.

Elektronik dergilerin için temel ölçüt tam metin makalelerin kullanım sayısı baz alınabilir. İlgili dergideki makalelerin kullanım sayıları, dergiye ödenen abonelik ücreti üzerinden değerlendirilmekte, kullanılan makale başına birim maliyeti hesaplanmaktadır. Kullanım başına maliyetin hesaplanması, bilgi merkezleri ve kütüphanelerin koleksiyonlarını değerlendirmede, hangi kaynakların koleksiyon için gereklilik arz etmediği belirlemede önemli yere sahiptir.

Kütüphaneler için kullanım istatistiklerini yönetmek, içerik sağlayıcıların işin içine dahil edilmesi ile birlikte daha karmaşık hale gelmiştir. 1990'lı yılların sonunda gerçekleştirilen

çalışmalarla, elektronik kaynakların kullanım istatistiklerinde sağlayıcı firmalardan destek alınıyor olması istatistiklerin sorunlu olabileceği şüphesini doğurmuştur. Çoğu zaman sağlayıcıların ilgili verileri sağlamadığı ya da tutarsızlıkların söz konusu olduğu görülmüştür. Bu durum ICOLC'nin (Uluslararası Kütüphane Konsorsiyumları Birliği) istatistiklerin sağlanırken hangi terminolojilerin kullanılacağını açıklayan bir dizi kılavuz hazırlamasını gerektirmiştir. Bu rağmen bazı sorunlar giderilememiştir (Pesh, 2007, s. 207).

2. 4. 1. COUNTER Projesi

2003 yılında ilk olarak uygulanan proje 2006 yılında ikinci sürümünü yayımlamıştır. Bilgi merkezleri ve kütüphanelerin ve veritabanı sağlayıcılarının yayınlarla ilgili hangi kullanımları (tam metin görüntüleme, tam metin indirme, bibliyografik olarak inceleme vb.) dikkate alması gerektiği standart bir hale getirmeyi amaçlamaktadır. Yalnızca terminolojik olarak değil, raporların düzeni, formatı, kullanım verilerinin nasıl işlendiği, neyin ve ne zaman istatistiklere ekleneceği standart hale getirilmeye çalışılmıştır (Pesch, 2007, s. 208).

2. 4. 2. SUSHI Projesi

Counter Projesi kullanım verilerinin standardizasyonu yardımcı olmasına rağmen kullanım verilerinin birden çok sağlayıcıdan toplanmasında karşılaşılan problemlerin devam etmesi, bu sürecin yönetilmesi için uzun zaman gereksinimi ve ortaya çıkan tutarsızlıkların sürdürülmemesi için yeni bir modele gereksinim duyulmuştur. İşte bu süreçte çok sayıda sağlayıcı firmadan verileri otomatik olarak toplayacak, XML formatında biçimlendirecek bir sistem olan SUSHI geliştirilmiştir. Burada amaçlanan elektronik kaynaklarla ilgili tüm kullanım verilerine tek bir ara yüzden erişimin sağlanmasıdır (Pesch, 2007, s. 209).

3. Veritabanları

Veritabanı kavramı 1980 li yıllarla birlikte hayatımızdaki yerini almaya başlamıştır. Birbiri ile ilişkili verilerin depolandığı, belirli bir kullanım amacı doğrultusunda düzenlendiği, mantıksal ve fiziksel anlamda bütünlük gösteren bilgi depolarını veritabanı olarak adlandırmak mümkündür (Alakoç, 2005, s.12).

Veritabanlarını genel olarak herkesin erişimine ücretsiz olarak açık olan ve belirli bir sağlayıcıdan belirli bir süre karşılığında ücret ödenerek, abonelik sağlanarak erişilen olmak üzere iki başlık altında sınıflandırmak mümkündür. Bununla birlikte veritabanı türleri açısından ise tam metin ve bibliyografik bilgi sağlayan veritabanları olarak da ikinci bir ayrım söz konusudur.

Güncelleme sıklığının yüksek olması, güncel bilgiye hızlı erişim kolaylığı sağlaması, geniş tarama seçenekleri doğrultusunda bilgiye kesin isabet imkanı vermesi, birçok formatta bilgi

kaynağını bünyesinde barındırıyor olması gibi avantajları sebebiyle araştırmacılar açısından önemli bilgi erişim sistemleri arasında yer almaktadır. Veritabanı kullanımı konusunda yürütülecek bilgi okuryazarlığı çalışmaları, bilgi merkezleri ve sağlayıcı firmaların iş birliği ile bu kaynakların daha efektif ve etkili kullanımını sağlayacaktır.

Son yıllarda artarak devam veritabanı kullanımı üzerine birçok araştırma yapılmıştır. Bu doğrultuda akademisyen ve araştırmacıların en çok tercih ettiği bibliyografik veritabanı belirlenmeye çalışılmıştır. İsrail'de ortaya konulan araştırmaya göre akademisyenler tarafından en çok tercih edilen veri tabanını Web of Science (% 47.3) olarak tespit edilmiştir. Diğer serbest erişimli veritabanlarının da bu doğrultuda önemli bir kullanıma sahip olduğu, PubMed/MEDLINE'ın % 39,3 gibi oranda tercih edildiği ve INSPEC veritabanının ise % 16.1 gibi bir oranla tercih edildiği belirlenmiştir (Bluma, Peritz ve Wolman, 2003,s. 352).

18 milyonun üzerinde ayıt içeren MEDLINE veritabanı tıp ve yaşam bilimlerinin en ok tercih ettiği bibliyografik kaynak olarak ön plana çıkmaktadır. Özellikle dünya çapında doktorlar ve araştırmacılar tarafından kullanılan kaynak teknik beceri gerektiren bir sorgulama arayzüne ve içeriğine sahiptir (Palidwor ve Navarro, 2010).

Web of Science gibi bibliyografik veri sağlayan veritabanlarında genel kullanım verileri incelenirken tam metin görüntüleme ve indirme sayılarına erişim mümkün olmayıp, kullanıcılar tarafından tıklama ve kaydetme davranışları değerlendirilmektedir. Kullanıcılar daha çok atıf analizi, belirli bir konudaki yayıncıları gözlemlemek, konuyla ilgili güncel yayınları takip etmek için bu tip veritabanlarına gereksinim duymaktadır.

Yapılan bir araştırma Web of Science'da son 3 yılda indekslenen yayınların akademisyenler tarafından daha çok tercih edildiği, bu rağmen eski yayınların daha çok atıf aldığı, özellikle on yılın üzerinde bir geçmişte yayınlanan atıf sayılarının oldukça yüksek olduğu tespit edilmiştir (Wang, Fang ve Sun, 2016).

Tıp ve sağlık bilimleri konusunda tercih edilen veritabanını belirlemeye yönelik gerçekleştirilen bir diğer çalışmada, Curtis, Weller ve Hurd (1993, s. 385-387), araştırmacıların % 73.3'ü Index Medicus ya da MEDLINE, % 35.5'i Current Contents ve % 31,4 Science Citation Index veritabanını tercih ettiği tespit edilmiştir. 2003 yılında ortaya konulan bir başka çalışmada, tıp ve sağlık konusunda çalışan akademisyenlerinin en çok kullandığı veritabanı, MEDLİNE ve Web of Science olarak tespit edilmiştir (De Groote ve Dorsh, s. 2003, s. 236).

Akademisyenlerin veritabanı kullanım alışkanlığını ölçmeye yönelik 2007 yılında gerçekleştirilen bir araştırmaya göre %67'si haftada en az bir gün veritabanı kullandığını belirtmiştir. 902 araştırmacının katıldığı aynı araştırmada akademisyenlerin %47'sinin

bibliyografik veritabanlarını kullandığı belirlenmiştir. Akademisyenler veritabanı kullanım nedeni olarak çoğunlukla ilgili yeni yayınları takip etmek ve güncel duyuru hizmeti almak için tercih ettikleri belirtmişlerdir (Hemminger, Lu, Vaughan ve Adams, 2007).

2012 yılında 843 akademisyenin katıldığı Drexel Üniversitesi'ndeki tez çlışmasın göre, akademisyenlerin büyük bir çoğunluğu bilgiye erişimde interneti ve veritabanlarını kullandığını belirtmiştir (Rozaklis, 2012, s. 70).

Bilgiye erişimde tercih edilen yöntem	Kişi sayısı	%
İnternetteki araştırma siteleri	843	% 95.5 (804 kişi)
Veritabanları	841	% 76.8 (794 kişi)
Online kütüphane kataloğu	842	% 71 (598 kişi)
Kişisel koleksiyon	843	% 68 (573 kişi)
Fiziksel kütüphane ziyareti	843	% 66.2 (558 kişi)
Google Akademik	838	% 60.6 (508 kişi)
Sosyal ağlar (Twitter, Facebook)	838	% 50.4 (422 kişi)

Tablo. 1. Bilgiye erişimde tercih edilen sistemler (Rozaklis, 2012, s. 70).

Konuyla ilgili 2013 yılında Türkiye'de yapılan bir diğer araştırma, tıp fakültesi akademisyenlerinin veritabanı ve e-dergi tercihlerini incelenmiştir. Buna göre tıp ve sağlık konusunda çalışan akademisyenlerin %87.4'ünün veritabanlarını ve e- dergi kullanımını, basılı koleksiyona göre daha çok kullandıkları tespit edilmiştir (Doğan, 2013).

Balıkesir Üniversitesi veritabanı kullanım istatistiklerine bakılırsa 2017 yılında **17** adet tam metin, **1** adet bibliyografik, **1** adet intihal programı, **1** elektronik kaynak arama motoru, 1e-kitap veritabanı olmak üzere 21 veritabanına abonelik sağlamış, Ulusal Lisans kapsamında **EKUAL** kanalı ile **16** veritabanına ve 1 Elektronik Kaynak arama motoru olmak üzere toplam **36** veritabanına erişim sağlanmıştır.

22 veritabanından toplamda 201 511 tam metin görüntüleme ve erişim sağlandığı tespit edilmiştir. Elde edilen veriler ışığında kütüphane bünyesine yer alan veritabanlarının kullanım istatistiklerinin her geçen yıl arttığı tespit edilmiştir. Ancak burada dikkat çekici olan ve üzerinde durulması gereken bir diğer nokta, veritabanlarının birçoğundan istatistiki bilgilerinin alınamıyor olmasıdır.

4. Elektronik Dergi

Bilimsel iletişim açısından elektronik dergilerin öneminin her geçen gün arttığı görülmektedir. 90'lı yılların başında 27 olarak belirlenen elektronik dergi sayısı 1999 yılına gelindiğinde 8000' e çıktığı görülmektedir. Ulrich's Periodical Directory veri tabanı üzerinde yapılan bir

araştırmaya göre, 2005 yılındaki hakemli dergi sayısı 16 binin üzerine çıkmıştır (Kurata, Matsubayashi, Mine, Muranushi ve Ueda, 2007, s. 1403; Kayaoğlu, 2004, s. 57).
2003 yılında Tennessee, Pittsburg ve Drexel Üniversitelerinde akademik personel ile akademik olmayan personelin bilimsel dergilerdeki makaleleri okuma eğilimleri üzerine yürütülmüş bir çalışmaya göre akademik personellerin bilimsel elektronik dergileri daha çok tercih etme eğiliminde oldukları belirlenmiştir (King, Tenopir ve Aerni, 2003, s. 3).

Bir diğer çalışmada bilimsel dergilerin önemi ve akademisyenlerin yılda ortalama kaç bilimsel makale okudukları incelenmiştir. Araştırma sonucunda 1993- 1998 yıllarını kapsayan süreçte ortalama 120 bilimsel makale okunurken, 2000-2001 kapsayan süreçte bu sayının 130'a çıktığı tespit edilmiştir. Ayı araştırmada akademisyenlerin bilimsel içerikli makaleleri okumak için yılda ortalama 100 saatin üzerinde zaman ayırdıkları tespit edilmiştir. (Tenopir ve King, 2001, s. 114).
Akademisyenlerin okudukları bilimsel makale sayıları üzerine gerçekleştirilen bir diğer çalışmada, okunan makale sayısının disiplinlere göre dağılımı incelenmiştir. Araştırma kapsamında mühendislerin, fizikçilerin, astronomların, kimyacıların ve tıp akademisyenlerinin yıllık ortalama okuduğu makale sayıları ve okumak için ayırdıkları süreler karşılaştırılmıştır. Araştırma sonucunda tıp akademisyenlerinin yıllık 322 makale okuma ortalamasıyla diğer disiplinleri geride bıraktığı tespit edilmiştir. Diğer yandan kimyacılar, fizikçiler ve astronomlar yıllık ortalama 107 saat ayırarak bilimsel makale okuduğu sonucuna ulaşılmıştır (Tenopir, King, Boyce, Grayson, 2005, ss.793-794).
Georgia Üniversitesi'nde gerçekleştirilen bir diğer çalışmada akademisyenlerin dergi kullanım oranları tespit edilmiştir. Buna göre temel ve sosyal bilimler alanındaki akademisyenlerin büyük çoğunluğu kendi abone oldukları dergileri kullanmayı tercih ederken (%91), kütüphanenin abone olduğu basılı dergileri kullananların oranı (%74) daha düşüktür. Elektronik dergi kullanımının disiplinlere göre dağılımına bakıldığında ise, temel bilimlerdeki akademisyenlerin, sosyal bilimlerdeki akademisyenlere nazaran daha fazla elektronik dergi kullandıkları tespit edilmiştir. Dergilere bireysel abonelik açısından temel bilimlerdeki akademisyenlerin oranı (% 50), sosyal bilimlerdeki akademisyenlerin oranından (%8) daha yüksek olduğu belirlenmiştir (Smith, 2003, s. 165-166).
Akademisyenlerin okumak için kendi koleksiyonlarında yer alan bilgi kaynaklarının kaynakçalarından makale seçtikleri (%55), bunun yanında bibliyografik veritabanlarını kullanarak (%22) makalelere ulaştıkları saptanmıştır (Smith, 2003, s.166).

2003 yılında tıp alanındaki akademisyenlerin ve öğrencilerin örnekleme seçildiği bir diğer çalışmada, araştırmacıların % 29'unun dergilerin basılı versiyonlarını; % 71'inin ise elektronik versiyonlarını tercih ettiği ortaya çıkmıştır (De Groote, Dorsh,2003,s.234). örnekleme katılan basılı dergileri tercih eden araştırmacılar tercih nedeni olarak; "daha az sayfa harcandığını", "önemli yerlerin altını çizebiliyor olmalarını", "grafiklerin ve tabloların elektronik versiyona göre daha kaliteli olduğunu", "grafik ve tabloları okumanın daha kolay olduğunu" ve "fotokopi için beklenen sürenin elektronik versiyondan çıktı almak için beklenen süreden daha az olduğunu" belirtmişlerdir. Dergilerin elektronik versiyonunu tercih eden araştırmacılar ise, "maliyetin ucuz olması", "daha az zaman alması", "kütüphaneye gitmek zorunluluğunun ortadan kalkması", "çıktının daha hızlı alınabilmesi", "istenildiği zaman erişilebilmesi", "kütüphanedeki basılı süreli yayın sayısının azlığı" gibi nedenler öne sürmüşlerdir.

5. Elektronik Kitap

Son yıllarda üniversite kütüphaneleri elektronik kitap koleksiyonuna ağırlık vermektedir. Bazı durumlarda basılı kitapların elektronik formatlarını da koleksiyona eklenerek kullanım sayısını yükseltmek amaçlanmakta iken, bazen de yalnızca elektronik format koleksiyona dahil edilerek kullanım açısından zaman, emek ve maliyet kazanımı sağlanmaktadır. Elektronik kitap üzerinde tarama yapabilme, yazdırma, mail olarak gönderme ya da kaydetme gibi avantajlar ve bununla birlikte uzaktan erişim imkanı araştırmacıları bu kaynaklara yöneltmektedir.

Bu avantajlarına rağmen elektronik kitap kullanımı istenen seviyeye ulaşmamıştır. Kütüphane ve bilgi merkezlerinin koleksiyon/derme geliştirme çalışmalarını kullanıcı istek ve beklentileri doğrultusunda yürütüyor olması, kullanıcıların henüz elektronik kitap sayısını üst seviyelere taşıyacak sayıda istekte bulunmuyor olması bu konudaki en büyük engel olarak düşünülmektedir.

Duke Üniversitesi Kütüphanesi 2001 yılından itibaren elektronik kitap koleksiyonu oluşturmaktadır. Kütüphanenin toplam koleksiyon sayısı bugün itibari ile 4.5 milyon materyal içerirken, bu koleksiyon içerisindeki elektronik kitap sayısı 2004 yılında 50 ine ancak ulaşabilmiştir (Littman ve Connaway, 2004, s. 3).

2006 yılında gerçekleştirilen bir araştırmada Auburn Üniversitesi Kütüphanesindeki basılı kitap kullanımın 2000 yılından 2004 yılına % 23 azaldığı tespit edilirken, aynı oranda elektronik kitap kullanımının arttığı tespit edilmiştir (Bailey, 2006).

Yine 2006 yılında Texas ve Dallas Üniversitelerinde gerçekleştirilen araştırmada basılı koleksiyon kullanım ve satın alma oranında büyük düşüşlerle karşılaşılmıştır. Kütüphane

koleksiyonu üzerindeki araştırmada 2004 yılından 2005 yılına değin geçen sürede 17 bin civarı basılı kitap kullanımda düşüş tespit edilmiştir (Safley, 2006).

Bu doğrultuda Balıkesir Üniversitesi'nde elektronik kitap kullanımına bakıldığında 2017 yılında 2517 adet kullanım gerçekleşirken 2018 yılında bu sayı 2752 olarak tespit edilmiştir.

6. Değerlendirme ve Sonuç

Bilgi erişim sistemlerinin ve buna paralel olarak bilgi merkezlerinin, bilginin yaşam döngüsündeki önemi her geçen gün artmaktadır. Sanal/dijital kültürün bilimsel amaçlı çalışmalara katkısı, arama motorlarından, veritabanlarından, çevrimiçi kataloglardan, bilimsel toplantı, konferans, bloglara kadar her alanda etkisi göz önündedir.

İnternetin hayatımıza girişiyle birlikte günümüzde, akademisyenler bilgi erişim sistemlerini bilimsel iletişim için kullanmaktadır. Bilgi erişim sistemlerinin bilgiye hızlı bir şekilde erişim ihtiyacı duyan akademisyenlerin bilgi arama davranışları üzerinde keskin bir etkisi olduğu söylemek mümkündür.

Günümüzde, bilgi arama davranışlarının üzerinde etkisini artırarak sürdüren bilgi erişim sistemlerinin, kullanıcılar tarafından etkin ve verimli kullanımına yönelik yürütülecek bilgilendirme çalışmalarına, eğitimlerine ve kullanımında karşılaşılan sorunların çözülmesinde bilgi merkezlerine ve bilgi erişim sistemi sağlayıcılarına önemli roller düşmektedir.

Konuyla ilgili olarak öneriler içerisine bilimsel bilgi kullanıcılarının bilgi arama davranışları ve elektronik kaynak kullanımları ilgili çalışmaların yapılması için araştırmacılar özendirilmeli, ortaya çıkan sonuçlar benzer çalışmalarla karşılaştırılarak benzerlik ve farklılıklar belirlenip, bu bilgiler ışığında bilgi merkezleri ve bilgi merkezleri çalışanlarının paylaşımına sunulması gerekmektedir. Böylelikle elektronik bilgi kaynaklarının kullanım istatistiklerinin farklı kullanıcı gruplarına yönelik olarak tanımlanması ve akabinde elektronik koleksiyonun geliştirilmesi konusunda alınacak kararlar daha sağlıklı olacaktır.

Bilgi merkezlerinin kullanıcı ile bilgi sistemleri arasında etkin bir rol üstelenebilmesi için kullanıcısını ve bilgi arama davranışını yakından tanıması gerekmektedir. Bu doğrultuda bilgi merkezinin kullanıcısı ile sürekli iletişim halinde olması, kullanıcısının hangi kaynaklara daha çok gereksinim duyduğunu belirlemesi yapılması gereken ilk basamağı oluşturmaktadır. Bilgi merkezi profesyonellerinin bilgi erişim sistemleri konusunda yetkin ve donanımlı olmasının bilginin yeniden üretim sürecinde etkili olacağı ve bağlı bulunduğu kurumun saygınlığa doğrudan etkisi olacağı unutulmamalıdır.

Elektronik bilgi kaynaklarının kullanım verilerinin ölçülmesi ve belirlenen verilerin bilgi merkezi çalışanları ile bilgi erişim sistemi sağlayıcılarıyla paylaşılması kaynakların efektif

kullanımına doğrudan etki edecektir. Kullanıcıların bilgi arama davranışlarının belirlenmesi için; kullanıcı merkezli çalışmalara gereksinim duyulmakta olup; kullanıcı merkezli çalışmalarda nicel ve nitel yöntemlerin bir arada yürütülmesi ile dinamik yapıdaki insan davranışlarına bir standart getirebileceğini unutulmamalıdır.

Bilgi erişim sistemleri araştırmacılar için, bilgiye erişimi kolaylaştırmakta ve araştırma sürecini kısaltmakta büyük bir avantaj sunmaktadır. Ülke genelinde bilimsel iletişim konusunda bilgi erişim sistemlerinin öneminin kavranmasına katkı sağlayacak, bununla birlikte elektronik yayıncılığın gelişmesi ve toplumun her kesimine ulaştırılması noktasında teknolojik ve ekonomik desteğe ihtiyaç söz konusudur. Ekonomik ve teknik alt yapıya ait sorunların ortadan kaldırılması elektronik ortamdaki bilgiye erişimi kolaylaştıracaktır. Bunun yanı sıra, bilgi merkezlerinin elektronik yayınlar konusunda kullanıcıyı işin içine dahil edeceği halkla ilişkiler çalışmaları ve kullanımı özendirecek uygulamalara gereksinim vardır.

KAYNAKÇA

Academia. (2019). https://www.academia.edu/ adresinden 15 Mayıs 2019 tarihinde erişildi.

Alakoç, B. Z. (2005). Veri Tabanı Yönetim Sistemleri. Seçkin, İstanbul.

Alkan, N. (1995). Bilgi taramalarında temel başarısızlık nedenleri. Türk Kütüphaneciliği,9 (2), 91-102.

Avcıoğlu, G. Ş. (2009). Küresel bilgi teknolojileri ve değerler. Ankara'daki akademisyenler üzerine bir uygulama. Yayımlanmamış doktora tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Bailey, T. P. 2006. Electronic book usage at a Master's Level I university: A longitudinal study. *The Journal of Academic Librarianship*, 32(1): 52–59.

Baran, A. G.; Burcu, E. Ve diğ. (2001). "İnternet Kullanıcılarının SosyoDemografik Özellikleri Üzerine Bir Çalışma:Ankara'daki Akademisyen Kullanıcılar". Bilişim Toplumuna Giderken Psikoloji Sosyoloji ve Hukukta Etkiler Sempozyumu, Ankara: 2001: 135-148.

Bluma,J.B-I, Peritz, B.C. ve Wolman, Y. (2003). A Survey on the use of electronic databases and electronic journals accessed through the Israeli Universities. The Journal of Academic Librarianship 29 (6), 346 – 361.

Curtis, K. L., Weller, A. C. ve Hurd, J. M. (1993). Information – seeking behavior of health sciences faculty: a survey of health sciences faculty use of indexes and databases. Bulletin of Medical Libraries Association, 81 (4), 383 – 392. 15 Mayıs 2019 tarihinde PubMed Central veri tabanından erişildi.

De Groote, S. L. ve Dorsch, J. L. (2003). Measuring use patterns of online journals and databases. Journal of Medical Libraries Association, 91 (2), 231– 240. 15 Mayıs 2019 tarihinde PubMed Central veri tabanından erişildi.

Doğan, S. C. (2013). Tıp akademisyenlerinin elektronik veri tabanı ve elektronik dergi kullanımları: Hacettepe Üniversitesi örneği. http://bbytezarsivi.hacettepe.edu.tr/xmlui/handle/2062/255 adresinden erişildi.

Erjem, Y. ve Azman, A. (2001). "İnternet Kullanımının Üniversite Öğretim Elemanlarının Bilgi Üretme Süreçleri ve Akademik İlişkileri Üzerindeki Etkileri". Bilişim Toplumuna Giderken Psikoloji Sosyoloji ve Hukukta Etkiler Sempozyumu, Ankara, 2001: 127-134.

Geray, H. (2003). İletişim ve Teknoloji. Ütopya yayınevi, Ankara.

Harrod, L.M. (1987). Harrod's librarians' glossary of terms used in librarianship, documentation and the book crafts and reference book. 6th ed. Aldershot: Gower.

Kayaoğlu, H.D. (2004). Bilimsel iletişim sürecinde basılı dergiden elektronik dergiye geçiş. B. K. Ataman ve M. Yalvaç (Yay. Haz.), Aysel Yontar Armağanı içinde (ss.37-65). İstanbul: Türk Kütüphaneciler Derneği İstanbul Şubesi.

King, D. W., Tenopir, C., Montgomery, C. H. ve Aerni, S. E. (2003). Patterns of journal use by faculty at three diverse universities. D-Lib Magazine, 9(10). Web: http://www.dlib.org/dlib/october03/king/10king.html 25 Mayıs 2019 tarihinde erişildi.

Kraker, P. ve Lex, E. (2015). A critical look at the ResearchGate score as a measure of scientific reputation. In *Proceedings of the quantifying and analysing scholarly communication on the web workshop (ASCW'15), Web Science conference*. https://pdfs.semanticscholar.org/cdc5/502781ba22e091e7e058e7cbd2066e335adc.pdf adresinden 15 Mayıs 2019 tarihinde erişildi.

Kurata, K, Matsubayashi, M, Mine, S. Muronushi, T, Ueda, S. (2007). Electronic journals and their unbundled functions in scholarly communication: Views and utilization by scientific, technological and medical researchers in Japan. Information Processing & Management, 43, 1402-1415.

Littman, J., ve Connaway, L. S. (2004). A circulation analysis of print books and e-books in on academic research library. *Library resources and technical services*, *48*(4), 256-262.

Nature. (2019). https://www.nature.com/news/online-collaboration-scientists-and-the-social-network-1.15711 adresinden 15 Mayıs 2019 tarihinde erişildi.

Noorden, R. V. (2014). Online collaboration: Scientists and the social network. Nature, 512(7513):126–9. https://www.nature.com/news/online-collaboration-scientists-and-the-social-network-1.15711 adresinden 15 Mayıs 2019 tarihinde erişildi.

Palidwor, G. A., & Andrade-Navarro, M. A. (2010). MLTrends: Graphing MEDLINE term usage over time. Journal of biomedical discovery and collaboration, 5, 1–6.

Pesch, O. (2007). Usage statistics: About COUNTER and SUSHI. *Information Services & Use*, *27*(4), 207-213. https://www.ape2011.eu/literature/special_issue_APE%202007%20Kopie%201.pdf#page=65 adresinden 15 Mayıs 2019 tarihinde erişildi.

ResearchGate (2019). https://www.researchgate.net/scientific-recruitment adresinden 15 Mayıs 2019 tarihinde erişildi.

Rozaklis, L. (2012). *The academic library in the life of undergraduate: An investigation of undergraduates' academic information behaviors in the digital age* (Order No. 3534790). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global. (1266446352). https://search.proquest.com/docview/1266446352?accountid=15410 adresinden 15 Mayıs 2019 tarihinde erişildi.

Safley, E. 2006. Demand for e-books in an academic library. *Journal of Library Administration*, 45(3–4): 445–457.

Smith, E. T. (2003). Changes in faculty reading behaviors: the impact of electronic journals on the University of Georgia. The Journal of Academic Librarianship, 29 (3), 162 – 168.

Tamdoğan, O. G. (2009). Enformasyon zincirinde bilgi sistemi, envanteri hakkında bilgi edinin. *Türk Kütüphaneciliği* , *23* (1), 151-168.

Tarhan, B. A. (2001). "İnternet'i Nasıl Anlamalı?: Türkiye'de İnternetin Akademik Kullanımı Örneğinden Bir Yaklaşım Önerisine". Bilişim Toplumuna Giderken Psikoloji Sosyoloji ve Hukukta Etkiler Sempozyumu, Ankara, 2001: 149-154.

Tenopir, C. ve King,D. W. (2001). The use and value of scientific journals: past, present and future. Serials 14(2), 113-120.

Tenopir, C., King, D. W., Boyce, P., Grayyson, M ve Paulson, K. L. (2005). Relying on electronic journals: reading patterns of astronomers. Journal of The American Society for Information Science and Technology. 56 (8), 786 – 802.

Tonta, Y. (1995). Bilgi erişim sistemleri. Türk Kütüphaneciliği, 9 (3), 302-314.

Wang, X., Fang, Z. ve Sun, X. (2016). Usage patterns of scholarly articles on Web of Science: a study on Web of Science usage count. *Scientometrics*, *109*(2), 917-926.

3rd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 28-30 June 2019, Lefkosa

Küresel Dijital Çağda Emek

Inst. Okan KOÇ
Balıkesir University
okankocbby@gmail.com

ÖZET

Kapitalizmin hayatın her alanına, her boyutuna nüfuz ettiği, teknolojik değişimin her geçen gün insanlığı derinden etkilediği bir dönemin içerisindeyiz. Bugün için ortaya yeni çıkan emek süreçleri birkaç ay içinde eskimekte, hızla yeni iş kolları tanımlanmaktadır. Günümüzde bireyin ortaya çıkan bu düzendeki karmaşıklığı geleneksel ve kuramsal yöntemlerle kavrayamayacağı düşünülmektedir. Birey için bedensel ve bedensel olmayan işler arasındaki ayrım ortadan kaldırılmış, yeniden düzenlenmiş ve üretim, dağıtım ve tüketim arasındaki sınırlar kaldırılmıştır. Yaşamın geleneksel işleyişi yeni iş alanları ile karşılaşmaktadır. Sanal ve dijital kültürün yaşamın her yönü üzerindeki etkisi yeni tartışma konularını da beraberinde getirmiştir. İnternete bağlı platformların varlığı, dijital emekle ilgili üretim ve tüketim olgularının yeniden incelenmesini doğurmaktadır. Bu çalışmada dijital emek kavramı vurgulanmış ve başlangıç noktaları tartışılmıştır. Ayrıca, günümüz dijital kültürüne ağırlık verilerek, çevrimiçi platformların emek kavramı üzerindeki etkilerine değinilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Dijital ekonomi, dijital emek, dijital kültür

Labor in the Global Digital Age

ABSTRACT

We are in a period where capitalism has penetrated every aspect of life, into every dimension, and technological change is deeply affecting humanity. The new labor processes that have emerged for today are aging in a few months, and new business lines are defined rapidly. Nowadays, it is thought that the individual cannot comprehend the complexity in this order by traditional and theoretical methods. The distinction between physical and non-physical work for the individual has been eliminated and rearranged and the boundaries between production, distribution and consumption have been removed. The traditional functioning of life is confronted with new business areas. The effect of virtual and digital culture on every aspect of life has brought about new topics of discussion. The existence of platforms connected to the Internet emphasizes the re-examination of production and consumption phenomena related to digital labor. In this study, the concept of digital labor is emphasized and the starting points are discussed. In addition, by focusing on today's digital culture, the effects of online platforms on the concept of labor have been mentioned.

Key Words: Digital economy, digital labor, digital culture

1. Giriş

1970 li yıllarla birlikte dünya çapında toplumsal dönüşümlerin yaşanmaya başladığı görülmektedir. Üretim, tüketim ve paylaşım açısından bir takım yeni anlayışların hayatımıza

girmeye başladığı görülmektedir. Bu süreçte en büyük etkiyi küreselleşme olgusunun sağladığını söylemek mümkündür. Küreselleşme, tüm dünyanın sosyo- ekonomik anlamda bir bütün olarak ele alınmasını, ekonomik, kültürel ve sosyal alanlarda bütünleşmeyi öne süren bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır.

Küreselleşme toplumsal anlamdaki hemen her alanda hızlı bir yapısal dönüşümü zorunlu kılmaktadır. Adı geçen dönüşümün tüm dünyada olağan dışı bir hızla gerçekleşebilmesi, en ücra noktasından, metropollere değin yayılabilmesi bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişimle mümkün kılınmıştır. Ekonomik, kültürel ve sosyal anlamda seyri izlenebilecek dönüşümlerin birbiri ile etkileşim içerisinde ilerlediği görülmektedir.

Küreselleşme ile birlikte üretim ve çalışma ilişkilerinde yapısal değişiklikler ortaya çıkmış, dünya çapında üretimin tüm aşamalarını kapsayacak dönüşümler gerçekleşmiş, buna bağlı olarak farklı kültürel sistemlerin kapsadığı bir yapının varlığı gözlenmiştir (Ersöz, 2015, s.4).

Küreselleşmenin bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerle paralel düşünülmesi gerekmekte olup, coğrafi anlamda sınırları ortadan kaldırdığı, dünya çapında hareketliliğe ve yeni iş dallarının ortaya çıkmasına imkan verdiği görülmektedir. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, toplumları birbirine daha da yakınlaştırırken, aralarındaki kültürel farklılıkları da bir potada buluşturmaktadır.

Adı geçen süreci McLuhan "küresel köy" olarak adlandırırken, dünya ölçeğinde gerçekleşen bu bütünleşme sürecinin dünyayı köy haline getireceğini, toplumsal olarak bireyler arasındaki farklılıkları eriteceğini, tek bir kalıp birey yaratacağını öne sürmektedir (Altay, 2003).

Bununla birlikte küreselleşme ile birlikte dünya çapında meydana gelen değişimlerin ekonomik ve toplumsal anlamda sosyal yapıyı yeniden dizayn ettiği, yüzlerce yıldır varlığını koruyan birçok yapıyı ortadan kaldırdığı da görülmektedir. Yalnızca belli başlı alanlarla sınırlı kalmayan bu değişiklikler çalışma alanı konusunda yeni süreçleri, kavramları, bakış açılarını ve meslekleri hayatımıza dahil etmiştir.

Küreselleşme ile birlikte dünyanın tek çatılı bir fabrika olarak görülmeye başlanması, sermaye hareketliliğinin dünya ölçeğinde hız kazanması, sürece yönelik olarak belirlenen ulusal politikaların uluslararası gelişimler temelinde belirlenmesini gerekli kılmıştır. Bu süreç ile birlikte sadece sermaye uluslararası bir yapı kazanmamış, ayrıca emek hareketliliğinde de çeşitli dönüşümler gözlemlenmeye başlanmıştır (Ersöz, 2015,s.5). Çalışma alanında yaşanan dönüşüm emek kavramı üzerinde yeni süreçleri tetiklemiş, çalışma saatleri, çalışma düzeni, çalışma yasaları gibi birçok noktaya etki etmiştir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Küreselleşme

Walter Benjamin için Paris, on dokuzuncu yüzyılın başkentiydi. Oysa günün ve geleceğin lortları için dünyanın gerçek merkezi Liverpool idi. İngiltere'nin yağmurlu kuzey batısında kurulu olan bu şehir küresel ticaretin en önemli merkezi olup, tüccarları, yeni doğan Avrupa fabrika kompleksini, sürekli daha savaşçı ve yayılmacı bir hale bürünen kapitalistleri bir araya getirmekte, görülmemiş ölçüde zenginlik ve nüfuz kazanmaktaydı. Sanayi kapitalizminin savaş kapitalizmiyle buluştuğu yer Liverpool'du. Tüccarların dehası, genellikle çatışmalı gibi görünen bileşenleri, ücretli işçilikle köleliği, sanayileşme ile sanayisizleşmeyi bir araya getirme kabiliyetinde yatıyordu. Kapitalizmi bir bütün kılan onlardı (Beckert, 2018, s. 277).

Her şeyi kapsayan düzenleri sayesinde, kent tüccarları tüm yerküreye yayılmış üretim, işleme ve satma ağının efendileri haline gelmiştir. Küreselleşme ile birlikte birbirine bağlı kılınan ekonomiler Liverpool'da pamuk fiyatları arttığında Bombay'daki pamuk ekicilerini yeni toprak almaya yöneltmekte, pamuk fiyatları düştüğünde daha küçük ölçekte toprağa sahip bireylerin topraklarından olmasına yol açmaktadır. Bir gün Hindistan'daki enerji işine yatırım yapılmasını teşvik ederken, bir diğer gün İsviçre, Gujarat yada Türkiye'deki bir ailenin dokuma işini toptan bırakmasına neden olmaktadır.

Küreselleşme ile birlikte bazı ülkeler, şehirler ön plana çıkarken, diğer ülke ve şehirler bu durumla rekabet edememektedir. Küresel anlamda pay dünyanın her tarafına eşit dağılmamaktadır. Bazı noktalarda daralmalar söz konusu iken, paranın hacmi ve hızı ağ ne kadar hızlıysa o kadar hızlı, ne kadar güçlüyse o kadar büyük olacaktır.

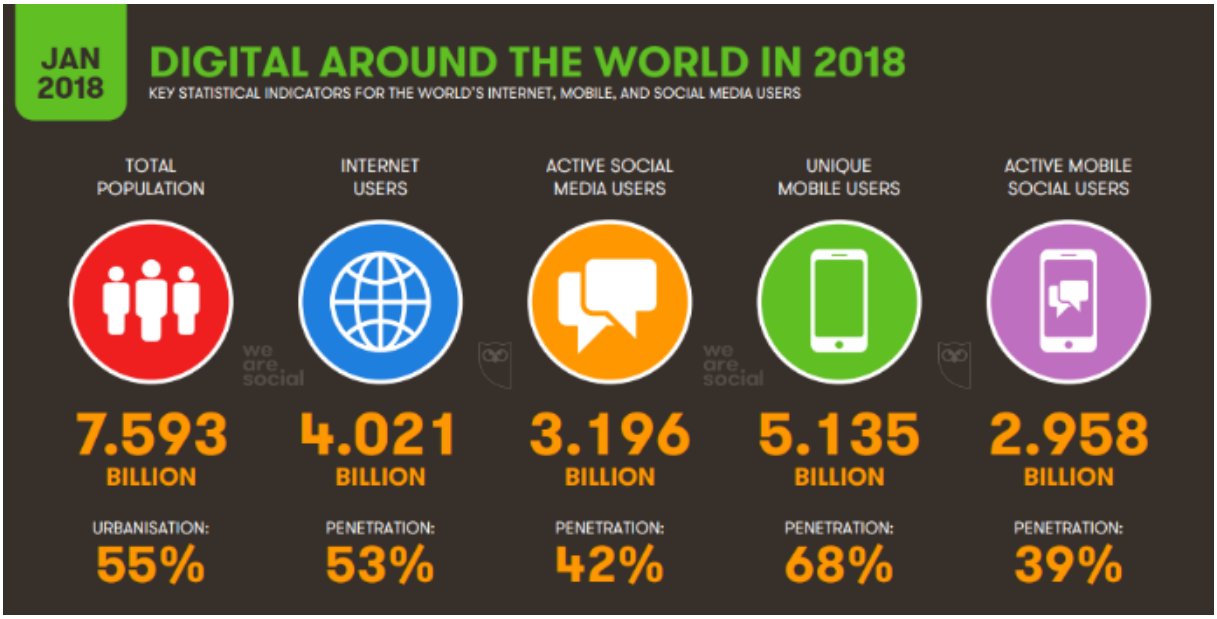
Teknolojik gelişmeler ile birlikte, her türlü bilgiye hızlı bir şekilde erişim sağlanabilmekte, ekonomik gelişmelerle, yeni global ekonomiler biçimlenmekte; sosyal değişimlerle de, her bir sosyal sistem, yeni iletişim biçimleri ve yeni sosyal etkileşimler oluşturacak biçimde değişikliğe uğramaktadır. Küreselleşmenin yarattığı yeni yapı, insanlar arasında bağlantıların, köprülerin kurulmasını sağlamaktadır. Küreselleşme her ne kadar sosyal ilişkilerin bir araya gelmesi olarak tanımlasa da (Cafoğlu ve Somuncuoğlu, 2000), kapitalizmin yükselişi ile birlikte çok kutuplu sanayi üretiminin tek kutupluluğa doğru sürüklenmesine yön vermiştir. Doymak bilmeyen kar açlığı, her hangi bir metanın üretimi için sürekli daha fazla iş gücü, daha fazla toprak ve daha fazla çalışma ve piyasanın açılmasını tetiklemiştir. Kredi, ticaret, bilgi, güven, sosyal bağlantı ve bitmek bilmeyen bir kar arayışı üzerinde kurulu küresel ağları, her yerdeki tüccarlar teşkil etmektedir. Bu ağların kapsamı, dünya tarihinde görülmemiş boyutlardadır. Daha önceki hiçbir dönemde bugünkü gibi, bu kadar uzak mesafelerdeki bu

kadar çok ticaretle uğraşan insan, üretici, tüccar ve tüketicinin etkinlikleri bir birini etkilememiş ve bağlanmamıştır.

Küreselleşme, globalleşme, yeni dünya düzeni, post-modernizm, yerelleşme ve neoliberalizm gibi kavramlar hayatımıza 1970'lerden itibaren girmiş olup, çoğu zaman birbirlerinin yerine kullanılmaktadır (Sönmez, 2002, s. 1). Küreselleşme, ekonomiden siyasete, sosyal politikadan kültüre, hemen hemen yeryüzünün her alanındaki değişimi ifade etmek için kullanılan "sihirli" bir sözcük haline gelmiştir (Çalık, Temel; Sezgin, 2005, s. 56).

Aynı zamanda kültürel açıdan yerküredeki toplulukların birbirine benzeme sürecini, insanların tek bir kültür altında birleştirilmesini, farklı toplumlara ait ifade biçimlerinin ortaya konulmasını ifade ederken de küreselleşme kavramının kullanıldığı görülmektedir.

Küreselleşmenin ortaya çıkışına bakıldığında bir takım faktörlerin çok büyük etkisi olduğu görülecektir. Küreselleşmeyi hızlandıran önemli unsurlar arasında, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, özellikle bilgisayarın ve internetin hızlı bir şekilde dünya ölçeğine yayılması, ulusal ve uluslararası ticaret ağlarının genişlemesi, yabancı yatırımların ve uluslararası şirketlerin artması gibi temel gelişmeler sayılabilir (Çalık, Temel; Sezgin, 2005). 2018 yılı verilerine göre dünya nüfusunun yaklaşık %53 'ü internete erişim sağlayabilmekte, % 68'i cep telefonu kullanmakta, % 42'sinin ise sosyal medya hesaplarının olduğu görülmektedir.



Resim 1. Dünya internet kullanımı 2018 ("Digilopedi," 2018).

İnternetin insanlığın hayatında yer almaya başlamasıyla birlikte küresel anlamda ticaretin de bu mecra üzerinden yürütülmeye başladığı görülmektedir.

Bugünün dünyasında sürekli değişen mekânsal düzenlemeler içinde, devasa coğrafi mesafelerin ötesindeki insanların birbirine bağlandığı görülmektedir.

Ekonomik ilişkilerin coğrafi olarak yeniden düzenlenmesi, çeşitli işçilik sistemlerinin sürekli değişen bileşimleri ve sermaye ile politikaların çeşitli düzenlemeleri kapitalizmin özünü oluşturmaktadır. Kapitalistler sürekli daha ucuz işgücü, daha iyi altyapı ve daha büyük pazar arayışı içinde, dünya işçilerini ve tüketicilerini, dünya topraklarını ve hammaddelerini sürekli yeni biçimlerde, tekrar tekrar yeniden birleştirmektedir.

2.2.Dijital Kültür

1960- 1990 yılları arasında dijital devrim ilerlemiş, üçüncü sanayi devrimi de olgunlaşmaya devam etmiştir. Bilgisayar kullanımı yaygınlaşmış, dijitalleşme sürmüş ve daha önce kağıtlarda saklanan her türlü bilgi artık bilgisayarla buluşmaya başlamıştır. Günümüzün çağdaş yazılımları üretilmeye başlanmış ve bu yazılımlar sayesinde bilgi dijitalleşmiştir (Özdoğan, 2018; s. 13).

Çağdaş üretim otomasyonu, akıllı okuyucular, yeni nesil mobil internet teknolojileri, nesnelerin interneti, büyük veri, bulut bilişim, birbiri ile iletişim kurabilen üretim cihazları ve robotlar, üç boyutlu yazıcılar kısaca yeni nesil akıllı üretim cihazları ile donatılmış üretim fabrikaları, içinde bulunduğumuz dijital kültürü meydana getirmektedir.

Bugün içinde yaşadığımız dünya dijital bir platform tarafından desteklenmekte, toplumsal eğilimlerimiz dijital ortamlar tarafından beslenmekte ve hayatımızın genel seyri dijital alan üzerinde düzenlenmektedir. İnsanlığı derinden etkileyen her devrimde olduğu gibi dijital kültürün de insan yaşamı ve iş kolları üzerinde sert etkileri olacaktır. Dijital alanı bu denli insanoğlunun hayatına sokan ise internetin varlığıdır.

İnternet ve nesnelerin interneti küresel ağa bağlanmamızı sağlamakta, robotların, akıllı okuyucuların, insansız araçların bizimle bağ kurmasını imkan vermekte ve yeni yollar sağlamaktadır. Aynı zamanda mavi yakalı işçilerin üretim bandında en büyük rakipleri olarak karşısına çıkmakta, kolaylıklar sağladığı gibi riskler de barındırmaktadır.

İstatistiklere göre 190 ülke ve 4 milyarın üzerinde insan bugün internete bağlı bir şekilde bilgi alışverişi yapmaktadır. İnternet üzerinde 1,6 milyardan fazla web sayfası yer alırken, günlük 150 milyarın üzerinde elektronik posta gönderilmektedir (Internet live stats, 2019). Bu veriler göstermektedir ki internet üçüncü ve dördüncü sanayi devriminin başrolünde yer alacaktır.

Bir diğer dikkat çekici nokta ise internetin yalnızca insanlar tarafından değil artık makineler tarafından da kullanılıyor olmasıdır. Makineler ve akıllı okuyucular internet üzerinde kendi

ağlarına sahip olup, çok çeşitli boyutlarda veri üretip ve kullanmaktadır. Kendi aralarında iletişim kuran bir yapıya sahiptirler.

İnternet üzerindeki içeriğin birbiriyle ilişkilendirildiği ve cümlelerle ifade edilebilir hale geldiği, internetin dev bir veri tabanına dönüştüğü, makinelere soru sorulabildiği, makinelerin birbirleriyle iletişime geçerek/konuşarak sorulan sorulara cevap arayabildiği, özetle makinelerin konuşmayı öğrendiği, servis ve sunucu merkezli yaklaşımların yerini kullanıcı merkezli dağıtık bir yapıya bıraktığı yeni çağ – yeni yapı Web 3.0 olarak tanımlanmaktadır (Doğan, B. ve Kesken, 2007).

Günümüz dijital kültüründe internet üzerinden ticaret hacmi giderek artmaktadır. ABD'de 2014 yılında 198.2 milyon çevrim içi müşteri bulunmaktayken 2019 yılında 224 milyon olacağı tahmin edilmektedir (Statista.com, 2019). Diğer yandan ülkemizdeki 2019 yılı itibari ile internet kullanıcısı sayısı 56 milyonun üzerinde görülmektedir (Statista.com, 2019).

Dijital kültürün temel dayanağı ve geleceğin dünyasında en etkili teknolojik alanlar;

- Üç boyutlu yazıcılar,
- Nesnelerin interneti,
- Sosyal üretim,
- Arttırılmış gerçeklik,
- Sanal gerçeklik,
- Yapay zeka ve robotlaşma,
- Nanoteknoloji olarak görülmektedir (Inglobe Technologies, 2019).

2.3. Dijital Emek

Emek kavramı, Marx'ın kapitalizmi, toplumsal bir ilişki olarak kavramsallaştırmasının en önemli yapı taşını oluşturmaktadır. Üç temel bileşeni olan emek kavramının, işçilerin geçinmesi, emeği ve o emeğin ürünü olarak el konulan artık değer olmaksızın sermayenin birikmesinin sağlanamayacağı ve kapitalizmin sürdürülemeyeceği ortaya konulmuştur.

Geçimini sağlamak için çalışmaya mecbur olan işçi, belirlenmiş bir süre için kapitaliste çalışarak bir değer üretmektedir. Bu değerin belirli bir kısmı işçinin asgari geçim masraflarını karşılamak işçiye geri ödenir. Kalan kısım yani "artık değer" kar ve yeni üretim araçlarının yatırımını oluşturmak üzere kapitalist tarafından el konulur.

Diğer yandan dijital emek kavramının tanımlanırken Marx'ın kuramının hesaba katılması gerektiği, 21. Yüzyılda ortaya çıkan yeni sınıf oluşumlarının bu doğrultuda değerlendirilmesi doğru olacaktır.

Dijital emeğin günümüz sermaye hareketlerindeki değişime bağlı olarak oluştuğu bilinmektedir. Fuchs, karşılığı olmayan emeğin bloglarda, wikilerde, sosyal paylaşım ağlarında ya da içerik paylaşım sitelerinde internet ortamındaki üretim kaynakları üzerinde oluştuğunu öne sürmektedir. Kısacası sosyal medya kullanıcıları artık değer üreterek dijital emek sürecinde yer almaktadır (Fuchs, 2010). Ursula Huws, dijital emeğin ekonominin geri kalanından soyutlanabilecek ayrı bir emek biçimi olarak görülemeyeceğini, bedensel olmayan emek dünyasının varlığını bilgi temelli, maddi olmayan ve ağırlıksız nitelenmesi gerektiğini öne sürmektedir (Huws, 2018, s. 176).

Dijital emek tartışmasında yer alan Adam Arvidsson ve Eleanor Colleoni gibi uzmanlar, Fuchs'un sosyal medya kullanıcılarının artık değer ürettiği görüşüne karşı çıkarak, üretilen değerin rant olarak kabul edilmesi gerektiğini savunmaktadırlar (Arvidsson ve Colleoni, 2012). Dijital emek ayrıca, dijital olarak yönetilen araçların işleyişini, yazılım bakımını, maddi olmayan ürünlerin yaratılmasını ya da bu süreçler içindeki diğer işçilerin gözetimini kapsamaktadır (Huws, 2018, s. 186). Çevrimiçi olarak yapılan bilgi iletişim teknolojileri aracılığında yürütülen tüm iş süreçlerinde dijital emekten söz etmek mümkündür.

2.4. Dijital Kültürün Emek Dünyasına Yansımaları

Digital Europe adlı kurum Avrupa ölçeğinde dijital bir toplumun oluşturulmasını hedeflemektedir. Yayımlamış oldukları son rapora göre; kendilerini yeni teknolojilere adapte eden Avrupalı şirketlerin diğer şirketlere nazaran 10 kat daha iyi sonuçlar elde ettiği gözlenmiştir. Rapora göre dikkat çekici olan bir diğer unsur dijital kültürün 400 binden, 1.5 milyona kadar yeni iş imkanı sağlayacak olmasıdır (Digital Europe, 2015). İçinde bulunduğumuz dijital dönüşümün, insanların yaşamı üzerinde derin etkiler bırakarak, iş hayatında ve iletişimde önemli değişikliklere yol açacağı düşünülmektedir. Veri teknolojilerinin büyümesi ile birlikte 2015 yılında 16.9 milyar dolarlık bir pazarın oluştuğu gözlenmektedir.

Teknolojik gelişmeler doğrultusunda toplam iş gücünün %54'ünün negatif etkilenebileceği düşünülmektedir. Fransa örneğinde bakıldığında internetin 500 bin işi yok ettiği, buna karşın 1.2 milyon yeni iş ürettiği; Almanya'daki KOBİ'lerin dijital kültürün avantajlarından yararlanarak 670 bin yeni iş üretebileceği ve teknolojinin imkanlarından faydalanılması ile birlikte her yok olan işe karşılık 2.6 milyon yeni iş kolunun oluşturulabileceği ifade edilmektedir (Digital Europe, 2015).

Avrupa üretim endüstrilerinin dijitalleşmesi ile 2030 yılında büyümenin % 15'ten %20'ye çıkması öngörülmektedir. Birleşik Krallık'ta sağlık sektöründeki ilişkilerin % 90'nının yüz

yüze gerçekleştiği, bu oranının teknoloji kullanımı ile %1 azaltılması ile 200 milyon sterlin maliyeti azaltacağı öne sürülmektedir. Uzaktan eğitim sistemin dijital ortamlar vasıtasıyla 10 yıl içinde toplam eğitim sektörü içerisindeki payı %30'lara varacaktır (Digital Europe, 2015).

Son yıllarda artış gösteren bir diğer alan yapay zeka ve robotlar konusunda yaşanmaktadır. 2010 yılında 121 bin endüstriyel robot ekonomi içerisinde yer alırken 2013 yılında bu rakam 178 bine çıkmıştır. 2014 yılına gelindiğinde % 29 artış ile birlikte bu sayı 229.261 olarak gerçekleşmiştir. 2016 yılındaki yaklaşık robot sayısı 294 bin iken, 2017 yılında bu sayı 387 bine ulaşmıştır. Japonya'da her 10 bin otomotiv çalışanı başına 1 240 sanayi robotu düşmektedir. Diğer yandan küresel anlamdaki pazar büyüklüğü 156 milyar doların üzerindedir (Robot Statista, 2017). Avrupa ölçeğinde her 1000 çalışan başına en fazla sanayi robotunun düştüğü ülke 273 robot ile Almanya'dır. En az robot ise 35 robot ile Portekiz'dir (Berger, 2014).

Teknolojik ilerlemenin sürmesi ile birlikte yetenekli ve mavi yakalı işçilerin işlerinin makinelerle değiştirileceği bir risk olarak görülmektedir. Bakıldığında Google tarafından üretilen insansız araçların trafiğe çıkıyor olması, pek çok şoförün iş kaygısı gütmesine sebep olabilecektir.

Otomotiv sektörü dijital dönüşümden en çok etkilenecek sektörler arasındadır. Akıllı otomobiller dördüncü sanayi devrimi ile birlikte birbiriyle konuşabilen ve insansız olarak hayatımızda yer alan ve kaza oranını en aza indiren bir yapıya kavuşacaktır (Özdoğan, 2018, s.36). Google firmasının üretmiş olduğu insansız araçlar yaklaşık 8 milyon km yol yaparken karışmış olduğu kazalarda trafikteki diğer unsurların etkisi çok büyüktür (Wikipedia,2019).

2030 ile 2050 yılları arasında lojistik ve kara taşımacılığının insansız araçlar tarafından yürütüleceği ön görülmektedir. Araç kazalarının % 90 oranında azaltılacağı, yaralama ve ölüm oranlarının düşürüleceği ve milyarlarca dolar tasarruf sağlanacağı düşünülmektedir. Bu dönüşümden otomotiv sektörü başta olmak üzere, tüm üretim sanayi ve sigortacılık şirketleri etkilenecektir (Bertoncello ve Wee, 2015).

Diğer yandan küresel sağlık sektörünün maliyetinin arttığı, enflasyon oranlarının üzerinde ortalama %6 oranında her yıl maliyet getirdiği görülmektedir. Reçete üzerine bir ilacın geliştirilmesinin yaklaşık 2.6 milyar doları bulduğu bildirilirken, bu maliyeti azaltmanın da dijital tıp ile mümkün olabileceği ön görülmektedir (Goerlich, 2015).

Milyonlarca veri kaynağından aşırı hızlarda ve büyüklükte üretilen verilerin yönetilmesi, analiz edilmesi, algoritmalarının çalıştırılması veri uzmanı denilen bireylerin ortaya çıkmasına imkan vermektedir.

Akıllı okuyucular, kurumsal kaynak planlama sistemleri, insansız araçlar vb. tüm teknolojilerin hayatımızla bütünleşmesi veri uzmanlarının varlığı ile mümkün olacaktır. Şirketler stratejilerini belirlerken, karar verme mekanizmasının en önemli ayağında veri uzmanlarının önemli bir rolü olacaktır. Bugün için büyük organizasyon ve şirketlerin % 90'ında veri yöneticisi istihdam edilmektedir (Gartner, 2016).

Robot teknolojisinin yavaş yavaş insanoğlunun hayatına girmeye başladığı bugünlerde, özellikle Japonya, Çin, Almanya, ABD, Güney Kore ve son dönemde Brezilya'da ev robotlarının kullanılmaya başlandığı görülmektedir. 2015 yılında Japonya'nın Nagasaki kentinde hizmete açılan yalnızca robotlardan oluşan dünyanın ilk oteli hizmet vermeye başlamıştır (Hotelmanagement,2019).

Dijital kültürün mavi yakalı işçilere yansıyan bir diğer tarafı ise fabrikalarda çalışan işçilerin günlük iş görevleri sırasında, hangi alanda hangi üretimi gerçekleştireceği, hangi üretim bandında ne kadar süre ile yer alacağını gösteren giyilebilir teknolojilerin üretilmeye başlanmasıdır.

Kamu sektörü de maruz kaldığı veri akışı ve hacmi yüzünden büyük ölçekte dijital kültürden etkilenecektir. Örneğin Arjantin'in 13 milyondan fazla nüfusa sahip Buenos Aires kentinin kontrol edilmesi ve yönetilmesi oldukça zor iken, merkezileştirilmiş bir dijital platform vasıtası ile tüm şehir analiz edilmekte ve kontrol sağlanabilmektedir. Mobil ortamda ve gerçek zamanlı olarak şehrin takibinden sorumlu olan görevliler canlı bir şekilde şehri kontrol etmektedir. Vatandaşların bilgi ihtiyaçları, verilerin toplaması ve analiz edilmesi, veri kaynakların sürekli kontrolü dijital olarak sağlanmaktadır (Discover.sap.com, 2019). Veri konsolidasyonu, kalitesi, temizliği, yedeklenmesi ve kurtarılması gibi tüm süreçleri yönetecek veri uzmanları istihdam edilmektedir.

Almanya üzerine gerçekleştirilen bir diğer çalışmada 2030 yılına kadar her 100 bin sanayi işçisinden 20 bininin işinden olacağı ve robotlarla insanların daha iyi etkileşime geçebilmesi için yeni nesil işçilerin ortaya çıkacağı ve üretime daha fazla katkı sağlayacağı öngörülmektedir. Ayrıca ürünlerin pazara sürülmesi aşamasında da oldukça hız kazanılacağı bildirilmektedir (Kuka, 2019).

Sanayide robotların kullanımı ile işsizlik arasında bir bağın olup olmadığı merak edilen bir konudur. Brezilya, Japonya, Çin, Güney Kore, ABD ve Almanya'da sanayide kullanılan robotların işsizliği ters orantılı olarak etkilediği yapılan bir araştırma ile ortaya konulmuştur (Martech, 2013). İşçiler için güvenli ve ekonomik olmayan, yapılması imkansız süreçlerde

robotların kullanılması hem işçi sağlığı, hem istihdam, hem de ekonomik anlamda fayda sağlayabilecektir.

Dijital ortamlar ile birlikte hayatın her alanında yeni dönüşümlerin, yeni alışkanlıkların, yeni oluşumların ortaya çıkacağı emek sürecinin yeniden kurgulanacağı, çalışma ortamlarının ve çalışma saatlerinin yeniden ele alınacağı bir yaşam bizleri beklemektedir. Fabrikaların daha akıllı, üretici ile direkt olarak tüketicinin ihtiyaçlarını bütünleştiren, sürekli iletişim içerisinde bir çağın ortasında olduğumuz göz önündedir.

Almanya örneğine bakıldığında, dijital kültürün getirmiş olduğu dönüşümlerle birlikte üretim maliyetlerinin 10 yıl içerisinde 90- 150 milyar Euro düşeceği tahmin edilmektedir. Bu süre içerisinde Almanya gayri safi yurtiçi hasılasına %1'lik bir eklemenin mümkün olacağı ön görülmektedir. 390 bin yeni iş kolunun ortaya çıkıp, 250 milyar Euro üretim için yeni yatırım oluşacağı tahmin edilmektedir (Rübmann, Lorenz, Gerbert, waldner, Justus, Engel ve Harnisch, 2015).

Bugün için dünya üzerinde aktif olan 700'den fazla mesleğin bilgisayar otomasyonu tehdidi altında yer aldığı görülmektedir (Peterson, 2017). Dijital kültürün tehdidi altındaki meslekler sırasıyla; banka kredi görevlileri (%98), karşılama görevlileri (%96), katipler (%94), satış temsilcileri (% 92), taksi şoförleri (% 89), güvenlik elemanları (%84), aşçılar (% 81), barmenler (%77), kişisel finans danışmanları (%58), müzisyenler ve şarkıcılar (%7.4) ve avukatlar olarak listelemektedir. Diğer yandan çok kısa bir süre içinde %99 oranında bilgisayarlaştırılması kesin olan meslekler ise; telefon ile pazarlama yapanlar, matematik teknisyenleri, saat tamircileri, vergi görevlileri ve kütüphaneciler şeklinde sıralanmaktadır. Bununla birlikte dijital olarak yürütülmesi mümkün olmayan meslek grupları; itfaiyeciler, terapistler, sağlık sektöründeki işçiler, ortodontistler ve diş hekimleri, satış yöneticileri, psikologlar, bilgisayar sistem analistleri, hemşireler, mühendisler, makyaj ve sahne sanatları ile ilgili meslekler olarak listelenmiştir. Özellikle sigortacılık, otelcilik, bankacılık ve perakende sektöründeki meslek gruplarının büyük oranda yok olacağı tahmin edilmektedir (Frey ve Osborne, 2013).

3. Sonuç ve Öneriler

Toplumsal devrimler tarihin her döneminde insanlığın yaşamında köklü değişiklikler yaratmıştır. Tarım devrimi ile göçebe bir yaşamı terk eden, yeni kavramları, yeni oluşumları hayatına adapte eden, oluşturan insanoğlu, sanayi devrimiyle yeni teknolojileri yaşamına dahil etmiştir. Bağımsız köylü kalabalıkları kentlere ulaşarak işçi sınıflarının oluşmasını sağlamıştır. Günümüz açısından bakıldığında bilgi toplumun, endüstri 4.0 ın ya da dijital kültürün toplumsal açıdan bir devrim niteliği taşıdığını, insanlığı yeni yaşam koşullarına adapte ederek

değiştirdiğini söylemek mümkündür. Yüz yıl öncesinde buhar makinelerini kontrol eden, tekstil fabrikalarında eğirme ya da dokuma iğlerini, tezgahlarını işleten işçiler söz konusu iken, artık bugün için onların yerini siber sistemleri yöneten işçiler almaktadır.

Birçok alanda robotların, akıllı okuyucuların, nano teknolojinin, birbiri ile konuşabilen sistemlerin, üç boyutlu yazıcıların ve kendi kendini yöneten araçların kullanılıyor olması insan iş gücünün azalmasına sebebiyet verebilecektir. İşçilerin bu süreçle başa çıkabilmesi için yetkinliğini artırması, iş kabiliyetlerini yükseltmesi gerekmektedir. İşçileri aynı anda hem yazım teknolojilerinden anlayan, hem üretim sürecinde kullanılan teknolojilerle bütünleşmiş, oluşabilecek hataları en aza indirecek insan makine uyumunu en üst seviyeye çıkaracak potansiyele sahip olmaları ön görülmektedir.

Dijital kültür hayatımıza yeni iş kolları ve meslekleri dahil ederken, nitelikli, teknolojiden anlayan ve bir noktada üretim de yapabilen bireyler bu dönüşümden yarar sağlayacaktır.

Geleceğin dünyasında iş hayatında yer alacak bireylerin bilişim sistemlerinden anlaması, veri ve bilgi işleme yetisine sahip olması, istatiksel analiz yapabilmesi, iş süreçlerini ve organizasyonel yapıları iyi kavrayabilmesi ve teknolojik cihazlarla iletişim kurabilmesi ön koşul olarak karşımıza çıkmaktadır. Düşük yetenekli bireylerin iş kaybı yaşaması mümkün gözükmektedir. Ayrıca eğitim sürecinin yeniden gözden geçirilerek, veri işleme ve istatistik bilgisinin daha erken eğitim dönemlerinde yer verilmesi önemli olacaktır.

Diğer yandan dijital kültür tehditlerinin yanında işçi ve işveren açısından büyük avantajları da beraberinde getirmektedir. İşçiler için daha tehlikeli ve zaman alan süreçleri robotlar ve akıllı sistemler yürütürken, sistemler ile koordinasyonu sağlayacak görevliler işçiler olacaktır. İşçilerin mevcut yeteneklerini artırması, üretim kalitesine ve işçi sayısına da pozitif yönde katkı sağlayacaktır. Örneğin tıp dünyasında kullanılacak karar destek sistemleri hastalığın teşhisinde büyük kolaylıklar sağlarken, doktorların varlığını ortadan kaldırmayıp, kendisini bu sistemleri daha etkili kullanmaya doğru geliştirmeye özendirecektir.

KAYNAKÇA

Digital Europe, (2015). Report: digital transformation of European industry and Enterprises. https://ec.europa.eu/growth/content/report-digital-transformation-european-industry-and-enterprises-0_en adresinden 15 Mayıs 2019 tarihinde erişildi.

Arvidsson, A. ve Colleoni, E. (2012). Value in informational capitalism and on the Internet. *The Information Society, 28*(3), 135-150. https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/01972243.2012.669449 adresinden 15 Mayıs 2019 tarihinde erişildi.

Berger, R. (2014). Industry 4.0: The new industrial revolution: How Europe will succeed. http://www.iberglobal.com/files/Roland_Berger_Industry.pdf adresinden 15 Mayıs 2019 tarihinde erişildi.

Bertoncello, M.; Wee, D. (2015). Ten ways autonomous driving could redefine the automotive World. https://www.mckinsey.com/industries/automotive-and-assembly/our-insights/ten-ways-autonomous-driving-could-redefine-the-automotive-world adresinden 15 Mayıs 2019 tarihinde erişildi.

Discover.sap.com. (2019). Modernizing city systems. https://discover.sap.com/hana/en-us/customer-citybuenosaires/index.html adresinden 15 Mayıs 2019 tarihinde erişildi.

Fuchs, C. 2010. Labour in informational capitalism. *The information society 26* (3): 176-196.

Frey, C. B. Ve Osborne, M. A. (2013). The future of employment: How susceptible are jobs to computerisation? https://www.oxfordmartin.ox.ac.uk/downloads/academic/The_Future_of_Employment.pdf adresinden 15 Mayıs 2019 tarihinde erişildi.

Gartner. (2016). The rise of the chief data officer signals an age of infinite possibilities. https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2016-12-16-rise-of-the-chief-data-officer-signals-age-of-infinite-possibilities adresinden 15 Mayıs 2019 tarihinde erişildi.

Goerlich, K. (2015). Digital medicine: Healing better in a complex system. https://www.digitalistmag.com/digital-economy/digital-futures/2015/11/11/digital-medicine-healing-better-in-a-complex-system-2-03769114 adresinden 15 Mayıs 2019 tarihinde erişildi.

Hotelmanagement. (2019). Japan's henn na hotel fires half its robot workforce. https://www.hotelmanagement.net/tech/japan-s-henn-na-hotel-fires-half-its-robot-workforce adresinden 15 Mayıs 2019 tarihinde erişildi.

Huws, U. (2018). Küresel dijital ekonomide emek: Sibertaryanın oluşumu. Yordam Kitap, İstanbul.

Inglobe Technologies. (2019). https://www.inglobetechnologies.com/digital-manufacturing-the-third-industrial-revolution/ adresinden 15 Mayıs 2019 tarihinde erişildi.

Kuka. (2019). Hello Industrie 4.0: we go digital. https://www.nebbiolo.tech/wp-content/uploads/KUKA-Industrie-4.0.pdf adresinden 15 Mayıs 2019 tarihinde erişildi.

Martech, M. (2013). Positive impact of industrial robots on employment. https://robohub.org/wp-

content/uploads/2013/04/Metra_Martech_Study_on_robots_2013.pdf adresinden 15 Mayıs 2019 tarihinde erişildi.

Özdoğan, O. (2018). Endüstri 4.0: dördüncü sanayi devrimi ve endüstriyel dönüşümün anahtarları. Pusula yayıncılık, İstanbul.

Peterson, H. (2017). The 12 jobs most at risk of being replaced by robots. https://www.businessinsider.com.au/jobs-at-risk-of-being-replaced-by-robots-2017-3 adresinden 15 Mayıs 2019 tarihinde erişildi.

Robot statista (2017). https://www.statista.com/topics/1476/industrial-robots/ adresinden 15 Mayıs 2019 tarihinde erişildi.

Rübmann, M. Lorenz, M. Gerbert, P. Waldner, M. Justus, J. Engel, P. ve Harnisch, M. (2015). Industry 4.0: The future of productivity and growth in manufacturing industries. https://www.zvw.de/media.media.72e472fb-1698-4a15-8858-344351c8902f.original.pdf adresinden 15 Mayıs 2019 tarihinde erişildi.

Wikipedia. (2019). Google self driving car crashes. https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_self-driving_car_fatalities adresinden 15 Mayıs 2019 tarihinde erişildi.

Altay, D. (2003). Küresel köyün medyatik mimarı Marshall McLuhan. *N. Rigel, & G. Baltuş (Dü) içinde, Kadife karanlık*, 1-73.

Beckert, S. (2018). Pamuk imparatorluğu. Say Yayınları, İstanbul.

Cafoğlu, S. ; Somuncuoğlu, D. (2000). Global values in education and character education.

Çalık, Temel; Sezgin, F. (2005). Küreselleşme, bilgi toplumu ve eğitim. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, *13*(1), 55–66.

Digilopedi. (2018). https://dijilopedi.com/2018-internet-kullanimi-ve-sosyal-medya-istatistikleri/ adresinden 15 Mayıs 2019 tarihinde erişildi.

Doğan, B. ve Kesken, E. (2007). Ağ 3.0- anlamsal ağ. *Elektrik Mühendisliği*, (432), 44–47.

Ersöz, B. (2015). *Küresel emek hareketliliği: çalış ve gez programları,* Yayımlanmamış yüksek lisans tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Internet live stats. (2019). https://www.internetlivestats.com/ adresinden 15 Mayıs 2019 tarihinde erişildi.

Sönmez, V. (2002). Küreselleşmenin felsefi temelleri. *Eğitim Araştırmaları Dergisi*, *6*, 1–11.

Statista.com. (2019). https://www.statista.com/search/?q=internet+shopper adresinden 15 Mayıs 2019 tarihinde erişildi.

3rd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 28-30 June 2019, Lefkosa

Üretim Lojistiği: Otomotiv Sektörü Üzerine Bir Değerlendirme

Prof. Dr. Orhan ÇOBAN
Selçuk University, FEAS
ocoban@selcuk.edu.tr

Lect. Ayşe ÇOBAN
Selçuk University, SBMYO
acoban@selcuk.edu.tr

ÖZET

Bu çalışmada otomotiv sektörü örneğinden önemi her geçen gün artan üretim lojistiğinin etkileri konusunda genel bir değerlendirme yapılmıştır. Otomotiv sektörüne yönelik ilk çalışmalar 1770'li yıllarda başlamıştır. 2000'li yıllarda hayata geçirilen Fordist üretim tarzı, tüm bilinenlerin sorgulanmasına yol açmıştır. Otomotiv sektörü, tedarik aşamasından pazarlama aşamasına kadar kendine has, çeşitli ve karmaşık süreçlerden oluşan bir iş akış sürecine sahiptir. Bu süreç içerisinde üretim aşamasının önemli bir yeri bulunmaktadır. Bu kapsamda otomotiv sektöründe üretim lojistiğinin önemi her geçen gün artmaktadır. Müşterilerin gereksinimlerine uygun olarak malzemeleri, yarı ürünleri, nihai ürünleri ve üretimdeki ilgili bilgileri verimli ve etkin akışını ve depolanmasını planlama, uygulama ve kontrol etme sürecini etkin şekilde yönetebilen firmalar rekabetten artı katma değer elde edebilmektedirler.

Anahtar Kelimeler: Otomotiv Sektörü; Lojistik Sistemler; Üretim Lojistiği

Production Logistics: An Evaluation on the Automotive Sector

ABSTRACT

In this study, a general evaluation is made about the effects of production logistics whose importance is increasing day by day from automotive sector. The first works for the automotive sector started in the 1770s. Fordism, which was put into practice in 2000s, led to the questioning of all known. The automotive sector has a unique and complex workflow process from procurement to marketing. Production process has an important place in this process. In this context, the importance of production logistics in the automotive sector is increasing day by day. Companies that can effectively manage the process of planning, implementing and controlling the efficient and efficient flow and storage of materials, semi-products, end products and relevant information in production, in accordance with customers' requirements, can gain added value from the competition.

Keywords: Automotive Sector; Logistics Systems; Production Logistics

1. Giriş

Çok sayıda makine, emek ve hammadde girdisinin söz konusu olduğu üretim sistemleri her geçen gün daha karmaşık hale gelmektedir. Bu kapsamda üretim lojistiği faaliyetlerini yürütmek ve koordine etmek daha da zorlaşmaktadır. Günümüzde tüketici taleplerindeki değişmelere bağlı olarak

pazar yapıları hızla değişmektedir. Üretim sistemlerinin değişen pazar yapılarına adapte olması gerekmektedir. Bu bağlamda küresel rekabet ortamında talep dalgalanmalarının yönetilmesi, daha geniş üretim çeşitliliğinin sağlanması, zamana dayalı rekabetin yönetilmesi, esnek yeteneklerin geliştirilmesi gibi nedenlerden dolayı üretim lojistiği konsepti daha önemli hale gelmiştir (Jin-Hyung, 2006).

Hali hazırda bilinen üretim lojistiği çözümleri, mühendislik eksenli üretim prensipleri ve ihtiyaçları üzerine kuruludur. Bununla birlikte, otomotiv üretiminin kendine has bir çok tipik, spesifik özellikleri söz konusudur. Bu kavramların ve sistemlerin doğrudan uygulanması önem arz etmektedir. Bu çalışmada üretim lojistiği kapsamında otomotiv sektörüne yönelik genel bir değerlendirmenin yapılması amaçlanmıştır. Bu kapsamda öncelikli olarak lojistik kavramı ele alınacak, daha sonra lojistik türleri ve lojistik sistemi açıklanacak ve son olarak otomotiv

sektörü özelinde üretim lojistiğinin konseptlerinin ve sistemlerinin uygulama imkânları tartışılacaktır.

2. Lojistik Kavramı ve Lojistik Modları

2.1. Lojistiğin Tanımı

Lojistik, latince kökenli bir kelimedir. Mantık anlamındaki "logic" ile istatistik anlamındaki "statics" kelimelerinin birleştirilmesiyle elde edilmiştir. Bu doğrultuda kelimenin sözlük anlamı "mantıklı hesap"tır. Yunanca "Logistikos" kelimesinden gelen lojistik "mantıklı hesap kitap yapma bilimi", "hesapta becerikli" anlamlarına gelmektedir Lojistik, bir ürünün ilk üreticiden son tüketiciye kadar olan nakliye, depolama, gümrükleme, ambalajlama ve dağıtım süreçlerini ifade etmektedir. Diğer bir bakış açısıyla lojistik, doğru ürünü, doğru yerde, doğru zamanda, doğru miktarda, doğru şekilde, doğru kalitede, rekabetçi bir fiyat ile gerçekleştirmektir (Tanyaş ve Hazır, 2011; Tanyaş vd., 2011; Yapraklı ve Ünalan, 2017). Diğer taraftan Lojistik Yönetimi Konseyine göre lojistik, müşterilerin ihtiyaçlarını karşılamak üzere, ham maddenin başlangıç noktasından, ürünün tüketildiği son noktaya kadar olan tedarik zinciri içindeki malzemelerin, servis hizmetlerinin ve bilgi akışının etkili ve verimli bir şekilde, her iki yöne doğru hareketinin ve depolanmasının, planlanması, uygulanması ve kontrol edilmesidir (Yalçı vd., 2017: 384).

2.2. Lojistik Modları

Literatürde lojistik modları, unimodal taşımacılık ve multimodal taşımacılık olmak üzere iki başlık altında ele alınmaktadır. Bunlardan unimodal taşımacılık, malların bir veya daha fazla taşıma yollarından yalnızca birisiyle taşınmasıdır. Bu taşımacılık türleri, karayolu taşımacılığı, havayolu taşımacılığı, denizyolu taşımacılığı, demiryolu taşımacılığı, nehir taşımacılığı ve boru taşımacılığı alt başlıklarında incelenmektedir. Bu taşımacılık türlerinin her birisinin kendine özgü avantaj ve dezavantajları bulunmaktadır. Türkiye özelinde bunlardan en çok kullanılan taşıma türü karayolu taşımacılığıdır (Kılcı, 2017: 77). Karayolu taşımacılığının oldukça yaygın olmasının nedenleri arasında yükleme ve boşaltma işlemlerinin kolaylığı, tarifeli yüklemelerin sıklığı, kapıdan kapıya hizmet verilebilmesi ve sevklerin kısa sürede gerçekleşmesi sayılmaktadır. Dünya geneline baktığımızda ise deniz yolu taşımacılığının ön sıralarda yer aldığı görülmektedir.

Multimodal taşımacılık ise intermodal taşımacılık ve kombine taşımacılık olmak üzere iki alt başlıkta ele alınmaktadır. Bu konsept, farklı taşıma türleri ve araçlarla birden fazla taşıtla yapılan taşıma türü olarak adlandırılmaktadır. Bunlardan intermodal taşımacılık, kapıdan kapıya taşıma ve en az iki taşıma türü ile yükün en kısa zamanda teslim edilmesidir. Diğer bir bakış açısıyla tek yükleme ile aynı taşıma birimleri içinde ürünlere el değmeden, birden çok taşıma yöntemleriyle taşınması olarak tanımlanmaktadır. Kombine taşımacılıkta ise yükün bir taşıma biriminin içinde yeniden yüklemeye gerek kalmaksızın en az iki taşıma yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmesidir (Vural vd., 2014: 77).

3. Lojistik Sistemi ve Üretim Lojistiği

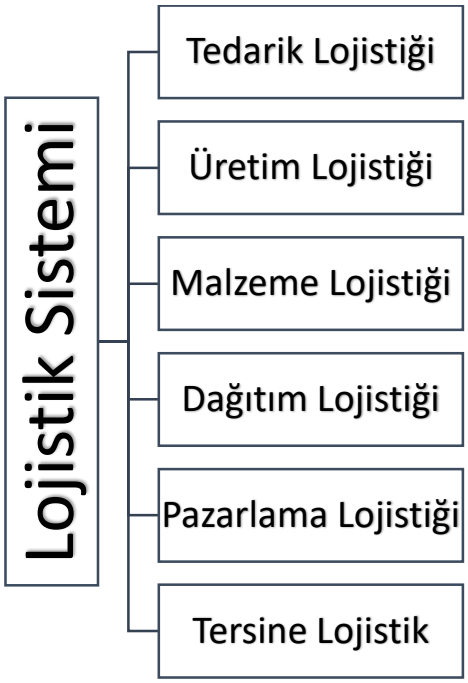
3.1. Lojistik Sistemi

Firmaların amaçlarının gerçekleştirebilmeleri, lojistik sistemini etkin bir şekilde yönetmelerine bağlıdır. Bu kapsamda lojistik sisteminin amacı, pazarı, dağıtım ağını, imalat sürecini ve satın alma faaliyetlerini düşük maliyette ve daha yüksek kalitede müşteriye hizmet vermek için birleştirmektir. Diğer bir ifadeyle rekabet avantajını, maliyet azaltma ve hizmet iyileştirme ile sağlamaktır. Bu kapsamda iş süreçlerinde lojistik fonksiyonunun gün geçtikçe işletme yönetiminde önem kazanmasının nedenleri şöyle sıralanabilir (Kobu, 1996: 200-201):

- Taşıma uzaklıkları ve maliyetler,
- Üretim teknolojileri,
- Stok kontrolünde tam zamanında tedarik sistemleri,
- Mamul çeşitleri,
- Bilgisayar kullanımı,
- Geri dönüşüm,
- Büyük uluslararası üretim ve satış firmalarının çoğalması

Şekil-1'de özetlenen lojistik sistemi içerisinde 6 kavram ön plana çıkmaktadır. Bu bağlamda üretim için gerekli olan ham madde ve malzemelerin tedarikçilerden alınarak üretim tesislerine ya da üretimde kullanılmak üzere depoya taşınması **tedarik lojistiği,** gelen malzeme ve parçaların mamule dönüştürülmesi sırasında yapılan taşımaları ve ara depolamaları **üretim lojistiği veya iç lojistik**, ürünlerin nihai tüketiciye ulaşana kadar gerekli olan yer, zaman, enformasyon ve mülkiyet konularında fayda sağlanması **dağıtım lojistiği** başlığı altında ele alınmaktadır. Ayrıca, tedarik ve üretim lojistiğinin toplamı **malzeme lojistiğini**, malzeme lojistiği ve dağıtım lojistiğinin toplamı ise pazarlama lojistiği olarak adlandırılmaktadır. Son olarak **tersine (geri dönüş) lojistiği** ise dağıtım lojistiğinin tam aksine doğru işleyen bir aktiviteler bütünü olarak ele alınmaktadır. Diğer bir ifadeyle hasarlı, defolu ve ömrünü tamamlamış ürünlerin tamir, bakım, ayrıştırma veya yok etme amacıyla tedarik zinciri içerisinde aksi yönde hareket etmesi tersine lojistiktir.

Şekil- 1: Lojistik Sistemi



Günümüze özellikle belediyelerin hayata geçirdiği evsel ve diğer atıkları, aynı çöp konteynerlerinden alıp, çöp atık tesislerinde toplamaları ve geri dönüşüm yerlerine göndererek yeniden işlenip kullanılabilir hale geri dönüşüm faaliyetleri tersine lojistiğin en bilinen örnekleridir.

3.2. Üretim Lojistiği

Farklı yaklaşımlar olmakla birlikte üretim lojistiği, müşterilerin gereksinimlerine uygun olarak malzemelerin, yarı ürünlerin, nihai ürünlerin ve üretimdeki ilgili bilgilerin verimli ve etkin akışını ve depolanmasını planlama, uygulama ve kontrol etme süreci olarak açıklanmaya çalışılmaktadır. Bu kapsamda üretim lojistiğinin, sadece malzeme ve ürünlerin kullanıldığı, taşındığı ve depolandığı akış bölümleriyle değil, zamanının etkin kullanımı ve kapasite kullanımının maksimize edilmesi gibi teknolojik bölümlerle de ilgilisi bulunmaktadır. Buna göre üretim lojistiği teknolojik süreçlerin kontrolü ile doğrudan bağlantılıdır. Üretim lojistiği stratejik ve operasyonel olarak iki yönetim seviyesinde uygulanmaktadır. Stratejik üretim lojistiği sorunsuz, en düşük maliyetli üretim süreci için gerekli şartların oluşturulmasını ifade etmektedir. Aynı zamanda orta ve uzun vadeli olarak işçi sağlığı ve iş güvenliği gibi uygun çalışma koşullarının güvence altına alınması da stratejik üretim lojistiğinin amaçları arasında yer almaktadır (Takala vd., 2007). Operasyonel üretim lojistiğinde ise kısa ve orta vadeli hedefler belirlenmektedir. Bu kapsamda planlama, kontrol ve operasyonel üretim en sık kullanılan kavramlardır (Lenort ve Felix, 2013).

4. Otomotiv Sektörü ve Üretim Lojistiği

Otomotiv sanayiinin Dünya'daki tarihsel gelişimi 18. yüzyıla kadar uzanmaktadır. Dünya'da otomotiv sanayiinin gelişimi 18. yüzyılda bilinen tek enerji kaynağı olan buharın bu sanayide kullanılması ile hız kazanmıştır. Batı ülkelerinde 19. yüzyılın sonlarında ve 20. yüzyılın başlarında otomotiv ürünlerinin, motorlu kara taşıtlarının imal edilmeye başlandığını ve kullanıma arz edildiği görülmüştür. Bu taşıtların diğer alternatif ulaşım araçlarına göre sürat ve esneklik yanında pek çok üstünlükleri nedeniyle geniş oranda kullanılmaya başlanmıştır (Tezer, 1993: 69). Özellikle I. ve II. Dünya savaşlarında savaş için gerekli olan araçların otomotiv sanayii sayesinde üretilmesi, bu alam özel sermaye açısından da cazip kılmaya başlamıştır.

Otomotiv üzerindeki ilk çalışma, 1771 yılında Fransız mühendis Cougnot tarafından üç tekerlekli bir araba üzerinde yapılmıştır. Bu çalışmalar daha sonra İngiltere'de hız kazanmaya başlamış 1821 yılında Griffit, 1824 yılında Hill ve 1831 yılında ise, Hancocok buharlı posta arabalarım yapmışlardır. 1873 yılında Fransa'da Anedee Bollee isimli mühendis "Mancelle" adını verdiği Paris-Bordeaux arasında çalışan bir araba imal etmiştir. 1887 yılında Daimler ray üzerinde çalışan "Drezin" motorunu imal etmiştir. Daha sonra Panhard ve Levassor 2 BG'lük bir Daimler motorunu otomobil şasesine yerleştirmeyi başarmışlardır. Otomotiv sanayiinin öncüleri olan Peugeot de Dion ve Bouton, Bollee, Louis, Renault patlamalı motorlarını geliştirerek karayollarındaki ilk otomobil yarışlarını yapmaya başlamışlardır).

Otomotiv sektöründe ilk üretime başlayan firmalar olarak Daimler-Benz, Rolls-Royce, Renault, Citroen, Peugeot ve Ford'u sayabiliriz. 1914 yılında Amerika'da Henry Ford tarafından kurulan Ford firması seri üretime geçen ilk otomotiv firması olmuştur. Bu alandaki gelişmeler Japon firması olan Toyota'mn üretimde robot kullanmaya başlaması ile birlikte yeni bir sürece girmiş ve bu alanda rekabet hız kazanmaya başlamıştır. Bugün için otomotiv sanayinin en büyük firmaları ABD'den General Motors, Ford Motor Company, Chrysler, Japonya'dan Toyota, İtalya'dan Fiat, Almanya'dan Mercedes ve Fransa'dan Renault'dur (Çoban, 2011: 24). Bu firmalar özellikle üretim lojistiği konusundaki başarılı uygulamaları ile Dünya otomotiv piyasasının önemli bir kısmını ellerinde tutmaktadırlar.

Tarihsel gelişimi dikkate alındığında otomotiv sektöründe üretim teknolojisinde köklü değişmeler olmuştur. İhtiyaç duyulan malzeme, yarı mamul ürünler, bileşenler ve parçalar her geçen gür artmakta, üretim lojistiği daha karmaşık hale gelmektedir. Üretim lojistiği alanında

yeni çözümler geliştirilmeden artan müşteri ihtiyaçlarının kabul edilebilir maliyetlerle karşılanması imkânsız hale gelmektedir. Bu bağlamda 1970'li yıllardan itibaren üretim lojistiğini desteklemek için, özellikle lojistik yönetiminin operasyonel seviyesinde, çok sayıda bütünleşik konsept ve sistem oluşturulmuştur. Bu konsept ve sistemlere genellikle Üretim Planlama ve Kontrol (PPC) sistemleri denir. PPC kapsamında üç yaklaşım öne çıkmaktadır. Bunlar, Malzeme İhtiyaç Planlaması (MİP), Kurumsal Kaynak Planlaması (KKP) ve Kısıtlar Teorisi (KT)'dir.

4.1. Malzeme İhtiyaç Planlaması (MİP)

MİP sistemlerinin temel amacı, ana üretim planına saygı gösteren ve stokların ortaya çıkmasını en aza indirgeyen malzeme gereksinimlerine yönelik planlamanın yapılmasıdır. Dolayısıyla MRP, bir ürünü üretmek için gereken malzemeleri ve bileşenleri hesaplamada kullanılan bir sistemdir. MRP, mevcut malzemelerin ve bileşenlerinin envanterinin çıkarılması, ihtiyaç duyulan yedek parçaların belirlenmesi ve üretim veya satın alımların zamanlanması şeklinde üç adımda gerçekleşmektedir. Bu kapsamda MİP, üretim sürecinde otomasyonu sağlamak için bilgisayar destekli yöntemleri kullanmada yaygın bir şekilde tercih edilen bir sistemdir (Dinesh 017: 1172). İlk olarak 1964 yılında Joseph Orlicky tarafından yalın üretim metodolojisinin modeli olan Toyota Üretim Sistemi dikkate alınarak geliştirilmiştir.

4.2. Kurumsal Kaynak Planlaması (KKP)

Bir iktisadi karar biriminin tüm kaynaklarını en etkin şekilde kullanacak şekilde kaynaklarını planlayarak tüm iş süreçlerini bütünleşik bir şekilde yönetmesi kurumsal kaynak planlaması (KKP) olarak adlandırılmaktadır. KKP'nin başarılı bir şekilde uygulanması halinde iktisadi karar birimleri maksimum çıktıyı minimum girdi ile elde edebileceklerdir.

KKP ile üretim, satın alma, ürün ağaçları, tedarik planlama, envanter gibi temel üretim bileşenleri yönetilebilmektedir. Ayrıca tam entegre ve profesyonel yazılımlar sayesinde finansmandan müşteri ilişkileri yönetimine, insan kaynaklarından kurumsal risk yönetimine kadar farklı faaliyetler etkin bir şekilde yönetilmektedir (Lorenc ve Szkoda, 2015).

4.3. Kısıtlar Teorisi (KT)

Kısıtlar teorisi (KT) bir yönetim paradigmasıdır. Bu teoriyle yönetilebilecek sistemler küçük kısıtlamalara bölünerek yönetilmektedir. Bu kapsamda iş süreçlerine ilişkin kısıtlamalar belirlenmekte, söz konusu kısıtlar dikkate alınarak en optimal çözüme ulaşılmaya çalışılmaktadır. Sistem teorisine göre bir sistemi etkin bir şekilde kontrol etmek için bağımsız değişkenlerden daha fazla kısıtlama olması gerekmektedir. Kontrol mekanizması dolayısıyla, çıktılardaki kısıtlarda farklılık görülmekte ve girişi yoğun bir şekilde kontrol ederek Kısıtlar Teorisinin ihtiyaç duyduğu işlem kısıtlamaları minimize edilebilmektedir.

Artan rekabet firmaları yeni arayışlara sürüklemektedir. Bu kapsamda kısıtlar teorisi, üretim, lojistik, dağıtım, proje yönetimi, araştırma ve geliştirme, satış ve pazarlama gibi farklı alanlarda birçok firma tarafından son yıllarda başarıyla uygulanmaktadır. Kısıtlar teorisinin uygulamalarına hem özel hem de kamusal malların üretiminde rastlanmaktadır. Otomotiv sektöründe farklı üretim aşamalarında kısıtlar teorisine başvurulmakta, bu süreci etkin bir şekilde yönetebilen firmalar kısa vadede önemli gelişmeler kaydetmektedirler (Büyükyılmaz ve Gürkan, 2009: 179).

5. Sonuç ve Değerlendirme

Bu çalışmada lojistik kavramından hareketle otomotiv sektöründe lojistiğin bir türü olarak her geçen gün önem kazanan üretim lojistiği konseptleri ele alınmıştır. Otomotiv sektörüne yönelik ilk çalışmalar 1770'li yıllarda başlamıştır. 2000'li yılların başında Henry Ford tarafından

Amerika'daki Ford otomobil fabrikasında hayata geçen Fordist üretim tarzı otomotiv sektöründe büyük bir dönüşüme yol açmıştır. Günümüzde ise otomotiv sektörü tedarik aşamasından pazarlama aşamasına kadar kendine has, çeşitli ve karmaşık süreçlerden oluşan bir iş akış sürecine sahiptir. Bu süreç içerisinde üretim aşamasının önemli bir yeri bulunmaktadır.

Üretim süreçlerinde lojistik sisteminin önemi her geçen gün artmaktadır. Bu bağlamda tedarik lojistiği, üretim lojistiği veya iç lojistik, dağıtım lojistiği, malzeme lojistiğini ve tersine (geri dönüş) lojistik kavramları ön plana çıkmaktadır. Bunlardan üretim lojistiği, müşterilerin gereksinimlerine uygun olarak malzemelerin, yarı ürünlerin, nihai ürünlerin ve üretimdeki ilgili bilgilerin verimli ve etkin akışını ve depolanmasını planlama, uygulama ve kontrol etme sürecidir. Üretim lojistiği kapsamında hayata geçirilen uygulamalar hemen hemen bütün sektörlerde firmalara rekabet avantajı sağlamaktadır. Bu bağlamda otomotiv sektöründe üretim lojistiğini desteklemek için, özellikle lojistik yönetiminin operasyonel seviyesinde, çok sayıda bütünleşik konsept ve sistem oluşturulmuştur. Bu konsept ve sistemlere genellikle Üretim Planlama ve Kontrol sistemleri denir. PPC kapsamında üç yaklaşım öne çıkmaktadır. Bunlar, Malzeme İhtiyaç Planlaması (MİP), Kurumsal Kaynak Planlaması (KKP) ve Kısıtlar Teorisi (KT)'dir.

KAYNAKÇA

Büyükyılmaz, O. ve Gürkan, S. (2009). "Süreçlerde En Zayıf Halkanın Bulunması: Kısıtlar Teorisi", ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi, 5(9), 177–195.

Çoban, O. (2011). Rekabet ve Firma Stratejisi, İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayını, Yayın No: 507324.

Danışment, V., Gencer, C. ve Karadoğan, D. (2014). "Ulaştırma Uygulamalarına Yönelik Çok Modlu Model Önerisi", Savunma Bilimleri Dergisi, Mayıs, 13(1), 75-105.

Dinesh E. D., Arun A. P. ve Pranav R. (2014). "Material Requirement Planning for Automobile Service Plant", International Journal of Innovative Research in Science, Engineering and Technology, 3(3), 1171-1175.

Jin-Hyung K. (2006). A Control-Theoretic Approach to Production Planning and Control of a Multi-Workstation Production System, University of Wisconsin-Madison, https://search.proquest.com/docview/304977753?pq-origsite=gscholar, Erişim Tarihi: 15.02.2019.

Kılcı, H. (2017). "Taşımacılık Faaliyetlerinin Rekabet Üstünlüğü Oluşturmada İşletmecilikte Yeri Ve Önemi: Türkiye Örneği ve Türkiye'de Taşımacılığın Gelişimi", Balkan Journal of Social Sciences, Özel Sayı, 74-86.

Kobu, B. (1996). Üretim Yönetimi, İstanbul: İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayını.

Lenort, R. ve Felix, J. (2013). "Production Logistics Concepts And Systems In Metallurgical Companies",

https://pdfs.semanticscholar.org/a1d4/39a156280e7ded81f090f4afbc71ae3e9eb8.pdf, Erişim Tarihi: 10.02.2019.

Lorenc, A. ve Szkoda, M. (2015). Customer Logistic Service in the Automotive Industry with the Use of the SAP ERP System, 2015 4th International Conference on Advanced Logistics and Transport (ICALT), https://ieeexplore.ieee.org/document/7136584, Erişim Tarihi: 23.04.2019.

Takala J., Malındžák D. ve Straka M. (2007). Manufacturing Strategy – Applying the Logistics Models, Vaasa: University of Vaasa.

Tanyaş, M. ve Hazır K. (2011). Lojistik Temel Kavramlar (Lojistiğe Giriş), Tarsus: Arzu Ofset Matbacılık.

Tanyaş, M., Erdal, M., Zorlu, F., Gürlesel, C.F. ve Filik, F. (2011). Türkiye Lojistik Master Planı İçin Strateji Belgesi, İstanbul: Türkiye İhracatçılar Meclisi Yayını.

Tezer, E. (1993). Otomotiv Sanayii Çalışma Grubu Toplantısı, 3. İzmir İktisat Kongresi, Otomotiv Sanayii Ulaştırma Çalışma Grupları, 4-7 Haziran 1992, DPT Yayını.

Yalçı, E.B., Altuğ, N. ve Koldere Akın, Y. (2017). "Tüketicilerin Sosyal Sorumluluk Bilinci Doğrultusunda Tersine Lojistiğe Bakış Açıları", Akademik Bakış Dergisi, 60, Mart – Nisan, 383-395.

Yapraklı, T. Ş. ve Ünalan, M. (2017). "Küresel Lojistik Performans Endeksi ve Türkiye'nin Son 10 Yıllık Lojistik Performansının Analizi", Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 31(3), 589-606.

3rd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 28-30 June 2019, Lefkosa

Faaliyet Tabanlı Maliyetleme ve Kaynak Tüketim Muhasebesi Yöntemleri Arasındaki Farklar ve Bir Teorik Uygulama

Inst. Ömer Burak PAKSOY
Alanya Alaaddin Keykubat University, Gazipaşa HS
omer.paksoy@alanya.edu.tr

Inst. Dr. Necdet SEZAL
Alanya Alaaddin Keykubat University, Akseki HS
necdet.sezal@alanya.edu.tr

ÖZET

1980'lerden süregelen geleneksel maliyet yöntemlerinin eksikliğinden ve yetersizliğinden dolayı yeni maliyetleme sistemleri arayışları sonucunda Faaliyet Tabanlı Maliyetleme (FTM) yöntemi geliştirilmiştir. Ancak, FTM yönteminin uygulanması karışık ve zor olduğundan dolayı beklenen ilgiyi görememiş ve yeni nesil farklı çağdaş maliyetleme yöntemleri geliştirilmiştir. Bu yeni çağdaş maliyet sistemlerinden birisi de Kaynak Tüketim Muhasebesi (KTM) sistemidir. Bu yöntem, FTM ile Alman Maliyet Muhasebesi (GPK) sistemlerinin bütünleştirilmesinden oluşmuştur. FTM yönteminde faaliyetler kilit rol oynarken KTM yönteminde ise maliyetlerin kaynaklardan oluştuğu varsayılmaktadır. Bu çalışmada, bir teorik uygulama üzerinden iki yöntem arasındaki farklılıklar incelenmiş ve yöntemlerin avantajları ve dezavantajları belirlenmiştir. Çalışmanın sonucunda; KTM sistemi, FTM sistemi üzerine kurulu ve geliştirilmiş hali olduğundan dolayı mamul maliyetlerinin daha sağlıklı hesaplandığı ve atıl kapasitenin belirlenmesiyle elimine edilmesi gereken maliyetlerin hesaplandığı görülmektedir.
Anahtar Kelimeler: Atıl kapasite, Faaliyet Tabanlı Maliyetleme, Kaynak Tüketim Muhasebesi

The Differences Between Activity Based Costing and Resource Consumption Accounting Methods- A Theoretical Practice

ABSTRACT

Due to the lack of traditional costing methods from the 1980s, Activity Based Costing (ABC) method was developed as a result of the search for new costing systems. However, since the implementation of the ABC method is complex and difficult, the system has not pulled the expected interest and so that different modern costing methods have been developed. One of these new modern costing systems is the Resource Consumption Accounting (RCA) system. This method consists of integrating ABC with German Cost Accounting systems. In the ABC method, while the activities play a key role, the RCA method assumes that the costs are composed of resources. In this study, the differences between the two methods were examined through a theoretical practice and the advantages and disadvantages of the methods were determined. As a result of the study; since the RCA system is based on the ABC system and developed, it is seen that the costs of the products are calculated healthier and the costs that must be eliminated by determining the idle capacity are calculated.

Keywords: Idle capacity, Activity Based Costing, Resource Consumption Accounting

1. Giriş

Küreselleşme ile birlikte büyüyen ve hızlı değişen pazar koşullarında işletmeler, belirledikleri hedeflere ulaşabilmek adına yoğun rekabet içinde stratejik kararlar alabilmek için çağdaş maliyetleme sistemlerinden faydalanmaktadırlar. İşletmeler rekabet avantajını elde edebilmek için etkin bir maliyet sistemi oluşturarak maliyetleri düşürmeyi, maliyetleri yönetmeyi ve

müşterilerinin taleplerine tam ve zamanında cevap verebilmeyi amaçlamaktadır (Öztürk ve Alsamarrai, 2019: 122).

Teknolojinin ilerlemesinden kaynaklı olarak işletmelerde üretimde yer alan genel üretim maliyetlerinin payı, direk işçilik giderlerinin payını bir hayli geçmiştir. Bu da geleneksel maliyetleme sistemlerinin eksik ve yetersiz kalmasının nedenlerinden biri olmuştur. Çünkü geleneksel maliyetleme sistemlerinde tek dağıtım anahtarının kullanılması ve hacime dayalı olması bu sistemlerin maliyet dağıtımında doğru ve tam bilgi verip vermediği açısından geçerlilikleri sorgulanmaya başlamıştır (Köse ve Ağdeniz, 2017: 140).

Geleneksel maliyetleme sistemlerinin yeterli katkıyı ve verimi sağlayamadıkları düşüncesiyle araştırmacılar yeni arayışlara yönelmişlerdir. Bu arayışlar sonucunda çağdaş maliyetleme sistemleri geliştirilmiştir. 1980'lerden itibaren faaliyet tabanlı maliyetleme, hedef maliyetleme, ürün yaşam seyri maliyetleme, tam zamanında maliyetleme, kaizen maliyetleme ve yalın muhasebe gibi; 1990'ların ortalarından itibaren ise yeni arayışlar sonucu zamana dayalı faaliyet tabanlı maliyetleme ve kaynak tüketim muhasebesi gibi sistemler geliştirilmiştir (Aktaş, 2013: 56). Bu çalışmamızda sırasıyla Faaliyet Tabanlı Maliyetleme ve Kaynak Tüketim Muhasebesi ele alınacaktır. Daha sonra bu iki yöntemin benzer ve farklı yönleri incelenecek ve bir teorik örnek üzerinden iki yöntem ile maliyet hesaplamaları yapılacaktır. Çıkan sonuçlar analiz edilerek işletmeler için hangi sistemin daha uygun olabileceği tartışılacaktır.

2. Faaliyet Tabanlı Maliyetleme Sistemi

Faaliyet Tabanlı Maliyetleme Sistemi, 1980'li yıllarda Robert S. Kaplan ve Steven Anderson tarafından geliştirilmiştir. Bu yöntem, faaliyetler üzerine yoğunlaşarak işletmelerin kaynakları kullandığını ve faaliyetlerin maliyetlere yol açtığını varsaymaktadır (Cengiz, 2011: 35). FTM sistemi kurulurken aşağıda sıralanan adımlar izlenmelidir (Küçüktüfekçi ve Güner, 2014: 228):

- Kaynak Maliyetlerinin ve Kaynak Etkenlerinin Tespiti
- Faaliyetlerin Tespiti
- Kaynak Maliyetlerinin Faaliyetlere Dağıtımı
- Faaliyet Etkenlerinin ve Faaliyet Havuzlarının Tespiti
- Maliyetlerin Faaliyet Havuzlarında Toplanması
- Faaliyet Havuzlarında Toplanan Maliyetlerin Ürünlere Dağıtmı

FTM yöntemi geleneksel sisteme göre daha doğru sonuçlar üretmekte ve mamül maliyetlerinin içinde yer alan genel üretim giderlerinin ürünlere dağıtılmasında daha sağlıklı bilgiler vermektedir. Ancak, FTM sisteminin sürekli değişen koşullara göre güncellenmesi ve bazı verilerin geçerliliğinin doğrulanmasının zor olması, sadece teorik kapasitenin esas alınması, pratik kapasitenin göz önünde bulundurulmaması gibi bazı dezavantajları da bulunmaktadır (Kayıhan ve Tepeli, 2016: 433).

3. Kaynak Tüketim Muhasebesi

Kaynak Tüketim Muhasebesi; Alman Maliyet Muhasebesi (GPK) ve Faaliyet Tabanlı Maliyetleme (FTM) sisteminin bütünleştirilmesinden oluşturulmuş bir yönetim muhasebesi türüdür. KTM, faaliyetlerden ziyade kaynaklara odaklanarak maliyet hesaplamaları yapmaktadır. Ancak bu muhasebe sistemi, FTM yöntemi üzerine kurulmuş bir sistem olmasından dolayı FTM sisteminin temel değerlerini esas almakta ve eksik yönlerini gidermek için yeni teknikler içermektedir (Aktaş, 2013: 56-58). Daha önce yukarıda sayılan bazı dezavantajlardan, FTM'nin faaliyetler ile ilgili çok fazla karmaşık detay içermesinden ve bu nedenle verimsiz bilgi ve analizlere yol açmasından dolayı KTM sistemi FTM'yi tamamlayan bir sistem olarak geliştirilmiştir (Aktaş, 2013: 59). KTM'nin uygulama aşamaları aşağıdaki gibidir (Karaca ve Küçük, 2017: 360):

- Kaynak gruplarının birbiriyle ilişkilerinin incelenmesi ve kaynak havuzlarının oluşturulması.
- Birincil ve ikincil maliyetlerin belirlenmesi. Kaynak havuzlarındaki maliyetlerin sabit-orantısal olarak gruplandırılması.
- Kaynak havuzlarının kapasitelerinin ve birim maliyetlerinin belirlenmesi.
- Faaliyet maliyetlerinin hesaplanması. Her bir kaynak havuzunun kapasitesi teorik kapasite ile karşılaştırılarak atıl kapasite ve atıl kapasite maliyeti belirlenmektedir.
- Faaliyet havuzlarında toplanan maliyetlerin ürünlere dağıtımı.

4. FTM ve KTM Uygulamalarının Karşılaştırılması

Çalışmamızda FTM ve KTM yöntemleri karşılaştırılarak aynı teorik bir örnek üzerinden ele alınacaktır. Örnek işletmede, Ürün 1, Ürün 2 ve Ürün 3 olmak üzere 3 adet ürün üretilmektedir.

Üretim sürecinde ise Kesim, Montaj, Boya ve Kalite Kontrol olmak üzere 4 adet faaliyet mevcuttur.

4.1. FTM yönteminin uygulanması:

Adım 1: FTM yönteminde faaliyetlerin kullanacağı kaynak ve kaynak etkenleri ilk aşamada belirlenmektedir. Örnek işletmemizde son bir yıla ait kullanılan kaynaklar ve bu kaynakların etkenleri aşağıda tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Kaynak Maliyetlerinin ve Etkenlerinin Belirlenmesi

Kaynak	Tutar	Kaynak Etkeni
Maaş ve Ücretler	1.100.000 ₺	İşçi sayısı
Amortisman	640.000 ₺	Makine saati
Kira	450.000 ₺	m^2
Enerji	800.000 ₺	kws
Endirekt Malzeme	260.000 ₺	adet
TOPLAM	**3.250.000 ₺**	

Adım 2: Daha sonra yıl içerisinde kaynak etkenlerinin tüketim miktarları belirlenmektedir. Aşağıda tablo 2'de gösterildiği üzere işletmede, toplam 550 işçi çalışmakta, faaliyetlerde kullanılan makineler toplam 16.000 makine saat harcamakta, toplam 20.000 m^2 üzerinden kira dağıtılmakta, enerji tüketimi yıl içerisinde 160.000 kws olup üretimde toplam 2.600 adet endirekt malzeme kullanılmıştır.

Tablo 2. Kaynak Etkenlerinin Tüketim Miktarları

Kaynak Etkenleri	Kesim	Montaj	Boya	Kalite Kontrol	TOPLAM
İşçi sayısı	200 işçi	150 işçi	150 işçi	50 işçi	**550 işçi**
Makine saati	7.500 mks	5.000 mks	2.500 mks	1.000 mks	**16.000 mks**
m^2	7.500 m^2	7.500 m^2	2.500 m^2	2.500 m^2	**20.000 m^2**
Kws	75.000 kws	50.000 kws	25.000 kws	10.000 kws	**160.000 kws**
Adet	1.000 adet	1.000 adet	500 adet	100 adet	**2.600 adet**

Adım 3: Aşağıda gösterilen tablo 3'de, kaynakların faaliyetlere dağıtımı gösterilmektedir. Maaş-Ücretler, Amortisman, Kira, Enerji ve Endirekt malzeme kaynakları 4 adet faaliyet havuzuna(Kesim-Montaj-Boya-Kalite Kontrol) dağıtılmaktadır. Kaynak maliyetlerinin faaliyetlere dağıtılması sırasında hesaplanma yöntemi maaş ve ücretler örneği ile şu şekilde gösterilmiştir:

Maaş ve ücretler, işçi sayısı esas alınarak faaliyet havuzlarına dağıtılmıştır. Dağıtımın yükleme oranı 1.100.000 TL/550 işçi= 2.000 TL/işçi şeklinde hesaplanmış; daha sonra faaliyetlerin tüketim miktarlarına göre paylar dağıtılmıştır. Maaş ve ücretlerden kesime 2.000 TL/işçi * 200 işçi= 400.000 TL, montaja 2.000 TL/işçi* 150 işçi= 300.000 TL, boyaya 2.000 TL/işçi * 150 işçi= 300.000 TL, kalite kontrole 2.000 TL/işçi * 50 işçi= 100.000 TL dağıtılmıştır.

Aynı yukarıda yapılan hesaplama gibi diğer kaynak maliyetleri de faaliyetlere dağıtılırken öncelikle dağıtım yükleme oranları hesaplanmakta ve faaliyet havuzlarına tüketim miktarlarına göre dağıtılmaktadır. Buna göre; amortisman dağıtım yükleme oranı 640.000 TL / 16.000 mks= 40 TL/mks, kira için yükleme oranı 450.000 TL / 20.000 m^2 = 22,5 TL/ m^2, enerji için yükleme oranı 800.000 TL / 160.000 kws= 5 TL/kws ve endirekt malzeme için yükleme oranı ise 260.000 TL / 2.600 adet= 100 TL/adet şeklinde hesaplanmıştır. Bu hesaplanan yükleme oranları ile aşağıdaki tabloda gösterildiği üzere kaynak maliyetleri faaliyetlerin tüketim miktarlarına göre dağıtılmıştır.

Tablo 3. Kaynak Maliyetlerinin Faaliyetlere Dağıtımı

Kaynak	Kesim	Montaj	Boya	Kalite Kontrol	TOPLAM
Maaş ve Ücretler	400.000	300.000	300.000	100.000	**1.100.000**
Amortisman	300.000	200.000	100.000	40.000	**640.000**
Kira	168.750	168.750	56.250	56.250	**450.000**
Enerji	375.000	250.000	125.000	50.000	**800.000**
Endirekt Malzeme	100.000	100.000	50.000	10.000	**260.000**
TOPLAM	**1.343.750**	**1.018.750**	**631.250**	**256.250**	**3.250.000**

Adım 4 ve 5: Bu adımda ise faaliyet havuzlarında biriken maliyetler ürünlere dağıtılırken faaliyet etkenleri ve dağıtım yükleme oranları belirlenmektedir. Örneğimizde, 4 temel faaliyet için etkenler belirtilmiştir. Tablo 4'de gösterildiği üzere Kesim faaliyeti için parça adedi, montaj için üretim miktarı, boya için boyanan parça adedi ve kalite kontrol için toplam yapılan kontrol sayısı esas alınacaktır. Faaliyet etkenleri ve dağıtımda kullanılacak tutarlar belirlendikten sonra tablo 5'de gösterildiği üzere faaliyet havuzlarında toplanan maliyetler ürünlere yükleme oranları aracılığıyla dağıtılmıştır. Buna göre:

Kesim faaliyeti için yükleme oranı= 1.343.750 TL/2.625 adet= 511,90 TL/adet

Montaj faaliyeti için yükleme oranı= 1.018.750 TL/1.750 adet= 582,14 TL/adet

Boya faaliyeti için yükleme oranı= 631.250 TL/2.000 adet= 315,63 TL/adet

Kalite Kontrol faaliyeti için yükleme oranı= 256.250 TL/200 adet= 1.281,25 TL/adet

Faaliyetlerde toplanan maliyetler ürünlere dağıtım yükleme oranları kullanılarak dağıtılmış olup ürünlerde biriken maliyetler tablo 5'de gösterilmiştir. Buna göre, Ürün 1 1.872.656 TL, Ürün 2 909.688 TL ve Ürün 3 ise 467.656 TL pay almıştır.

Tablo 4. Faaliyet Etkenleri ve Dağıtımda Kullanılacak Tutarlar

Faaliyetler	Faaliyet Etkenleri	Ürün 1	Ürün 2	Ürün 3	TOPLAM
Kesim	Parça adedi	1.500 adet	750 adet	375 adet	**2.625 adet**
Montaj	Üretim miktarı	1.000 adet	500 adet	250 adet	**1.750 adet**
Boya	Boyanan Parça Adedi	1.250 adet	500 adet	250 adet	**2.000 adet**
Kalite Kontrol	Kontrol Sayısı	100	60	40	**200**

Tablo 5. Faaliyet Havuzlarında Toplanan Maliyetlerin Ürünlere Dağıtımı

Faaliyetler	Yükleme Oranı	Ürün 1	Ürün 2	Ürün 3	TOPLAM
Kesim	511,90	767.857 ₺	383.929 ₺	191.964 ₺	**1.343.750 ₺**
Montaj	582,14	582.143 ₺	291.071 ₺	145.536 ₺	**1.018.750 ₺**
Boya	315,63	394.531 ₺	157.813 ₺	78.906 ₺	**631.250 ₺**
Kalite Kontrol	1.281,25	128.125 ₺	76.875 ₺	51.250 ₺	**256.250 ₺**
TOPLAM		**1.872.656 ₺**	**909.688 ₺**	**467.656 ₺**	**3.250.000 ₺**

4.2. KTM uygulaması:

Adım 1 ve 2: KTM yönteminde öncelikle kaynak grupları belirlenmekte ve kaynak havuzlarındaki maliyetler sabit ve orantısal olmak üzere gruplandırılır. Örneğimizde 5 adet kaynak için ayrı ayrı kaynak havuzları oluşturulmuştur. Daha sonra, oluşturulan bu kaynak havuzlarındaki maliyetler sabit ve orantısal olarak gruplandırılmıştır.

Tablo 1. Kaynak Gruplarının Belirlenmesi ve Kaynak Havuzlarındaki Maliyetlerin Sabit-Orantısal Olarak Gruplandırılması

Kaynak	Tutar (a+b)	Sabit Maliyetler (a)	Orantısal Maliyetler (b)	Kaynak Etkeni
Maaş ve Ücretler	1.100.000 ₺	700.000 ₺	400.000 ₺	İşçi sayısı
Amortisman	640.000 ₺	140.000 ₺	500.000 ₺	Makine saati
Kira	450.000 ₺	350.000 ₺	100.000 ₺	m^2
Enerji	800.000 ₺	250.000 ₺	550.000 ₺	kws
Endirekt Malzeme	260.000 ₺	100.000 ₺	160.000 ₺	adet
TOPLAM	**3.250.000 ₺**	**1.540.000 ₺**	**1.710.000 ₺**	

Adım 3: Kaynak havuzlarındaki sabit maliyet oranı teorik kapasite üzerinden, orantısal maliyet oranı ise planlanmış kapasite üzerinden hesaplanmaktadır. Bu yöntemde teorik ve pratik kapasitenin hesaplanması atıl kapasiteyi belirlemek için önemlidir.

Tablo 2. Kaynak Havuzlarının Kapasiteleri ve Birim maliyetler

Kaynak	Teorik kapasite	Planlanmış kapasite	Sabit Maliyet Oranı	Orantısal Maliyet Oranı
Maaş ve Ücretler	550 işçi	440 işçi	1.272,73	909,09
Amortisman	16.000 mks	12.800 mks	8,75	39,06
Kira	20.000 m^2	16.000 m^2	17,50	6,25
Enerji	160.000 kws	128.000 kws	1,56	4,30
Endirekt Malzeme	2.600 adet	2.080 adet	38,46	76,92

Tablo 2'de görüleceği üzere maaş ve ücretler kaynak havuzunun sabit maliyet oranı 700.000 TL/550 işçi= 1.272,73 TL/işçi, orantısal maliyet oranı ise 400.000 TL/440 işçi= 909,09 TL/işçi olarak hesaplanmıştır. Amortisman kaynak havuzu için sabit maliyet oranı 140.000 TL/16.000 mks= 8,75 TL/mks, orantısal maliyet oranı ise 500.000 TL/12.800 mks= 39,06 TL/mks dir. Diğer kaynak havuzları için de aynı şekilde hesaplamalar yapılarak kira kaynak havuzu için sabit maliyet oranı 17,50 TL/m^2, orantısal maliyet oranı 6,25 TL/ m^2; enerji kaynak havuzu için sabit maliyet oranı 1,56 TL/kws, orantısal maliyet oranı 4,30 TL/kws; endirekt malzeme kaynak havuzu için sabit maliyet oranı 38,46 TL/adet, orantısal maliyet oranı ise 76,92 TL/adet şeklinde hesaplanmıştır.

Adım 4: FTM yönteminde olduğu gibi yine faaliyetlerin tükettiği kaynaklar belirlenir. Ancak KTM yönteminde kaynaklar planlanmış kapasite üzerinden belirlenmektedir.

Tablo 3. Faaliyetlerin Tükettiği Kaynaklar

Kaynak	Kesim	Montaj	Boya	Kalite Kontrol	TOPLAM
Maaş ve Ücretler	160 işçi	120 işçi	120 işçi	40 işçi	**440 işçi**
Amortisman	6.000 mks	4.000 mks	2.000 mks	800 mks	**12.800 mks**

Kira	6.000 m^2	6.000 m^2	2.000 m^2	2.000 m^2	**16.000 m^2**
Enerji	60.000 kws	40.000 kws	20.000 kws	8.000 kws	**128.000 kws**
Endirekt Malzeme	800 adet	800 adet	400 adet	80 adet	**2.080 adet**

Adım 5: Kaynak havuzundaki maliyetlerin faaliyetlere dağıtımı sırasında daha önce hesaplanan sabit ve orantısal maliyet oranlar kullanılır. Örneğin, maaş ve ücretler kaynak havuzundan kesim faaliyetine verilen pay hesaplanırken, maaş ve ücret havuzundan kesim faaliyetinin kaynak tüketim miktarı hem sabit oran hem de orantısal maliyet oranı ile çarpılıp toplanmıştır. (160 işçi*1.272,73 TL/işçi)+(160 işçi*909,09 TL/işçi)=349.091 TL. Tablo 4'deki diğer veriler de aynı şekilde hesaplanır.

Tablo 4. Kaynak Havuzlarındaki Maliyetlerin Faaliyetlere Dağıtılması

Kaynak	Kesim	Montaj	Boya	Kalite Kontrol	TOPLAM
Maaş ve Ücretler	349.091	261.818	261.818	87.273	**960.000**
Amortisman	286.875	191.250	95.625	38.250	**612.000**
Kira	142.500	142.500	47.500	47.500	**380.000**
Enerji	351.563	234.375	117.188	46.875	**750.000**
Endirekt Malzeme	92.308	92.308	46.154	9.231	**240.000**
TOPLAM	**1.222.336**	**922.251**	**568.285**	**229.128**	**2.942.000**

Adım 6: Bu adımda FTM yönteminde olduğu gibi faaliyet etkenleri ve dağıtımda kullanılacak belirlenmektedir.

Tablo 5. Faaliyet Etkenleri ve Dağıtımda Kullanılacak Tutarlar

Faaliyet	Faaliyet Etkenleri	Ürün 1	Ürün 2	Ürün 3	TOPLAM
Kesim	Parça adedi	1.500 adet	750 adet	375 adet	**2.625 adet**
Montaj	Üretim miktarı	1.000 adet	500 adet	250 adet	**1.750 adet**
Boya	Boyanan Parça Adedi	1.250 adet	500 adet	250 adet	**2.000 adet**
Kalite Kontrol	Kontrol Sayısı	100	60	40	**200**

Adım 7: Örnek işletmemizde toplam 3 ürün üretilmekte olup faaliyet havuzlarında toplanan maliyetlerin ürünlere dağıtımı ise tablo 6'da gösterilmiştir. Buna göre, faaliyet havuzlarının yükleme oranları hesaplanarak bu oranlar üzerinden ürünlere maliyet dağıtımları gerçekleştirilir.

Örneğin, kesim faaliyeti yükleme oranı kesim faaliyetinde biriken toplam 1.222.336 TL'nin kesim faaliyeti için toplam 2.625 parça adedine oranlanarak hesaplanmıştır (1.222.336 TL/2.625 adet= 465,65 TL/adet). Daha sonra ürünlere ait Tablo 5'de belirtilen miktarlara göre ürünlere maliyet dağıtımları yapılmıştır. Kesim faaliyetinden Ürün 1'e 465,65 TL/adet* 1.500 adet= 698.478 TL, Ürün 2'ye 465,65 TL/adet*750 adet=349.239 TL ve Ürün 3'e ise 465,65 TL/adet*375 adet=174.619 TL maliyet dağıtılmıştır. Tablo 6'daki diğer veriler de aynı şekilde hesaplanmıştır.

Tablo 6. Faaliyet Havuzlarında Toplanan Maliyetlerin Ürünlere Dağıtımı

Faaliyet	Yükleme Oranı	Ürün 1	Ürün 2	Ürün 3	TOPLAM
Kesim	465,65	698.478	349.239	174.619	**1.222.336**
Montaj	527,00	527.000	263.500	131.750	**922.251**
Boya	284,14	355.178	142.071	71.036	**568.285**
Kalite Kontrol	1.145,64	114.564	68.739	45.826	**229.128**
TOPLAM		**1.695.220**	**823.549**	**423.231**	**2.942.000**

Tablo 7. Kaynak Tüketim Muhasebesi Maliyet Dağıtım Özeti

Kaynak	Katlanılan Maliyetler	Dağıtılan Maliyetler	Atıl Kaynak Maliyeti
Maaş ve Ücretler	1.100.000	960.000	140.000
Amortisman	640.000	612.000	28.000
Kira	450.000	380.000	70.000
Enerji	800.000	750.000	50.000
Endirekt Malzeme	260.000	240.000	288.000
TOPLAM	**3.250.000**	**2.942.000**	**576.000**

5. Sonuç

Bu çalışmada FTM ve KTM yöntemleri arasındaki farklar bir teorik uygulama üzerinden açıklanmıştır. Uygulamalarda kullanılan veriler, sistemler arasındaki farkların daha kolay anlaşılabilmesi için aynıdır.

FTM modelinde yer alan eksikliklerin giderilmesi ve daha sağlıklı analizler elde edebilmek amacıyla KTM modeli, FTM sisteminin temel değerlerinin üzerine inşa edilmiştir. Bu yüzden KTM sisteminin temelini FTM oluşturmaktadır.

FTM; öncelikle kaynak maliyetlerini faaliyetlere, sonra da ürünlere dağıtmaktadır. KTM ise, kaynak maliyetlerini önce kaynak havuzlarında toplamakta daha sonra faaliyetlere dağıtmaktadır (Sözen, 2017: 241-242).

Yukarıdaki uygulamalardan da görüleceği üzere KTM yöntemi, planlanmış kapasiteyi esas aldığından dolayı atıl kapasite ile ilgili bilgi vermektedir. Bu bilgi de işletme açısından maliyetlerin daha doğru hesaplanarak stratejik karar alma sürecinde önemli bir rol üstlenmektedir. Örneğimizde görüleceği üzere, FTM uygulaması sonucunda Ürün 1 maliyeti 1.872.656 TL, Ürün 2 maliyeti 909.688 TL ve Ürün 3 maliyeti 467.656 TL olarak bulunmuştur. Toplamda 3.250.000 TL üç ürünün maliyeti olarak hesaplanmıştır. KTM uygulaması sonucunda ise Ürün 1 maliyeti 1.695.220 TL, Ürün 2 maliyeti 823.549 TL ve Ürün 3 maliyeti 423.231 TL olarak bulunmuştur. Yani ürünlerin toplam maliyeti 2.942.000 TL olarak hesaplanmıştır. Tablo 7'de verilen özet bilgiden de görüleceği üzere KTM'nin FTM'den önemli bir farkı olan atıl kapasitenin 576.000 TL olarak hesaplanması ve ürün maliyetlerine bu tutarın yansıtılmaması işletme yönetiminin karar alma süreçlerinde daha etkin olabilmesine imkân vermektedir.

Bu çalışmada yapılan uygulamalar neticesinde KTM sisteminin FTM'nin eksikliklerini gidererek daha sağlıklı maliyet verileri ürettiği sonucuna ulaşılmıştır. Ancak KTM'nin de FTM kadar detaylı, karmaşık ve oldukça maliyetli Kurumsal Kaynak Planlaması gibi ERP programlarına ihtiyaç duyması da sistemin dezavantajları arasında sayılabilir. Bu yüzden de KTM sisteminin uygulanması işletmelerin büyüklüklerine göre belli bir düzeyde gerçekleşebilir.

KAYNAKÇA

Aktaş, R. (2013). Yeni Bir Maliyet ve Yönetim Muhasebesi Olarak Kaynak Tüketim Muhasebesi. Muhasebe ve Finansman Dergisi, 58, 55-76.

Cengiz, E. (2011). Faaliyet Tabanlı Maliyetleme ve Sürece Dayalı Faaliyet Tabanlı Maliyetleme Arasındaki Farklar-Bir Mobilya Üreticisi Firmada Vaka Çalışması. Muhasebe ve Finansman Dergisi, 50, 33-58.

Karaca, N. ve Küçük, H. (2017). Kaynak Tüketim Muhasebesi Temelinde Ürün Maliyetlerinin Hesaplanması-Karşılaştırmalı Bir Uygulama. İşletme Araştırmaları Dergisi, 9(2), 353-375.

Kayıhan, B. ve Tepeli, Y. (2016). Yeni Bir Maliyetleme Tekniği Olarak Kaynak Tüketim Muhasebesi ve Bir Örnek Uygulama. Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, ICAFR 16 Özel Sayısı, 431-443.

Köse, T. ve Ağdeniz, Ş. (2017). Zaman Esaslı Faaliyete Dayalı Maliyetleme ve Kaynak Tüketim Muhasebesi Maliyet Yöntemlerinin Karşılaştırılması. Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi, 10 (2), 139-160.

Küçüktüfekçi, M. ve Güner, M. F. (2014). Zamana Dayalı Faaliyet Tabanlı Maliyetleme Sistemi ve Faaliyet Tabanlı Maliyetleme Sisteminin Karşılaştırılması: Bir Üretim İşletmesinde Uygulama. Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2, 227-242.

Öztürk, M. S. ve Alsamarrai, S. (2019). Zamana Dayalı Faaliyet Tabanlı Maliyetleme ve Bir Uygulama. Muhasebe ve Finansman Dergisi, 81, 121-142.

Sözen, M. (2017). Kaynak Tüketim Muhasebesinin Gelişim Süreci, Maliyet Avantajları ve Teorik Bir Uygulama. U.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2, 229-255.

3rd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 28-30 June 2019, Lefkosa

Sermaye Yapısı Teorilerinde Borç ve Özsermaye Politikası: Modigliani-Miller Teorisi, Takas Teorisi, Finansal Hiyerarşi Teorisi ve Vekalet Teorisi

Omar TARZIBASHI
Eastern Mediterranean University, Department of Business Administration
omer.terzibasi@hotmail.com

Asst. Prof. Dr. Hasan OZYAPICI
Eastern Mediterranean University, Department of Business Administration
hasan.ozyapici@emu.edu.tr

ÖZET

Borç ve özkaynak arasındaki denge iş başarısının en önemli anahtarlarından biridir. Borç ve özkaynak seçimlerini etkileyen faktörler temel olarak sermaye yapısı teorilerine dayanır. Modigliani-Miller teorisi, Takas (Trade-off) Teorisi, Finansal Hiyerarşi (Pecking order) Teorisi ve Vekalet (Agent) Teorisi bir araştırma modeli geliştirmek için araştırmacılar, borç ve özsermaye arasında bir denge sağlamak için yöneticiler ve kredi verme kriterleri geliştirmek için ise kredi verenler tarafından öncelikli olarak dikkate alınması gereken teorilerdir. Bu bağlamda bu çalışmanın amacı sermaye yapısı teorileri hakkında temel bilgi vermektir. Bu çalışma ayrıca 1958 yılından günümüze kadar süregelen sermaye yapısı teorileri ile ilgili çeşitli güncel çalışmalar arasındaki bağı göstererek farkındalık yaratmayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Modigliani-Miller teorisi, Takas teorisi, Finansal Hiyerarşi teorisi ve Vekalet teorisi

Debt and Equity Policy in Capital Structure Theories: Modigliani-Miller theory, Trade-off theory, Pecking order theory and Agency theory

ABSTRACT

The balance between debt and equity is one of the most important keys to business success. The factors affecting the debt and equity choices are mainly based on capital structure theories. The Modigliani-Miller theory, trade-off theory, pecking order theory and agency theory should first be considered by the researchers to develop a research model, by the managers to provide a balance between debt and equity, and by creditors to develop criteria for lending money. Accordingly, the purpose of this paper is to give essential information in understanding the capital structure theories. This paper also aims to show the link between the capital structure theories date back to 1958 and the selected current research studies.

Keywords: Modigliani-Miller theory, Trade-off theory, Pecking order theory and Agency theory

1. INTRODUCTION

The factors of production, as generally known, are land, labor, capital, and entrepreneurship. Accordingly, an entrepreneur may be a researcher, manager, creditor, who endeavors to combine land, labor, and capital to obtain a profit. In this regard, The Modigliani-Miller theory, trade-off theory, pecking order theory and agency theory should be considered by researchers to develop a research model, by managers to provide a balance between debt and equity, and by creditors to develop criteria for lending money. In recent years, competitive environment has forced the decision makers to be more aware of business activities and capital structure of their firms. The capital structure theories are playing vital role for managers when they are deciding on financial position of firms because the wrong decisions may cause to bankruptcy costs or financial distress (Schoubben & Hulle, 2004). These theories act as a roadmap for financial strategy of firms. Mostafa & Boregowda (2014) examined two major sources of company's financing; internal funds and external funds. Internal funds are associated with the retained earnings and external funds are associated with the level of debt or equity. Moreover, one of the substantial complex of dilemma is balancing debt funds and equity funds for financing capital structure of firm. The decision on capital structure policy has long been a complex and debatable topic in finance literature and still stays a problematic issue (Mostafa & Boregowda, 2014). This theory is one of the fundamental theories of the capital structure investigated by Modigliani and Miller (1958). This theory points out that the capital structure is irrelevant for the market value of a firm. They also state that under the perfect capital market, there are no taxes, bankruptcy costs and financial distress in determining the value of the company (Modigliani and Miller, 1958). In addition, this theory examined that the selection between debt funds and equity funds has no impact on the value of the company. As a result, decision makers have not worried about the financing debt or equity, which generate the capital structure of the company. Several theories of capital structure have also been investigated in this filed, which emphasize the capital structure and its impact on firm value. For example, trade-off theory and pecking order theory are widely discussed topics of the capital structure (Shyam, Sunder & Myers, 1999). According to the trade-off theory, debt level gradually back to the optimal leverage level when any deviation occurs (Brealey and Myers, 2003). The optimal level is achieved by balancing the trade-off between debt tax shields and financial distress (Myers, 1984). In contrast, the pecking order theory investigated by Myers and Majluf (1984) indicates that there is no well underlined optimal debt ratio which companies try to reach. Companies are considering the external funds when internal funds are not adequate.

More specifically, firms may prefer internal funds rather than external funds. Firms may also prefer debt rather than equity. On the other hand, agency theory, which has been investigated by Jensen and Meckling (1976), emerged due to disagreements among managers, equity shareholders and debt holders. This theory states that the decision makers tend to get the benefits of financial sources for their own advantages (Jensen, 1986). The reminder of the paper is organized as follows. Section two explains the main capital structure theories in a detailed way. Section three, on the other hand, concludes the study.

2. CAPITAL STRUCTURE THEORIES

This part details the capital structure theories by emphasizing the main points as well as identifying the fundamentals of theories in order to help researchers, managers, and creditors to make accurate decisions.

2.1. Modigliani and Miller theory

Modigliani and Miller theory is one of the most popular and well known theories of the capital structure in the field of corporate finance. It is investigated by Franco Modigliani and Merton Howard Miller in 1958 as a first and widely debated theory in this area, also known as MM proposition (Pagano, 2005). The framework of this theory suggests that the value of the firm is irrelevant with the capital structure. This theory indicates there are no taxes, asymmetric information and bankruptcy costs under perfect capital market structure (Modigliani and Miller 1958). In this regard, there are two fundamental propositions of this theory. The first one is irrelevance proposition, and the second one is the effects of rate of return on equity. Based on the irrelevance proposition without the effect of taxes, firms' financial position remains constant or stationary in any case whether the capital structure operates based on equity or debt financing (Bri gham & Ehrhardt, 2010). Modigliani and Miller theory has noticed that the market value of a company has not influenced by selecting ratio between debt and equity. Moreover, Pan (2012), emphasized the equation (1) through Modigliani and Miller theory as follows:

$$V_L = V_U \qquad (1)$$

V_L: Value of unlevered company (dependent company)

V_U: Value of levered company (independent company)

According to equation (1), there are no any implications of financial decisions on market value of firms (Modigliani and Miller, 1958). Apart from this, the irrelevance proposition with the effect of taxes points out that the interest from the payment of taxes can be subtracted. Thus,

companies are more valuable when they have more debt in their capital structure. Firms with debt in their capital structure may pay small amount of tax compared with those that have no debt in their capital structure. Thus, the subtraction of interest may impact the market value of firms which is also called the effects of tax shield (Alifani & Nugroho, 2013). Pan (2012) mentioned the following equation through Modigliani and Miller theory:

$$v_L = V_U + TcD \qquad (2)$$

v_L: value of levered company

V_U: value of unlevered company

TcD: tax ratio

Based on this theory the market value of a firm with debt financing (leveraged firm) is higher than the market value of a firm with equity financing (non-leveraged firm). This theory also suggests that the capital structure of a company has no impact on the weighted average cost of capital (WACC). The formula for the WACC for the third proposition is as follows:

WACC = r D D/V+ rE E/V (3)

WACC: weighted average cost of capital
rD: cost of debt
rE: cost of equity
D: debt value
E: equity value
V: firm value

rE = WACC + (WACC – rD) D/E (4)

The fourth equation (4) presents that, if the market value of the firm increases or reaches the maximum point, and weighted average cost of capital is reduced, then firms start to borrow. Accordingly, this causes uncertainty to increase for shareholders. This indicates that the value of equity as well as the cost of debt increases with the level of leverage. Consequently, the WACC is not affected by capital structure (Frank and Goyal, 2005).

2.2. Trade-off theory

The original frame of Trade-off theory was developed by Kraus & Litzenberger (1973) and afterwards underlined by Myers (1984). This theory is one of the earliest theories of capital structure which has considered the impacts of taxes and bankruptcy costs on a firm's capital structure (Danso & Adomako, 2014). Moreover, it is proposed the modified Modigliani and Miller theory by emphasizing that the benefits of tax shield are offset by the costs of financial distress and bankruptcy cost (Mostafa & Boregowda, 2014). From other point of view, level of

leverage is determined by balancing the interest payments and costs of financing debt (Jahanzeb, Bajuri, Karami, & Ahmadimousaabad, 2014). Higher debt ratio, on the other hand, raises the risk of bankruptcy or causes to higher interest rates for investors (Brealey and Myers, 2003). Decision makers usually take into account the level of debt and equity as a trade-off between tax shield and the costs of financial distress (Brealey and Myers, 2003). Companies with high protect of tangible assets and appropriate amount of taxable income may issue more debt. Companies with intangible assets will finance less amount of debt and rely on equity funds. The firm value can be calculated as a follows (Pan, 2012):

V(firm) = D + E = V + PV (interest tax shield) – PV (costs of financial distress)

V: value of firm

PV: present value

There are several advantages of debt in firm's capital structure. First, debt ratio is a valuable instrument for signaling by companies. Ross (1977) indicate that leverage will enhance firm's value because raising the amount of leverage is coinciding with the value of the company. Second, agency costs such as cash flow problems related to equity will be decreased by debt ratio (Jensen, 1986). Third, debt reduces the agency cost of management so it supports decision makers in handling disciplines (Mostafa & Boregowda, 2014). However, there are also disadvantages of debt in firm's capital structure. First, decision makers dealing with shareholders' attention may change investment to assets that bear risks. Second, decision makers borrow more money and pay out to the shareholders, therefore the debt holders may suffer from payment issues. Third, more debt cause to the underinvestment problem (Mostafa & Boregowda, 2014).

Frank and Goyal (2005) indicate that the static trade-off and dynamic trade-off are the main parts of the trade-off theory. According to the static trade-off theory, firms balance the firm value by trading off between interest tax shields and costs of financial distress (Shyam, Sunder & Myers, 1999). Moreover, the static trade-off theory supposes that there are no any transactional costs while issuing financial securities (Dudley, 2007). This theory indicates that firms with high profit would provide higher target debt ratio since managers ensure higher amount of tax advantage from debt (Niu, 2008). The dynamic trade-off theory refers that debt financing is costlier than issuing equity to get an optimal target debt level. This theory also indicates that companies may have different financial leverage values within an optimal level (Dudley, 2007). Hovakimian et al. (2001) pointed out that high profitable organizations are issuing more debt than equity.

The trade-off theory points out that companies balance the benefits of tax shields and bankruptcy costs to reach debt level. This theory indicates that the tax shields and bankruptcy cost would be taken into account by the firms when managers make a decision on capital structure (Joeveer, 2013). The theory also states that the advantages of tax by using debt in the capital structure of firms. Optimal debt level would help managers decrease the tax amount to be paid by the firm and maximize the profitability of the firm (Shyam, Sunder & Myers, 1999). It is crucial to emphasize that considering the existence of financial distress, transaction costs and tax payable is one of the main strengths of this theory to shield profitability of the firms. This assumption contradicts with the Modigliani and Miller theory that noticed no transaction cost and no taxes (Shyam, Sunder & Myers, 1999).

When the recent studies (see., Singh & Kumar, 2012: Nicodano & Regis, 2019: Dierker, Lee & Seo, 2019) are analyzed, it can be seen that high profitable organizations are using the trade-off theory as well as preferring debt over equity financing.

2.3. Pecking order theory

Pecking order theory is one of the essential topics of the capital structure. This theory investigated by Myers and Majluf (1984) in the field of finance. This theory indicates that firms focus mainly on internal resource rather than external resource. Firms try to maximize their value by selecting appropriate investment opportunities with less costly financial resources (Sheikh & Wang, 2010). For instance, when internal resources are not being able to meet certain requirements or investment opportunities, decision makers would select other external sources to decrease costs of information asymmetry (Luigi & Sorin 2009). Myers & Majluf (1984) states that the present value of firm and the importance of shareholders related to the firm is influenced by asymmetric information. They also assert that when firms finance their securities with new issues, these securities will be undervalued. This is because it is difficult for firms to convince potential investors by presenting the quality of assets and investment opportunities. Consequently, investors and shareholders may not be able to evaluate and decide between good and bad investment opportunities. In addition, Myers & Majluf (1984) suggest that borrowing through equity financing is riskier than borrowing through debt. Murray & Goyal (2003) also indicate that the large-sized firms attempt to gather debts to support the payments of dividends, whereas small-sized firms attempt to act opposite behavior. Jong, Verbeek & Verwijmeren (2011) in their research study compared the static trade-off theory with the pecking order theory by using a sample of U.S. companies from 1985 to 2005. They found that firms raise leverage until it comes to the optimal point under the static trade-off theory. They also found that, firms

issue debt until the debt capacity is achieved under pecking order theory. As a result, they examine that the pecking order theory provides a more appropriate outcome for firm's financial decision compared with static trade-off theory. In contrast, if decision makers concentrate on repurchase decisions the static trade-off theory is better instrument for firm's financial decision related to the capital structure (Shyam, Sunder & Myers, 1999). Javed et al. (2012) analyzed the determinants of long term and short term debt ratios for listed non-financial firms in Pakistan from 2008 to 2010. They found that the large-sized companies mainly tend to long term debt borrowing when compared with small-sized firms. Firms with higher growth opportunities may prefer short term debt to provide financial flexibility. Firms with adequate fixed assets are more likely to finance external funds with lower costs, as emphasized by trade-off theory. Companies with high profitable would prefer internal funds in their potential investments by increasing debt financing, as emphasized by pecking order theory. Many other empirical papers such as Shyam and Sunder (1999), Xueping Wu et al. (2004), Aggarwal et al. (2006), Huson et al. (2009) and Erdinc et al. (2009) on this field have discussed that the pecking order theory which presents much better results than other theories.

It is also substantial to emphasize that the effect of pecking order theory can be seen on the results of the recent studies. To illustrate, (Allini, Rakha, McMillan & Caldarelli, 2018: Park & Jang, 2018: Jong, Verbeek & Verwijmeren, 2011: Zeidan, Galil & Shapir, 2018) found that the profitable companies are less likely to select external financing.

2.4. Agency theory

Agency theory investigated by Jensen and Meckling (1976) as one of the significant theories in the field of finance and accounting. This theory emerged due to disagreements among managers, equity shareholders and debt holders. The conflicts appear when managers attempt to increase their own benefits rather than maximizing the market value of the firm. Managers mainly prone to use the firm's financial resources in their own benefits and public services to increase their reputation (Jensen, 1986). Accordingly, the authors determined two main types of conflicts: those between shareholders and debt holders and those between managers and shareholders. The conflict occurs between shareholders and debt holders because they present different ideas to improve the business and financial activities of the company. The conflict occurs between managers and shareholders because managers may have more effective operational decisions such as project selection and contract agreements (Harris and Raviv, 1990). According to Fosberg (2004) the advantages of tax shields related to the use of debt ratio may force companies to use more debt funds than other external funds to the company.

However, the use of debt funds may increase firm's bankruptcy risk if it is inadequate to meet debt requirements on time. The risk of bankruptcy and financial distress may not specifically inconvenience for shareholders who have investment portfolio. Accordingly, a well-diversified shareholder will prefer organizations with the use of debt sources rather than equity sources in their capital structure. In contrast, Noe and Rebello (1996) indicate that when financial activities are specified by decision makers, equity financing will be more preferable than debt financing (Berger et al. 1997). Apart from this, by increasing the amount of leverage, the agency costs may be decreased which has a positive effect on a firm performance. There are several studies support this positive association between debt ratio and profitability of the firm. For instance, Taub (1975) investigates the reasons affecting the selection of debt and equity ratio for US firms. The researcher found significant and positive association between debt ratio and firm performance. Grossman and Hart (1982) also indicate that the high amount of leverage mitigates agency costs and enhance market value of the firm by forcing decision makers to behave more on the equity financing rather than debt financing. Moreover, Margaritis and Psillaki (2010) examined a research study on the relationship among efficiency, leverage and ownership structure. They found that higher leverage is influenced with higher efficiency of resources for a manufacturing firms in France. Jensen and Meckling (1976) point out that the impact of financial leverage on agency costs may not be vary. In low financial leveraged companies increasing debt level may mitigate agency conflicts through positive effects of decision makers. In contrast, reducing leverage will increase negative market value of the firm which cause to financial distress or bankruptcy. As a result, when bankruptcy costs occur, the higher level of financial leverage cause to higher agency costs which leads to a negative impact on profitability of company (see, Kester,1986 and Rajan and Zingales, 1995). Gleason et al. (2000), on the other hand, found negative impact of capital structure on profitability in European retail companies. Similarly, Booth et al. (2001) indicated similar results for ten emerging countries.

3. CONCLUSION

This paper has discussed the literature review on the capital structure theories from 1958 till selected current empirical studies. The objective of this research is to provide vital knowledge and information for researchers, decision makers and investors to make an appropriate decision. Accordingly, Modigliani-Miller theory, trade-off theory, pecking order theory and agency theory have been widely analyzed. According to the Modigliani and Miller theory the capital structure is irrelevant for the market value of a company. This theory also indicates that there

are no taxes, bankruptcy costs and financial distress in determining the value of the company (Modigliani and Miller, 1958). From the theoretical point of view, trade-off theory which is the modified Modigliani and Miller theorem states that the benefits of tax shield are offset by the costs of financial distress and bankruptcy cost (Mostafa & Boregowda, 2014). According to the pecking order theory related to the asymmetric information, companies prefer internal financing over external financing, and debt funds over equity funds. This theory also refers that issuing equity is the last alternative sources of financing. This theory has been developed due to conflicts among managers, equity shareholders and debt holders. The conflicts appear when managers attempt to raise their own benefits rather than maximizing the market value of the company. To sum up, entrepreneurs and managers have to use internal sources rather than external sources. This is because internal sources are less costly according to the pecking order theory. Recent studies (e.g., Jong, Verbeek & Verwijmeren, 2011: Park & Jang, 2018) compared trade-off theory with pecking order theory. In general, they found that pecking order theory provides more appropriate outcome for firm's financial decisions compared with trade-off theory (Mostafa & Boregowda, 2014). Entrepreneurs, managers and owners may prevent conflicts between agency and business owners if they consider agency theory. This paper may provide general knowledge and information for entrepreneurs, managers, researchers and policy makers who are interested in the field of capital structure and related theories to make accurate decisions.

REFERENCES

Aggarwal, R & AungKyaw, N. (2006). Leverage, Investment Opportunities, and Firm Value: A Global Perspective on the Influence of Financial Development. 2006 FMA Annual Meeting, Salt Lake city USA.

Allini, A., Rakha, S., McMillan,D. G., & Caldarelli, A., (2018). Pecking order and market timing theory in emerging markets: The case of Egyptian firms. *Research in International Business and Finance*, 44 297–308. http://dx.doi.org/10.1016/j.ribaf.2017.07.098.

Alifani, G. A., & Nugroho, A. B. (2013). Proving Modigliani and Miller theories of capital structure: the research on Indonesian cigarette companies. *International journal of economic sciences.*

Berger, P.G., Ofek, E. and Yermack, D.L. (1997), ''Managerial entrenchment and capital structure decisions'', *Journal of Finance*, Vol. 52 No. 4, pp. 1411-38.

Booth, L., Aivazian, V., Hunt, A. and Maksimovic, D. (2001), "Capital structure in developing countries", *Journal of Finance*, Vol. 56 No. 1, pp. 87-130.

Brealey R.A., Myers S.C., (2003), "Principles of Corporate Finance", Seventh Edition, McGraw Hill.

Brigham, E. F., & Ehrhardt, M. C. (2010). Financial Management: theory and practice. Cengage South Western.

Danso, A., & Adomako, S. (2014). The financing behaviour of firms and financial crisis. *Managerial Finance*, 40(12), 1159–1174. http://doi.org/10.1108/MF-04-2014-0098.

Dierker, M, Lee, I, & Seo, S,W, (2019). Risk changes and external financing activities: Tests of the dynamic trade-off theory of capital structure. *Journal of Empirical Finance*, 52 (2019) 178–200. https://doi.org/10.1016/j.jempfin.2019.03.004

Dudley E., (2007), "Testing Models Dynamic Trade off Theory" Available at SSRN: http://ssrn.com/abstract=1030119 or http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1030119.

Erdinc K., SerkanYilmaz K., Mehmet B. & Yildirim Beyazit O. (2009). Determinants of capital structure: evidence from Turkish lodging companies. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 21(5), 594-609. http://dx.doi.org/10.1108/09596110910967827

Fosberg, R.H. (2004), ''Agency problems and debt financing: leadership structure effects'', Corporate Governance: *International Journal of Business in Society*, Vol. 4 No. 1, pp. 31-8.

Frank, M. & Goyal, V. (2005). Trade-off and pecking order theories of debt. The Handbook of Empirical Corporate Finance, Elsevier Science, Chapter 12, pp.135-197.

Gleason, K., Mathur, L. and Mathur, I. (2000), "The interrelationship between culture, capital structure, and performance: evidence from European retailers", *Journal of Business Research*, Vol. 50 No. 2, pp. 185-191.

Grossman, S. and Hart, O. (1982): "Corporate financial structure and managerial incentives", in McCall, J., Editor, The Economics of Information and Uncertainty, University of Chicago Press, Chicago, IL.

Harris, M. and Raviv, A. (1990), ''Capital structure and the informational role of debt'', *Journal of Finance*, Vol. 45 No. 2, pp. 321-49.

Hovakimian A., Opler T.,Titman Sh., (2001), "The Debt-Equity Choice", *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 36, 1-24.

Huson, J. Ali A. & Hisham, N. (2009). Revisiting Capital Structure Theory: A Test of Pecking Order and Static Order Trade-off Model from Malaysian Capital Market. *International Research Journal of Finance and Economics*, 30, 58-65

Jahanzeb, A., Bajuri, N. H., Karami, M., & Ahmadimousaabad, A. (2014). Trade-Off Theory, Pecking Order Theory and Market Timing Theory: A Comprehensive Review of Capital Structure Theories. *International Journal of Management and Commerce Innovations*, 1(1), 11–18.

Javed, A.Y. & Imad, Q. (2012). A decomposition analysis of capital structure: evidence from Pakistan's manufacturing sector. *The Lahore Journal of Economics*, 17(1), 1-31.

Jensen, M. and Meckling, W. (1976), "Theory of the firm, managerial behavior, agency costs and ownership structure", *Journal of Financial Economics*, Vol. 3 No. 4, pp. 305-360.

Jensen, M. (1986), "Agency costs of free cash flow, corporate finance and takeovers", *American Economic Review*, Vol. 76 No. 2, pp. 323-339.

Jõeveer, K. (2013). Firm, country and macroeconomic determinants of capital structure: Evidence from transition economies. *Journal of Comparative Economics*, 41(1), pp. 294-308.

Jong, A. de, Verbeek, M. & Verwijmeren, P. (2011). Firms' debt–equity decisions when the static tradeoff theory and the pecking order theory disagree. *Journal of Banking and Finance*, 35(5), 1303-1314. http://dx.doi.org/10.1016/j.jbankfin.2010.10.006

Kraus A. and Litzenberger R.H., A State-Preference Model of Optimal Financial Leverage, *The Journal of Finance*, 28(4), 911-922 (1973)

Kester, W. (1986), "Capital and ownership structure: a comparison of United States and Japanese manufacturing corporations", *Financial Management*, Vol. 15 No. 1, pp. 5-16.

Luigi, P., & Sorin, V. (2009). A Review of the Capital Structure Theories. *Annals of Faculty of Economics*, 3(1), 315–320.

Margaritis, D. and Psillaki, M. (2010), "Capital structure, equity ownership and firm performance", *Journal of Banking & Finance*, Vol. 34 No. 3, pp. 621-632.

Modigliani, F., & Miller, M. H. (1958). The cost of capital, corporation finance and the theory of investment. *The American Economic Review*, 261-296.

Mostafa, H. T., & Boregowda, S. (2014). A Brief Review of Capital Structure Theories. *Research Journal of Recent Sciences*, *3*(10), 113–118.

Murray, Z.F. & Goyal, V.K. (2003). Testing the pecking order theory of capital structure. *Journal of Financial Economics*, 67(2), 217–248. http://dx.doi.org/10.1016/S0304-405X(02)00252-0

Myers, Stewart C. dan Nicholas S. Majluf, (1984). Corporate Financing and investment decisions when firms have information that investors do not have, *Journal of Financial Economics*, 13, 187-221.

Myers S.C., (1984). The capital structure puzzle, *The Journal of Finance*, 39(3), 574-592.

Nicodano, G & Regis, L, (2019). A trade-off theory of ownership and capital structure. *Journal of Financial Economics*, 131, 715–735. https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2018.09.001.

Niu X.,(2008). "Theoretical and Practical Review of Capital Structure and its Determinants" *International Journal of Business and Management*, 3(3):133-139.

Noe, T.H. and Rebello, M.J. (1996). ''Asymmetric information, managerial opportunism, financing, and payout policies'', *Journal of Finance*, Vol. 51 No. 2, pp. 637-60.

Pagano, M. (2005). The Modigliani-Miller theorems- a cornerstone of finance. Centre for studies in economics and finance.

Pan, J. (2012). Evaluating theories of capital structure in different financial systems: an empirical analysis.Venezia: UniversitaCa'foscari.

Park, K., & Jang, S., S., (2018). Pecking order puzzle: Restaurant firms' unique financing behaviors. *International Journal of Hospitality Management*, 70, 99–109. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.10.014.

Rajan, R. and Zingales, L. (1995), "What do we know about capital structure? Some evidence from international data", Journal of Finance, Vol. 50 No. 5, pp. 1421-1460.

Ross S.A., (1977). The determination of financial structure: the incentive-signaling approach, *The Bell Journal of Economics*, 23-40.

Schoubben, F., & Hulle, C. Van. (2004). The Determinants of Leverage; Differences between Quoted and Non Quoted Firms. *Economic and Management*, XLIX (4), 589–621.

Sheikh, N. A., & Wang, Z. (2010). Financing Behavior of Textile Firms in Pakistan. *International Journal of Innovation, Management and Technology*, 1(2), 130–135. http://doi.org/10.7763/IJIMT.2010.V1.24

Shyam-Sunder L., Myers S.C., (1999), "Testing Static Tradeoff Against Pecking Order Models of Capital Structure", *Journal of Financial Economics*, 51: 219-244.

Singh, P & Kumar, B, (2012). Trade-off Theory vs Pecking Order Theory Revisited. *Journal of Emerging Market Finance*, 11(2) 145–159. DOI: 10.1177/0972652712454514.

Taub, A. (1975), "Determinants of firm's capital structure", *Review of Economics and Statistics*, Vol. 57 No. 4, pp. 410-416.

Xueping, Wu & Zheng Wang, (2004). Equity financing in a Myers–Majluf framework with private benefits of control. *Journal of Corporate Finance*, 11(5), 915-945. http://dx.doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2004.04.001.

Zeidan, R., Galil, K., & Shapir, O., M., (2018). Do ultimate owners follow the pecking order theory?. *The Quarterly Review of Economics and Finance*, 67, 45–50. https://doi.org/10.1016/j.qref.2017.04.008.

3rd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 28-30 June 2019, Lefkosa

Tahincioğlu Basketbol Süper Ligi İsim Sponsorluğunun Taraftar Bakış Açısı ile Değerlendirilmesi: Pilot Uygulama

Özlem IŞIK İNAN
Pamukkale University
ozlemisikinan@gmail.com

Asst. Prof. Dr. Y. Aytül DAĞLI EKMEKÇİ
Pamukkale University
aytulekmekci@gmail.com

ÖZET

Küreselleşme ve bunun sonuçlarından biri olarak spor ekonomisindeki büyümenin yarattığı yoğun rekabet işletmeleri farklılaşmaya yöneltmektedir. İşletmeler farklılaşabilmek için, işletme amaçları yanında rakip işletmelerin amaçlarını da dikkate alarak geleceğe yönelik plan ve stratejiler geliştirmektedir. Bu plan ve stratejiler kapsamında işletmeler yaygın bir etki alanı olan spor sektörüne yönelmekte ve sportif alanlarda sponsorluk anlaşmaları yapmaktadırlar. Müşteri potansiyeli bulunan spor takımlarına, liglere, federasyonlara veya organizasyonlara yapılan sponsorluklar sayesinde birçok marka, ürün ve işletme tanınırlığını arttırmış ve dolaylı etkiyle satışlarında da artış sağlamıştır. Bu çalışmanın amacı da spor sponsorlukları sonrasında sponsor işletmelerin beklentilerine yönelik olarak taraftarın spor sponsorluğuna ve sponsor işletmeye olan bakış açısını ve düşüncelerini ortaya koymak için kullanılacak ölçme aracını belirlemektir. Bu amaç doğrultusundaele alınan sponsor işletme olan Tahincioğlu Gayrimenkul'ün hedeflerini saptayabilmek adına işletme pazarlama direktörü ile görüşmeler yapılmış ayrıca yayın demeçleri kayda alınarak incelenmiştir. Taraftarların görüş ve düşüncelerini öğrenebilmek için ise anket yöntemi kullanılmıştır. Kullanılan veri toplama araçlarıErcan ve Özbek (2017)'in geçerlik ve güvenirliğini yaptığı İletişim Firmaları Spor Sponsorluğu Ölçeği ve Yoo ve Donthu (2001) tarafından geliştirilen, Taşkın ve Koşat (2016)'ın geçerlilik ve güvenirliğini yapmış olduğu Marka Değeri Ölçeği'dir. İki müsabakadan elde edilen 332 veri pilot çalışma olarak istatistikî analize tabi tutulmuştur. Amaç ana uygulamadan önce soru formundaki muhtemel hataları belirlemek, hatadan kaçınmak ve soru formunun denetlenerek son halini almasını sağlamaktır. Ölçekler güvenirlik ve faktör analizlerine tabi tutulmuş, elde edilen yeterli puanlarla spor taraftarlarına yönelik olarak kullanılabilecek soru formları düzenlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: İsim Sponsorluğu, Marka Değeri**,** Spor Sponsorluğu,Taraftarlık,Türkiye Basketbol Süper Ligi

The Evaluation of Tahincioğlu Basketball Super League Name Sponsorship in Terms of Fans Perspective: Pilot Study

ABSTRACT

Globalization and as a result of its consequences the intense competition caused by the growth in the sport economy leads enterprises to differentiate. In order to differentiate, the companies develop plans and strategies for the future by taking into consideration the aims of the rival enterprises as well as the objectives of the enterprises. Within the scope of these plans and strategies, enterprises are directed to the sports sector, which is a common area of influence, and they make sponsorship agreements in sportive areas. Through sponsoring sports teams, leagues, federations or organizations with potential customers, many brands, products and companies have increased their recognition and their sales with an indirect effect. The aim of this study is to reveal the opinions of the supporters about the sports sponsorship and the sponsors in line with the expectations of the sponsoring companies after the sports sponsorship. For this purpose; in order to determine the targets of Tahincioğlu Gayrimenkul, which is a sponsor company, interviews were made with the marketing director of the company and also the broadcasting statements were recorded and examined. The questionnaire method was used to learn the opinions and thoughts of the supporters. Twoscales, Communication Companies Sports Sponsorship Scale and Brand Value Scale which validity and reliability analyses are already made by Ercan and Özbek(2017) and Taşkın and Koşat (2016) are used. 332 data from two basketball competitions were subjected to statistical analysis as pilot study. The aim is to determine the possible errors in the questionnaire, to avoid the error and to ensure that the questionnaire is finalized by checking the resultsbefore the main application. The scales were subjected to reliability and factor analysis, and the questionnaires obtainedwith the sufficient points which can be use for sports fans were arranged.

Keywords: Basketball Super League of Turkey, Brand Value, Fans, Name Sponsorship, Sports Sponsorship

8. Giriş

Spor endüstrisinin büyümesiyle, sporla doğrudan veya dolaylı ilgili olan mal ve hizmetlerin pazarlanması konusu ortaya çıkmıştır. Sadece sportif mal ve hizmet üreten işletmeler değil, spor dışı mal ve hizmet üreten işletmeler de sporun insanlar üzerinde oluşturduğu etkiyi fark ederek spor pazarlaması içerisinde yer almaya başlamıştır (Argan ve Katırcı, 2012: 6). Rekabet ortamının arttığı, pazarlamanın her alana girdiği günümüz dünyasında, sporun çok büyük kitleleri peşinden sürüklemesi ve medyada da spor etkinliklerine büyük oranda yer verilmesi spor pazarlaması kavramını ortaya çıkarmıştır (Bozkurt ve Kartal, 2008: 24; Tekin ve Eroğlu Eskicioğlu, 2015: 15).

Spor pazarlaması dendiğinde spor ürünleri ve hizmetlerinin doğrudan tüketiciye pazarlanması ve sektörlerdeki ürünlerin ve hizmetlerin spor sponsorlukları kullanılarak pazarlanması şeklindeki iki temel etkiden bahsedilebilir. Bu nedenle sponsorluk faaliyetleri, spor pazarlamasının önemli bir alt koludur (Yavaş, 2005: 5; Kırdar, 2006: 37-38; Tekin ve Eroğlu Eskicioğlu, 2015: 15). Sponsorluk; tanıtılmak istenen kurumu, ürünü ya da hizmeti hedeflenen kitlenin bilinçaltına yerleştirerek, marka imajı oluşturma veya güçlendirme, yani kişilerin satın alma tercihlerini etkileme aracıdır. Sponsorluk hedef kitleye ulaşmada oldukça etkili bir iletişim ve pazarlama yöntemidir (Karakaş vd., 2013: 37-38).

Spor ve diğer sektörlerdeki işletmelerin yöneticilerinin marka yönetim çabaları ve yaptıkları sponsorluk anlaşmalarının altında yatan temel amaç, ‘marka değeri’ yaratmaktır. Marka değeri, markanın ismine ve sembolüne bağlı olarak tüketicilerin zihninde markaların sahip olduğu değerlerine ilave bir değer kazandıran unsurlarıdır. Bu unsurlar; marka sadakati, marka bilinirliği, algılanan kalite, marka çağrışımları ve diğer marka varlıklarıdır (Alkibay, 2005; 85). Bu çalışmanın amacıTahincioğlu Firmasının Türkiye Basketbol Süper Ligi isim sponsorluğunuyapma amaçlarını belirleyerek bu amaçlar doğrultusunda sponsorluğun marka imajı ve marka değeri unsurları açısından taraftar gözünden değerlendirmektir. Pilot uygulamanın amacı ise ana uygulamadan önce soru formundaki muhtemel hataları belirlemek ve hatadan kaçınmaktır. Nitel görüşmeler ve doküman analiziyle elde edilen sorular ile ölçek sorularının örneklem grubu için uygunluğunu test etmek.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1.Sponsorluk

Kavram olarak “sponsor” kelimesi İngilizce kökenli bir sözcük olup desteklemek, himaye etmek, kefil olmak anlamlarına gelmektedir. Pazarlama açısından bakıldığında ise en iyi anlatan sözcüğün desteklemek kelimesi olduğu görülmüştür (Öztürk, 2013: 3; Soyer ve Can,

2010: 1205; Canöz ve Doğan, 2015; 20).En geniş şekilde sponsorluk; bir kişi veya işletme ya da markasının kendi uzmanlık alanının dışındaki farklı bir endüstri kolundaki herhangi bir kişi, olay veya etkinliğe kâr elde etmek ve marka imajı sağlamak adına destek sağlaması olarak tanımlanabilir (Baybars, 1997: 327).

2.2.Sponsorluğun Dünya'daki Gelişimi

İşletmeler tarafından sponsorluğa harcanan bütçelerin artmış olması, sponsorluğun işletmelere sağladığı avantajları kanıtlar niteliktedir (Argan ve Katırcı,2002: 383). Sponsorluğun bu kadar hızlı büyümesi, birçok şirketin çeşitli sponsorluk politikaları oluşturarak bunları uygulamasına da yol açmıştır (Tripodi, 2001: 84). Örneğin; Amerika'da yayınlanan IEG (International Event Group) sponsorluk raporuna göre 2015, 2016, 2017 ve 2018'de yapılan sponsorluk harcamaları Tablo 1'de gösterildiği gibidir.

Tablo 1: Sponsorluğun Dünya'daki Gelişimi

Bölgelere Göre Dünya'daki Sponsorluk Harcamaları (Milyar $)							
	2015	**2016**	**2015'e Göre % Artış**	**2017**	**2016'ya Göre % Artış**	**2018**	**2017'ye Göre Artış**
Avrupa	15,3	16	%4,6	16,7	%4,5	17.06	%5.1
Asya	14	14.8	%5,7	15,7	%5,8	16.6	%5.7
Orta ve Güney Amerika	4.3	4.4	%3,5	4,5	%3,4	4.6	%3.3
Diğer ülkeler	2.5	2.6	%3,4	2,7	%3,3	2.8	%3.5
TOPLAM	**36,1**	**37,8**	**% 4,5**	**39,6**	**%4,6**	**41.06**	**%3.8**

Kaynak: (www.sponsorship.com, IEG Sponsorship report, 2018: 4)

2.3. Spor Sponsorluğu

Sponsorluk türleri arasında en yaygın ve popüler yeri spor sponsorluğu almaktadır (Çoban, 2003:219; Tan ve Pyun, 2018: 1). Çünkü spor enerjiyi, mücadeleyi, kazanmayı, madalyayı, dünya rekorunu, heyecanı, şampiyonluğu ve rekabeti temsil etmektedir. İzleyiciyle kurulan güçlü duygusal bağ, sporun evrenselliği ve büyük kitlelere hitap edebilmesi de spor alanının seçilmesindeki önemli nedenlerdendir (Akyüz, 2017: 52-53).

Spor sponsorluğu; ticari bir kuruluş veya markanın hedeflerine ulaşmak ve ekonomik avantajlar elde etmek için bir spor takımına, olayına ya da etkinliğine ilişkilendirilme haklarının karşılığı olarak, nakit veya ayni destek vermesi şeklinde tanımlanmaktadır (Tripodi, 2001: 83-84; Abeza, 2014: 187-188; Çiftçibaşı, 2017: 38-39).

2.4.Marka Kavramı

Sanayi Devrimi'nin etkisiyle XIX. yüzyıldan beri küresel çapta önemli bir yol kat eden marka kavramı iktisadi hayatın ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Artan rekabet koşulları, yeni pazarlama yöntemleri arayışı ve farklılaşma isteğiyle (Ayhan,2012: 12; Yıldız, 2012: 217) markalaşma, günümüzde de başvurulan ana kavramlardan biri olmuştur (Dicle, 2018: 41).Marka; üreticilerin mal ve hizmetlerini tanımlaması, tanıtması ve rakip ürünlerden farklılaştırması amacıyla yarattığı isim, terim, sözcük, sembol, tasarım veya bunların farklı bileşimleri olarak belirtilmektedir (Tek, 1999: 352; Ayhan, 2012: 23; Arı, 2017:1).Sonuç olarak ürünlerin ayırt edilmesi amacıyla ürünleri farklılaştırmak için "marka" kavramı ortaya çıkmıştır (Ercan vd., 2011: 3).

2.5. Marka Değeri

Günümüzde özelliklede spor alanında yapılmakta olan sponsorluklarla markalar; bilinirliklerini arttırmakta, imajlarını güçlendirmekte, farkındalık ve çağrışımlar oluşturmakta, tüm bu olumlu etkilerin sonucunda da marka değeri yaratmaktadırlar (Başar, 2018: 171). Aaker (1992) tarafından geliştirilen marka değeri (brand equity concept) modeline göre marka değeri beş unsurla açıklanmaktadır. Bunlar; marka sadakati (brand loyalty), marka farkındalığı (brand name awareness), algılanan kalite (perceived brand quality), marka çağrışımları (brand associations) ve diğer marka varlıkları (other proprietary brand assets) olarak belirtilmektedir.

3. YÖNTEM

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

3.1.Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Araştırmanın kapsamını, Türkiye Basketbol Süper Ligi isim sponsoru'Tahincioğlu Gayrimenkul' ve Türkiye Basketbol Süper Ligi taraftarının 'Tahincioğlu' markasıyla ilgili görüşlerinin ele alınacağı tez çalışmasının pilot uygulamasıdır.

Çalışmanın amacıTahincioğlu Firmasının Türkiye Basketbol Süper Ligi isim sponsorluğunuyapma amaçlarını belirleyerek bu amaçlar doğrultusunda sponsorluğun marka imajı ve marka değeri unsurları açısından taraftar gözünden değerlendirmektir. Pilot uygulamanın amacı ise ana uygulamadan önce soru formundaki muhtemel hataları belirlemek ve hatadan kaçınmaktır. Nitel görüşmeler ve doküman analiziyle elde edilen sorular ile ölçek sorularının örneklem grubu için uygunluğunu test etmek.

3.2. Pilot Çalışmanın Önemi

Pilot çalışmalar iyi bir çalışma tasarımının önemli bir unsurudur çünkü *ana çalışmanın başarı olasılığını* arttırır (Teijlingen and Hunley, 2001:1).Bu çalışma açısından*taraftar grubuna uygulanan* hali hazırda bir ölçek olmaması ve ölçeklerin geçerlik ve güvenirliğinin de pilot çalışmayla sağlanmış olması çalışmanın önemini vurgulamaktadır.

3.2. Çalışmanın Katılımcılarının Seçimi

2018-2019 sezonu için yapılan bir araştırmaya göre Tahincioğlu Basketbol Süper Ligi'nde tribünlerdeki seyirci sayısı 542.735 kişi olarak belirtilmiştir. Ayrıca aynı sezonda Tahincioğlu Basketbol Süper Ligi karşılaşmalarını ortalama 2339 kişi tribünlerde izlemiştir (www.ajansspor.com). 2018-2019 sezonunun ikinci döneminde belirlenen iki Basketbol Süper Ligi müsabakasına gidilerek gönüllü taraftarlara soru formu uygulanmıştır. Bu müsabakalar:03.02.2019 Banvit - Gaziantep Basketbol, 09.03.2019 Afyon Belediyespor – Beşiktaş Sompo Japan'dır. Müsabakalardan 332 veri seti elde edilmiş ve analize tabi tutulmuştur.

3.3.Araştırmanın Ölçekleri ve Hipotezleri

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket yönteminden yararlanılmıştır. Kullanılan ölçekler Ercan ve Özbek'in 2017'de geçerlik ve güvenirliğini yaptığı "İletişim Firmaları Spor Sponsorluğu Ölçeği'nin işbirliği ve etki boyutu, Yoo ve Donthu (2001) tarafından geliştirilen, Taşkın ve Koşat (2016)'ın geçerlik ve güvenirliğini yaptığı "Marka Değeri Ölçeği"dir.

Araştırmanın ana sorusu "Basketbol taraftarlarına uygulanacak spor sponsorluğu ve marka değeri ölçeklerinin içeriği nasıl olmalıdır?" şeklindedir.

4.BULGULAR VE TARTIŞMA

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

4.1. Demografik Bulgular

Tablo 2: Pilot Analize Ait Katılımcıların Demografik Özellikleri

	Frekans (n)	**Yüzde (%)**		**Frekans (n)**	**Yüzde (%)**
Taraftarı Olduğu Takım			**Cinsiyet**		
Banvit Basketbol Kulübü	157	47,3	Kadın	110	33,1
Afyon Belediyespor	175	52,7	Erkek	222	66,9
Toplam	**332**	**100**	**Toplam**	332	100
Yaş			**Eğitim Durumu**		
18-20	66	19,9	Ortaöğretim	11	3,3
21-25	53	16,0	Lise	55	16,6
26-30	47	14,2	Ön Lisans	68	20,5
31-40	69	20,8	Üniversite	177	53,3
41-50	62	18,7	Lisansüstü	21	6,3
51yaş ve üzeri	35	10,5			
Toplam	**332**	**100**	**Toplam**	**332**	**100**

Tahincioğlu İşletmesinin Faaliyette Bulunduğu Sektör			Basketbol Maçlarına Katılım Durumu		
Tekstil	2	0,6	Tüm Maçlar	36	10,8
İnşaat	284	85,5	Takip Edilen Takımın Tüm	67	20,2
Gıda-Tarım	42	12,7	Maçları		
Medya İletişim	2	0,6	Sezonda 10 maç ve üzeri	35	10,5
Eğitim	1	0,3	Sezonda 6-10 maç	32	9,6
Turizm	1	0,3	Sezonda 3-5 maç	60	18,1
			Sezonda 1-2 maç	102	30,7
Toplam	**332**	**100**	**Toplam**	**332**	**100**

Pilot analize ait katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bilgiler Tablo 2'de verilmiştir.

4.2. Güvenirlik ve Faktör Analizi

Pilot çalışmanın analizinin temelinde, faktör analizi ve güvenirlik analizi yer almaktadır (Akkaya, 2016: 75). Bu analizlerle soru formunun geçerlik ve güvenirliği denetlemiştir (Özdamar, 2013: 191). Güvenirlik analizi ve faktör analizi soru formu tasarımı sırasında yapılabilecek hataların bulunmasını ve bunları gidererek ana çalışma için daha güçlü bir ölçme aracı tasarlanmasını sağlayacaktır (Eymen, 2007: 86).

Tablo 3. Spor Sponsorluğu Ölçeği ve Marka Değeri Ölçeği KMO-Bartlett Testi Sonuçları

		Spor Sponsorluğu Ölçeği	Marka Değeri Ölçeği
Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Örneklem Uygunluğu Ölçüsü		,924	,932
Bartlett's Küresellik Testi	**Yaklaşık Ki-Kare Değeri**	3329,238	3560,864
	Serbestlik Derecesi (sd)	136	120
	Anlamlılık Düzeyi(Sig.)	,000	,000

Tablo 4. Pilot Uygulama Spor Sponsorluğu Ölçeği Madde Silme Güvenirliği Analizi ve Faktör Analizi Sonuçları

Maddeler	Madde Silme Güvenirlik Katsayısı	Faktör 1 (Sponsor markaya bakış acısı)	Faktör 2 (sponsorluğa bakış açısı)
1-Spor sponsorluğunun hem işletmeler hem de spor için olumlu sonuçları vardır.	,920		,831
2-Sponsorluk sayesinde hem spor, hem de işletmeler işbirliğinden fayda sağlar.	,920		,806
3-İşletmeler ile spor olaylarının işbirliğini desteklerim.	,919		,779
4-Sporla işbirliğini içeren bütün ekonomik gerekçeleri kabul ederim.	,921		,598
5-Spor sponsorluğunun spora olan olumlu etkileri, olumsuz etkilerinden daha fazladır.	,921		,640
7-İşbirliği yapan spor organizasyonlarına ve sponsor işletmelere olumlu bakarım.	,919		,602
8-Spor sponsorluğu, sporun geleceğinde önemli bir etkendir.	,919		,614
10-Spor dünyası, sponsor olan işletmelerin gelişimlerini önemser.	,920	,558	
11-Tahincioğlu işletmesinin sponsor olduğu spor olaylarının sayısının artmasından memnun olurum.	,917	,733	

12-Spor sponsorluğu yapan Tahincioğlu işletmesine karşı olumlu bakış açısına sahibim.	,918	,762	
13-Televizyonda, Tahincioğlu işletmesi tarafından sponsor olunan spor olaylarını izlemekten hoşlanırım.	,918	,730	
14-Tahincioğlu işletmesinin sponsorluk aracılığıyla sporla ilgilenmesinden hoşlanırım.	,916	,791	
15-Tahincioğlu işletmesinin spora sponsorluk için para harcamalarını görmekten memnun olurum.	,919	640	
16-Tahincioğlu işletmesinin spor yoluyla reklam yapmasından memnun olurum.	,917	,712	
17-Tahincioğlu işletmesinin spor sponsorluğuyla iş ilişkilerini arttırmasını olumlu buluyorum.	,917	,795	
18-Tahincioğlu işletmesinin spor dünyası ile işbirliğinden memnunum.	,916	,732	
19-Tahincioğlu işletmesinin sponsorluğunun topluma fayda sağladığını düşünüyorum.	,918	,751	
ÇIKARILACAK MADDELER			
6-Şirket ve sponsor olduğu sporun birbiriyle ilişkili olmasına gerek yoktur.	,930	,230	
9-Spor sponsorluğu, sporu önemseyen büyük işletmelerin bir pazarlama aracıdır.	,922		,362
Cronbach's Alfa Katsayısı (α)	**,923**		
Faktörlere Ait Özdeğerler		8,102	1,784
Açıklanan Varyans Yüzdeliği (%)		33,836	24,316
Açıklanan Yığmalı Varyans Yüzdeliği (%)			58,153
Maddeler Çıkarıldıktan Sonraki Cronbach's Alfa Katsayısı (α)	**,930**	**,921**	**,863**

Tablo 5. Pilot Uygulama Marka Değeri Ölçeği Madde Silme Güvenirliği Analizi ve Faktör Analizi Sonuçları

Maddeler	**Madde Silme Güvenirlik Katsayısı**	**Faktör 1 (Algılanan Kalite)**	**Faktör 2 (Marka Farkındalığı)**	**Faktör 3 (Marka Sadakati)**
1-Tahincioğlu'nun nasıl bir İşletme olduğunu biliyorum.	,887		,776	
2-Tahincioğlu işletmesinin farkındayım (tanıyorum).	,886		,822	
3-Diğer firmalar arasında Tahincioğlu'nu tanıyabilirim.	,886		,811	
4-Tahincioğlu işletmesinin bazı özellikleri hızlı bir şekilde aklıma gelir	,885		,761	
5-Tahincioğlu'nun sembol ya da logosunu hızlı bir şekilde hatırlayabilirim	,889		,644	
7-Başka bir işletme Tahincioğlu ile benzer özelliklere sahip olsa bile Tahincioğlu'nu tercih ederim.	,888			,733
8-Başka bir işletme Tahincioğlu kadar iyi olsa da yine Tahincioğlu'nu tercih ederim.	,887			,811
9-Başka bir işletmenin Tahincioğlu'ndan hiçbir farkı olmasa da Tahincioğlu'nu tercih etmek daha akıllıca olur.	,888			,736
15-Eğer bir gayrimenkul işletmesi tercihim olursa Tahincioğlu benim ilk tercihimdir.	,888			,560
16-Tahincioğlu'nun gayrimenkul maliyetleri artsa bile Tahincioğlu'nu tercih etmeyi düşünürüm	,887			,552
17-Kendimi Tahincioğlu'nun sadık müşterisi olarak düşünürüm.	,886			,467
11-Tahincioğlu yüksek kaliteye sahiptir.	,886	,780		
12-Tahincioğlu'nun işlevselliği çok yüksektir.	,886	,791		
13-Tahincioğlu'nun güvenilirliği çok yüksektir	,888	,768		
18-Tahincioğlu işletmesi spor sponsorluğu ile diğer rakiplerinden ayrı imaja sahiptir.	,887	,658		
19-Tahincioğlu işletmesi ile basketbol branşının imajının örtüştüğünü düşünüyorum.	,888	,561		
ÇIKARILACAK MADDELER				
6-Tahincioğlu'nu zihnimde hayal ederken zorluk yaşıyorum.	,910			

10-Aynı özelliklerde olduğu sürece Tahincioğlu'nu diğer işletmelere tercih etmek daha mantıklıdır.	,915			
14-Tahincioğlu çok kalitesiz görünür.	,901			
Cronbach's Alfa Katsayısı (α)	**,896**			
Faktörlere Ait Özdeğerler		8,492	1,336	,984
Açıklanan Varyans Yüzdeliği (%)		23,337	23,143	21,095
Açıklanan Yığmalı Varyans Yüzdeliği (%)			46,480	67,575
Maddeler Çıkarıldıktan Sonraki Cronbach's Alfa Katsayısı (α)	**,940**	**,801**	**,900**	**,871**

Pilot uygulamada her bir madde güvenirliğinin (α), soru formu güvenirliğinden (α) daha yüksek çıkması durumunda o soru maddesinin soru formundan çıkarılması gerekmektedir (Eymen, 2007: 79; Field, 2009: 677). Bu doğrultuda spor sponsorluğu ölçeğinde 6. madde (α:0,930) ölçeğin güvenirliğini olumsuz etkileyeceği, içsel tutarlılığını tehdit edebileceği tespit edildiği için ve faktör analizine tabi tutulduğunda (0.40) faktör yükünden düşük yükle (0.230) işlemesi nedenleriyle çıkarılmıştır. 9. madde de (0.40) faktör yükünden düşük yükle (0.362) yer aldığından çıkarılması uygun görülmüştür. Faktör analizinde ortak varyans değerleri 0.2 ile 0.4 arasında düşük grupta belirtilmektedir (Karaman vd., 2017: 1179). Kim ve Yin (2004)'in belirttiği üzere örneklem büyüklüğüne göre (332) kesme noktası 0.40 olarak alınmıştır (Çoklu vd., 2016:194-195). Analiz sonuçları Tablo 4.'te gösterilmektedir. Spor sponsorluğu ölçeği için açıklanan varyans %58,153'tür.

Marka değeri ölçeğinde 6. madde (α:0,910), 10. madde (α:0,915) ve 14. madde (α:0,901) ölçeğin güvenirliğini olumsuz etkileyeceği ve içsel tutarlılığını tehdit edebileceği tespit edildiği için çıkarılmıştır. Marka değeri ölçeği güvenirlik ve faktör analizi sonuçları Tablo 5.'te gösterilmektedir ve ölçeğin açıklanan varyansı %67,575 olarak bulunmuştur.

Ölçeğin Cronbach's Alpha katsayısına bağlı olarak güvenirliği; 0,00 ≤α≤ 0,40 ise güvenilir değil, 0,40 ≤α≤ 0,60 ise güvenirliği düşük, 0,60 ≤α≤ 0,80 ise oldukça güvenilir ve 0,80 ≤α≤ 1 ise yüksek derecede güvenilir olarak yorumlanmaktadır (Kayış, 2017: 405). Spor sponsorluğu ölçeği için ölçeğin güvenirliğini tehdit eden maddeler çıkarıldıktan sonra sponsor markaya bakış alt boyutu α:0,921 ve spor sponsorluğuna bakış alt boyutu α:0,863 olarak bulunmuştur. Spor sponsorluğu ölçeği genel α:0,930 olarak bulunmuştur. Marka değeri ölçeği için ise algılanan kalite alt boyutu α:0,801, marka farkındalığı alt boyutu α:0,900 ve marka sadakati alt boyutu α:0,871 olarak bulunmuştur. Ölçeğin genel α:0,940 olarak bulunmuştur. Bu sonuçlar doğrultusunda, her iki soru formunun ve alt boyutlarının mevcut durumu yansıtmadaki güvenirliği yüksektir.

5.Sonuç ve Öneriler

Ana uygulamada spor sponsorluğu ölçeği 17 madde, marka değeri ölçeği 16 madde, kişisel bilgiler 10 madde olmak üzere toplamda 43 maddelik soru formunun uygulanmasına karar

verilmiştir. Ayrıca pilot uygulama ile müsabakalarda veri toplama şekli ve zorlukları tecrübe edilerek sonra gidilecek müsabakalar için önlemler alınmıştır. Bunlar; müsabaka başlangıç saatinden önce giderek daha fazla taraftara ulaşmak ve daha fazla anketör ile çalışmaktır.

Genel olarak yapılacak araştırmalarda pilot analiz yapılarak kullanılan ölçeklerin geçerlik ve güvenirliğinin kontrol edilmesi çalışmaların başarısı için de uygun olacaktır.

KAYNAKÇA

Aaker, D. A. (1992). The Value of BrandEquity. *Journal of Business Strategy, 13* (4), 27-32.

Abeza, G., Pegoraro, A., Naraine, M. L, Séguin, B. andO'Reilly, N. (2014). "Activating a global sport sponsorship with social media: an analysis of TOP sponsors, Twitter,and the 2014 Olympic Games". *International Journal of Sport Management and Marketing, 15*(3/4), 184-213.

Akyüz, A. (2017). Spor Sponsorluğu ve İmaj Transferi. istanbul: Alfa Basım Yayın Dağıtım.

Alabay, N. (2010). "Geleneksel Pazarlamadan Yeni Pazarlama Yaklaşımlarına Geçiş Süreci". Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 15 (2), 213-235.

Akkaya, Y. (2016). "Sponsorluk Faaliyetlerinin Spora Etkilerinin İncelenmesi". *International Journal of Science Culture and Sport, 4*(special issue 3), 811-820.

Argan , M. ve Katırcı, H. (2012). *Spor Pazarlaması.* Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.

Arı, İ. (2017). Marka Topluluklarının Marka İmajı Üzerindeki Rolü: Beşiktaş JK ve Çarşı Grubu Örneği. *Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Reklamcılık Anabilim Dalı, Reklamcılık Bilim Dalı, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi)* . Konya.

Ayhan, A. (2012). *Yaşamdan Örneklerle Yedi Adımda Markalaşma.*(1. Baskı) İstanbul: Sistem Yayıncılık.

Başar, E. E. (2018). "Uluslararası Spor Organizasyonlarında Ulusal Markaların Sponsorluk Faaliyetlerinin İncelenmesi: Sponsora Yönelik Tutumun Aracılık Etkisi ve Etkinlikle İlgilenimin Moderatör Rolü". *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 32* (1), 157-176.

Baybars, B. (1997). Günümüzde Sponsorluk Kavramı. *İstanbul Üniversitesi İletisim Fakültesi Dergisi*, 327-331.

Bozkurt , H. ve Kartal, R. (2008). "Spor Pazarlamasında Halkla İlişkiler ve Spor Sponsorluk ilişkisi". *Niğde Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, 2*(1), 23-33.

Canöz, K. ve Doğan, İ. (2015). İmaj Oluşturma Aracı Olarak Sponsorluk. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 3* (2), 19-39.

Çamcı, H. (2009). Türk Vergi Sisteminde Sponsorluk Kurumuna Yönelik Düzenlemelerin Değerlendirilmesi. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Maliye Ana Bilim Dali Yüksek Lisans Tezi*. Manisa.

Çoklu, Ö., Şekercioğlu, G., ve Büyüköztürk, Ş. (2016). *Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik SPSS ve LİSREL Uygulamaları* (4.Basım). Ankara: Pegem Akademi.

Ercan, Ö. ve Özbek, O. (2017). İletişim Şirketlerinin Spor Sponsorluğu Ölçeğinin Güvenirlik ve Geçerlik Çalışması. International Journal of Human Sciences, 14(4), 3615-3625.

Eymen, E. (2007). *SPSS 15.0 Veri Analiz Yöntemleri.* İstatistik Merkezi Yayın No: 1.

Field, A. (2009). *Discovery Statistic Using SPSS (Third Editiona).*London: SAGE Publications Ltd.

Karasar, N. (2014). *Bilimsel Araştırma Yöntemi "Kavramlar, İlkeler, Teknikler".* Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Kayış, A. (2017). Güvenilirlik Analizi. Ş. Kalaycı (ed.) içinde, *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Tekniği* (s. 404-409). Ankara: Dinamik Akademi.

Kırdar, Y. (2006). "Kurumsallaşan Spor Kulüplerinde Pazarlama İletişimi Faaliyetlerinin, Spor Pazarlaması". *Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı,*. İzmir.

Özdamar, K. (2013). *Modern Bilimsel Araştırma Yöntemleri.* Ankara: Nisan Kitapevi.

Öztürk, S. A. (2013). Spor Sponsorlu¤u: Kavram ve Özellikler. M. Argan içinde, *Sporda Sponsorluk* (s. 2-25). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayını.

Soyer, F. ve Can, Y. (2010). Sporda Sponsorluğun Hukuki Temelleri ve Türkiye'deki Mevcut Durum Üzerine Bir İnceleme. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi, 7*(1), 1201-1218.

Taşkın, E. ve Koşat, A. (2016). Tüketicilerdeki Spor Sponsorluğu Algısının Marka Değeri Üzerine Etkisi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Özel Sayısı* (Aralık), 1-17.

Tekin, N. ve Eroğlu Eskicioğlu, Y. (2015). "Spor Sponsorluğu: Türk Hava Yolları – Türkiye Basketbol Federasyonu Örneği". *SPpor Yönetimi ve Bilgi Teknolojileri Dergisi, 10* (1), 14-36.

Tek, B. Ö. (1990). Pazarlama İlkelerine Giriş. İzmir: Beta Yayınları.

Teijlingen, E. R. And Hundley, V. (2001). The importance of pilot studies. *Social Research UPDATE University of Surrey, 35,* 1-4.

Tripodi, J. A. (2001). Sponsorship: A Confirmed Weapon İn The Promotional Armoury. *İnternational Journal Of Sports Marketing and Sponsorship, 3* (1), 82-103.

Yavaş, Ö. (2005, Aralık). Sporun Ekonomi İçindeki Yeri ve Spor Pazarlama: Üç Büyük Spor Kulübünde Uygulamalı Bir Araştırma. Edirne.

Yoo, B. And Donthu, N. (2001). Developing and validating a multidimensional consumer-based brande quity scale. *Journal of Business Research, 52*, 1-14.

IEG sponsorship report, (2018), www.sponsorship.com (15.05.2019).

WEB 1 (2018) ajansspor.com web site, http://ajansspor.com (04,04, 2018)

WEB 2 (2018) sponsorluk gov.tr web site, www.sponsorluk.gov.tr/İstatistikler (12.03.2019)

WEB 3 (2018) sponsorluk gov.tr web site www.sponsorluk.gov.tr/sponsorluk/hakkında (11.04.2018)

3rd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 28-30 June 2019, Lefkosa

Scale Development of Formative Higher Order Construct: Situational Strength at Work

Instructor Pınar ÖZBILEN
İstinye University, pinar.yozgatli@boun.edu.tr

ABSTRACT

The purpose of the study is to develop a scale measuring "situational strength at work" drawing on qualitative methods. This study contributes to the literature by using focus group and interview methods. The existing scale to measure this construct is based on the previously described theoretical universe. For item generation, nine interviews and one focus group studies are conducted. In order to measure content validity, interrater reliability index is calculated, and found as satisfactory.

Keywords: Situational Strength at Work, Scale development, Formative High Order Construct

INTRODUCTION

It has been acknowledged in psychology that behaviours generally occur because of a joint function of individual traits and situations (Mischel, 1977, 1999; Weiss & Adler, 1984). Many scholars have pointed out that "situational strength" is most significant situational factor that must be considered when analysing the relationship between individual differences and behaviours (Meyer et al., 2009). Although situational strength construct and situational strength theory are widely used in the literature, it is little known about the domain and structure of "situational strength" construct (Meyer et al., 2009). Because of absence of a theoretical framework for guiding the measurement of situational strength, operationalization of situation strength has varied greatly from study to study, and each study mainly employed a different measure to assess situational strength (Cooper and Withey, 2009). Lack of theoretical and empirical development has led researchers to use various ad hoc operationalizations of situational strength including situational ambiguity and/or uncertainty, task structure, choice of responses to a problem situation, situational constraints, , meta features of the human resource management system such as consistently enforced rules, industry norms and market uncertainty, perceived control, feedback regarding specific forms of error prevention, climate strength and transformational leadership (Meyer et al., 2009). Meyer et al. (2009) in their meta-analysis study proposed two dimensioned situational strength (two broad categories: "constraints" and "consequence). The authors contended that using of these broad two categories of situation strength will enable researchers to understand the moderating effect on relationship between personality trait and behaviours.

Based on the little consensus about the optimal structure of situational strength's construct space, the current study will develop a scale measuring situational strength at work (SSW)

THEORETICAL FRAMEWORK

Situational strength explains the notion that various characteristics of situations affect behaviours (Mullins & Cummings, 1999; Weiss & Adler, 1984). The main point of situational strength is that it enforces individuals to engage in behaviours that they are unlikely to demonstrate when left on their own devices (Adler and Weiss, 1988). Mullins and Cummings (1999) posit that situational strength may interact with the personality traits of key decision-makers to influence the likelihood of strategic changes at the firm level. When the situation is "weak", individuals are more likely to be influenced by their behavioural propensities since behavioural propensities are the most accessible sources of information about potential responses (Mischel & Peake, 1982). When the situation is "strong", subsequent behaviours are influenced by the context and there will be homogenous behaviours since strong situational cues replace individual discretion as the most important source of behavioural information (Mischel, 1977). Therefore, within strong situations, we expect behavioural homogeneity.

Situational strength concept was firstly studied in the work of Rogers (1954). He remarked that the situations providing psychological freedom leads to most likely individual differences in creativity. Moreover, more discussions regarding to situational strength mainly is based on ideas outlined by Walter Mischel. Mischel (1977) contends that strong situations limit the expression of individual differences. Therefore, situational strength is conceptualized as a multifaceted force that homogenizes behaviour by providing information about the most appropriate course(s) of action (Meyer et al., 2009).

The latest study conducted by Meyer et al. (2014) defined SSW in the lens of four facets. The first facet of situational strength, "clarity," is defined as "the extent to which cues regarding work-related responsibilities or requirements are available and easy to understand". This facet affects behaviour by providing simple and easily comprehensible information regarding work-related responsibilities and requirements. The second facet of situational strength, "consistency," is defined as "the extent to which cues regarding work-related responsibilities or requirements are compatible with each other". The third facet of situational strength, "constraints," is defined as "the extent to which an individual's freedom of decision and action is limited by forces outside his or her control". The fourth facet of situational strength, "consequences," is defined as "the extent to which decisions or actions have important positive or negative implications for any relevant person or entity".

SCALE DEVELOPMENT

The Conceptualization of Situational Strength at Work

A critical first step in scale development is a precise and detailed conceptualization of the interested construct and its theoretical context, called construct conceptualization (Podsakoff et al., 2011). To do so, a systematic literature review (SLR) was conducted to find related literature on previous theoretical and empirical research on Situational Strength at Work construct. The search process stated in the study of Zhang and Ali Babar (2010) was adopted. As a first step of the SLR, related resources and search engines for manual search were identified. Bogazici library search engine was selected as search engine because of its accessibility. Since our construct is "situational strength", this phase was used

in the search engine to find quasi-hold standard (QGS) publications (second step). While selecting quasi papers, the following questions were served as the inclusion/exclusion criteria includes:

- Is the paper published in SSCI index journals?
- Is the paper published within nine years? (Nine year period is selected since the last literature review on SSW was published in 2009).
- Are there any definitions of SSW construct?
- Are there any scales used for measuring SSW construct?
- Are there any other construct employed as antecedent/consequence of SSW construct?
- Are there any explanations indicating commonalities and differences between SSW construct and any other related and confounding constructs?
- Are there any explanations regarding breath and inclusiveness about the SSW construct?

Based on these criteria, five publications were selected; two of them are previous SLRs since using previous SLRs reduces the effort in manual search (Zhang and Ali Babar, 2010). To elicit search strings, titles, keywords and abstracts of QGS publications were analysed through a content analysis program, Word Stat 6. The analysis yielded that most frequently used words are "strength" and "situational" as seen below.

Further, cluster analysis was conducted to catch concurrent words. words of "strength" and "situational" appears most concurrently in mentioned parts of the QGS publications.

Based content analysis; two search strings were built for search engine:

- (Title or abstract or subject terms) : ("situational strength")
- (Title or abstract or subject terms) : (situational and strength)

Automated search produces 40 publications. These publications were eliminated based on the inclusion/exclusion criteria above and as a result, 14 publications were used to determine construct domain summarized into following table including the definitions, operationalizations of the SSW construct.

Table 1: Conceptualization of Situational Strength at Work

Sources	**Definition**	**Operationalization**	**Usage**
José, 2009	Weak situation is when the situation is ambiguously structured so that subjects are uncertain about how to categorize it and have no clear expectations about the behaviors most likely to be appropriate	Global construct scale developed by Meyer et al., 2014	
Meyer et al., 2009	In strong situations, motivated behaviors are more homogenous	Situational strength can be organized into at least two	

	than would be predicted on the basis of motivational traits alone.	conceptually homogenous dimensions ‘‘constraints’’ and ‘‘consequences’’	
Auh et al., 2011	Strong situations such as those under firmly rooted and developed norms or climates, a uniform and unambiguous expectation is formed that dictates how one should think and behave	Employee involvement climate strength (EIC scale was used)	Moderating role of EIC on relationship between the five dimensions of service employee personality and perceived service climate
Menguc et al., 2011	Strong situations include strong norms, uniform and unambiguous expectations	The two types of climate—autonomy climate and knowledge-sharing norms	Moderating role on self-efficacy–Knowledge sharing relationship
Young, 2011	*Implicit or explicit cues provided by external entities regarding the desirability of potential behaviors *Psychological pressure on the individual to behave in certain ways	The feedback environment	
Wiita, 2012	Psychological pressure on the individual to engage in and/or refrain particular courses of actions	Autonomy	
Grant and Rothbard, 2013	Low ambiguity constitutes a strong situation in which behavior is not likely to vary as a function of individual differences	Ambiguity: Employees rated their perceptions of ambiguity using a scale. Ambiguity constitutes a weak situation	Moderating effect of ambiguity on the relationship between the content of employees’ values and their proactivity.
Günter et al., 2014	Psychologically strong situations are those in which there are strong behavioral norms, well-established role expectations, rules, policies, and procedures, strong incentives for specific types of behaviors, and clear expectations about what behaviors are rewarded and punished		*Antecedent of responsible leader behaviour. *Moderating role on relationship between individual-level factors and a leader’s propensity
He et al., 2014	Perceptions an employee holds about the policies and procedures administered by an organization	High procedural justice (i.e., high procedural consis-tency) is associated with higher situational strength	Moderating role of prodedural justice on relationship between moral identity and employee engagement
Nouri et al., 2014	Weak situations do not provide clear and specific cues for sense making and leave room for individual discretion, increasing the variance in responses to the situation given by people with	Task specificity	Moderating role on the on the relationship between team cultural diversity and team performance outcomes

	different personalities and cultural backgrounds		
Chang et al., 2014	Expectations concerning preferred behavior are relatively uniform and unambiguous in a strong situation	Group interaction: high group interaction creates strong situation	Moderating effect of group interaction on the mediated effect of political climate on employee turnover intention
Meyer et al., 2014	Situational Strength in the lens of four facets: "clarity," "consistency," "constraints", and "consequences"	A scale measuring Situational Strength at Work as formative construct including dimesions of clarity, consistency, constraints and consequences	The moderating role of SSW on relationships between positive conscientiousness and organizational citizenship behavior; negative agreeableness and counterproductive work behavior
Bowling et al., 2015	Situational strength reflects the degree to which a situation contains cues that make it obvious how one is expected to behave, the degree to which the situation limits one's choice of behavior, and the degree to which the situation includes incentives that are relevant to these behaviors.	Constraints and consequences can be conceptualized as formative indicators of situational strength	Situational strength as a moderator of the relationship between job satisfaction and job performance
Lee and Dalal, 2016	In strong situations, the information that employees receive from external entities is clear and consistent, employees' freedom of decision and action is constrained, and employees' decisions and actions have consequences	Climate strength	Ancedent of safety behavior

Item Generation

Next step in the scale development is "items generation". Items were generated based on review of the literature, deduction from the theoretical definitions of the construct and previous empirical researches. Churchill (1979) suggested using exploratory studies in item generation stage. Therefore, 9 interviews with worker at different positions in a leading automotive firm in Turkey, and a focus group study in one of the biggest national private bank were conducted.

The focus group study was firstly conducted. The group consist of 6 employees in a national bank. The number of participants was appropriate (Morgan, 1997). All participants were at same level position, and there was no manager in the group. The differences in authority or status result in high probability that the discussion will be uncomfortable (Morgan, 1997). When deciding on group composition, the author paid attention to form a homogeneous group in terms of background, not in terms of their perspective on the topic, as suggested by (Morgan, 1997). Therefore, the group consisted of participants, who have similar work background but work in different departments in the bank. SSW is about work environments, and different departments means different work environments and different

perspectives. Accordingly, to select participants from different departments would provide different insights about SSW. Morgan (1997) also suggested that a group composition should ensure that participants in a group feel comfortable in saying something about the topic to each other. In the focus group, all respondents knew each other well and their personal relations were strong, which facilitated the discussion. To sum up, the size and composition of the focus group was appropriate for the discussion on the SSW. The discussion lasted for 70 minutes. It was audiotaped, and the participants have been informed about that.

Iacobucci and Churchill (2010) suggested conducting interviews after focus group studies to obtain more insights about the topic. In focus groups, participants may hesitate to reflect their opinions within a group, so conducting interviews become more important. Therefore, employees working at different levels of the automotive firm were interviewed. Choosing the participants from different levels of the organization would provide many different insights. The interviews were audiotaped, and the participants have been informed about that.

The questions for exploratory studies were prepared based on the contemporary theoretical definitions of the construct. Meyer et al. (2014) suggested four-dimensioned formative construct of Situational Strength at Work. In the exploratory e studies, "Opposites", "Laddering" and "Pyramiding" questioning approaches were adopted as suggested by Tindall (1994). These approaches are very useful in uncovering the personal definition and value of core, and secondary constructs of a person.

The audiotapes of the exploratory studies were transcribed, and the main themes were revealed by content analysis by the researcher. The following table contains the most mentioned themes and their frequency:

Table 2: Themes derived from the Content Analysis

Theme	**Frequency**
Ourj job descriptions clearly informs us about our responsbilities	4
Duty distribution is made by our manager orally and / or via email	4
Procedures give us clear information about expectations from us	3
We're given a certain amount of time that we have to strictly adhere to complete our work	4
In some workplaces jobs are carried out with strict rules about our work	3
We decide how to do things in the workplace	3
We decide when to do the work	3
Our manager is constantly checking on us	3
The management at our workplace gives necessary support in gathering the information we need about our work	3
Management gives support in our workplace in terms of implementing our business recommendations	9
My co-workers have a lot of discouraging sayings for my work	4
I understand my manager's expectations from me	3
I can tell my manager about my business ideas	3
I understand my manager's general attitude in the workplace	3
We get feedback regarding the results of my work	4
The rules originating from the hierarchy in our workplace are tightly obeyed	9
I trust the information I received from my colleagues	4

I trust the information I received from my manager	4
Different managers' expectations from me contradict with each other	3
Everyone in my workplace supports each other	3
I have good communication with my manager	3
There is a conflict between performance goals and workload	3
It is clear who is doing a job	3
We receive warnings about our negative behavior	3
The rules in our workplace with each other	4

Before adding up the items from extant literature, the themes emerging from the exploratory studies were itemized and categorized.

Content validity

Content validity constitutes the third step of scale development (Podsakoff et al., 2011). In this step, benefited from the procedure mentioned by (Podsakoff et al., 2011), a matrix in which definitions of different aspects of SSW domain were listed at the top of the columns and items were listed in the rows was constructed. A column stating "Given definitions do not cover the item" was added in order not to urge raters to feel classfying an item under a definition. Additionally, A column which contains general definitions of SSW was added in the case that an item may not be covered by definitions of given dimension but may be well suited to general definition. This condition indicates that there could be other dimensions which are not known. Subsequently, four PhD students as raters classified the items with respect to six categories.

The interjudge agreement has been calculated by the interrater reliability index based on Perrault & Leigh's equation (1989, p.141). In the analysis, interrater reliability index was found as 0.69. As seen, there is nearly 70% interrater reliability in the coding process, which is satisfactory at minimum level (Perrault & Leigh, 1989). In any case, the unmatching items were omitted by the researcher, and the agreed items were selected to continue with the scaling process. Moreover, the overall percentage agreement is 55, 88%, indicating *more than chance level of agreement.*

Pretest

Iacobucci and Churchill (2010) suggested that the pre-test should be done by personal interviews regardless of the actual mode of administration among respondents similar to those used in the actual study. Therefore 8 pretests were conducted. Actuallty, the pretest was 3-staged (3+3+2). After each stage, the scale was revised and re-conducted. At the last stage, any comments about revision of the scale was not received, so the pretests were terminated.

The scale took its last version after pretest session and was ready to be distributed. In following table, survey items are given. Some variables were reverse coded. Respondent were asked to rate each item according to 7 Likert scale (7= I stongly agree, 1= I stongly disagree). Higher scores indicate stronger situations.

As a result of the content analysis and the pretest, four dimensions (clarity, constraints, consistency and consequences) emerged in line with the study of Meyer et al. (2014).

Table 3: Survey Items

Items	Label	Reversed	Source
In your workplace, procedures provide clear information about expectations from employees	CLA1		Qualitative Study
Strategies of your department can be easily understood at your workplace	CLA2		Qualitative Study
In your workplace, your manager's expectations from employees are clear	CLA3		Qualitative Study
Job-related requests from other departments are clear	CLA4		Qualitative Study
The job descriptions in your workplace give clear information about employee responsibilities	CLA5		Qualitative Study
The procedures in your workplace give clear information about employee responsibilities	CLA6		Qualitative Study
In your workplace, the task distribution is made clearly by your manager	CLA7		Qualitative Study
In your workplace, procedures clearly describe how work is done	CLA8		Qualitative Study
In your workplace, the procedures do not explicitly describe how to do the work	CLA9	**X**	Qualitative Study
In your workplace, performance evaluation criteria provide clear information about the objectives that employees need to achieve	CLA10		Qualitative Study
The demands from your colleagues at your workplace are clear	CLA11		Qualitative Study
In your workplace, it is clear who made a job	CLA12		Qualitative Study
Your job site does not meet the specified job descriptions	CONSIS1	**X**	Qualitative Study
Your responsibilities at work do not conflict	CONSIS2		Literature
Work-related advice / guidance of your colleagues is consistent with company policies	CONSIS3		Literature
Your business manager's business advice / guidance is in line with company policies	CONSIS4		Literature
Expectations from employees at work conflict over time	CONSIS5	**X**	Literature
Your manager is firmly committed to procedures at your workplace	CONSIS6		Qualitative Study
In your workplace the rules don't contradict with each other	CONSIS7		Qualitative Study
Your manager is constantly checking on you	CONST1		Qualitative Study
Employees decide when to do jobs at your workplace	CONST2	**X**	Qualitative Study
At your workplace, corporate strategy restricts the way employees do their jobs	CONST3		Qualitative Study
There is a free business environment in your workplace where employees can easily express their ideas	CONST4	**X**	Qualitative Study
The rules regarding the work in your workplace restrict the way employees do their jobs	CONST5		Qualitative Study

At your workplace, an employee needs to get approval for a job he plans to do	CONST6		Qualitative Study
Procedures in your workplace restrict the way employees do their job	CONST7		Qualitative Study
Your workplace employees can apply their own decisions	CONST8	**X**	Qualitative Study
In your workplace, employees do not take the initiative	CONST9		Literature
In your workplace, an employee's freedom of decision is restricted by other people	CONST10		Qualitative Study
Employees decide how to do things in your workplace	CONST11	**X**	Qualitative Study
Your manager at your workplace shares the risks associated with the results of employee decisions	CONSE1	**X**	Qualitative Study
The positive results of the work of the employee in the workplace are paid to the manager, the negative result is the employees	CONSE2		Qualitative Study
The results of the work done at your workplace are not clear because they occur in the long term	CONSE3	**X**	Qualitative Study
The work or decisions made by employees in your workplace can have negative consequences for the company	CONSE4		Qualitative Study
The work or decisions taken by employees in your workplace can have critical consequences for others	CONSE5		Qualitative Study
In your workplace, employees receive warnings about their negative behavior	CONSE6		Qualitative Study
In your workplace; the nature of your job may have negative consequences on human life and health	CONSE7		Qualitative Study

*****G represents "general item" (based on gloabal definitions of SSW). CLA represents "clarity". CONSIS reprsents "consistency". CONST represents "constraints". CONSE represents "consequences".

CONCLUSION

For future studies, the discrimant and convergent validity should be meaured. Moreover, to measure generalizability, the scale developed in this study should be tested on different samples.

REFERENCES

Adler, S., and Weiss, H. M. 1988. Recent developments in the study of personality and organizational behavior. In C. L. Cooper & I. Robertson (Eds.), International review of industrial and organizational psychology (pp.307-330). New York: John Wiley.

Auh, S., Menguc, B., Fisher, M., & Haddad, A. (2011). The contingency effect of service employee personalities on service climate: Getting employee perceptions aligned can reduce personality effects. *Journal of Service Research*, 14(4), 426-441.

Bowling, N. A., Khazon, S., Meyer, R. D., & Burrus, C. J. (2015). Situational strength as a moderator of the relationship between job satisfaction and job performance: A meta-analytic examination. *Journal of Business and Psychology*, 30(1), 89-104.

Chang, P., Chien, J. and Lin, T. (2014). Moderated Mediation Effect by Group Interaction in a Political Work Environment. *Social Behavior and Personality*, 42(10): 1651-1660

Churchill, G.A. (1979). A Paradigm for developing Better Measures of Marketing Constructs. Journal of Marketing Research, 16(1): 64-73.

Cooper, W. H. and Withey, M. J. (2009). The strong situation hypothesis. Personality and Social Psychology Review, 13(1): 62-72

Grant, A. M. and Rothbard, N. P. (2013). When in doubt, seize the day? Security values, prosocial values, and proactivity under ambiguity. *Journal of Applied Psychology*, 98(5), 810-819.

Günter K. S. and De Luque, M. S. (2014). Antecedents of Responsible Leader Behavior: A Research Synthesis, Conceptual Framework, and Agenda for Future Research. *The Academy of Management Perspectives*, 28 (3): 235–254

He, H., Zhu, W. and Zheng, X. 2014. Procedural Justice and Employee Engagement: Roles of Organizational Identification and Moral Identity Centrality. *Journal of Business Ethics*.122(4):681–695

Iacobucci, Dawn and Churchill, Gilbert M. 2010. Marketing Research: Methodological Foundation, 10th ed., South Western.

José, I.J. 2013. Exploring the Role of Leadership In Understanding Subordinate Trait-Behavior Relationships. Dissertation submitted to Department of Psychology in George Mason University

Lee, S. and Dalal, R. S. (2016). Climate as situational strength: Safety climate strength as a cross-level moderator of the relationship between conscientiousness and safety behaviour. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 25(1), 120-132.

Menguc, B., Auh, S., and Kim, Y. C. (2011). Salespeople's knowledge-sharing behaviors with coworkers outside the sales unit. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 31(2), 103-122.

Meyer, R. D., Dalal, R. S., and Bonaccio, S. (2009). A meta-analytic investigation into situational strength as a moderator of the conscientiousness-performance relationship. *Journal of Organizational Behavior*, 30(8): 1077-1102

Meyer, R. D., Dalal, R. S., José, I. J., Hermida, R., Chen, T. R., Vega, R. P., Brooks, C. K., and Khare, V. P. (2014). Measuring job-related situational strength and assessing its interactive effects with personality on voluntary work behavior. *Journal of Management*, 40 (4): 1010-1041.

Mischel, W. (1977). The interaction of person and situation. In D. Magnusson, and N. S. Endler (Eds.), Personality at the crossroads: Current issues in interactional psychology (pp. 333–352). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Mischel, W., and Peake, P. K. (1982). Beyond de´ja` vu in the search for cross-situational consistency. *Psychological Review*, 89 (6): 730–755.

Mischel, W. (1999). Implications of person-situation interaction: Getting over the field's borderline personality disorder. *European Journal of Personality*, 13 (5): 455-461

Morgan, D. L. (1997). Focus Group as Qualitative Research. Thousand Oaks, California: Sage Publications.

Mullins, J. M., and Cummings, L. L. (1999). Situational strength: A framework for understanding the role of individuals in initiating proactive strategic change. *Journal of Organizational Change Management*, 12 (6): 462–479.

Nouri, R., Erez, M., Rockstuhl, T., Ang, S., Leshem-Calif, L., Rafaeli, A. (2013). Taking the bite out of culture: The impact of task structure and task type on overcoming impediments to cross-cultural team performance. *Journal of organizational behaviour*, 34 (6): 739- 763

Podsakoff, M.P., MacKenzie, S.B., Lee, J.Y. and Podsakoff, N.P. (2003). Common Method Biases in Behavioral Research: A Critical Review of the Literature and Recommended Remedies. *Journal of Applied Psychology* , 88 (5): 879-903.

Rogers, C. R. (1954). Toward a theory of creativity. ETC: A Review of General Semantics, 11(4): 249–260

Tindall, C. (1994). Personal construct approaches. In Bannister, P., Burman. E., Parker, I., Taylor, M. and Tindall, C. (Eds), Qualitative Research Methods in Psychology: A Research Guide (pp. 72-91). Open University Press, Buckingham

Weiss, H. M., and Adler, S. (1984). Personality and organizational behavior. *Research in Organizational Behavior*, 6: 1-50

Wiita, N. E. (2012). Differential Framing of Situational Strength: An Individual Differences-Based Conceptualization of Work Contexts. Dissertation submitted to School of Psychology in Georgia Institute of Technology

Young, S. F. (2013). A person-situation model of employee engagement. Dissertation submitted to School of Psychology in Florida Institute of Technology.

Zhang, H.and Babar, M. A.(2010). On searching relevant studies in software engineering. Proceedings of 14th International Conference on Evaluation and Assessment in Software Engineering, Keele, England, BCS.

3rd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 28-30 June 2019, Lefkosa

Piyasaların ve İş Dünyasının Gelişmişlik Düzeyi ile Ulusal Yükseköğretim Başarısının, Ulusal Rekabet Gücü Başarısı Üzerindeki Etkisi: Seçilmiş OECD Ülkelerinde Panel Veri Analizi

Dr. Karahan KARA
karahan.kara@hotmail.com
Orcid Id:0000-0002-1359-0244

Asst. Prof. Dr. Polat YÜCEKAYA
Orcid Id: 0000-0002-5000-9711

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, piyasaların ve iş dünyasının gelişmişlik düzeyi ile ulusal yükseköğretim başarısının, ulusal rekabet gücü başarısı üzerindeki etkisini tespit etmektir. Bu amaç ile OECD ülkeleri arasından verileri tam olan da, temel öğrenim odaklı, yenilik odaklı ve rekabet odaklı yükseköğretim ile ulusal rekabet gücü başarı ilişkileri panel veri analiz yöntemiyle tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla 20 OECD ülkesinin verileri temel alınmıştır. Çalışmada kullanılan veriler 2011-2017 yıllarına aittir. Ulusal rekabet başarı verileri The Global Competitiveness Index raporlarından, ulusal yenilik başarı verileri The Global Innovation Index raporlarından, ulusal yükseköğretim başarı verileri The Times Higher Education Supplement raporlarından derlenerek hazırlanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre İş dünyasının gelişmişlik başarısı, piyasaların gelişmişlik başarısı ve ulusal yükseköğretim başarısının etkinlik artırıcı ulusal rekabet gücü başarısı üzerinde pozitif yönde, anlamlı bir etkisi olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Gelişmişlik düzeyi, Yükseköğretim Başarısı, Ulusal Rekabet Gücü**,** Panel Veri Analizi

The Effect of Development Level of Market and Business World and National Higher Education Achievement on National Success of Competitive Power

ABSTRACT

The aim of this study is to determine the effect of the development level of the markets, business world and national higher education achievement on the success of national competitiveness. For this purpose, 20 OECD countries with full data from OECD were included in the sample group. The relations between national competitiveness and basic education-oriented, innovation-oriented and competition-oriented higher education achievements were determined by panel data analysis method. The data used in this study belong to the years between 2011 and 2017. National competition success data was compiled from The Global Competitiveness Index reports, National innovation success data was compiled from The Global Innovation Index reports, and National higher education achievement data was compiled from The Times Higher Education Supplement reports. According to the results of the research, it has been determined that the success of the business world, the success of the development of the markets and the success of the national higher education have a positive and significant effect on the efficiency of the national competitiveness.

Keywords: Development Level, Higher Education Success, National Competitiveness, Panel Data Analysis

1. GİRİŞ

Rekabet temel olarak üstünlük kazanmak için yapılan eylemleri ifade etmektedir. Rekabet kavramını işletme ve ulusal düzeyde tanımlayan Porter (1998) işletme düzeyinde rekabeti işletmelerin ürettiği ürün ve hizmetlerin fiyatlarında ve maliyetlerinde rakiplerine karşı üstünlük

sağlama girişimleri olarak tanımlamaktadır. Ulusal düzeyde ise ülkelerin uluslararası düzeyde etkinliğini artırmak amacıyla güçlü ve zayıf yanlarını belirleyerek doğru adımlar atmak amacıyla geliştirdiği çabalar şeklinde açıklamaktadır. İster ulusal düzeyde isterse işletme düzeyinde olsun rekabetin kabul edilebilir olması için belirlenen yarışma kurallarına rakiplerin uyması gerekmektedir (Türkkan, 2001).

Rakipler tarafından sahip olunan üstün özellikler ve ayırt edici yetkinlikler rakiplere rekabet avantajı kazandırmaktadır (Hitt ve Ireland, 1986). Rekabet avantajının sürdürülebilir olması için rakipler karşısında üstün rekabet gücünden doğan ekonomik değerlerin kaybedilmemesi ve sürekli hale getirilmesi gerekmektedir (Fleisher ve Bensoussan, 2003).

Rekabet stratejisi firmaların rekabet ortamında rakip firmaların sahip olduğu rekabet gücünden doğan etkilerden korunabilmek amacıyla piyasa içinde kendilerini konumlandırmak adına uyguladıkları stratejilerdir (Porter, 1980). Ayrıca firmaların belirlemiş oldukları temel amaçların gerçekleştirilmesi amacıyla rekabet stratejileri de geliştirmektedirler (Galbraith ve Schendel, 1983). Literatürde işletme düzeyinde ve ulusal düzeyde rekabet stratejileri geliştirmek maksadıyla rekabet strateji modelleri geliştirildiği görülmektedir. (Porter, 1990; Rugman ve D'Cruz, 1993; Cho, 1998; Cho vd., 2009).

Ulusal düzeyde rekabet stratejileri ülkelerin rekabeti sistematik bir şekilde ele almasını sağlamaktadır. Bu sistematik yapı içerisinde rol alan farklı aktörler bulunmaktadır. Bu aktörler arasında iş dünyası, piyasalar ve yükseköğretim kurumları yer almaktadır. İş dünyası içinde faaliyet gösteren firmaların kalitesi, ulusal ve uluslararası ticaret ağ başarıları ulusal rekabet gücüne katkı sağlamaktadır. Rekabete katkı sağlayan firmaların doğru yatırımlar yapabilmesi için ihtiyaç duyulan piyasa koşullarının yaratılması ulusal rekabet gücü başarısına katma değer sağlamaktadır. Yükseköğretim kurumlarının bilimsel araştırma çalışmaları, yenilik ve rekabet odaklı öğretim uygulamaları ile nitelikli işgücü üretmede ulusal rekabet gücüne katkı sağlamaktadır.

Ulusal rekabet gücünün belirlenmesinde araştırma şirketleri ve uluslararası kuruluşlar tarafından çeşitli çalışmalar yapılmaktadır. Bu çalışmalar arasında Heritege Vakfı tarafından "Ekonomik Özgürlük Endeksi", Uluslararası Yönetim Geliştirme Enstitüsü tarafından "Dünya Rekabet Gücü Yıllığı" Uluslararası Saydamlık Enstitüsü tarafından "Yozlaşma Algılama Endeksi" ve Dünya Ekonomik Forumu tarafından "Küresel Rekabet Gücü Endeksi" bulunmaktadır. Ulusal rekabet gücünün belirlenmesinde farklı endekslerde farklı alt faktörler belirlendiği raporlar incelendiğinde görülmektedir. Dünya ekonomik formu tarafından yapılan çalışmada rekabet gücünün alt faktörleri

temel gereksinimler, etkinlik artırıcı faktörler, yenilik ve sofistike faktörler bulunmaktadır. Temel gereksinimler alt faktörü rekabet için gerekli olan temel özellikleri göstermektedir. Yenilik ve sofistike faktörler ise ülke rekabet gücüne katma değer sağlayan faktörleri göstermektedir. Etkinlik artırıcı faktörler ise ulusal rekabet gücünün dinamik ayağını oluşturarak bünyesinde; *teknolojik hazırlık ve pazar büyüklüğü, , işgücü piyasa verimliliği, ürün piyasa verimliliği, finansal piyasa gelişimi, yüksek eğitim ve öğretim* alt kriterlerini barındırmaktadır.

Bu çalışmada ulusal düzeyde iş dünyası gelişmişliği, piyasaların gelişmişliği ve yükseköğretim kurumlarının başarısının ulusal rekabet gücünün dinamik ayağı olan etkinlik artırıcı faktörlerin başarısı üzerinde etkisi olup olmadığının tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda iş dünyası gelişmişliği, piyasaların gelişmişliği, ulusal yükseköğretim sistemleri teorik çerçeve bölümünde açıklanmaktadır. Metodoloji bölümünde ise panel veri analizi yöntemiyle istatistiksel olarak kavramlar arasındaki ilişki açıklanmaktadır.

3. METODOLOJİ

3.1. Veri Seti ve Örneklem Alan

İş dünyasının gelişmişliği, piyasaların gelişmişliği ve ulusal yükseköğretim başarısı ile etkinlik artırıcı ulusal rekabet gücü başarı ilişkilerinin ölçülmesini hedef alan bu çalışmada analiz yöntemi olarak panel veri analiz yöntemi uygulanacaktır.

Veri setine ait birim kesit kapsamında 20 OECD (ABD, Almanya, Avustralya, Avusturya, Belçika, Birleşik Krallık, Danimarka, Finlandiya, Fransa, Güney Kore, Hollanda, İrlanda, İspanya, İsveç, İsviçre, Japonya, Kanada, Norveç, Türkiye ve Yeni Zelanda) ülkesinin verileri temel alınmıştır.

Zaman kesiti kapsamında ülkelere ait 2011-2017 verileri kabul edilmiştir. Ulusal rekabet başarı verileri The Global Competitiveness Index raporlarından, ulusal yenilik başarı verileri The Global Innovation Index raporlarından, ulusal yükseköğretim başarı verileri The Times Higher Education Supplement raporlarından derlenerek hazırlanmıştır.

3.2. Hipotezler ve Araştırma Modeli

Araştırma kapsamında oluşturulan hipotezler aşağıda verilmektedir.

H1: İş dünyasının gelişmişlik başarısı etkinlik artırıcı ulusal rekabet gücü başarısını etkiler

H2: Piyasaların gelişmişlik başarısı etkinlik artırıcı ulusal rekabet gücü başarısını etkiler

H3: Ulusal yükseköğretim başarısı etkinlik artırıcı ulusal rekabet gücü başarısını etkiler.

Kavramsal çerçevede oluşturulan hipotezlerin test edilmesi amacıyla bir adet model oluşturulmuştur. Modele ait bağımlı ve bağımsız değişkenlerimiz Tablo-1'de sunulmaktadır. Araştırma modellerimiz ise şu şekilde oluşturulmuştur:

Model-1: $ea = f\ (\text{idg}, pg, uy)$

Tablo 1: Modele Ait Bağımlı Bağımsız Değişkenler

Model Numarası	Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişkenler
Model-1	Etkinlik Artırıcı Faktörlerin Başarısı (ea)	İş Dünyasının Gelişmişlik Başarısı (idg) Piyasaların Gelişmişlik Başarısı (pg) Ulusal Yükseköğretim Başarısı (uy)

3.3. Araştırma Modellerinin Analizi

Araştırma kapsamında oluşturulan modele ait tanımlayıcı istatistiklerinin belirlenmesi ve panel veri testleri Eviews 7 ve Stata 12 programları kullanılarak yapılmış ve her bir modele ait yapılan analizler aşağıda sunulmuştur.

Değişkenlere ait tanımlayıcı istatistikler Tablo-2'de gösterilmektir.

Tablo 2: Modellere Ait Tanımlayıcı İstatistikler

	ea	idg	pg	uy
Ortalama	5.149429	5.205357	63.79857	62.54521
Medyan	5.195000	5.325000	63.25000	61.10000
Maksimum	5.850000	5.920000	87.10000	96.05000
Minimum	4.180000	3.950000	38.00000	34.79000
Standart Sapma	0.305752	0.449985	8.808604	15.22796
Çarpıklık	-0.892358	-0.608919	0.138833	0.527302
Basıklık	4.132468	2.656659	3.473449	2.578995
Jarque-Bera	26.06154	9.339232	1.757308	7.521694
Olasılık	0.000002	0.009376	0.415342	0.023264
Gözlem Sayısı	140	140	140	140

Tablo-2 incelendiğinde OECD ülkelerine ait 2011-2017 dönemi etkinlik artırıcı ulusal rekabet gücü başarı ortalaması 5.149429 olarak gerçekleşirken standart sapması 0.305752 olarak tespit edilmiştir. İş dünyası gelişmişlik başarı ortalaması 5.205357 olarak gerçekleşirken standart sapması 0.449985 olarak tespit edilmiştir. Piyasaların gelişmişlik başarı ortalaması 63.79857 olarak gerçekleşirken standart sapması 8.808604 olarak tespit edilmiştir. Ulusal Yükseköğretim

başarı ortalaması 62.54521 olarak gerçekleşirken standart sapması 15.22796 olarak tespit edilmiştir.

Modele ait korelasyon matrisi Tablo-3'de sunulmaktadır. Tablo-3 incelendiğinde OECD ülkelerine ait etkinlik artırıcı ulusal rekabet gücü başarısı ile piyasalar gelişmişlik başarısı arasındaki ilişkinin (0.7161) en yüksek olduğu görülmektedir. Ayrıca etkinlik artırıcı ulusal rekabet gücü başarısı ile iş dünyası gelişmişlik başarısı (0.6952), etkinlik artırıcı ulusal rekabet gücü başarısı ile ulusal yükseköğretim başarısı (0.6595) ve iş dünyası gelişmişlik başarısı ile ulusal yükseköğretim başarısı (0.6565) ilişkilerinin birbirine yakın olduğu görülmektedir. En düşük ilişki ise piyasaların gelişmişlik başarısı ile ulusal yükseköğretim başarı (0.2898) ilişkisidir.

Tablo 3: Modellere Ait Değişkenler Arasındaki Korelasyon Matrisi

	ea	**idg**	**pg**	**uy**
ea	1.0000			
idg	0.6952	1.0000		
pg	0.7161	0.4127	1.0000	
uy	0.6595	0.6565	0.2898	1.0000

Modele ait panel durağanlık testleri ve birim kök test sonuçları Tablo-4'de sunulmaktadır. Tablo-4'de sunulan değişkenlere ait olasılık (P) değerlerinin %5 anlamlılık seviyesinin altında olması değişkenlere ait serilerde birim kök olmadığı ve serilerin durağan olduğunu göstermektedir.

Tablo 4: Modele Ait Panel Durağanlık ve Birim Kök Test Sonuçları

		ea	**idg**	**pg**	**uy**
LLC	**İstatistik**	34.0546	49.2342	-1.7651	-1.9014
	P değeri	0.0000	0.0000	0.0388	0.0286
	Gözlem Sayısı	140	140	140	140

Modele ait birim-zaman, birim ve zaman etki sonuçları Tablo-5'de sunulmaktadır. Tablo-5 incelendiğinde olasılık (P) değerinin %5'den küçük olduğu için birim etkisi var olduğu görülmektedir. Birim etkisinin var olması havuzlanmış en küçük kareler testinin uygun olmadığı sabit etkiler modeli veya rastsal etkiler modelinin kullanılmasının uygun olduğunu ispatlamaktadır.

Tablo 5: Modele Ait Birim ve Zaman Etki Test Sonuçları

Model Numarası	**Birim ve Zaman Etkisi**	**Birim Etkisi**	**Zaman Etkisi**

	Ki-Kare	**Olasılık**	**Ki-Kare**	**Olasılık**	**Ki-Kare**	**Olasılık**
Model-1	186.08	0.0000	138.80	0.0000	0.0000	1.0000
	Birim ve zaman etkisi vardır.		Birim etkisi vardır.		Zaman etkisi yoktur.	

Modele ait Hausman test sonuçları Tablo-6'da sunulmaktadır.

Tablo 6: Modele Ait Hausman Test Sonuçları

Model Numarası	**Hausman Testi**	
	Ki-Kare	**Olasılık**
Model-1	29.16	0.0000
	Model için Sabit Etkiler Modeli uygundur.	

Model kapsamında yapılan Hausman test sonuçlarına bakıldığında; Model-1 için olasılık değerinin (0.0003) %10 anlamlılık düzeyinden düşük olması nedeniyle en uygun model sabit etkiler olarak tespit edilmiştir. Modele ait matematiksel ifade şu şekildedir.

Model-1: $ea_{it} = \beta_1 + \beta_2 idg_{it} + \beta_3 pg_{it} + \beta_4 uy_{it} + \varepsilon_{it}$

Modele ait birimler arası korelasyon, değişen varyans ve otokorelasyon test sonuçları Tablo-7'de sunulmaktadır.

Tablo 7: Modellere Ait Birimler Arası Korelasyon, Değişen Varyans ve Otokorelasyon Test Sonuçları

Model Numarası	**Birimler Arası Korelasyon**		**Değişen Varyans**		**Otokorelasyon**
Model-1	Pesaran Testi		Değiştirilmiş Wald Testi		Baltagi Wu Testi
	Pr= 636.53	Prob=0.0000	Ki-Kare = 1.256012	Prob=0.0000	LBI = 1.256012
	Birimler arası korelasyon vardır.		Değişen varyans vardır.		Otokorelasyon vardır.

Modelin tamamında birimler arası korelasyon, otokorelasyon ve değişen varyans problemleri bulunmaktadır. Bu test sonuçlarına göre Robust (Dirençli standart hata) hata tahmin yöntemleri arasından Model-1 için en uygun hata yöntemi Huber Eicker hata yöntemi olarak tespit edilmektedir.

Modele ait düzeltilmiş panel veri test sonuçları Tablo-8'de gösterilmektedir.

Tablo 8: Modele Ait Düzeltilmiş Panel Veri Testi

	ea	Katsayı	Std. Hata	t-istatistiği	Olasılık
Model-1	**idg**	0. 0034662	0. 0016131	2.15	0.045
	pg	0. 5262776	0. 1339298	3.93	0.001
	uy	0. 0046422	0. 0026128	1.78	0.092
	C	1.897004	0. 6568289	2.89	0.009

Model-1'e ait yapılan Huber Eicker hata yöntem test sonuçlarına göre modele ait F testi (10.28) Model-1'in bütüncül olarak anlamlı olduğunu istatistiksel olarak ispatlamaktadır. Etkinlik Artırıcı ulusal rekabet gücü başarısı (ea) bağımlı değişkenin bağımsız değişkenler tarafından açıklanma oranını gösteren R-Kare değeri 0.6860olarak gerçekleşmektedir. Elde edilen bu sonuç panel veri analizinde açıklama gücünün yeterli seviyede olduğunu göstermektedir. Etkinlik Artırıcı ulusal rekabet gücü başarısı (ea) bağımlı değişkenine ait Model-1 (birimler arası korelasyon, otokorelasyon ve değişen varyans düzeltilmiş sonuçları) şu şekilde karşımıza çıkmaktadır.

$$ea_{it} = 1.897004 + 0.0034662\ idg_{it} + 0.5262776\ pg_{it} + 0.0046422\ uy_{it}$$

Modele ait hipotezlerin kabul ve ret durumları Tablo-9'da sunulmaktadır.

Tablo 9: Modellere ait Hipotezlerin Kabul/Ret Durumu

Hipotez Numarası	Açıklama Katsayısı	Olasılık (P<0.10)	Kabul/Ret Durumu	Açıklama
H1	0. 0034662	0.045	H_0 Ret H1 Kabul	İş dünyasının gelişmişlik başarısının etkinlik artırıcı ulusal rekabet gücü başarısı üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır.

H2	0. 5262776	0.001	H_0 Ret H2 Kabul	Piyasaların gelişmişlik başarısının etkinlik artırıcı ulusal rekabet gücü başarısı üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır.
H3	0. 0046422	0.092	H_0 Ret H3 Kabul	Ulusal yükseköğretim başarısının etkinlik artırıcı ulusal rekabet gücü başarısı üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır. .

4. SONUÇ VE TARTIŞMA

Araştırma sonuçları incelendiğinde İş dünyasının gelişmişlik başarısı, piyasaların gelişmişlik başarısı ve ulusal yükseköğretim başarısının etkinlik artırıcı ulusal rekabet gücü başarısı üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi olduğu tespit edilmiştir.

Ulusal rekabet gücü başarısının artırılmasında üniversitelere düşen görev, yenilik odaklı eğitim sistemini benimsemeleri ve araştırmaya yönelik girişimci üniversite anlayışını benimseyerek hareket etmeleridir. Ülkeler ise bu süreçte üniversitelerin girişimci yapıya dönüşmesinde destekleyici teşviklerde bulunmalı ve yasal düzenlemeler ile üniversitelerin dönüşüm sürecini koruma altına almalıdırlar. Sanayiye düşen rol ise üniversiteler ile stratejik ortak yapıları geliştirerek mevcut imkânlarını bilimsel araştırma yapmada üniversitelerin hizmetine sunmaktır.

KAYNAKÇA

Aaker, David A. (1989). Managing assets and skills: The key to a sustainable competitive advantage. *California management review*, *31*(2), 91-106.

Cho, Dong-Sung (1998). From national competitiveness to bloc and global competitiveness. *Competitiveness Review: An International Business Journal*, *8*(1), 11-23.

Cho, Dong-Sung; Moon, Hwy-Chang; Kim, Min-Young. (2009). Does one size fit all? A dual double diamond approach to country-specific advantages. *Asian Business & Management*, *8*(1), 83-102.

D'Cruz, J. R., & Rugman, A. M. (1993). Developing international competitiveness: The five partners model. *Business Quarterly*, *58*(2), 60-72.

Fleisher, C. S., & Bensoussan, B. E. (2003). *Strategic and competitive analysis: methods and techniques for analyzing business competition* (p. 457). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Galbraith, C., & Schendel, D. (1983). An empirical analysis of strategy types. *Strategic Management Journal*, *4*(2), 153-173.

Hitt, M. A., & Ireland, R. D. (1986). Relationships among corporate level distinctive competencies, diversification strategy, corporate structure and performance. *Journal of management studies*, *23*(4), 401-416.

Porter, M. (1980). Competitive Strategy, New York: Free Press. *PorterCompetitive Strategy1980*.

Porter, M. E. (1998). *Clusters and the new economics of competition* (Vol. 76, No. 6, pp. 77-90). Boston: Harvard Business Review.

Türkkan, E. (2001). *Rekabet teorisi ve endüstri iktisadı*. Turhan Kitabevi.

3rd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 28- 30 June 2019, Lefkosa

The Effect of Emotional Intelligence on Organizational Commitment: An Application on Hospital Employees

Dr. Rabia YILMAZ
Financial Consultancy Office
rabia6591@gmail.com

ABSTRACT

Today, the organizations operating in the service sector should consider the emotional state of their employees in order to show high performance. In this direction providing emotional adaptation between the organization and its employees plays an important role in the achievement of the organization. One of the factors creating this adaptation is emotional intelligence. Employees who can use their emotional intelligence at a high level interact more with their organizations and provide better integration with their organizations and as a result of that their organizational commitment increase. The main purpose of this study is to determine the effect of a public hospital employee's emotional intelligence on organizational commitment.

Survey technique was used as data collection tool. The questionnaires were conducted on 120 medical secretaries working in the public hospital in Konya City. In the study "Emotional Intelligence Scale" of Schutte et al. (1998) adapted by Chan (2004) and "Organizational Commitment Scale" of Allen and Meyer (1990) were used. In addition, SPSS 15.0 and AMOS 11 programs were used when analysing. In this study validity, reliability analysis, correlation and regression analysis were applied. As a result of the analysis it was found that emotional intelligence and some of its sub-dimensions had a significant and positive effect on organizational commitment and some of its sub-dimensions.

Keywords: Emotional Intelligence, Organizational Commitment, Hospital Employees.

1. INTRODUCTION

In recent years, many studies have been performed about the role of emotions in business life. These studies have found that emotional states are embedded in the organizational life and are an indispensable part of organizational life. One of the most important of these emotional states is emotional intelligence. Employees having emotional intelligence at good level understand and know their feelings better and manage both themselves and those around them better. Accordingly, acceptance of purpose and values of organization by the employees with increasing organizational commitment, making an effort to achieve these goals and wishing to continue organizational membership would maximize.

Especially, as a result of the high level of emotional intelligence of the employees from the service sector, the attitudes and feelings of the employees towards the enterprise will be strengthened positively. In this direction, they will integrate with the organization and they will feel themselves more belonging in the organization. As a result, they will adopt the place where they work much

more and their organizational commitment will increase, and in this case, the efficiency and productivity of organization shall also increase. In this case, it can be provided to increase the commitment of employees by considering the increase of the factors effecting the emotional intelligence.

In this study, it is aimed to examine in what level and to what extent the effect of emotional intelligence on the organizational commitment of public hospital employees. It is also aimed to contribute to the literature, because there are few studies on this topic in hospital organizations. The importance of this study results from the understanding of the relationships of employees' emotional intelligence and organizational commitment.

2. CONCEPTUAL FRAMEWORK

2.1. The Concept of Emotional Intelligence and its Sub-Dimensions

The concept of emotional intelligence was first used by Salovey and Meyer (1990). Salovey and Meyer (1990: 190) described the emotional intelligence as the ability of the individual to recognize his and others' feelings, to distinguish his own feelings from each other and to use all this knowledge correctly in the formation of thoughts and behaviors. From a different viewpoint, the emotional intelligence is the list of personal, emotional and social competences and skills that will help the individual to be able to cope with the pressures and demands from the environment successfully (Doğan & Şahin, 2007: 235).

In the literature, emotional intelligence is generally discussed into four main sub-dimensions. These sub-dimensions are emotional appraisal, empathic sensitivity, positive regulation and positive utilization. Emotional appraisal is a concept that enables the employee to know his own inner world, resources, intuition, preferences, potential, strengths and limits by evaluating himself correctly (Goleman, 2000: 395). Empathic sensitivity is the best way to develop others as well as to feel their emotions and perspectives and to understand what is needed for the development of others (Ural, 2001: 211). Positive regulation is related to the ability of the employee to measure his emotions and to manage his feelings positively (Bar-On, 1997: 42). Positive utilization is related to the fact that employees can be more creative and innovative by having a positive mood, can be able to solve problems easily and give a positive impression on other employees when they have a positive mood (Wong & Law, 2002: 245).

2.2. The Concept of Organizational Commitment and its Sub-Dimensions

Organizational commitment can be described as an emotional response to the benefits and advantages provided by the organization. Organizational commitment is the desire of the employee to accept the objectives and values of the organization, to make efforts to achieve these objectives and to maintain the membership of the organization (Swailes, 2002: 159). In other words, if employees have a great desire to work in the workplace, if they adapt to the values of the workplace as their values, and if they do their job completely as stipulated by the workplace, this signifies that the organizational commitment has occurred (Yirik, et al., 2012: 83).

In the literature, organizational commitment is generally discussed into three main sub-dimensions. These sub-dimensions are affective commitment, continuance commitment and normative commitment. Affective commitment is the identification of the employee with the organization, participation in the organization and feeling an emotional tie with the organization. The individual having this commitment considers himself as a part of the organization, and the organization bears a great meaning and importance for him (Gül, 2002: 45). Continuance commitment is to continue remaining in the organization by employees by calculating the costs expecting them in case they leave the organization (Allen & Meyer, 1990: 3). Normative commitment expresses that the employee morally bends towards remaining in the organization, that he is adhered to his organization with a strong sense of personal commitment and therefore he continues to work in the organization (Meyer & Allen, 1991: 63).

2.3. The Relationship between Emotional Intelligence and Organizational Commitment

Emotional intelligence which gives competitive power to the employees enables them more successful in their business. It also positively effects the performance and commitment of employees. Thus, it increases the quality of business life. Accordingly, having a high level of emotional intelligence is important not only for individual success but also for organizational success. Because the employee having high level of emotional intelligence can analyze his own emotions and the feelings of the people around him better, he will adopt the organization where he is working and will make more efforts for the organization. His loyalty and commitment shall increase much more with the response of organization to this situation. Employees with high emotional intelligence have a great desire to work in the workplace, they adapt to the values of the organization as their values and they do their job completely as stipulated by the workplace. This signifies that the organizational commitment has occurred. Thus, the employees with high

emotional intelligence will feel themselves more belonging in the organization and increase their level of identification with organization.

In other words, employees with high emotional intelligence will harmonize themselves with the organization and consider themselves as identical to the organization. In this direction, they will internalize their harmony with the organization, undertake the organization's objectives, achievements and failures and be more integrated with the organization much more. This will maximize the higher organizational commitment of employees.

3. RESEARCH METHOD

In this part, there are data related to the purpose and scope, universe and sample, scales, conceptual model and hypothesis of the study.

3.1. Purpose and Scope of the Study

The main purpose of this study is to find the effect of the emotional intelligence of medical secretaries working in a public hospital located in Konya City on their organizational commitment. Also, it is aimed to contribute to the literature because of the limited number of studies conducted on the relationship between the emotional intelligence and organizational commitment of hospital employees.

3.2. The Universe and the Sample of the Study

The universe of study consists of medical secretaries working in a public hospital in Konya City. And the sample of the study consists of 120 people who were randomly selected from those working in this hospital organization.

3.3. Data Collection Method

In this study, questionnaire was used as a data collection technique. Because there were some deficiencies in 5 out of 125 questionnaires gathered in study, these questionnaires were not included in the analysis. Therefore, 120 valid questionnaires were included in the analysis.

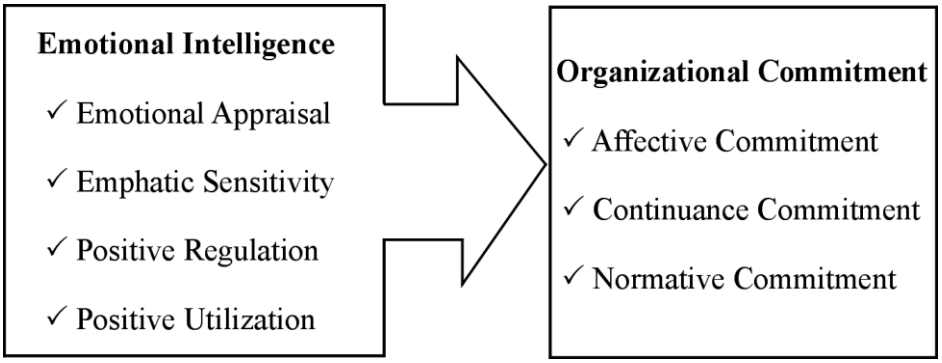
3.4. Scales, Conceptual Model and Hypothesis of the Study

The first section of the questionnaire is related to the demographic characteristics of 5 questions. In the second section, 12-item emotional intelligence scale adapted by Chan (2004) from the studies

of Schutte et al. (1998) was used. And in the third section, Allen and Meyer's (1990) 18-item organizational commitment scale was used. 5-point Likert scale was used in the questions of second and third section of the questionnaire.

In this study, it is attempted to find the effects of emotional intelligence and its sub-dimensions on organizational commitment and its sub-dimensions. In this direction, research model and hypotheses have been formed. The conceptual model of the study is presented in Figure 1.

Figure 1. *Conceptaul Model of Study*



The hypotheses of the study are as follows:

H1: There is a significant and positive effect of emotional appraisal on affective commitment.

H2: There is a significant and positive effect of empathic sensitivity on affective commitment.

H3: There is a significant and positive effect of positive regulation on affective commitment.

H4: There is a significant and positive effect of positive utilization on affective commitment.

H5: There is a significant and positive effect of emotional appraisal on continuance commitment.

H6: There is a significant and positive effect of empathic sensitivity on continuance commitment.

H7: There is a significant and positive effect of positive regulation on continuance commitment.

H8: There is a significant and positive effect of positive utilization on continuance commitment.

H9: There is a significant and positive effect of emotional appraisal on normative commitment.

H10: There is a significant and positive effect of empathic sensitivity on normative commitment.

H11: There is a significant and positive effect of positive regulation on normative commitment.

H12: There is a significant and positive effect of positive utilization on normative commitment.

4. FINDINGS AND DISCUSSION

In this part, there are analysis found as a result of research, and interpretation related to these analysis.

4.1. Demographic Findings

The characteristics of the respondents have been examined according to demographic findings. 61,7% (74) of the respondents were female and 38,3% (46) of them were male. 67,5% (81) of the respondents were married and 32,5% (39) of them were single. Also, 16,7% (20) of the respondents were between 21-25 years old, 50% (60) of them between 26-30 years old, 30% (36) of them between 31-40 years old and 3,3% (4) of them between 41-45 years old. 2,5% (3) of respondents are primary education graduate, 13,3% (16) of them were high school graduate, 42,5% (51) of them were college graduate, 35% (42) of them were bachelor and 6,7% (8) of them were master's and PhD graduates. Finally, 17,5% (21) of the respondents have been working less than 1 year, 16,7% (20) of them between 1-3 years, 22,5% (27) of them between 4-6 years, 25,8% (31) of them between 7-9 years and 17,5% (21) of them for 10 years or above.

4.2. Analysis of the Research

According to factor analysis created for study, KMO value, 738 and Bartlett test value for emotional intelligence were at the level 1028,14 (p =,000 <0,05). In this case, it was determined that the data were found to be in multivariate normal distribution. Also, the reliability coefficient is generally ,858 and the total variance explained is 52,236%. The eigenvalues of the emotional intelligence sub-dimensions are divided into four dimensions and the eigenvalues are greater than 1. This is the same with the actual emotional intelligence scale. Also, factor loadings for all factors are between ,711 and ,862 and greater than 0,50 and this is an optimum level for social sciences. KMO value ,846 and Bartlett test value for organizational commitment was 2475,762 and at the significance level of (p =,000 <0,05). In this case, it can be said that the data have a multivariate normal distribution. Also, the general reliability coefficient of organizational commitment is ,839 and the total variance explained is 52,323%. Organizational commitment is three factors and its eigenvalue is greater than 1. This is the same with the actual organizational commitment scale. Finally, factor loadings of all factors are between the values of ,721 and ,832 and the factor loading are greater than 0,50 and this is an optimum level for the social sciences.

To re-examine the validity of the scales in terms of goodness-of-fit with Lisrel 8.80 program, confirmatory factor analysis related to emotional intelligence and organizational commitment was applied. In this case, it was found that four-dimensional model in emotional intelligence (ΔX^2/df =3,337; p<0,001; GFI= ,93; AGFI= ,88; CFI= ,96; IFI= ,92; RMSEA= ,079) and three-

dimensional model in organizational commitment (ΔX^2/df= 3,639; p<0,001; GFI= ,91; AGFI= ,89; CFI= ,98; IFI= ,92; RMSEA= ,079) provided goodness-of-fit.

Table 1. Descriptive Statistics and Correlation Analysis Table

	Mean	**Std. Dev.**		**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**
1. Organizational Commitment (G)	3,67	,89	r	1,000								
			p	,000								
2. Affective Commitment	3,79	,76	r	,268**	1,000							
			p	,000	,000							
3. Continuance Commitment	3,23	,97	r	,254**	,375**	1,000						
			p	,000	,000	,000						
4. Normative Commitment	3,75	,77	r	,285**	,237**	,228**	1,000					
			p	,000	,000	,000	,000					
5. Emotional Intelligence (G)	3,82	,76	r	,389**	,262**	,211**	,238**	1,000				
			p	,000	,000	,000	,000	,000				
6. Emotional Appraisal	3,47	,93	r	,223**	,242**	,127	,251**	,229**	1,000			
			p	,000	,000	,94	,000	,000	,000			
7. Emphatic Sensitivity	3,52	,90	r	,236**	,238**	,217**	,103	,235**	,224**	1,000		
			p	,000	,000	,000	,76	,000	,000	,000		
8. Positive Regulation	3,63	,96	r	,226**	,324**	,78	,322**	,338**	,326**	,313**	1,000	
			p	,000	,000	,74	,000	,000	,000	,000	,000	
9. Positive Utilization	3,58	,91	r	,264**	,278**	,135	,264**	,272**	,262**	,278**	,276**	1,000
			p	,000	,000	97	,000	,000	,000	,000	,000	,000

Table 1 shows the means, standard deviations and correlation analysis of the variables. While affective commitment (3,79) has the highest mean continuance commitment (3,23) has the lowest mean, according to the means. There has also been a positive, significant and low level relationship between emotional appraisal and organizational commitment (r=,223; p=,000), between emotional appraisal and affective commitment (r =,242; p=,000) and between emotional appraisal and normative commitment (r= ,251; p=,000).

In addition to them, a positive and low level relationship occurred between empathic sensitivity and organizational commitment (r = ,236; p=,000), between empathic sensitivity and affective commitment (r =,238, p =,000) and empathic sensitivity and continuance commitment (r =,217; p=,000). Also, a positive, significant and low level relationship occurred between positive

regulation and organizational commitment (r =,226; p=,000), between positive regulation and affective commitment (r =,324; p =,000) and between positive regulation and normative commitment (r= ,322; p=,000). Finally, a positive, significant and low level relationship occurred between positive utilization and organizational commitment (r =,264; p =,000), positive utilization and affective commitment (r =,278; p=,000), positive regulation and normative commitment (r = ,264; p=,000).

Table 2. ***Regression Analysis related to the Effect of Emotional Intelligence Sub-Dimensions on Organizational Commitment Sub-Dimensions***

Model	Dependent Variable	Independent Variable	ß	T	P	F	Sig.	R	R^2	Adj. R^2
1	Affective Commitment	*Const.*	3,847	5,368	,000	51,538	,000	,684	,578	,545
		Emotional Appraisal	,199	3,749	,000					
		Emphatic Sensitivity	,192	2,852	,000					
		Positive Regulation	,216	4,439	,000					
		Positive Utilization	,204	2,023	,000					
2	Continuance Commitment	*Independent Variable*				41,534	,000	,527	,465	,421
		Const.	2,368	3,137	,001					
		Emotional Appraisal	,093	1,828	,067					
		Emphatic Sensitivity	,214	2,881	,000					
		Positive Regulation	,044	,478	,079					
		Positive Utilization	,053	,667	,412					
3	Normative Commitment	*Independent Variable*				46,374	,000	,663	,547	,447
		Const.	3,417	5,027	,000					
		Emotional Appraisal	,195	2,858	,000					
		Emphatic Sensitivity	,013	,178	,762					
		Positive Regulation	,214	3,438	,001					
		Positive Utilization	,217	3,637	,000					

In Table 2, adjusted R^2=,545 was found related to the effect of emotional intelligence on emotional commitment. In this direction, the sub-dimensions of emotional intelligence explain 54,5% of affective commitment. In addition to that F = 51,538 and sig =,000 indicate that the relationship between variables is significant. There is also a significant and positive effect of emotional appraisal (ß= ,199, p=,000), empathic sensitivity (ß = ,192, p=,000), positive regulation (ß =,216, p=,000) and positive

utilization (ß = ,204, p =,000) on affective commitment. As a result, H1, H2, H3 and H4 hypotheses were accepted.

In addition to this, adjusted R^2= ,421 was found related to the effect of the sub-dimensions of emotional intelligence on the continuance commitment. In this direction, the sub-dimensions of emotional intelligence explain 42,1% of the continuance commitment. In addition to them

F = 41,534 and sig =,000 indicate that the relationship between variables is significant. Also while there was a significant and positive effect of empathic sensitivity (ß =,214, p=,000) on continuance commitment, any significant effect of other emotional intelligence sub-dimensions could not be found on continuance commitment. As a result, H6 hypothesis was accepted.

Finally, adjusted R^2= ,447 was found related to the effect of the sub-dimensions of emotional intelligence on normative commitment. In this direction, the sub-dimensions of emotional intelligence explain 42,1% of the normative commitment. In addition to them F= 46,374 and sig=,000 indicate that the relationship between variables is significant. Also, there is a significant and positive effect of emotional appraisal (ß= ,195, p=,000), positive regulation (ß= ,214, p=,000) and positive utilization (ß= ,217, p=,000) on normative commitment. As a result, H9, H11 and H12 hypotheses were accepted.

5. RESULTS AND RECOMMENDATIONS

In an organization, good use of emotional intelligence by employees will increase their integration with the organization. This situation will maximize the organizational commitment of employees. The employee whose organizational commitment level is increasing will feel himself more belonging in the organization and attempt to be more beneficial for the organization.

In this study, 120 medical secretaries working in a public hospital located in Konya City were investigated. The main purpose of this study was to reveal the effect of emotional intelligence on organizational commitment.

According to the results of the research, it was found a significant and positive effect of emotional appraisal, empathic sensitivity, positive regulation and positive utilization on emotional commitment. In addition to this, it was found a significant and positive effect of empathic sensitivity on continuance commitment. Finally, it was found that there was a positive effect of emotional appraisal, positive regulation and positive utilization on normative commitment.

When we look at the results of the study in detail, the positive effect of emotional appraisal on affective commitment might be related to be aware of the emotions of the employee as well as better understanding of the emotional meaning of the organization for himself. The positive effect

of empathic sensitivity on affective commitment might be due to employees' understanding of emotional state of the others as well as not feeling himself out of place and considering himself as a part of the organization. The positive effect of positive regulation on affective commitment might be related to the fact that the employee likes the organization as a result of having a positive mood and feels an affective commitment to the organization. The positive effect of positive utilization on affective commitment might be related to the fact that increase in employee's ability to solve problems and find new ideas when having a positive mood effect his relationship with organization positively and in this case, it increases the affective commitment of the employee. The positive effect of empathic sensitivity on continuance commitment might be due to the positive effect of employee's ability to understand the mood of others in his relationship with the organization and others, and thus to the desire of the employee to continue his job. The positive effect of emotional appraisal on normative commitment might be related to the fact that the high level of emotional awareness of the employee may increase his commitment to the organization. The positive effect of positive regulation on normative commitment might be related to the better commitment of employee who can manage his positive mood efficiently and to his feeling guilty when leaving his job. The positive effect of positive utilization on normative commitment might be related to the fact that the employee who can solve the problems and find new ideas more quickly when having a positive mood feels himself belonging in his job and that he thinks that his performance provide benefit to the organization and feels himself compelled to work in the organization.

According to national and international literature; Nikolaou and Tsaousis (2002) found in their study conducted on 212 employees working in a medical institution that there was a positive relationship between some emotional intelligence sub-dimensions and organizational commitment levels of employees. Beltekin (2015) found a moderate positive relationship between organizational commitment and emotional intelligence levels of 412 employees who were managers in public institutions. As a result, these studies shows similarity to our study.

Özyer (2004) also found out that there is no effect of emotional intelligence on organizational commitment according to the results of his study conducted on 128 academic staff working in a university. Finally, Efe (2013) in his study on 253 healthcare employees, determined that there was no relationship of emotional appraisal, one of the sub-dimensions of emotional intelligence, with the sub-dimensions of organizational commitment and found that there was a positive effect of

empathic sensitivity only on continuance commitment. As a result, these studies did not give the same results in line with our study.

This study titled “The Effect of Emotional Intelligence on Organizational Commitment: An Application on Hospital Employees” is one of the very few studies approaching the emotional intelligence and organizational commitment relationships of the hospital employees. In this case, the study contributes to the literature.

As a result of study, the explanatory information was obtained related to the effects of employees' use of emotional intelligence on organizational commitment. In this direction, this study is important in terms of understanding how organizational commitment levels are effected with the employees' maximum use of emotional intelligence. Therefore, this study presents important findings to be used to integrate employees with the organization and to increase their commitment to the organization.

There are several limitations related to the procedures of hospital organizations during the data collection phase. Another limitation is to reach a limited number of employees and to perform the study in a public hospital located in Konya City. In other studies to be performed, it may be suggested to investigate the topic in other medical institutions. Also, in other studies, it may be suggested to investigate the relationships of the concepts of emotional intelligence and organizational commitment with other concepts.

REFERENCES

Allen, N. J., & Meyer, J. P. (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization. *Journal of occupational psychology*, *63*(1), 1-18.

Arslan, R., Efe, D., & Aydın, E. (2013). Duygusal zekâ ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişki: Sağlık çalışanları üzerinde bir araştırma. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, *5*(3),169-180.

Bar-On, R. (1997). The Emotional Quotient Inventory (EQ-i): Technical manual. Toronto, Canada: Multi-Health Systems.

Beltekin, E. (2015). Türkiye’deki gençlik hizmetleri ve spor il müdürlüklerinde görev yapan yönetici personelin duygusal zekâ ve örgütsel bağlılık düzeylerinin incelenmesi. *Erciyes Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Kayseri*.

Chan, D. W. (2004). Perceived emotional intelligence and self-efficacy among Chinese secondary school teachers in Hong Kong. *Personality and individual differences*, *36*(8), 1781-1795.

Doğan, S., & Şahin, F. (2007). Duygusal zekâ: Tarihsel gelişimi ve örgütler için önemine kavramsal bir bakış. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, *16*(1), 231-252.

Goleman, D. (2000). İşbaşında Duygusal Zeka. İstanbul: Varlık Yayınları, 393-448.

Gül, H. (2002). Örgütsel bağlılık yaklaşımlarının mukayesesi ve değerlendirmesi. *Ege akademik bakış dergisi*, *2*(1), 37-56.

Mayer, J. D., & Salovey, P. (1993). The intelligence of emotional intelligence. Intelligence, 17(4), 433-442.

Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human resource management review*, *1*(1), 61-89.

Nikolaou, I., & Tsaousis, I. (2002). Emotional intelligence in the workplace: Exploring its effects on occupational stress and organizational commitment. *The international journal of organizational analysis*, *10*(4), 327-342.

Özyer, K. (2004). Duygusal zeka ile örgütsel bağlılık ve bağlılığın alt formları arasındaki ilişkilerin saptanmasına yönelik ampirik bir çalışma. *Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara*.

Salovey, P., & Mayer, J. D. (1990). Emotional intelligence. *Imagination, cognition and personality*, *9*(3), 185-211.

Schutte, N. S., Malouff, J. M., Hall, L. E., Haggerty, D. J., Cooper, J. T., Golden, C. J., & Dornheim, L. (1998). Development and validation of a measure of emotional intelligence. *Personality and individual differences*, *25*(2), 167-177.

Swailes, S. (2002). Organizational commitment: A critique of the construct and measures. *International journal of management reviews*, *4*(2), 155-178.

Ural, A. (2001). Yöneticilerde duygusal zekânın üç boyutu. *Dokuz Eylül Üniversitesi SBF. Dergisi*, *3*(2), 209- 219.

Wong, C. S., & Law, K. S. (2002). The effects of leader and follower emotional intelligence on performance and attitude: An exploratory study. *The leadership quarterly*, *13*(3), 243-274.

Yirik, Ş., Yilmaz, Y., Demirel, O. N., Yilmaz, Y., Akgün, A., & Kinay, H. (2012). Analysis of the hotel personnel's conceptions of organizational justice, organizational silence, mobbing,

organizational commitment in terms of demographic variables. In *3rd International Symposium on Sustainable Development*, May 31 - June 01, Sarajevo: 82-94.

3rd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 28-30 June 2019, Lefkosa

Afiş Tasarımında Beyaz Alanlar

Asst. Prof. Dr. Rahşan Fatma AKGÜL
Van Yüzüncü Yıl University, Faculty of Fine Arts
rahsan.7@hotmail.com

ÖZET

Grafik tasarımın sabit bir anlamı yoktur, bununla birlikte günlük ve ortak dilde kullanımına ilişkin birçok tanımı vardır. Geniş anlamı ile grafik tasarım görsel anlatımların iletişime dayalı üretimidir. Bu görsel ve metin tabanlı üretimlerin estetik ve kalıcı bir tasarımla sonuçlanabilmesi için görsel tasarım ilkeleri ile bağını koparmaması gerekmektedir. Bu anlamda bir tasarımda beyaz alanın kullanımına paralel olarak görsel öğelerin denge ve hiyerarşisi, tasarımı görsel anlamda güçlendirecek ilkeler arasındadır.

Grafik tasarım tarihinde beyaz alanların kullanımı Modernizm ile birlikte yaygın bir işlevsellik kazanmıştır. Modernizm öncesi sanat akımlarının süslemeci tavırlarına karşıt bir anlayışta plastik ekonomiyi esas alan Modernist tasarımcılar, eliminasyonu bir sonuç noktası olarak belirlemişlerdir. Mimari, tasarım ve sanat alanlarında dinginlik, sadelik ve nötrlük gibi kavramlar beyaz ile özdeşleşmiş, Modernizm' de beyaz yüzey ile tasarımcılar tasarımlarında etkili çözümler üretmişlerdir.

Araştırmada Modernizm ile hız kazanan beyaz alanların grafik tasarımda kullanımı, günümüz tasarım dünyasında kullanım biçimleri ile afiş boyutunda incelenecektir. Araştırmanın süreci tarihsel dizge içinde ele alınacak, dönemsel grafik tasarımlar örnekleri eşliğinde konu literatür verileri ile desteklenecektir. Ayrıca görsel bir öğe olarak beyaz alanlar, günümüzde grafik tasarımcıların sıklıkla kullandığı tasarım yöntemleri arasında olmasına karşın, grafik tasarımı noktasında bu konuyu irdeleyen araştırmaların sınırlılığı araştırmayı önemli hale getirmektedir.

Anahtar Kelimeler: Grafik Tasarım, Afiş Tasarımı, Modernizm, Beyaz Alanlar.

White Space in Poster Design

ABSTRACT

There are no static meanings in graphic design, and along with it, there are many definitions in regards to its use in daily life and common language. In its wider definition, graphic design is the production of visual expressions based on communication. For the sake of these visual and text based productions to conclude with esthetic and lasting design, their bond with visual design principles must not be severed. In this sense, parallel to the usage of white space in a design, the balance and hierarchy of visual objects are among the principles which will empower the design visually.

The usage of white spaces in graphic design history have gained a prevalent practicality with the Modernism movement. Modernist designers which have taken plastic economy as a basis against the glamorous stylistics of art movement which came before Modernism are designated elimination as a conclusion point. The contexts like tranquility, simplicity and neutrality are identified as white in architecture, design and art, and designers have produced effective solutions in their designs with white surface in Modernism.

In this research, the usage of white spaces in graphic design which have gathered pace with Modernism, their usage styles in modern world and white spaces in the context of banners will be analyzed. The process of this research will be approached in historical order and the subject, accompanied by periodical graphic design examples will be supported with literature data. Nevertheless, white spaces as a visual object, while being a commonly used design method for graphic designers nowadays, are making it important to investigate the limitation of the researches that examine this issue at the point of graphic design.

Although white spaces as visual objects are among the most common design methods currently used by graphic designers, the limitations of the researches that address this issue at the point of graphic design renders this research important to analyses.

Keywords: Graphic Design, Poster Design, Modernism, White Spaces.

Giriş

Grafik tasarımda görsel kompozisyonu oluşturmak için tasarımcılar tarafından kullanılan tasarım öğeleri ve ilkeleri vardır. Bir kompozisyonun temel yapı taşlarını oluşturan bu görsel öğeler ve ilkeler aynı zamanda çalışmanın gücünü arttırmak içinde önemlidir. Tasarım öğeleri ve ilkelerini etkili biçimde düzenlemek, tasarımın birliğini ve bütünlüğünü sağlayarak çalışmanın izleyicide yaratacağı görsel etkiyi de arttırmaktadır. Temel tasarımın öğelerinden biri olan mekân, her şeyi içine alan boşluk olarak tanımlandığı gibi görsel sanatlarda biçimler tasarımcı tarafından bu boşluk içinde organize edilirler. Bu organizasyon grafik tasarım söz konusu olduğunda mekânı bir form olarak algılar ve "beyaz alan" olarak da tanımlayabilir. Mekân öğesine bağlı olarak "beyaz alan" kavramı bir tasarımda okunabilirlik, görsel etki ve harmoniyi oluşturmada önemli bir etkiye işaret ediyor olabilir.

Bu bağlamda beyaz alanı anlayabilmek için pozitif ve negatif mekânın ne olduğunu çözümlemek gerekmektedir. Pozitif alan görsel kompozisyonda biçim, nesne ya da şeydir. Böylelikle boşluk negatif alan olarak kabul edilmektedir. Bir formun figüre dönüştüğü mekân boşluktur. Bu durum tasarımda form/mekân ilişkisi olarak tanımlanmakta ve mekân resim düzleminde görsellerin düzenlenişi ile ilgili olarak kendini ilişkilendirmektedir. Form, mekân ilişkisi ve bu öğelerin birbirilerine olan etkileri, oluşum nedenleri ile ilgilidir. Çünkü özdeki bu bağlılığa paralel olarak, mekân olmadan form, form olmadan mekân görsel anlamda tanımlanamaz. Böylece birinde ortaya çıkan değişim doğal olarak ötekini de etkiler ve değişime uğratır. *"Şekil ile mekân arasındaki çatışma, izleyicinin algıladığı görsel aktivite, hareket ve üç boyutluluk duygusunu tanımlar"* (Coates, 2014, s.3)

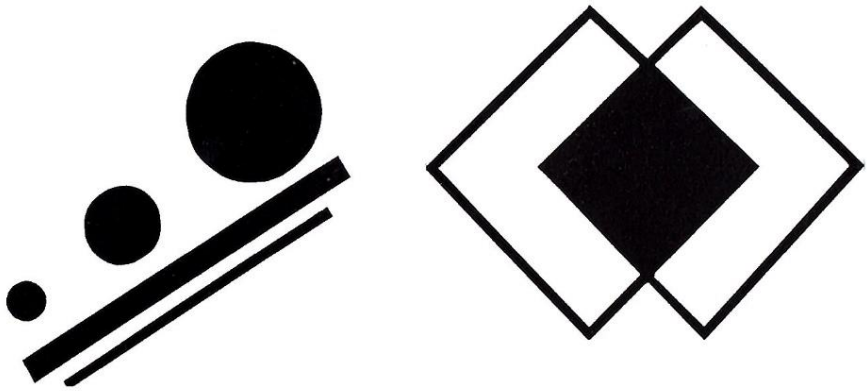


Resim 1. Makro ve Mikro Alan

Görsel tasarımda aktif ve pasif olmak üzere iki türlü beyaz alandan bahsedilebilir. Aktif alan, kurgusunu belirli bir sistemden alan görsel yapı ve düzen oluşturmak amacı ile bilinçli bırakılan boş alanları ifade ederken, pasif alan sayfa düzeninin dışındaki alan ya da form içeriğinin içindeki boş alanları işaret etmektedir. Simetrik bir tasarımda beyaz alanın pasif olarak tanımlanmasının nedeni; tasarımda pozitif formları algılarken görsel bütünlük oluşturmaması ve fark edildiği durumlarda arka plan olarak yorumlanmasıdır. Bu anlamda pasif beyaz boşluk sadece boşluktur ve tasarımsal bir öğe olarak anlamlı bir imgeye dönüşmez amacı sayfa için sadece bir tür kenar boşluk olmaktan öteye geçmez. Aktif beyaz alan ise, tasarımda görsel gücü arttırmak için tasarımcı tarafından bilinçli olarak kullanılan 'boşluk' olarak kabul edilen alandır. Aktif beyaz boşluğun iki bileşeni, makro ve mikro olarak bilinen boşluk tipleridir. Makro boşluk, bir kompozisyonda formlar arasındaki boşluk olarak tanımlanabiliyorken, mikro boşluk ise, daha küçük elemanlar arasındaki boşluk olarak ifade edilebilir. (Coates, 2014, s.3-4)

Görsel tasarım ilkelerinden birlik, denge, oran, vurgu ve odak noktası ile beyaz alanın doğrudan ilişkisi tasarımda dikkat edilmesi gereken önemli bir faktördür. Görsel tasarım ilkelerinden oran ve orantı, formun genişliğinden derinliğine ya da iki biçim arasındaki boşluk miktarına hatta başka biçime kadar farklılık göstermekte ve beraberinde renk kullanımını da gerektirmektedir. Bir tasarımda sayfayı grid (ızgara) sisteminde bölümlere ayırmak için beyaz alanın kullanımı sıkça karşılaşan bir durum olduğu gibi aynı zamanda görsel zıtlık yaratmak adına da işlev görmektedir.

Bu bağlamda tasarımın oranlarına karar verirken kullanılan boşluk, biçimler arasındaki ilişkiyi gözün doğal seyrinde algılayabilmesi için kullanılmaktadır. (Coates, 2014, s.6) Denge ilkesinde ise görsel ağırlıktan söz etmek gerekmektedir. Bir kompozisyonda formların düzenlenmesi ile ilgili olan *görsel ağırlığı algılama biçimimiz; büyüklük, kontur, renk, ton değeri, doku ve konumu içeren değişkenlerin yerleştirilmesiyle oluşur.* (Öztuna, 2008, 23) Tasarımda beyaz alanın kullanımı zıtlıkları kompozisyonda dengelemeye de yardımcı olmaktadır.*"Pozitif alan görsel olarak negatif alandan daha ağırdır. Bu sebeple çok fazla doldurulmuş alan, dengeleme miktarında boş alanı gerektirmektedir."* (Coates, 2014, s.7)



Resim 2. Görsel Denge Örnekleri

Bir diğer tasarım ilkesi olan vurgu ve odak noktası ise, izleyicinin ilgisini çekerek onu aktif hale getirip, tasarımın çözümüne yönlendirmeye çalışmaktadır. Odak noktası, kompozisyonda "önemli olan şey" dir. Odak noktası oluşturmak için tasarımcılar beyaz alanları kısa yol olarak kullanmaktadır çünkü beyaz alan, tasarım düzleminde en önemli biçimi çevreleyerek izole eder ve onu diğer biçimlere göre ön plana çıkarır. Böylelikle beyaz boşluk tam anlamıyla sayfanın kendisini vurgulamaktadır.

Birlik ve uyum ise görsel tasarımda birlikte çalışan iki ilkedir. Görsel uyumun hakim olduğu bir tasarımda düzen birliği görülür. Birlik ilkesi kompozisyonu oluşturan bütün görsel elemanlar arasındaki diyalektiğe dayalı iletişimin karmaşaya düşmeden uyum ve anlaşma içinde olmasını gerektirir. *"Birlik, oval şekiller, doğrusal elemanlar ve diğer geometrik desenlerin tekrarı arasındaki görsel bir benzerlik ile sağlar. Formlar arasındaki negatif şekiller veya boşluklar da benzeşir ve tekrarlanır".* (Coates, 2014, s. 11) Böylelikle birlik ilkesi biçimleri görsel olarak düzenlerken, tutarlı tasarım ya da görsel mesaj gibi görünmelerini sağlar. Bu yolla izleyicinin algısını görsel kaostan uzaklaştırarak, beynin düzeni görmesine yardım eder.

> Boşluk tüm tasarım öğelerinin var olduğu ortamdır: Mesajın oluşturulduğu ve algılandığı fiziksel çevredir. Sayfa düzeni konusunda veya sayfa söz konusu olduğunda sayfaların kenarlarından ciltlenmesi söz konusudur. Yaratılan veya fiziksel olarak var olan bu çerçeve, alanı belirler ve uzamsal içeriğin meydana geldiği sınır görevi görür. Bu içerik, zeminden veya arka plandan farklıdır çünkü burada bir ön/ arka ilişkisi yoktur. İçerik, aktif çalışma alanının kenarını/sınırını ima eder. Ön/arka ilişkisi kenarın/sınırın var olmasıyla birlikte önerilebilir buna karşın hem uzamsal içerik hem de figür/arka plan birlikte yer alabilir. (Ambrose, G., Billson , 2013, s. 124)

Hassan Massoudy, 'Calligraphy' isimli kitabında; mimari bir tasarımı yaşanacak mekânlar olarak tanımlamış, boşlukların en az onu çevreleyen duvarlar kadar önemli olduğuna değinmiştir. Grafik tasarımda boşluk ise kompozisyonu çevreleyen elemanların ilişkisine bağlı olarak ortaya çıkmaktadır. (Kılıçkaya, 2007, s. 27)

Bir formun görsel algıda yarattığı varlığı, çevresinde ve içinde sahip olduğu boş alanlarla eşdeğerdedir. Bu boş alanlar fiziksel anlamda biçimin karakteristik yapısını izleyenin izleğinde görünür kılar ve algılatır. Biçim ya da harf söz konusu olduğunda pozitif yani siyah alanların algıyı kolaylaştırdığına dair yaygın düşünce aslında eksiktir çünkü biçim ya da harfin içinde ve dışında kalan beyaz alanlar onun algılanmasını sağlayan asal faktörlerdir. Grafik tasarımda beyaz alan olarak adlandırılan negatif alan kavramı, basit anlamı ile yazı ve görseller, sayfa üzerinde kenar boşlukları, sütunlar ve satırlar arasındaki boşluklar gibi tüm tasarım öğeleri arasında ve çevresindeki boşluklara işaret etmektedir.

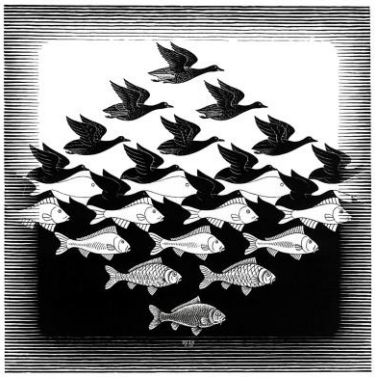
Alex W. White (2002, s.15) işlevsel durumlarına göre beyaz alanları, *diğer elemanlarla çevrilmiş alan (trapped space), harflerin arasındaki boşluklar (counterform), bir amaç sunan ve tasarımın içsel parçası olan boşluk (working white) ve potansiyeli fark edilmemiş boşluk (leftover space)* olarak gruplandırmıştır. Her ne kadar beyaz alanlar üzerinde herhangi bir biçim ya da figür barındırmasa da onu önemsiz, hesap edilmesine gerek olmayan bir durum olarak görmek tasarımda karmaşa yol açarak, algıyı güçleştirecek görsel bir etki bırakacaktır.

İşlevlerine göre anlam kazanan beyaz alanlar, özündeki boşluk kavramını yani kâğıdın kendi rengi olan beyazı, üzerine küçükte olsa bir form ya da biçim eklendiğinde ve kendisini onunla ilişkilendirdiğinde kırar ve yeni bir anlam kazanır. Tasarımcı tarafından kasıtlı ya da kasıtsız

bırakılan bu alanlar izleyicinin algısında önemli etken oynar bu durumda beyaz alanların psikoloji ile doğrudan bağlantısı olduğu söylenebilir. (Kılıçkaya, 2007, s. 21)

> Algı temel olarak şekil (obje, nesne) ve zemin (fon) arasındaki; ayırt edilmeyi sağlayan ilişkiye dayanmaktadır. Göz ve beyin, bir nesneyi algılamak için çevresinden ayırmaya çaba gösterir. Şekil ve zemin arasındaki ilişki, çoğu zaman dinamik ama belirsiz bir temel üzerine kurulmuştur. Şekil ve zemin bazen pozitif, negatif ilişkisi içinde oluşur. (Becer, 1997, s. 64)

Bu ilişki en iyi M.C. Escher'in çalışmalarında görülmektedir:

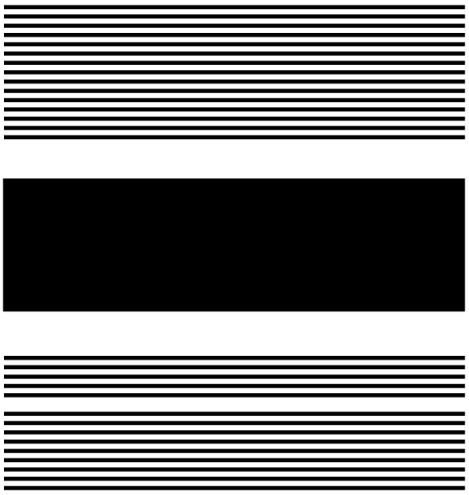


Resim 4. M. C. Escher "Hava ve Su" ilişkisi



Resim 5. Şekil ve zemin arasındaki negatif pozitif

Beyaz alan ile boşluk arasındaki ilişkiye dair birçok açıklama vardır. Robert Bringhurst, yazıyı bir doku gibi gri lekeler olarak tanımlarken, satırlar arasındaki beyaz alanları beyaz çizgi olarak düşünmüştür. Bununla birlikte White bu tanımlamaya şöyle açıklık getirmiştir: Aşağıdaki örnekte satır aralarındaki beyaz boşluklar yani Bringhurst' ın tanımı ile beyaz çizgiler aradan çıkarılırsa elde edilecek görüntü siyah bir alandır. Bundan dolayı gri bir ton değerine ulaşmak için siyah çizgilerin yanında beyaz satır arası çizgilere de ihtiyaç vardır. Ayrıca görselden tek bir satır çıkarıldığında elde edilecek görüntüde beyaz alan olan boşluk, gri lekeden daha fazla odak noktası oluşturacaktır. (Kılıçkaya, 2007, s. 29)

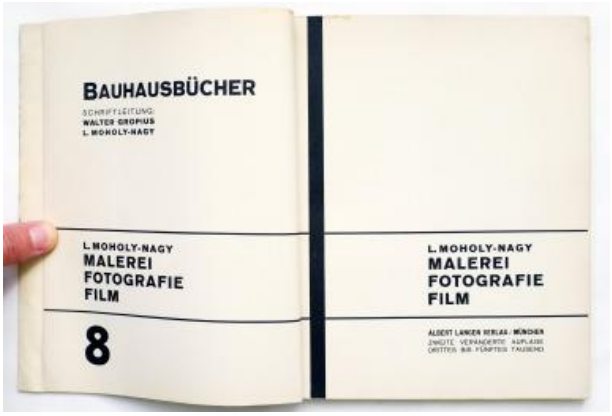


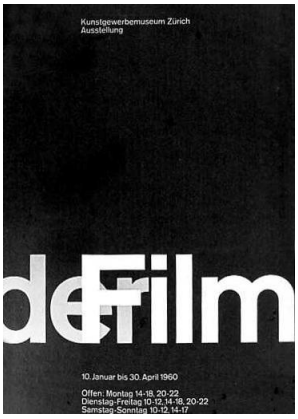
Resim 6. White Line (Beyaz Çizgi) (White, 2002, s. 17)

Daha önce sözü edildiği üzere beyaz alan zaman zaman tipografide zaman zamansa arka planda, kısaca tasarımın her karesinde görülebilmektedir. Sadece beyaz olan alan anlamına gelmeyen beyaz alan, renkli olan olmayan bütün negatif boşlukları kapsayabilmektedir. Anahtar bir tasarım aracı olarak çalışmanın genelinde doğru kullanıldığında tasarıma nefes aldırmakta ve görsel ağırlığı azaltmaktadır. Böylesi görsel bir gelişimin sağladığı algısal hafiflik, karmaşayı tasarımdan uzaklaştırarak izleyicinin göz yorgunluğunu ortadan kaldırmaktadır. Araştırmaların ortaya koyduğu üzere tasarımda kullanılan beyaz alan, gözün durma noktasına izin vermesiyle iletilmek istenen mesajın izleyici tarafından algılanabilirliğini arttırmaktadır. Bu da tasarımda görsel okunabilirliği arttırarak tasarımcıların daha zarif tasarımlara imza atmalarını sağlamaktadır. (Coates, 2014, s. 39)

Fransız mimar Le Corbusier beyaz alan ve Modernizmi birbiri ile ilişkilendirerek, Modernizmde sadelik ve estetik bütünlük yaratmak adına gerekli olduğu düşünülen beyaz duvarları 1925 yılında yayınladığı 'Bugünün Dekoratif Sanatı (L'art décoratif d'aujourd'hui)' adlı kitabında beyazın kullanımını neredeyse modern mimarinin temel anlayışı olarak tanımlamış ve kitabında beyazlık ne kadar tasarıma hakimse o kadar modern olunabileceğini belirtmiştir. Bu anlamda disiplinlerarası etkileşimin kaçınılmaz olduğu gerçeğinden yola çıkarak grafik tasarım tarihinde beyaz alanların kullanımının da Modernizmle yaygınlaştığını söylemek yanlış olmaz. Aynı mimari de olduğu üzere grafik tasarımda sayfa üzerinde beyaz alanlar, sadelik ve işlevselliğe hizmet etmektedir. 'Az çoktur' fikri ile kendinden önce gelen sanat akımlarının süslemeci tavrından kaçınmaya çalışan

Modernist düşünce biçimi, sadeleşme, sakinlik, yalınlık, sessizlik, temizlik ve nötrlük gibi kavramlara beyaz alanları kullanarak ulaşmaya çalışmıştır. (Kılıçkaya, 2007, s. 29)





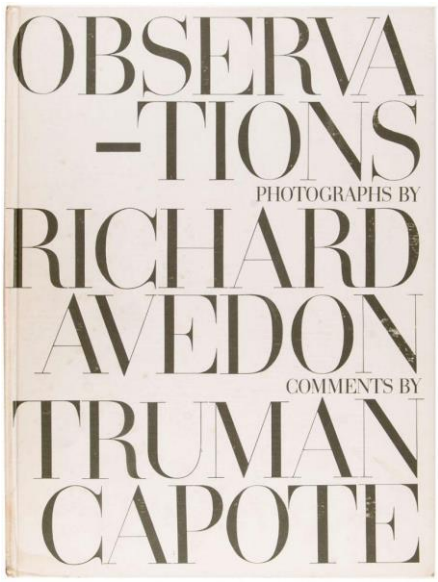
Resim 7. Lazslo Moholy-Nagy tarafından tasarlanmış 8.Bauhaus kitabının başlık sayfası

Resim 8. Josef Müller-Brockmann'in 'Der Film' konulu sergi afişi, 1960

Modernizm ile beyaz alan arasında kurulan ilişkide önemli etkenlerden biri de mekân, zemin anlamı taşıyan 'space' kavramıdır. Zemin, sanat objesi ile kurduğu ilişki noktasında özgürlük elde etmiş, olayın meydana geldiği yer olma özelliğinden ziyade olayların meydana getirdiği yer anlamı kazanmış ve mekân sanat çalışmalarında sanatsal bir öğe olarak düşünülmeye başlamıştır. Grafik tasarımda da Modernizm ile mekân kavramı doldurulması gereken yer olma özelliğinden çıkmış, tasarımla beraber düşünülmesi gereken yer olarak görülmüştür. Diğer tasarım öğelerinde olduğu üzere mekân artık görünmeyen bir öğe değil aksine kullanıldığında anlamlandırılabilen bir tasarım öğesi olarak kullanılmaktadır. Modern sayfa düzenlemelerinde kendinden önce simetrinin hakim olduğu sayfa düzeninin dışında görülen yeni asimetrik sayfa düzenlemelerinin yenilikçi algısı beyaz alanların kullanımını yaygınlaştırmıştır. Modernizm öncesi simetrik dengenin hakim olduğu kompozisyonlarda kendini yatayda gösteren tipografik denemeler, beyaz alanların kullanımını monotonlaştırmış ve işlevlerini kısıtlamıştır. (Kılıçkaya, 2007, s. 32-33) Grafik tasarım tarihinde Bauhaus Stili, Yeni Tipografi anlayışı, Uluslararası Tipografik Stil ve Amerikan Modernizmi işlevsel beyaz alanları yaygın olarak kullanan tasarım anlayışları olmuşlardır.



Resim 9. Harper's Bazaar'da bir makale, Fotoğraf Man Ray, Alexey Brodovitch tasarımları Mart 1936



Resim 10. Richard Avedon, Gözlemler

1950'lere gelindiğinde beyaz alanların grafik tasarımdaki önemli yorumunu boş bir yüzeyin basılı bir yüzey kadar ilgi çekici olabileceğini düşünen ilk sanat yönetmenlerinden biri olan Alexey Brodovitch yapmıştır. Gerçekleştirdiği Harper's Bazaar sayfa düzenlerinde, pozitif ve negatif dinamizmini taşıyan yazı blokları ve fotoğraflarla beyaz sayfaya özel bir alan gibi müdahale etmiştir. Richard Avedon'un fotoğraflarının kitaplaşmış hali olan Gözlemler (Obsevation) siyah ve beyazın her sayfadaki düzenlemesinin gücü ile "devrim sınırında cesaret" olarak nitelendirilmektedir. Beyaz alanlar 1970'lerde elit ve seçici olarak düşünülmüş bu görsel tavırdan dolayı eleştiriye maruz kalmıştır. Bununla birlikte Postmodernistlerin bu tasarım anlayışını reddetme nedenleri ise beyaz alanları mimar Le Corbusier'in radikalizmiyle eşleşen 'az çoktur' diktesi ve Jan Tschihold veya Sandberg gibi grafik tasarımcıların ideolojik minimalizmiyle özdeşleştirmesidir. Bu sürecin devamında Neville Brody ve Fabien Baron gibi sayılı sanat yönetmenleri çoğunlukla açılış sayfası olmak üzere tipografik tarzlarını gösterebilmek amacıyla beyaz alanları tekrar kullanma fırsatını elde edebilmiştir. (Heller, Vienne, 2016, s. 150)

Beyaz alanların kullanımı günümüzde göze dinlenme süresi ihtiyacı gerektiren sanat kitaplarıyla sınırlı kalmış gibi görünse de bazı Avrupalı grafik tasarımcılar beyaz alanları algıda nefes aldırma amacı ile değil, yıkmak amacıyla kullanmışlardır. *Irma Boom'un Sheila Hicks: Metafor Olarak Dokuma* (*Irma Boom'un Sheila Hicks: Weaving as Metaphor)* için yaptığı *bütünüyle beyaz kapak üzerine, okuyucuları kitabı içinde gösterilen lif heykeller kadar duyusal bir nesne gibi*

deneyimlemeye hazırlamak için derin bir doku kabartma yapılmıştır. Burada beyaz alan, görsel uyaranların yerine dokunsal zevki koymaya açık bir davettir. (Heller, Vienne, 2016, s. 150)

Tasarımda monotonluğu arttıran en önemli etken tipografi ve görsellerin eşit ağırlıkta kompozisyona yerleştirilmesidir. Grafik tasarım ürünlerinin çoğunda olduğu gibi afişte de tasarım alanındaki bütün formların ve biçimlerin birbirleri ile olan diyalogları aralarında bırakılan boş alanların doğru işlevsellik kazanması ile anlamlanmaktadır. Sade ve nesnel bir tasarım anlayışının sonucu olan beyaz alanlar, tasarımda tekdüzelik olmaması adına tasarım elemanlarının devinim duygusu yaratacak biçimde ele alınmasını gerekli kılmıştır.



Resim 11. Jeker Werner, Aaron Siskind Musee de l'Elysee Lausanne, 1994

Werner bu afişinde beyaz alanları siyah alanlara göre daha yoğunlukta kullanarak figürün ön plana çıkmasını sağlamıştır. Odağın figür üzerine kurulduğu bu tasarımda sade fakat etkili görsel dil, beyazın etkisi ile gücünü arttırarak, afişin sadece görsel anlamda değil anlamsal bakımdan da dinamizm kazanmasını sağlamıştır. Tasarımcı aynı zamanda göze sıradan gelmeyen büyük bir boşluk yaratarak izleyicide yer çekimine bağlı olarak bir gerginlik hissi yaratmaktadır. Boşlukta asılı duran figür, izleyende uyandırdığı her an yere düşecekmiş hissi ile ilgiyi endişeye bağlı olarak siyah leke üzerinde yoğunlaştırmaktadır.

Bununla birlikte afiş tasarımlarında izleyici ile kurulan imgesel iletişiminde karmaşanın egemen olması iletinin başarılı bir şekilde ulaşmasını engellemektedir. Düzensiz bir kompozisyon izleyicinin algısında gerilimli bir süreci başlatabilmektedir. Yine de afiş tasarımında beyaz alanlar,

estetik ölçülerin bireysel yorumlarında izleyene her zaman yeterli gelmeyebilir. Beyazın yoğunlukta olduğu tasarımlar bazen izleyende tasarıma dair yarım kalmışlık hissine sebep olabilmektedir. Çünkü tasarım eğitiminden geçmemiş kişiler söz konusu boşlukları kompozisyon için fırsat görmek yerine doldurulması gereken bölümler olarak algılamaktadır ve onlar için yüzeyde boşluğun doldurulmak dışında hiçbir anlamı bulunmamaktadır. Bu durum insani bir duygunun yani boşluk korkusunun ve eğitim sonucu kazanılan tasarımda durma noktasını bilmenin önemini bilmemekten kaynaklanmaktadır.

Sonuç

Mimarlık, güzel sanatlar ve endüstriyel tasarım gibi alanlarda boşluk, denge ve hiyerarşi ilkelerini anlamak iyi tasarım üretmede esastır. Bu ilkeler sayfa üzerinde yer alan öğelere uygulandığında grafik tasarımcının "tasarım sözlüğü" nün temelini oluştururlar. İyi tasarım yaratımında merkez nokta olmalarının yanı sıra bu ilkeler aynı zamanda bilinçli ve kararlı sonuçlara götüren tüm kompozisyonlar için de temeldir. (Ambrose, G., Billson , 2013, s. 124)

Bu bağlamda beyaz alanlar tasarımın ilkeleri ile doğru kullanıldığında önemini göstermektedir. Çünkü afişte dahil olmak üzere grafik tasarım ürünlerinde anlamsal ölçütte mesajın izleyiciye doğru ulaşabilmesi için form zemin ilişkisi göz ardı edilemeyecek derecede öneme sahiptir. Form ve zemin ilişkisinde kurulacak güçlü zıtlıklar algılamada bir o kadar formu görsel olarak güçlendirecek ve öne çıkaracaktır.

Günümüzde karmaşaya bağlı kirlilik fiziksel anlamda olabildiği gibi bilgisel ve görsel anlamda da hedef kitleleri vurmaktadır. Güncel hayatın seyrinde insanlar bu görsel kirliliğe her gün maruz kalarak karmaşadan kendilerini soyutlayamadan bu süreci normalleştirmektedir. Böylesi bir karmaşanın yarattığı boğucu görsel kirlilik içinde beyaz alanların izleklerde yaratacağı dinamik huzur ve nefes alma araları sıradan tasarımlardan kendini ayırarak izleyenler tarafından istemsiz olarak fark edilecektir. Burada amaç sadece tasarımcıyı yönlendirmek değil aynı zamanda izleyicide de görsel anlamda farkındalık yaratıp, eğitmektir.

KAYNAKÇA

Ambrose, G., Billson, N.A.(2013). Grafik Tasarımda Dil ve Yaklaşım, (Çev: Melike Taşçıoğlu), Lİteratür Yayınları: 663, İstanbul.

Becer, E. (1997).İletişim ve Grafik Tasarım, Dost Kitabevi: Ankara.

Coates, S. (2014). White Space: An Overlooked Element of Design, https://core.ac.uk/download/pdf/43645364.pdf, Erişim Tarihi: 15.07.2019

Heller S., Vienne V. (2016). Grafik Tasarımı Değiştiren Yüz Fikir, (Çev: Bengisu Bayrak), Literatür Yayınları: 756, İstanbul.

Kılıçkaya E.E. (2007). Grafik Tasarımda Görünmeyen Çoğunluk: Beyaz Alanlar. Eskişehir Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi.

Öztuna, H.Y. (2008). Görsel İletişimde Temel Tasarım. Tibyan Yayınları, İstanbul.

Zetkin, Kay. The Good Thing About White Space in Graphic Design, yer: http://www.allgraphicdesign.com/graphicdesignarticles/elementsprinciplesprocess/whitespacegraphicdesign.html

RESİM DİZİNİ

Resim 1. https://core.ac.uk/download/pdf/43645364.pdf

Resim 2. Öztuna, H.Y. (2008). Görsel İletişimde Temel Tasarım. Tibyan Yayınları, İstanbul.

Resim 3. https://onedio.com/haber/hollandali-ressam-m-c-escher-den-aklinizi-ucuracak-muhtesem-eserler-567900

Resim 4. http://ebbruu.blogspot.com/2013/08/e-s-h-e-r.html

Resim 5. Becer, E. (1997).İletişim ve Grafik Tasarım, Dost Kitabevi: Ankara.

Resim 6. Kılıçkaya E.E. (2007). Grafik Tasarımda Görünmeyen Çoğunluk: Beyaz Alanlar. Eskişehir Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi

Resim7.https://josefchladek.com/book/laszlo_moholy-nagy_-_malerei_fotografie_film_painting_photography_film

Resim 8. http://www.spiritedpursuit.com/info

Resim 9. https://tr.pinterest.com/pin/68046644339735813/

Resim 10. https://www.vogue.com/article/truman-capote-essay-richard-avedon-1959

Resim 11. https://tr.pinterest.com/pin/140104238385347679/

Problem Solving Skills of Football Referees

Rıdvan EKMEKÇİ
Hamza Kaya BEŞLER
Pamukkale University, Faculty of Sport Sciences

ABSTRACT

Problem solving is a complicated process which involves cognitive skills as well as affective and behavioral characteristics (Erdem, 1986; Korkut, 2002). The process of problem solving starts with perceiving a situation as problem and involves selection and application the best choice among others (Dağlı, 2004). Sports is one of the areas where problems can occur in many different forms. These problems are faced by any person who participates in sports as a spectator, athlete, coach, manager, referee or etc. We believe that referees are the ones who have to deal with more problems the reason is that they are in a position where they need to observe, make a decision, use their judgment and give punishment if it is necessary (Ekmekçi, 2008; Beşler, 2016). Thus referees are in a position which they need to solve more problems and use more effective problem solving skills. In line with this information the purpose of this study is to reveal the problem solving skills of the elite sports referees in Turkish Republic of North Cyprus. According to the results problem solving skill of the Turkish Republic of North Cyprus referees' level is slightly good (mean, 74,64). In conclusion as it seen in the results the mean score of the referees are good, however when it is considered individually there are big differences among the referees considering their problem solving scores.

Keywords: football referee, problem solving, cognitive skill, psychology, management

1. Introduction

Referees are the people responsible for the application of the rules on the game field. However apart from the regulatory role taken on by the referees, they have to perform other tasks as well. These tasks involve developing judgment skills in order to assess leadership, demonstrate prompt decision making and also interpret situations as they are by the application of relevant laws and regulations (Ekmekci, 2016). After athletes and coaches, officials are third dimension of athletic contest; yet officials perform one of sport's most difficult tasks (Weinberg & Richardson, 1990). They need to be ready for all time to focus, concentrate, alert and active in the game. Researchers are studying on problem solving skill for some decades (Sternberg, 1997; Sternberg & Grigorenko, 1997, Haley, 1987, Pearl, 1984, Griffin et all, 2003, Hristovski et all, 2012). The construct of problem solving style has been identified and distinguished from measures of creative thinking ability and achievement (Treffinger, Selby, Isaksen & Crumel, 2007). Like the others officials must be concentrating on action on the field. But generally others like football players and spectators are focusing on action to see good things; officials need to focus on action to see mistakes and faults according to rules.

2. Conceptual Framework

Problem solving is a complicated process which involves cognitive skills as well as affective and behavioral characteristics (Erdem, 1986; Korkut, 2002). The process of problem solving starts with perceiving a situation as problem and involves selection and application the best choice among others (Dağlı, 2004). There are many areas where problem solving has been a research topic. Sociology, education, politics and other social sciences can be an example for different areas of science (Zembat ve Ark., 2017; Özdemir, 2014; Bozdemir ve Yolcu, 2014). Even in the history problem solving was an important and crucial subject which was taken under consideration to rule the empires and countries effectively (Özdemir, 2014). Although problem solving being a topic for long years measurement of this skill was not that simple. However Heppner and Petersen's (1982) Problem Solving Inventory has made it possible to measure this skill. In addition PSI is still been widely used all over the world and adaptation and translations to other languages and groups has been made. The adaptation of PSI to Turkish was made by Taylan (1990) has been used in different researchers

Sport is one of the areas where problems can occur in many different forms. Thus Micooguları and Ekmekci (2018) have adapted PSI to Turkish Athlete Population. These problems are faced by any person who participates in sports as a spectator, athlete, coach, manager, referee or etc.

Problem solving is a very important issue for all time in education, social sciences, psychology or sport sciences. Because performance of a person who involve with task belongs to problem solving skills (Chi, Glaser, Rees, 1981; Kowalski, 1979; Eck and Spelman, 1987). Referees are needs to have cognitive abilities like focusing, confidence, problem solving abilities, maintain concentration and stay calm. Officiating involves some special cognitive abilities, for instance, make a call involves perception (seeing action of foul), decision making (foul or not) and motor skill (blowing the whistle).

We believe that referees are the ones who have to deal with more problems the reason is that they are in a position where they need to observe, make a decision, use their judgment and give punishment if it is necessary (Ekmekçi, 2008; Beşler, 2016). Thus referees are in a position which they need to solve more problems and use more effective problem solving skills.

3. Method

During the study quantitative research design was preferred. Purposive sampling method was used to specify the research group thus n=44 elite referees in Cyprus have participated in the study. To collect data the Problem Solving Inventory (PSI), developed by

Heppner and adapted to Turkish by Taylan (1990) was fulfilled by referees however only 37 was considered the reason is that 7 of the inventories was not fulfilled properly. The data was analyzed by SPSS program.

4. Findings and Discussion

According to the results of the study the problem solving levels of elite sports referees in Cyprus were finding high and pleasing. In the PSI some of the items are coded opposite in addition the lower the score is means that the better problem solving skill is. In line with this information the maximum score is 107, the lowest score is 37 while mean score is 76,64 among all referees.

Mean	Minimum	Maximum
76,64 (Good)	57 (Very Good)	107 (Not Good Enough)

According to the results the mean score (76,64) of the problem solving skills of elite sports referees may seem good but when the difference of the minimum and maximum score (50) is considered it may be a problem for standardization of the referee quality. Hereby considering referees individually and training them mentally to bring them all to certain level is an important factor which needs to be considered (Ekmekçi, 2017). As we mentioned before referees are the ones who face more problems and have more responsibility during sports event. But in the literature there have been other studies about problem solving levels of others who manage sports events or federations. A recent study of Ekmekçi and his colleagues (2018) which was on sports federation representatives showed that representatives' problem solving skills are good but needs development.

In conclusion as it seen in the results the mean score of the referees are good however when it is considered individually there are big differences among the referees considering their problem solving scores. Thus personal mental training and measurements should be a consideration of all sports federations.

REFERENCES

Beşler, H.K. (2016). Futbol Kulübü Yöneticilerinin, Anternörlerinin ve Futbolcuların, Futbol Hakemlerinin Sahaiçi Yönetimine İlişkin Görüşleri (Doctoral dissertation, Ankara Üniversitesi).

DAĞLI, A. (2004). Problem çözme ve karar verme. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, *7*(7).

Ekmekçi, R. (2008). *Basketbol Hakemlerinin stres kaynakları ile stresle başa çıkma yöntemlerinin tesbiti ve önleyici yönetsel uygulamaların geliştirilmesi* (Doctoral dissertation, Abant İzzet Baysal Üniversitesi).

Ekmekçi, R. (2017). *Hakemlikte Zihinsel Antrenman.* Ankara: Detay Yayıncılık.

Ekmekçi, R., Miçooğulları, B. O., Beşler, H. K., & Tözge, A. (2018). Spor Federasyonu Temsilcilerinin Problem Çözme Becerileri Üzerine Bir Araştırma. *6th International Conference on Science Culture and Sport* (s. 30). Lviv: International Science Culture and Sport Association.

Erden, M. (1986). İlkokulların birinci devresine devam eden öğrencilerin dört işleme dayalı problemleri çözerken gösterdikleri davranışlar. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, *1*(1).

Korkut, F. (2002). Lise öğrencilerinin problem çözme becerileri. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, *23*(23).

Sahin, N., Sahin, N. H., & Heppner, P. P. (1993). Psychometric properties of the problem solving inventory in a group of Turkish university students. *Cognitive Therapy and Research*, *17*(4), 379-396.

Taylan, S. (1990). Heppner'in problem çözme envanterinin uyarlama, güvenirlik ve geçerlik çalışmaları. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Ankara*.

Üstündağ Özdemir, N. (2014). 18. Yüzyıl Osmanlı Yönetim Anlayışında "Sorun Çözme" Süreci ve Pazvantoğlu Osman. *Hacettepe Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi*, (20), 237-260.

Wright, J., Burrows, L., & MacDonald, D. (Eds.). (2004). *Critical inquiry and problem-solving in physical education*. Psychology Press.

Özdemir, N. Ü. (2014). 18. Yüzyıl Osmanlı Yönetim Anlayışında "Sorun Çözme" Süreci Ve Pazvantoğlu Osman. *Hütad*, (20).

Zembat, R., Tunçeli, H. İ., & Akşin Yavuz, E. (2017). Okul öncesi öğretmenlerinin sınıf yönetimi becerileri ile problem çözme becerileri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, *18*(3), 24-43.

Bozdemir, Y., & Yolcu, H. (2014). Okul Yöneticilerinin Örgütsel Adanmışlık Düzeyleri İle Problem Çözme Becerileri Arasındaki İlişki. *Eğitim Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, *4*(2), 287-311.

Heppner, P. P., & Petersen, C. H. (1982). The development and implications of a personal problem-solving inventory. *Journal of counseling psychology*, *29*(1), 66.

Taylan, S. (1990). Heppner'in problem çözme envanterinin uyarlama, güvenirlik ve geçerlik çalışmaları. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*.

Micoogullari, B. O., & Ekmekci, R. Adaptation Study of the Problem Solving Inventory on the Turkish Athlete Population.

3rd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 28-30 June 2019, Lefkosa

Better Performance with Mental Training

Rıdvan EKMEKCI
Pamukkale University, Faculty of Sport Sciences
ridvanekmekci@gmail.com

Bulent Okan MICOOGULLARI
Nevşehir Haci Bektaş Veli University, Faculty of Education
okanmicoogullari@gmail.com

ABSTRACT

Athletes performance on the court or field always changes according to some inner and outer factors. Psychology of the players is very important factor in competitive level sport. Mental (cognitive) abilities and skills are very important for their performance. Cognitive abilities are brain-based skills we need to carry out any task from the simplest to the most complex. They have more to do with the mechanisms of how we learn, remember, problem-solve, and pay attention, rather than with any actual knowledge (Michelon, 2006). Players are needs to have cognitive abilities like focusing, confidence, problem solving abilities, maintain concentration and stay calm. Stay calm and maintain the performance is not easy when you get tired and stressed. The aim of this study was to examine the impact of 12 weeks period concentration, imagery and mindfulness meditation training session on problem solving and mental toughness score which includes 3 sub-factors confidence, control and constancy. EEG device and Inner balance sensor was used to give biofeedback to the players during trainings. The sample included 16 professional licensed division 1 league volleyball players. Problem solving inventory (PSI) and mental toughness inventory (MTI) was used to examine players' cognitive skills. Before and after tests was applied to the referees to understand 12 weeks practise effect on problem solving and mental toughness situation. Paired Sample T-test was used to analyze data of PSI and MTI. There were significant differences between first score and last score of PSI and MTI.

Keywords: Cognitive skill, mental training, players, mental toughness, problem solving

1. Introduction

Mental training is one of the important features of the success in sport. Sport as a battle in modern time between teams and individual players is economically and socially very important issue in human life. Therefore elite athletes are role model and super heroes of the modern society. People like to watch these super heroes for recreational purpose. On the other hand athletes and players are hard worker of the sport field. To reach higher level every day and perform better is not easy job. They need to train well physically and mentally. Physical preparation is necessary to perform in optimal level. But for elite performance athletes need to be ready mentally too.

Athletes performance on the court or field always changes according to some inner and outer factors. Psychology of the players is very important factor in competitive level sport. Mental (cognitive) abilities and skills are very important for their performance.

The general and specific characteristics of sports throughout the world have been well described with physical, anthropometric and bio-motor characteristics that indicate which players can be reached in elite level of specific sport. Identifying the variables of different sports that

characterize athletes is interesting to understand what distinguishes them from other athletes or players (Rogulj et al., 2006).

2. Conceptual Frameworks

The field of sports psychology increased considerably among athletic competitions and disciplines. Before the appearance of scientific attempts, athletes had to manage the psychological skills by themselves. The role of coaches, managers, and other staff was crucial in order to help athletes improve (Stonkus, 2011). However, trainers and sport psychologists around the world believe that future records will be broken mainly due to the increased attention given to the psychological parameters of athletes (Ekmekci and Micoogullari, 2018). Therefore mental training is an important process of elite performance.

There are many researches on brain capacity and performance in recent years. Mental training is extending cognitive skills of human. Not only long-term expertise, but also relatively short practice has been associated with neural changes in adults. For example, performing a five-finger piano exercise for 2 h on five consecutive days resulted in an enlargement of primary motor areas representing the finger muscles, which was accompanied by improved performance (Pascual-Leone et al., 1995, 2005). Remarkably, this study also showed that mental practice of the same finger exercise resulted in a similar reorganization of the motor cortex to the one observed in the group of participants that physically practiced the movements (Slagter et all, 2011).

Psychological studies are specializations that seek to understand psychological/mental factors that affect physical and psychological performance sports. At the whole levels of the sport, performance success is consistently differentiated by an athlete's or team's display of psychological qualities and effective use of psychological skills (Gould et all, 1998). Some of the most important psychological skills taught are goal setting, relaxation, imagery, self-talk, concentration, confidence, problem-solving, attribution training, anxiety, and emotional control (Ekmekci and Micoogullari, 2018).

Many researches have shown that mental training using motor imagery, like physical practice, can produce changes in brain structure and function that are associated with improved subsequent performance of a motor skill (Guillot and Collet, 2005; Munzert et al., 2009, Ekmekci 2017, 2018). In a study, Ranganathan et al. (2004) found that strength gains following mental training were related to increases in the amplitude of scalp-recorded brain potentials over midline and lateral motor and midline frontal regions. They proposed that mental training may have affected higher-order motor cortical regions, such as supplementary motor and prefrontal regions, which may in turn have influenced primary motor areas. A recent study

using the high spatial resolution of functional magnetic resonance imaging (fMRI) confirmed that gains in motor behavior after mental training are associated with changes in higher-order motor cortical regions (Nyberg et al., 2006). Mental training-related changes in neural activity were observed in the supplementary motor area, as well as in visual cortex. Thus, mental practice of a motor act has been shown to produce changes in brain function and improve performance (Slagter et all, 2011).

Behavioral studies have shown that there is a strong correlation between imagined and executed actions along various behavioral dimensions, suggesting that mental and physical training rely in part on common mechanisms. There are important differences between mental and physical practice. Mental training using motor imagery heavily depends on cognitive aspects of action control, such as motor planning, as well as on working memory to transform, maintain, and inspect information about a motor act. In addition, in contrast to physical practice, although a motor plan is generated, it is prevented from operating on the body (Jeannerod, 1994; Grush, 2004). These differences between mental and motor training are substantiated by neuroimaging research showing that mental and motor training can affect distinct neural networks (Lacourse et al., 2005; Nyberg et al., 2006; Olsson et al., 2008).

It has been proposed that mental training may be more likely to develop and strengthen effector-independent representations, rather than effector-dependent representations, whereas for physical practice, the reverse may be true (Olsson et al., 2008). In some studies, mental practice (Wohldmann et al., 2008), as well as combined mental and motor practice (Olsson et al., 2008) has been associated with greater transfer of learning than physical practice, that is, better performance on novel tasks that call upon the trained skill. These data support the idea that mental practice using motor imagery may strengthen more abstract representations that do not involve specific effectors, thereby fostering process-specific learning that more easily generalizes across stimuli and tasks. Initial evidence for this idea comes from an fMRI study by Olsson et al. (2008), who showed facilitated transfer of learning after combined motor and mental training that was related to changes in the connections from both motor and cognitive systems to the cerebellum. These explanation shows that the mental training is very effective for better performance

To conclude, mental training of motor skills leads to changes in brain circuitry and behavior, just as physical training produces changes in brain circuitry and behavior. Yet, the mechanisms underlying mental and physical training of motor skills are not identical. Notably, mental training may improve motor performance by strengthening more abstract representations, and thereby promote transfer of learning to novel task contexts (Slagter et all, 2011).

3. Method

EEG devices and Inner balance sensor was used to give biofeedback to the players during trainings. The sample included 16 professional licensed division 1 league volleyball players. Problem solving inventory (PSI) and mental toughness inventory (MTI) was used to examine players' cognitive skills. Before and after tests was applied to the referees to understand 12 weeks practise effect on problem solving and mental toughness situation. Paired Sample T-test was used to analyze data of PSI and MTI.

The aim of this study was to examine the impact of 12 weeks period of concentration, imagery and mindfulness meditation training session on problem solving and mental toughness score which includes 3 sub-factors confidence, control and constancy

4. Findings and Discussion

Mental toughness pre-test score was 42.31. After 12 weeks mental training total mental toughness score rise up to 46.25. That means almost 10% of mental toughness score advanced. Problem solving score was 95,78 (higher score is weak problem solving ability) in pre-test. Post-test score of the problem solving was 80.1. It is approximately 16% of advance after 12 weeks mental training. You can see on the tables there are significant differences between pre-test and post-test scores.

Table 1: Results of paired sample t-test

	Paired Differences		t	Df	Sig.
	Mean	Std. Dev.			
Pre Confidence – Post Confidence	-.79	.40	-6.21	6	00
Pre Constancy – Post Constancy	-.35	.22	-5.25	6	00
Pre Control – Post Control	-.45	.43	-5.72	6	00
Pre Tot. MT – Post Tot. MT	-1.48	1.02	-5.73	6	00

Pre PSI – Post PSI	-5.17	1.83	-6.70	6	00

Table 2: Descriptive Statistic

Descriptive Statistics		
	N	Mean
Pre-Confidence Level	16	10.35
Pre-Constancy Level	16	11.70
Pre-Control Level	16	10.50
Post-Confidence Level	16	15.10
Post-Constancy Level	16	14.25
Post-Control Level	16	12.70
Pre-Total MT	16	42.31
Pre-Total PSI	16	95.20
Post-Total MT	16	46.25
Post-Total PSI	16	80.10

There were significant differences between first score and last score of PSI and MTI. Confidence, control and constancy of players are improved after 12 weeks period concentration, imagery and mindfulness meditation training session. Mental training is very important to improve focusing, confidence, problem solving abilities, maintain concentration and stay calm. Like many researches shown that mental training is very important to improve cognitive skills, our study shown that mental toughness and problem solving can be improved by mental training. These two features are important for the sportive performance. It is well known that mental training is important to cope with stress and anxiety.

REFERENCE

Ekmekci R., (2017) Sporda Zihinsel Antrenman, Detay Yayıncılık, Ankara

Ekmekci R., (2018) Hakemlikte Zihinsel Hazırlık, Detay Yayıncılık, Ankara

Ekmekci R., Micoogullari B. O., (2018). "Examination and Comparison of Psychological Characteristic of American Football Players and Handball Players". Universal Journal of Educational Research 6(11): 2420-2425, 2018 http://www.hrpub.org DOI: 10.13189/ujer.2018.061104

Gould D., Eklund R.C., Jackson S.A., (1992) "U.S. Olympic wrestling excellence: I. Mental preparation, precompetitive cognition, and affect". The Sport Psychology; 6, 358-382

Guillot, A., and Collet, C. (2005). Contribution from neurophysiological and psychological methods to the study of motor imagery. Brain Res. Rev. 50, 387–397.

Grush, R. (2004). The emulation theory of representation: motor control, imagery, and perception. Behav. Brain Sci. 27, 377–396.

Jeannerod, M. (1994). The representing brain – neural correlates of motor intention and imagery. Behav. Brain Sci. 17, 187–202.

Lacourse, M. G., Orr, E. L. R., Cramer, S. C., and Cohen, M. J. (2005). Brain activation during execution and motor imagery of novel and skilled sequential hand movements. Neuroimage 27, 505–519.

Munzert, J., Lorey, B., and Zentgraf, K. (2009). Cognitive motor processes: the role of motor imagery in the study of motor representations. Brain Res. Rev. 60, 306–326

Nyberg, L., Eriksson, J., Larsson, A., and Marklund, P. (2006). Learning by doing versus learning by thinking: an fMRI study of motor, and mental training. Neuropsychologia 44, 711–717.

Olsson, C. J., Jonsson, B., and Nyberg, L. (2008). Learning by doing and learning by thinking: an fMRI study of combining motor and mental training. Front. Hum. Neurosci. 2:5. doi: 10.3389/neuro.09.005.2008

Slagter H. A. , Davidson R. J. and Lutz A. (2011) Mental training as a tool in the neuroscientific study of brain and cognitive plasticity."

Weinberg R., Richardson P., (1996) Psychology of Officiating, Human Kinetix , USA.

Üniversite Öğrencilerinin Girişimci Kişilik Özellikleri İle Girişimcilik Eğilimleri Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Ampirik Bir Çalışma

Inst. Rojda HATİPOĞLU NUR
Harran University, Hilvan HS
rojda.nur@harran.edu.tr

Res. Assist. Erkan NUR
Harran University, FEAS
erkan.nur@harran.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Baran ARSLAN
Harran University, FEAS
baranarslan@harran.edu.tr

ÖZET

Küreselleşme ile birlikte işletmelerde esnek üretim süreci, yeni yönetim anlayışları, işletmeler arası stratejik işbirlikleri meydana gelmiş ve tüm bu gelişmeler de uluslararası pazarlarda rekabetin artmasına yol açmıştır. Bu değişimler girişimcilik kavramını da atak olma, üretim faktörlerini bir araya getirme ve risk alma gibi basmakalıp faaliyetlerden uzaklaştırarak kapsamını oldukça genişletmiştir. Günümüzde girişimcilik anlayışı, dünyayı bir pazar olarak görme, küresel fabrikalar oluşturma, finans kaynaklarında çeşitlilik yaratma ve her alanda yenilikçi ve yaratıcı olmayı kapsamaktadır. Girişimci kişi ise, doğuştan ve sonradan kazanılan bir takım özelliklere sahip olan kişidir. Kişilerin sonradan kazandıkları bu özellikleri ile girişimcilik eğilimi gösterdiklerini söylemek mümkündür. Bu çalışma ile amaçlanan girişimci kişilik özellikleri ile girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkiyi belirlemektir. Çalışmaya yönelik hazırlanan anket, Harran Üniversitesi'nde eğitim gören öğrencilerin girişimci kişilik özelliği ile girişimcilik eğilimleri arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla, kolayda örnekleme yolu ile ulaşılan 400 öğrenciye uygulandı. Frekans analizi, faktör analizi, güvenirlilik analizi yapıldı. Verilerin normal dağılım gösterip göstermediğini belirlemek için Shapiro Wilk-W Testi analizi yapıldı. Girişimci kişilik özelliği ile girişimcilik eğilimleri arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik Pearson Korelasyon analizi yapıldı. Yapılan analizler sonucunda öğrencilerin girişimcilik kişilik özelliği alt boyutlarından risk alma, kendine güven, yenilikçilik, başarma ihtiyacı duyma ve kontrol odağı boyutları ile girişimcilik eğilimleri arasında güçlü ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Girişimcilik Eğilimi, Girişimci Kişilik Özellikleri.

A Study Of Ampırıc Study To Determıne The Relatıonshıp Between Unıversıty Students 'Entrepreneurshıp Features And Entrepreneurshıp Trends

ABSTRACT

Along with globalization, flexible production process, new management approaches, strategic cooperation between enterprises have taken place and all these developments have led to an increase in competition in international markets. These changes have broadened the scope of entrepreneurship by taking away from stereotypical activities such as attack, production factors and taking risks. Nowadays, entrepreneurship understanding includes seeing the world as a market, creating global factories, creating diversity in financial resources and being innovative and creative in every field. An entrepreneur is a person who is born and has acquired some traits. It is possible to say that people have an entrepreneurial tendency with these features they gained later. The aim of this study is to determine the relationship between entrepreneurial personality traits and entrepreneurial tendency. The questionnaire, which was prepared for the study, was applied to 400 students who were easily reached by means of sampling in order to determine the relationship between entrepreneurial personality traits and entrepreneurial tendencies of the students studying at Harran University. Frequency analysis, factor analysis, reliability analysis were performed. Shapiro Wilk-W Test analysis was performed to determine whether the data were normal distribution. Pearson Correlation analysis was conducted to determine the relationship between entrepreneurial personality traits and entrepreneurial tendencies. As a result of the analyzes,

it has been concluded that there is a strong and positive relationship between the entrepreneurial personality trait sub-dimensions, risk taking, self-confidence, innovation, need to succeed, and locus of control dimensions and entrepreneurship tendencies.

Keywords: Entrepreneurship, Entrepreneurship Tendency, Entrepreneur Personality Characteristics.

1. Giriş

21. yüzyılda teknoloji, ekonomi ve sosyal alanda yaşanan değişimler toplumsal yapı ile birlikte girişimcilik kavramının da değişmesine ve önem kazanmasına yol açmıştır. Küreselleşme ile birlikte işletmelerde esnek üretim süreci, yeni yönetim anlayışları, işletmeler arası stratejik işbirlikleri meydana gelmiş ve tüm bu gelişmeler de uluslararası pazarlarda rekabetin artmasına yol açmıştır. Bu değişimler girişimcilik kavramını da atak olma, üretim faktörlerini bir araya getirme ve risk alma gibi basmakalıp faaliyetlerden uzaklaştırarak kapsamını oldukça genişletmiştir. Girişimciliğe olan ilginin son yıllarda artmasıyla birlikte girişimci kişiler de toplumun önemli bir parçası haline gelmiştir. Girişimci kişiler, doğuştan bir takım girişimcilik özelliklerine sahip olabilecekleri gibi bu özellikleri daha sonradan da kazanabilirler. Kişiler doğuştan sahip oldukları veya sonradan kazandıkları bu özellikler sayesinde girişimcilik eğilimi gösterebilmektedir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Girişimci Kişilik Özellikleri

Girişimciler ve diğer bireyler üzerinde yapılan çalışmalarda girişimcileri, nüfusun geneline göre farklılaştıran niteliklerin, başarma ihtiyacı, risk alma, belirsizliğe tolerans, kontrol odağı, kendine güven ve yenilikçilik olduğu belirlenmiştir (Durak, vd., 2017: 20-21).

2.1.1. Başarma İhtiyacı

Bireysel nitelikler ve girişimcilik ilgisi baz alınarak yapılan çalışmalarda, başarı ihtiyacı önemli bir unsur olarak tespit edilmiştir. Başarma arzusu yüksek olan bireylerin, çaba ve yetenek gerektiren, belirli bir risk seviyesi olan ve başarıyla ilgili geri bildirimleri içeren faaliyetleri ve görevleri üstlenme eğilimleri, başarma arzusu düşük olan bireylere göre daha fazladır (Durak, vd., 2017: 21).

2.1.2. Risk Alma

Risk alma, birçok araştırmada en önemli girişimci kişilik özellikleri arasında yer almaktadır. Girişimcilik eylemleri, yapısı dolayısıyla risk ve belirsizlik içermektedir (Kayalar ve Ömürbek, 2007:187). McClelland'ın girişimcilik üzerine yapmış olduğu araştırmalar, yüksek başarı ihtiyacı olan kişilerin aynı zamanda risk alma hususunda da makul ölçüde bir eğilimlerinin olduğunu ortaya koymaktadır (Durak, vd., 2017: 22).

2.1.3. Belirsizliğe Tolerans

Belirsizlik, kişi tarafından, yeterli bilgi olmaması sebebiyle tam anlamıyla bilinemeyen veya tasnif edilemeyen durumdur. Belirsizlik toleransı ise, belirsiz durumlar karşısında olumlu yanıt verebilme kabiliyetidir. Kişi, belirsiz bir çevrede aldığı karara, daha fazla bilgi aramaya kalkışmaksızın güven duyabiliyorsa, yüksek toleransa sahip olduğu söylenebilir (İşcan ve Kaygın, 2011: 447).

2.1.4. Kontrol Odağı

Girişimcinin bir amaca sahip olması ile birlikte, o amaca ulaşmak için plan yapması ve o amaca ulaşacağına inanması gerekir. İçsel kontrol, kişilerin geleceklerinin dış etmenlerden ziyade kendi kontrollerinde olduğu inancıdır. Dışsal kontrol ise, kişilerin geleceklerinin kendi kontrollerinde olmaktan ziyade, dış etmenlerden etkilendiği inancıdır (Soyşekerci ve Akatay, 2004: 73).

2.1.5. Kendine Güven

Amaçlara ulaşabilmek için kişilerin yeteneklerine inanmasını ifade etmektedir. Girişimci kişiler, kendilerine olan güven sayesinde kaynaklarını ve becerilerini bir araya getirmektedir (Durak, vd., 2017: 24).

2.1.6. Yenilikçilik

Yeni fikirler, yeni örgütsel yapılar, yeni üretim süreçleri veya mevcut bir örgütün içerisinde yeni bir örgütün kurulması da girişimcinin yenilikçi özelliğini gösteren hususlardır (Zhao, 2005: 28).

2.2. Girişimcilik Eğilimi

Girişimcilik eğilimi, kişisel etmenler ile çevresel etmenlerin bir araya gelmesiyle birlikte bireylerin işlerini kurma noktasındaki kararlı ve istekli olması durumudur. Bireyin bir davranışı ne ölçüde hayata geçirmek istediğini, ortaya koyacağı performansı ve kendi işini kurma noktasında atacağı adımları büyük oranda eğilimleri ile ortaya çıkmaktadır. Girişimcilik eğilimi bireyin örgütsel istihdama yönelik olarak kendini istihdam edilmeye teşvik etmesi olarak ve aynı zamanda girişimcilik eğiliminin girişimciliğin evrelerini anlamlandırmaya yönelik olduğu ifade edilmektedir (Şen ve Aslan, 2017: 1849).

3. YÖNTEM

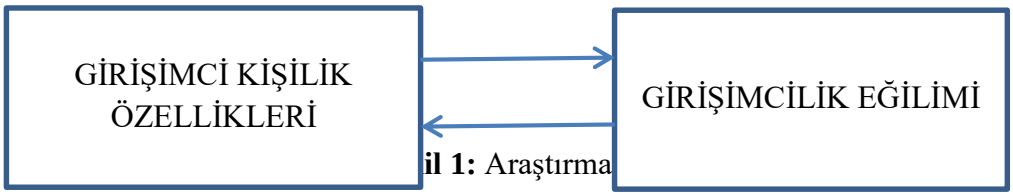
3.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, Harran Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde eğitim gören öğrencilerin girişimci kişilik özellikleri ile girişimcilik eğilimleri arasındaki ilişkiyi belirlemektir.

3.2. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırma girişimcilik eğiliminin daha görünür olduğu düşünülen öğrenciler üzerinde yapılmıştır. Zaman ve bütçe darlığı açısından araştırma Harran Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde eğitim gören öğrencilere gönüllü katılımlı olarak yapılmıştır.

3.3. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri



il 1: Araştırma

Araştırma modelinde, girişimcilik özellikleri ve girişimcilik eğilimi yer almaktadır. Araştırmanın modeli doğrultusunda oluşturulan hipotez şu şekildedir:

H_1: Harran Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde eğitim gören öğrencilerin girişimci kişilik özellikleri ile girişimcilik eğilimleri arasındaki anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır.

3.4. Evren ve Örneklem

Araştırmanın ana kütlesini Harran Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde eğitim gören öğrenciler oluşturmaktadır.

Araştırmanın örneklemi; tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örneklemesidir. Anket 401 öğretmen ve yönetici tarafından doldurulmuştur.

3.5. Veri Toplama Teknikleri

Araştırma için gerekli olan veriler, birincil veri toplama yöntemlerinden anket metodu uygulanarak toplanmıştır. Verilerin toplanmasında yüz yüze anket metodu kullanılmıştır. Anketörün cevaplayıcıyla iletişime geçtiği yüz yüze anket metodu en güvenilir veri toplama yöntemleri arasında yer almaktadır (Gegez, 2010:83). Anketler 01.03.2019 ile 01.05.2019 tarihleri arasında iki ay süre ile Harran Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde yapılmıştır.

Çalışma için hazırlanan anket formu, üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde, katılımcıların cinsiyeti, bölümü ve kaçıncı sınıf olduğunu belirlemeye yönelik sorular yer almaktadır. İkinci bölümde, Erdurur (2012) tarafından yazılan "Turizm Lisans Eğitimi Alan Öğrencilerin Girişimci Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimine Etkisi: Akçakoca Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Örneği" isimli tezde kullanılan 36 maddelik girişimci kişilik özellikleri anketi kullanılmıştır. Üçüncü bölümde ise, Balaban ve Özdemir (2008) tarafından yapılan "Girişimcilik Eğitiminin Girişimcilik Eğilimi Üzerine Etkisi: Sakarya Üniversitesi İİBF

Örneği" isimli çalışmada kullanılan 14 maddelik girişimcilik eğilimi anketi kullanılmıştır. Araştırma amacı doğrultusunda oluşturulan anket 400 öğrenciye uygulanmıştır. Girişimci kişilik özellikleri ve girişimcilik eğilimi ile ilgili sorular 5'li likert ile sorulmuştur.

3.6. Verilerin Analizi ve Bulgular

3.6.1. Kullanılan Yöntemler

Araştırma ile toplanan veriler, SPSS programı kullanılarak analiz edilmiştir. Verilerin normal dağılımını belirlemek için Shapiro-Wilk Testi yapılmıştır. Çalışmada faktör analizi ve frekans analizine yer verilmiştir. Ayrıca girişimci kişilik özellikleri ile girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkiyi belirlemek için Spearman Korelasyon Testi kullanılmıştır. Ölçeklerin güvenilirliğini ölçmek için ise Cronbach's Alpha değerleri hesaplanmıştır.

3.6.2. Normal Dağılım Analizi - Shapiro-Wilk Testi

Tablo 44: Normallik Testi Analizi

	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Girişimci kişilik özellikleri	,058	400	**,005**	,977	400	,000
Girişimcilik eğilimi	,050	400	**,015**	,968	400	,000

Yapılan normallik testi analizi sonuçları değerlendirildiğinde grupların "Shapiro-Wilk" testinin "Sig (anlamlılık)" değerleri 0.05' den küçük olduğu için tüm gruplar için %95 güvenle veriler normal dağılımlı değildir." sonucuna ulaşılmıştır.

3.6.3. Güvenirlilik Analizi

Bilimsel bir çalışmada araştırma sorularının araştırmanın amacına hizmet eder güvenirliğe sahip olması büyük önem taşımaktadır. Güvenilirlik analizi için en çok tercih edilen Cronbach Alfa yönteminde alfa katsayısı hesaplanmaktadır. Alfa, standart değişim ortalamasıdır ve 0-1 arasında değişmektedir. Sosyal bilimlerdeki araştırmalarda alpha değerinin 0,70 seviyelerinde olması güvenilirlik için yeterli görülmektedir. (Nakip, 2006:146).

Cronbach Alfa Katsayısı 0 -1 arasında yer aldığından analiz sonucunda bulunan katsayı anketin güvenirlik seviyesini göstermektedir. Cronbach Alfa Katsayısının değerlendirilmesinde uyulan değerlendirme kriterleri genelde şu şekildedir (Altunışık ve diğerleri, 2005:115):

- Alfa katsayısı 0,40' tan küçük: Ölçek güvenilir değil,
- Alfa katsayısı 0,41–0,60 arası: Ölçek düşük düzeyde güvenilir,
- Alfa katsayısı 0,61–0,80 arası: Ölçek oldukça güvenilir,
- Alfa katsayısı 0,81–1,00 arası: Ölçek yüksek derecede güvenilirdir.

Tablo 2'de araştırmada yer alan ölçeklerin güvenilirlik analizleri yapılmıştır.

Tablo 45: Araştırmada Yer Alan Ölçeklerin Güvenirlilik Analizleri

Faktör Adı	Cronbach's Alpha	Madde Sayısı
Girişimci kişilik özellikleri	,898	36
Girişimcilik eğilimi	,792	14

Araştırmada kullanılan iki ölçeğe yönelik güvenilirlik analizine göre girişimci kişilik özellikleri ölçeğinin Cronbach's Alfa değeri 0,898 olduğu ve girişimcilik eğilimi ölçeğinin Cronbach's Alfa değeri 0,792 olarak tespit edilmiştir. Girişimci kişilik özellikleri ölçeğinin yüksek derecede güvenilir olduğu ve girişimcilik eğilimi ölçeğinin oldukça güvenilir olduğu tespit edilmiştir.

3.6.4. Faktör Analizi

Faktör analizi, veriler arasındaki ilişkilere dayanarak, bu verilerin daha anlamlı ve özet biçimde sunulmasını sağlayan bir analiz türüdür. Faktör analizinde amaç, çok miktardaki değişken sayısının değişken seti içindeki karşılıklı ilişkiyi araştırarak azaltmaktır. Faktör analizi ile ankette ölçülen farklı faktörleri belirleme ve her faktördeki her değişken için bir faktör yükü elde etme imkânı verir (Proctor, 2003:292).

Araştırmada iki ayrı ölçeğe faktör analizi uygulanmıştır. Öncelikle girişimci kişilik özelliklerini belirlemeye yönelik değişkenlerle ilgili 36 maddeye ve sonra girişimcilik eğilimini belirlemeye yönelik değişkenlerle ilgili 14 maddeye ayrı ayrı faktör analizi uygulanmıştır.

3.6.4.1. Girişimci Kişilik Özelliklerini Belirlemeye Yönelik Değişkenlere İlişkin Faktör Analizi

Tablo 3: Girişimci Kişilik Özelliklerini Belirlemeye Yönelik Değişkenlere İlişkin KMO Örneklem Yeterliliği Ölçeği ve Bartlett Küresellik Testi Değeri

KMO		,927
Bartlett Küresellik Testi	Yaklaşık Ki-Kare	4256,730
	Df.	496
	Sig.	,000

KMO (örnekleme yeterliliği istatistiği) ve Bartlett's Test of Sphericity (Bartlett küresellik testi) değişkenler arasında yeterli oranda ilişki olup olmadığını gösterir. Eğer Bartlett testinin p değeri 0,05 anlamlılık derecesinden düşük ise değişkenler arasında faktör analizi yapmaya yeterli

düzeyde ilişki vardır. KMO örnekleme yeterliliğinin kabul edilebilir en alt sınırı 0,50'dir (Sipahi ve diğerleri., 2006:79).

Tablo 3'te de görüldüğü üzere, verilerin faktör analizine uygun olup olmadığını belirleyen KMO değeri (0,927), faktör analizi yapılabilmesi için uygun bir değerdir. Yine aynı nedenle yapılan Bartlett testi Significance = 0,000 olduğundan ve p<0.05 olduğundan verilerin faktör analizi için uygun olduğuna karar verilmiştir. Yapılan faktör analizinde, dikey döndürme yöntemlerinden Varimax yöntemi kullanılmıştır. Analiz sonucunda, kullanılan ölçekteki ifadelerin altı ayrı boyuta dağıtıldığı görülmüştür.

Tablo 4: Girişimci Kişilik Özelliklerini Belirlemeye Yönelik Değişkenlere İlişkin Faktör Analizi Sonuçları

Ölçek Alt Boyutları	Açıklanan Varyans (%)	Cronbach's Alpha
Risk Alma	18,654	,812
Kendine Güven	12,762	,826
Yenilikçilik	11,852	,795
Başarma İhtiyacı Duyma	10,742	,799
Kontrol Odağı	9,358	,682
Belirsizliğe Tolerans	9,183	,697
Toplam Açıklanan Varyans (%): 72,551		

Faktör yükleri, değişken ve faktörün korelasyonunu gösterdiğinden, faktör yüklerinin karesi, değişkenin faktör tarafından açıklanan toplam varyans miktarını gösterir. Tablo 4'te görüldüğü gibi elde edilen açıklayıcılık oranı %72,551'dir.

3.6.4.2. Girişimcilik Eğilimini Belirlemeye Yönelik Değişkenlere İlişkin Yönelik Faktör Analizi

Tablo 5: Girişimcilik Eğilimini Belirlemeye Yönelik Değişkenlere İlişkin KMO Örneklem Yeterliliği Ölçeği ve Bartlett Küresellik Testi Değeri

KMO		,794
Bartlett Küresellik Testi	Yaklaşık Ki-Kare	2571,690
	Df.	276
	Sig.	,000

Tablo 5'te de görüldüğü üzere, verilerin faktör analizine uygun olup olmadığını belirleyen KMO değeri (0,794), faktör analizi yapılabilmesi için uygun bir değerdir. Yine aynı nedenle yapılan Bartlett testi Significance = 0,000 olduğundan ve p<0.05 olduğundan verilerin faktör analizi için uygun olduğuna karar verilmiştir. Yapılan faktör analizinde, dikey döndürme

yöntemlerinden Varimax yöntemi kullanılmıştır. Analiz sonucunda, kullanılan ölçekteki ifadelerin tek boyutta dağıtıldığı görülmüştür. Tablo 6'da görüldüğü gibi elde edilen açıklayıcılık oranı %59,828.

Tablo 6: Girişimcilik Eğilimini Belirlemeye İlişkin Faktör Analizi Sonuçları

Ölçek Alt Boyutları	Açıklanan Varyans (%)	Cronbach's Alpha
Girişimcilik Eğilimi	59,828	,791

3.6.5. Demografik Faktörlerin Analizi

Tablo 7: Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Dağılımları

		N	%
Cinsiyet	Kadın	220	55,0
	Erkek	180	45,0
	Toplam	**400**	**100**

Tablo 7'ye göre araştırmaya katılan öğrencilerin cinsiyetlerine göre dağılımına bakıldığında, katılımcıların 220'sini (%55) kadın ve 180'ini (%45) erkek bireylerden oluşmaktadır.

Tablo 8: Katılımcıların Eğitim Gördükleri Bölümlere Göre Dağılımları

		N	%
Bölüm	İşletme	100	25,0
	İktisat	100	25,0
	Maliye	100	25,0
	Kamu Yönetimi	100	25,0
	Toplam	**400**	**100**

Tablo 8'e göre araştırmaya katılan öğrencilerin eğitim gördükleri bölümlere göre dağılımına bakıldığında, katılımcıların 100'ünün (%25) İşletme bölümünde eğitim gördüğü, katılımcıların 100'ünün (%25) İktisat bölümünde eğitim gördüğü, katılımcıların 100'ünün (%25) Maliye bölümünde eğitim gördüğü ve katılımcıların 100'ünün (%25) Kamu Yönetimi bölümünde eğitim gördüğü görülmektedir.

Tablo 9: Katılımcıların Eğitim Gördüğü Sınıfa Göre Dağılımları

		N	%
Sınıf	1	100	25,0
	2	100	25,0
	3	100	25,0

	4	100	25,0
	Toplam	**400**	**100**

Tablo 9'a göre araştırmaya katılan öğrencilerin eğitim gördükleri sınıflara göre dağılımına bakıldığında, katılımcıların 100'ünün (%25) 1.sınıfta eğitim gördüğü, katılımcıların 100'ünün (%25) 2.sınıfta eğitim gördüğü, katılımcıların 100'ünün (%25) 3.sınıfta eğitim gördüğü ve katılımcıların 100'ünün (%25) 4. sınıfta eğitim gördüğü görülmektedir.

3.6.6. Hipotezlerin Test Edilmesi

H₁: *Harran Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencilerinin girişimcilik kişilik özellikleri ile girişimcilik eğilimleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.*

Girişimci kişilik özellikleri ile girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik olarak nonparametrik test olan Spearman Korelasyon Testi analizi yapılmıştır.

Tablo10: Girişimci Kişilik Özellikleri İle Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Sperman Korelasyon Analizi Sonuçları

		Girişimcilik Eğilimi	Risk Alma	Kendine Güven	Yenilikçilik	Baş. İht. Duyma	Kontrol Odağı	Belirsizliğe Tolerans
Girişimcilik Eğilimi	**Korelasyon Katsayı**	1,000	,270**	,799**	,763**	,667**	,664**	,662**
	Sig. (2-tailed)	.	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	400	400	400	400	400	400	400
Risk Alma	**Korelasyon Katsayı**	,270**	1,000	,163**	,219**	,171**	,228**	,124**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	400	400	400	400	400	400	400
Kendine Güven	**Korelasyon Katsayı**	,799**	,163**	1,000	,437**	,439**	,518**	,416**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	400	400	400	400	400	400	400
Yenilikçilik	**Korelasyon Katsayı**	,763**	,219**	,437**	1,000	,362**	,341**	,531**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	.	,000	,000	,000
	N	400	400	400	400	400	400	400
Baş. İht. Duyma	**Korelasyon Katsayı**	,667**	,171**	,439**	,362**	1,000	,454**	,401**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	.	,000	,000
	N	400	400	400	400	400	400	400
Kontrol Odağı	**Korelasyon Katsayı**	,664**	,228**	,518**	,341**	,454**	1,000	,316**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	.	,000

	N	400	400	400	400	400	400	400
Belirsizliğe Tolerans	**Korelasyon Katsayı**	,662**	,124**	,416**	,531**	,401**	,316**	1,000
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	.
	N	400	400	400	400	400	400	400

Harran Üniversitesi İ.İ.B.F öğrencilerinin girişimcilik kişilik özellikleri alt faktörleri ile girişimcilik eğilimleri arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik olarak yapılan spearman korelasyon analizi sonucunda tüm alt değerler için elde edilen sig. (p) değeri ,000'dır. p=,000 değeri ,05 değerinden küçük olduğu için girişimcilik kişilik özellikleri alt faktörleri ile girişimcilik eğilimi arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucu elde edilmiştir. Korelasyon katsayısı yani r değeri 0,00-0,25 arasında ise çok zayıf, 0,26-0,49 arasında ise zayıf, 0,50-0,69 arasında ise orta, 0,70-0,89 arasında ise güçlü ve 0,90-1,00 arasında ise çok güçlü bir ilişki olduğu yorumu yapılabilir (Arslan, 2018:53). Girişimcilik kişilik özellikleri alt boyutları ile girişimcilik eğilimleri arasındaki korelasyon kat sayısı sırasıyla risk alma faktörü için r=,270 olmasından dolayı aralarında pozitif ve zayıf bir ilişki olduğu, kendine güven faktörü için r=799 olmasından dolayı aralarında pozitif ve güçlü bir ilişki olduğu, yenilikçilik faktörü için r=763 olmasından dolayı aralarında pozitif ve güçlü bir ilişki olduğu, başarma ihtiyacı duyma faktörü için r=667 olmasından dolayı aralarında pozitif ve orta bir ilişki olduğu, kontrol odağı faktörü için r=664 olmasından dolayı aralarında pozitif ve orta bir ilişki olduğu ve belirsizliğe tolerans faktörü için r=662 olmasından dolayı aralarında pozitif ve orta bir ilişki olduğu sonucuna varılmaktadır. Yani girişimcilik kişilik özellikleri alt faktörleri arttıkça girişimcilik eğilim düzeyi de pozitif yönde artmaktadır. H_1 hipotezi desteklendi.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırmanın amacı, Harran Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde eğitim gören öğrencilerin girişimci kişilik özellikleri ile girişimcilik eğilimleri arasındaki ilişkiyi belirlemektir.

Araştırma girişimcilik eğiliminin daha görünür olduğu düşünülen öğrenciler üzerinde yapılmıştır. Zaman ve bütçe darlığı açısından araştırma Harran Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde eğitim gören öğrencilere gönüllü katılımlı olarak yapılmıştır.

Araştırmanın ana kütlesini Harran Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde eğitim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemi; tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örneklemesidir. Anket 401 öğretmen ve yönetici tarafından doldurulmuştur.

Araştırmada kullanılan iki ölçeğe yönelik güvenilirlik analizine göre girişimci kişilik özellikleri ölçeğinin Cronbach's Alfa değeri 0,898 olduğu ve girişimcilik eğilimi ölçeğinin Cronbach's Alfa değeri 0,792 olarak tespit edilmiştir. Girişimci kişilik özellikleri ölçeğinin yüksek derecede güvenilir olduğu ve girişimcilik eğilimi ölçeğinin oldukça güvenilir olduğu tespit edilmiştir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin cinsiyetlerine göre dağılımına bakıldığında, katılımcıların 220'sini (%55) kadın ve 180'ini (%45) erkek bireylerden oluşmaktadır. Katılımcıların öğrencilerin eğitim gördükleri bölümlere göre dağılımına bakıldığında, katılımcıların 100'ünün (%25) İşletme bölümünde eğitim gördüğü, katılımcıların 100'ünün (%25) İktisat bölümünde eğitim gördüğü, katılımcıların 100'ünün (%25) Maliye bölümünde eğitim gördüğü ve katılımcıların 100'ünün (%25) Kamu Yönetimi bölümünde eğitim gördüğü görülmektedir. Öğrencilerin eğitim gördükleri sınıflara göre dağılımına bakıldığında, katılımcıların 100'ünün (%25) 1.sınıfta eğitim gördüğü, katılımcıların 100'ünün (%25) 2.sınıfta eğitim gördüğü, katılımcıların 100'ünün (%25) 3.sınıfta eğitim gördüğü ve katılımcıların 100'ünün (%25) 4. sınıfta eğitim gördüğü görülmektedir.

Girişimci kişilik özellikleri ile girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik olarak nonparametrik test olan Spearman Korelasyon Testi analizi yapılmıştır. Harran Üniversitesi İ.İ.B.F öğrencilerinin girişimcilik kişilik özellikleri alt faktörleri ile girişimcilik eğilimleri arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik olarak yapılan spearman korelasyon analizi sonucunda tüm alt değerler için elde edilen sig. (p) değeri ,000'dır. p=,000 değeri ,05 değerinden küçük olduğu için girişimcilik kişilik özellikleri alt faktörleri ile girişimcilik eğilimi arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucu elde edilmiştir. Korelasyon katsayısı yani r değeri 0,00-0,25 arasında ise çok zayıf, 0,26-0,49 arasında ise zayıf, 0,50-0,69 arasında ise orta, 0,70-0,89 arasında ise güçlü ve 0,90-1,00 arasında ise çok güçlü bir ilişki olduğu yorumu yapılabilir (Arslan, 2018:53). Girişimcilik kişilik özellikleri alt boyutları ile girişimcilik eğilimleri arasındaki korelasyon kat sayısı sırasıyla risk alma faktörü için r=,270 olmasından dolayı aralarında pozitif ve zayıf bir ilişki olduğu, kendine güven faktörü için r=799 olmasından dolayı aralarında pozitif ve güçlü bir ilişki olduğu, yenilikçilik faktörü için r=763 olmasından dolayı aralarında pozitif ve güçlü bir ilişki olduğu, başarma ihtiyacı duyma faktörü için r=667 olmasından dolayı aralarında pozitif ve orta bir ilişki olduğu, kontrol odağı faktörü için r=664 olmasından dolayı aralarında pozitif ve orta bir ilişki olduğu ve belirsizliğe tolerans faktörü için r=662 olmasından dolayı aralarında pozitif ve orta bir ilişki olduğu sonucuna varılmaktadır. Yani girişimcilik kişilik özellikleri alt faktörleri arttıkça girişimcilik eğilim düzeyi de pozitif yönde artmaktadır.

H1 hipotezi desteklendi. Elde edilen sonuç literatürdeki bazı çalışmaların sonuçları ile paralellik göstermektedir (Sezer, 2013; Avşar, 2007; Bozkurt, 2006; Karakaş, 2012).

Karakaş 2012 yılında yapmış olduğu " İşletme ve Mühendislik Bölümü Öğrencilerinin Girişimcilik Eğiliminin Karşılaştırılması: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Örneği " isimli çalışmasında girişimci kişilik özellikleri ile girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkiye dair analizler sonucunda risk alma, yenilikçilik, başarma ihtiyacı, belirsizliğe tolerans, kendine güven ve bağımsızlık ihtiyacı girişimcilik özellikleri ile girişimcilik eğilimi arasında anlamlı ilişkiye rastlanmıştır.

Bozkurt 2006'da yapmış olduğu "Girişimcilik Eğiliminde Kişilik Özelliklerinin Önemi" isimli çalışmasında 6 adet hipotez ortaya atmıştır. Hipotezlere ait gerçekleştirilen analizler sonucunda yenilikçilik girişimcilik özelliği ile girişimcilik eğilimi arasında anlamlı ilişkiye rastlayamamak ile birlikte diğer girişimcilik özellikleri ile girişimcilik eğilimi arasında anlamlı ilişki tespit edilmiştir.

Literatür incelendiğinde girişimcilik ile ilgili yapılan çalışmaların büyük bir çoğunluğunun üniversite öğrencileri üzerinde gerçekleştirildiği görülmektedir. Girişimcilik kimi zaman doğuştan sahip olunan özellikler ile ortaya çıkmakta kimi zaman ise sonradan kazanılan özellikler ile kendini göstermektedir. Eğitim ise girişimcilik özelliklerinin sonradan kazanılması veya mevcut kişilik özelliklerinin gerek ortaya çıkarılması gerek ise geliştirilmesi ve doğru kullanılmasının sağlanmasında kuşkusuz ki çok büyük etkiye sahiptir. Fakat araştırmaların çok büyük çoğunluğunun üniversite eğitimi almakta olan öğrenciler üzerinde yoğunlaşması önemli bir kısıt oluşturmaktadır.

Girişimcilik ile ilgili yapılan çalışmaların daha farklı sektörlerde ve farklı hedef kitleler üzerinde yapılması genelleştirilebilmesi açısından önem arz etmektedir. Bu çalışmalar sonucunda elde edilen bulgularla akademisyenlere ve ilgili tüm kişi ve kurumlara rehberlik edinilmeye çalışılacaktır.

KAYNAKÇA

Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2005). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri, SPSS Uygulamalı, Sakarya: Sakarya Kitabevi

Balaban, Ö. ve Özdemir, Y. (2008). Girişimcilik Eğitiminin Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkisi: Sakarya Üniversitesi İİBF Örneği. Girişimcilik Ve Kalkınma Dergisi, 3(2), 133-147.

Durak, İ., İrmiş, A. ve Özdemir, L. (2017). Girişimcilik-Anadolu Kent Girişimciliğinden Örnekler, Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.

Erdurur, K. (2012). Turizm lisans eğitimi alan öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin girişimcilik eğilimine etkisi: Akçakoca Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu

örneği. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Düzce Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm ve Otel İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, Düzce.

Gegez, A. E. (2010). Pazarlama Araştırmaları. Geliştirilmiş Üçüncü Baskı, İstanbul: Beta Yayınları.

İşcan Ö.F. ve Kaygın, E. (2011), "Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma", Atatürk Üniversitesi Sbe Dergisi, 443-462.

Kayalar, M. ve Ömürbek, N. (2007), Girişimci Adayların Risk Almaya Yatkınlık Özelliğinin Cinsiyet Bağlamında İncelenmesi, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 21(1), 186-200.

Nakip, M. (2006). Pazarlama Araştırmaları Teknikleri ve (SPSS Destekli) Uygulamalar, 2. Baskı, Ankara: Seçkin.

Proctor, T. (2003). Pazarlama Araştırmasının Temelleri. İclem Er (Çeviren). İstanbul: Bilim Teknik Yayınevi.

Sipahi, B., Yurtkolu, E. S. ve Çinko, M. (2006). Sosyal Bilimlerde SPSS'le Veri Analizi. İstanbul: Beta Yayınları.

Soyşekerci, S. ve Akatay, A. (2004), Girişimcilik Paradigmalarında Kaymalar ve Girişimcilikte Profil Eksenleri, Tsa/Yıl:8, 64-76.

Şen, E. Ve Aslan, İ. (2017). Girişimci Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimi Üzerine Etkisi, Journal of Social and Humanities Sciences Research, 4(15), 1847-1855.

Zhao, F. (2005). Exploring the Synergy Between Entrepreneurship and Innovation, International Journal of Entrepreneurial Behaviour&Research, 11(1), 25-41.

İş Yaşamında Yeni Neslin Ayak Sesleri: K Kuşağı

Res. Assist. Erkan NUR
Harran University, FEAS
erkan.nur@harran.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Baran ARSLAN
Harran University, FEAS
baranarslan@harran.edu.tr

Inst. Rojda HATİPOĞLU NUR
Harran University, Hilvan HS
rojda.nur@harran.edu.tr

ÖZET

Günümüzde bilim ve teknolojide yaşanan hızlı değişim ve gelişmeler birçok alanda olduğu gibi işgücü piyasasında da önemli değişikliklere zemin hazırlamıştır. Klasik yaklaşım sürecinde insana fazla değer verilmemiş ve insan tıpkı bir makine gibi görülmüştür. Fakat neo-klasik ve sonrası dönemlerde insan unsuru farklı açılardan ele alınarak işletmelerin en önemli sermayesi olarak görülmüştür. Günümüzde ise işletmelerin yoğun rekabet ortamında hedeflerine ulaşabilmelerinde gerekli olan fiziksel ve finansal kaynaklara kıyasla insan kaynakları daha önemli bir yer tutmaktadır. 21. yüzyıl iş dünyasında insan kaynağına sahip olmak tek başına yeterli olmayıp, var olan insan kaynaklarının bilim ve teknolojide yaşanan hızlı değişime ne kadar adapte olduğu da önem arz etmektedir.

Bugün iş yaşamında X ve Y kuşaklarına ek olarak son yıllarda kendinden söz ettiren yeni bir nesil olan K kuşağı da yer almaya başlamıştır. 1995-2002 yılları arasında doğan bireyleri incelemek için kullanılan bu kavramı, ilk olarak tanımlayan kişi Cambridge Judge Ticaret Üniversitesi profesörü Noreena Hertz'dir. K kuşağı ismini, "Hunger Games" film serisinin ana karakteri olan, (K)atniss Everdeen'nin isminin baş harfinden almaktadır. Teknolojik açıdan fazlasıyla ilerlemiş bir dünyaya gözlerini açan K kuşağı bireyleri X ve Y kuşağı bireylerinin aksine teknolojinin insan hayatını nasıl değiştirdiğini gözlemlemek yerine, bu ileri teknolojiyi iş hayatında nasıl kullanacaklarına odaklanmaktadırlar. Ayrıca bu jenerasyon, teknolojiye hayran kalma ve şaşırma aşamalarını çoktan geçmiş olup, dijital çağdan önceki dönemleri hatırlamadıklarından dolayı teknolojiyi hayatlarının vazgeçilmez bir parçası olarak görmekte ve aktivitelerinin çoğunu dijital ortamda gerçekleştirmektedir. Hertz bu nesli yaratıcı, üretici ve mucit olarak tanımlamaktadır. Çünkü bu nesil sadece satın almakla yetinmeyip, aynı zamanda tasarlama ve yaratma sürecinin de bir parçası olup tükettikleri ürün, hizmet ve medyaya kendi damgalarını vurmak istemektedir (Arslan ve Nur, 2018). En büyüğünün 24 yaşında, en küçüğünün ise 16 yaşında olduğu K kuşağı bireylerinin bir kısmı, şu an iş yaşamında seslerini duyurmaya başlamışlardır. 2020 yılı itibari ile tüm K kuşağı bireyleri ise aktif iş gücünün bir parçası olacaklardır.

Yapılan bu çalışmada, diğer kuşaklara kıyasla özel bir dönemi temsil eden ve sloganları *"yaratıcılık, sadece tüketici değil aynı zamanda üretici ol"* olan bir neslin iş yaşamında meydana getirecekleri katkılar incelenecektir.

Anahtar Kelimeler: K Kuşağı, Teknoloji, İş Yaşamı

Footsteps of the New Generatıon in Business: Generation K

ABSTRACT

Nowadays, rapid changes and developments in science and technology have paved the way for significant changes in the labor market as in many other areas. In the classical approach process, the human being, who was not valued, was seen as a robot. However, in the neo-classical and post-modern periods, the human element has been considered as the most important capital of the enterprises. Nowadays, human resources have a more important place compared to physical and financial resources which are necessary for the enterprises to reach their targets in a highly competitive environment. It is important not only to have human resources in the 21st century business world, but also to what extent the existing human resources adapt to the rapid change in science and technology.

Today, in addition to the X and Y generations, K generation, which is a new generation, has started to take its place in business life. Noreena Hertz, professor of Cambridge Judge University of Commerce, was the first to describe this concept, which was used to study individuals born between 1995 and 2002. Generation K is based on the initials of the name of (K)atniss Everdeen, the main character of the film series "Hunger Games". Like every generation, this generation has its own characteristics. The K generation, which opens its eyes to a world that is technologically advanced, focuses on how to use this advanced technology instead of observing how people change the life of the people unlike the generation X and Y generations. Moreover, this generation of technology has already passed the stages of admiration and surprise, and because they do not remember the previous eras of the digital age, they see technology as an indispensable part of their lives and most of their activities are realized

in digital environment. Hertz describes it as a creator, producer and inventor. Because this generation is not only about purchasing but also wants to strike its own stamps on the products, services and media that they are part of in the process of designing and creating. Some of the K generation individuals, who are 24 years old and the youngest one is 16 years old, have started to make their voices heard in business life. As of 2020, all K generation individuals will be part of the active labor force.
In this study, the contributions of a generation who represent a special period compared to other generations and whose slogans are *"creativity, not only consumers but also producers"* will be examined.
Keywords: Generation K, Technology, Business Life.

1. Giriş

Günümüzde bilimsel, kültürel ve teknolojik değişim ve gelişmeler geçmiş yıllara kıyasla daha hızlı yaşanmaktadır. Bu değişim ve gelişmelerin meydana getirdiği yapıdan en çok etkilenen varlık ise şüphesiz ki insandır. Sahip olduğu karakteristik özelliklerinin yanı sıra yaşanan ekonomik, kültürel, sosyal ve teknolojik olaylar bilimsel yazında kuşak olarak adlandırılan grupların oluşmasına zemin hazırlamıştır.

Bugün aktif işgücünün çoğunluğunu üç temel kuşak olan X,Y ve Z oluşturmaktadır. İş yaşamında, yapısı, hayata bakış açıları, beklentileri ve kişisel özellikleri kendinden önceki nesle benzemeyen yeni jenerasyonla birlikte sayı dört olmuştur. İlgili yazında "K kuşağı" olarak adlandırılan bu nesil, kurumlarda oyunun kurallarının yeniden belirlenmesine neden olacaktır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Kuşak Kavramı

Kuşak kavramının tarihsel süreçteki geçmişi incelendiğinde, konu üzerine araştırmalar yapan yazarların hem fikir olduğu bir zaman dilimi olmamakla birlikte kimi yazılı eserlerde kavramın temellerinin Antik Yunan'a kimilerinde ise Eski Mısır Uygarlığı'na dayandığı görülmektedir (Joshi vd., 2011:179). Bilimsel yazın incelendiğinde, kuşak kavramı gerek ulusal gerekse uluslararası yazında yapılan çeşitli tanımlamalarla açıklanmaya çalışılmıştır.

Kupperschmidt (2000)'de kaleme aldığı çalışmasında kuşak terimini; kamusal, sosyal ve ekonomik olayları içerisinde barındıran ve bu doğrultuda çeşitli faktörlerden etkilenmiş olan, bir arada aynı zamanı harcayan, benzer paylaşım faaliyetlerinde bulunan, aynı yıl ya da birbirine yakın yıl aralıklarında doğan insan topluluğu olarak tanımlamaktadır. Türk Dil Kurumu'nda da (TDK) benzer bir tanım yapılmıştır. TDK'nın yaptığı tanıma göre kuşak; aşağı yukarı aynı yıllar içerisinde doğmuş olup ayın çağın gerektirdiği koşulları yaşayan, benzer sıkıntılara katlanan, benzer yazgıları yaşamış olan ve benzer ödevlere karşı sorumlu olmuş bireylerin oluşturduğu topluluk olarak ele alınmıştır (www.tdk.gov.tr, Erişim Tarihi: 05.07.2019). Lower (2008) ise, daha çok karşılaştırmalı bir bakış açısı ile kuşak kavramını ele alarak; her kuşağın kendine has özellikleri, değer yargıları, tutumları, güçlü ve zayıf yönlerinin olduğunu ifade etmiştir.

Yapılan tanımlar bir bütün olarak ele alındığında, her yazar, kuşak kavramında farklı noktalara değinerek, kavramın içeriğini ve kapsamını genişletmiştir. Bu bağlamda, geçmiş

yıllara kıyasla çağımızda, nesiller arasındaki yaşanan değişim ve gelişim süresinin de oldukça kısa olduğu düşünülecek olursa, kuşak tanımı da gelecek yıllarda ortaya çıkacak olan her yeni nesille birlikte kendisini güncelleyecektir (Arslan ve Nur, 2018: 331).

2.2. Kuşakların Sınıflandırılması

Konuya ilişkin yapılan yazın taramasında, hemen hemen her bir çalışmada farklı bir kuşak sınıflandırılmasının yapıldığı görülmektedir. Yapılan çalışmalar bir bütün olarak ele alındığında, kuşakların sınıflandırılmasında; demografik, sosyal, finansal ve teknolojik dönüşümlerin önemli bir yere sahip olduğu ortaya çıkmıştır (Arslan ve Nur, 2018: 331). Belirtilen bu kriterler doğrultusunda kuşaklar geçmişten günümüze kadar olan süreçte; Sessiz Kuşak, Baby Boomers Kuşağı, X Kuşağı, Y Kuşağı ve Z Kuşağı olmak üzere beş farklı grup altına sınıflandırılmıştır. Fakat son yıllarda Y ve Z kuşağı bireylerinin bileşiminden oluşan ve bu çalışmanın da ana konusunu oluşturan yeni bir jenerasyonu temsil eden K kuşağı ile birlikte bu sayı altıya ulaşmıştır.

2.2.1. Sessiz Kuşak (1925-1945)

Bu kuşak kimi kaynaklarda gelenekselciler, kimi kaynaklarda ise dönemlerinde yaşanan (1. Dünya, 2. Dünya, İç Savaşlar ve Kurtuluş Savaşı) savaşlardan dolayı *"Savaş Kuşağı"* olarak da adlandırılmaktadır. Yaşadıkları olaylar sonucu maruz kaldıkları baskılar nedeniyle şüphe duydukları durumlara karşı oldukça tedbirli davranmaktadırlar. Ayrıca risk alma konusunda da bu kuşağın çok istekli olmadığı görülmektedir (Lehto vd, 2006).

2.2.2. Baby Boomers Kuşağı (1946-1964)

Baby Boomers Kuşağı, dünyada büyük felaketlere neden olan iki büyük dünya savaşının izlerinin yok edilmeye çalışıldığı ve bu nedenle refah politikalarının uygulanmasıyla ortaya çıkan "altın çağ" da doğan nesli temsil etmektedir. Özellikle yaşadıkları dönemde doğum oranlarının hızla artış göstermesi nedeniyle "patlama kuşağı" olarak da tanımlanmaktadır. Dönemlerinde birçok teknolojik ve ekonomik gelişmelere de şahit olan bu kuşak (İzmirlioğlu, 2008:43), özellikle savaşın vermiş olduğu olumsuzluklardan, uygulanan kemer sıkma politikalarından ve yaşanan acılardan kurtulmak amacıyla kendilerini anlamlandırmaya, mutlu edecek faaliyetlerde bulunmaya ve bu bağlamda yoğun bir tüketim yapmaya başlamışlardır (Fromm, 1985:454).

2.2.3. X Kuşağı (1965-1980)

İlgili yazında X kuşağından ilk defa 1964 de İngiltere'de yazılan bir makalede söz edilmiştir (Sujansk ve Reed, 2009: 62). Krizlerle mücadele edilen bir dünyaya gözlerini açan bu nesil, kendilerinden önce gelen Baby Boomers jenerasyonun sürdürdüğü refah dolu hayatın faturasını ödemek zorunda kalmıştır. Çalkantılı bir dünyanın belirsizlikleriyle mücadele etmek

zorunda kalan X kuşağı, bu yüzden "kayıp kuşak" olarak da adlandırılmaktadır. Yaşadıkları gelecek kaygısı; bu kuşağı çok çalışmaya, kariyer yapmaya ve daha çok para kazanmaya odaklandırmıştır (Altuntuğ, 2012:205-206).

Bu neslin bireyleri, teknoloji ve bilgi odaklı değişimlere açık, girişimci, belirli amaçlara odaklanan ve bağımsız olmaya önem vermektedir (Jianrui, 2011). Dönem olarak dijital dönüşüm çağının başlangıç yıllarında doğan bu neslin bireyleri, kendilerinden önce gelen kuşaklara kıyasla oldukça farklı özelliklere sahiptirler. 2010 yılında Pew Araştırma Merkezi tarafından 173 X kuşağı bireyine uygulanan ankette "Sizin kuşağınızı farklı kılan unsurlar nelerdir ?" sorusuna katılımcıların %12'lik bir kısmı "teknoloji kullanımı" (Pew Research Center, 2010: 5), cevabını vererek, önceki nesillerden farklı oldukları yöne vurgu yapmışlardır.

2.2.4. Y Kuşağı (1981-1999)

Bilimsel yazında yaygın olarak Y kuşağı olarak adlandırılan bu jenerasyon kendisinden önce gelenlerden farklı olduklarının gösterilmesi amacıyla bazı kaynaklarda "İnternet kuşağı, Millenial ve Nexter" gibi çeşitli isimlerle de ifade edilmektedir. (Broadbidge vd., 2007).

Dijital medyanın sunduğu fırsatlarla büyüyen Y kuşağı bireylerinin yaklaşık olarak üçte ikisi, beş yaşından önce bilgisayarla tanışmıştır. Teknolojinin sunduğu fırsatlar sayesinde arkadaşlarına, ailelerine, eğlenceye ve gerek duyduğu bilgiye günün her saati ulaşabilen bu jenerasyon, küresel bağlamda gerçekleşen ekonomik krizden diğer kuşaklara kıyasla daha fazla etkilenmelerine rağmen "iyimser olma" yaklaşımını her zaman korumuşlardır (Zemke vd., 2013; 120-125). Özgürlüklerine oldukça düşkün olan bu jenerasyon, teknolojiye düşkünlüğü ve teknolojiyi kullanmadaki yetenekleri ile de kendilerinden söz ettirmektedirler. Günlerinin yaklaşık olarak on beş saatini doğrudan ya da dolaylı olarak medya ve iletişim teknolojileri ile etkileşim içinde geçiren bu nesil için, hayatlarını rahat yaşamak oldukça önem teşkil etmektedir (Mengi, 2011'den akt; Adıgüzel vd., 2014:174).

2.2.5. Z Kuşağı (2000 ve Sonrası)

İlgili yazında Z kuşağı bireylerinin yaş aralıkları ile ilgili çeşitli görüşler olmakla birlikte (Kaplan,2013: 367), genel anlamda 2000 ve sonrasında doğan bireyler Z kuşağı olarak tanımlanmaktadır. Teknolojik açıdan oldukça ilerlemiş bir çağda doğduklarından dolayı bu kimi kaynaklarda bu jenerasyonun; "Kuşak I", "İnternet Kuşağı", "Next Generation", "Instant Online (Her daim çevrimiçi)" ya da "iGen" gibi isimlerle de ifade edildiği görülmektedir (Levickaite, 2010: 173). Karakteristik özellikleri açısından ele alındığında ise Z kuşağı; işbirliğine yatkın, yaratıcı düşünce, amaç odaklı, daha az sadık, esnek yaşam ve çalışmaya dikkat eden aynı zamanda uluslararası fırsatları takip eden bireylerden oluşmaktadır (Vogel, 2015: 50).

2.2.6. K Kuşağı (1995-2002)

Günümüzde kuşaklarla ilgili yazında birçok çalışma yapıldığı görülmektedir. Yapılan bu çalışmalar daha çok X, Y ve Z kuşaklarını kapsamaktadır. Ancak son bir kaç yıldır bilinen kuşakların dışında kendisinden söz ettiren, yeni bir jenerasyon araştırmalara konu olmaya başlamıştır. Literatürde bu nesil, K Kuşağı olarak yer edinmiştir. 1995-2002 yılları arasında doğan bireyleri araştırmak amacıyla bu kavramı ilk kez Cambridge Judge Ticaret Üniversitesi profesörü Noreena Hertz tanımlamıştır.

Hertz bu jenerasyonu tanımlarken "Hunger Games" (Açlık Oyunları) film serisinin ana karakteri olan (**K**)atniss Everdeen'den esinlenmiş olup, tanımladığı kuşak ise ismini bu karakterin baş harfinden almıştır. Hertz'e göre bu neslin dünyaya bakış açıları; dünyanın kendi fanusları olduğu fikriyle büyüyen ve yazında "Yes we can" nesli olarak da bilinen milenyallere kıyasla, dünya fanustan ziyade Hobbes'un tasvir ettiği biçimde distopik, adaletsiz ve serttir (Bozkuş, 2017).

Hertz İngiltere ve Amerika sınırları içerisinde yaşayan ve yaşları 14 ile 22 arasında değişen toplam 2.000 genç kızdan oluşan geniş kapsamlı çalışmasında genç kızlara "En büyük korkunuz nedir?" sorusunu sorduğunda katılımcıların büyük bir çoğunluğu "kişisel başarısızlık ve sevdiklerini kaybetme" gibi bireysel cevaplar yerine; "%75'i terör, %66'sı küresel ısınma ve iklim değişikliği, %85'i bir iş sahibi olamama ve %77'lik bir kısım ise borçlu olmadan borçluluk korkusu" (Hertz, 2015), gibi bireysel kapsamlı sonuçlardan ziyade daha çok toplumsal yapıyı etkileyen sonuçlara ulaşmıştır.

K kuşağı oldukça yeni bir kavram olması nedeniyle bilimsel anlamda kavrama ilişkin yapılmış çalışmalar da oldukça azdır. Konuya ilişkin olarak aşağıda belirtilen iki çalışma oldukça önem teşkil etmektedir:

Duygulu (2018)'de kaleme aldığı çalışmasında K Kuşağı bireyleri *"Yeni Medya ve İletişim Teknolojisindeki"* gelişmeler ışığında ele almıştır. Yapılan çalışma sonucunda, bu jenerasyonun değişen ve gelişen medya teknolojileri sonrası iletişim problemleri yaşadığını tespit etmiştir. Yaşanan bu problemlerin ise en çok K Kuşağı bireyleri ile ebeveynleri arasında olan ilişkileri zedelediği çalışma sonucunda elde edilen en önemli bulgu olmuştur.

Kavrama ilişkin bir diğer çalışma da Arslan ve Nur (2018) tarafından yapılmıştır. Yapılan çalışmada, K kuşağına mensup bireylerin demografik farklılıkları bağlamında teknolojik yenilikçilik eğilimlerindeki farklılıklar belirlenmeye çalışılmıştır. Çalışmanın ana kütlesini Türkiye'de yaşayan farklı ekonomik ve kültürel kesimlerde bulunan 406 K Kuşağı bireyleri oluşturmaktadır. Elde edilen veriler SPSS programı ile analiz edilmiştir. Ankete katılan bireylerin teknolojik yenilikçilik eğilimlerindeki farklılıkları belirlemek amacıyla t-

testi, ve kuruskal wallis H analizi testi yapılmıştır. Yapılan analizler sonucunda K kuşağına mensup bireylerin cinsiyetleri açısından teknolojik yenilikçilik eğilimlerinde bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

2.2.6.1. İş Yaşamında K Kuşağı

Bugün en büyüğü 24 en küçüğü ise 17 yaşında olan K kuşağı bireyleri, aktif işgücünün bir parçası haline gelmiş durumdadır. İstatistiksel açıdan K kuşağı bireyleri, toplam nüfus ve istihdam edilebilir nüfus açısından değerlendirildiğinde; Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) 2018 verilerine göre K kuşağına mensup bireyler 10,717 milyon nüfusu ile toplam nüfusun %13,1'lik kısmını oluşturmaktadır. K kuşağı bireylerinin (15-64) yaş aralığı nüfus içindeki oranı ise %19,26'dır (http://www.tuik.gov.tr, Erişim Tarihi: 23.07.2019). Veriler incelendiğinde işgücü piyasasında çalışma çağında olan nüfusun yaklaşık %20'lik kısmını K kuşağı bireylerinin oluşturduğu görülmektedir.

K kuşağı bireyleri yaş aralıkları itibari ile dikkate alındığında diğer kuşaklarda olduğu gibi özel bir yaş aralığı olmamakla birlikte Y ve Z kuşağına mensup bireylerin belirli yaş aralıklarının birleşmesiyle oluşan özel bir kuşaktır. Sahip olduğu birtakım özellikler Y ve Z kuşakları ile benzerlik göstermekle birlikte bu kuşağı diğerlerinden ayıran bir takım özellikler de mevcuttur.

Teknoloji, çöküş ve tehlike ile tanımlanan K kuşağı bireyleri kendilerinden önce gelen kuşak gibi hareket etmemektedirler. Adaletsiz bir dünyada olduklarının farkında olan bu kuşağın en belirgin özellikleri; samimiyet duygusu, stresli olmaları ve geleneksel kurumlara güven sorunu yaşamalarıdır. Bu kuşak işin olmazsa olmaz üç önemli kavram vardır. Bunlar: Sosyal sorumluluk, şeffaflık ve ahlaki değerler (http://www.gazeteekonomi.com, Erişim Tarihi: 23.07.2019).

Hertz yaptığı çalışmada bu kuşakla ilgili önemli bulgular elde etmiş olup, aynı zamanda bu jenerasyonun iş yaşamından beklentilerini ve şirketlerin K kuşağını kavrayabilmeleri için atması gereken adımları aşağıdaki şekilde açıklamıştır (Bozkuş, 2017; Heilpern, 2016):

- Hertz araştırması sonucunda bu neslin üç önemli özelliğe sahip olduğunu vurgulamıştır. Bunlar: Üreticiler, mucitler ve yaratıcılar. Aynı zamanda bu kuşakla çalışacak olan şirket ve markaların, diğer kuşaklara ulaşmak için uyguladıkları yol ve yöntemleri tamamen değiştirmeleri gerektiğini vurgulamıştır.
- K kuşağı ile çalışacak olan kurumların dikkat etmesi gereken noktalardan bir tanesi de güven duygusudur. Bu kuşağın kurumlara duyduğu güven diğer kuşaklara kıyasla büyük farklılık göstermektedir. Hertz'in yaptığı çalışmada ankete katılanlara sorulan *"Büyük şirketlerin doğru işler yaptığına inanıyor musunuz?" s*orusuna, kendinden önce gelen

kuşaklarda yer alanların %60'lık bir kısmı şirketlere güven duygularının olduğunu ifade ederken, bu kuşağa mensup bireylerin ise sadece %6'lık bir kısmı *"evet"* cevabını verdiği görülmüştür. Bu bağlamda bu kuşağı kazanmak isteyen şirketlerin söyledikleri ile yaptıklarının tutarlı olması oldukça önemlidir.

- Bu jenerasyon şirketlerden toplumsal ve çevresel konulara ilişkin tam mükemmeliyetçilik beklememektedir. Önemle üzerinde durdukları nokta, şirketlerin bu tür konulara önem verdiklerini ve hassas olduklarını bilmek istemektedirler.
- K kuşağı herhangi bir ürünü sadece satın almakla yetinmeyip, aynı zamanda tükettikleri ürünlerin tasarlanmasında ve oluşturulmasında da kendi damgalarını vurmak istemektedirler.
- Sahip oldukları girişimcilik özellikleri sebebiyle aynı anda birden fazla işi yapabilen ve sosyal yönleri de oldukça ağır basan K kuşağı, dijital çağın içinde doğmaları nedeniyle dijital çağ öncesi dönemi çok fazla hatırlamamaktadır. Bu sebeple faaliyetlerinin büyük bir çoğunluğunu dijital platform da gerçekleştirmektedirler (Bozkuş, 2017).
- Teknolojinin vazgeçilmez bir unsur olduğu günümüz iş dünyasında K kuşağı bireyleri, özellikle teknolojik inovasyonun sunduğu web tasarım, biyoteknoloji, web yazılım, nanoteknoloji ve nesnelerin interneti gibi modern teknolojik atılımlara uyum sağlama sürecinde de problem yaşamamaktadır (Arslan ve Nur, 2018: 336).
- Sahip oldukları çok yönlülük, teknoloji odaklılık, yaratıcılık, sosyal sorumluluk duygusu ve ahlaki değerlere bağlılık gibi özellikleri sayesinde K kuşağı jenerasyonu şirketler açısından yeni bir işgücü yapısını oluşturmaktadır. Özellikle K kuşağını iyi anlayan ve bu jenerasyonu kurum içinde aktif olarak kullanılabilen şirketler bu sayede dijital örgüt kültürünün oluşmasına katkı sağlayabilir.

3. Sonuç ve Öneriler

Yapılan bu çalışmada, literatürde yeni bir kavram olan K kuşağı ile ilgili farkındalık oluşturulmaya çalışılmıştır. Diğer kuşaklara kıyasla kendilerine has özellikleri bulunan K kuşağı bireyleri 10,717 milyon nüfusu ile toplam nüfusun %13,1'lik kısmını oluşturmaktadır. Ayrıca, (15-64) yaş aralığındaki nüfusun ise %19,26'lık bir kısmını oluşturmaktadır.

Teknoloji çağında dünyaya gözlerini açan bu nesil, kendinden önce gelen kuşakların teknolojik gelişmeler karşısında yaşadıkları şaşkınlıkları yaşamamıştır. Aynı anda birden fazla işe odaklanabilen bu neslin bireyleri, gerek çevresel gerekse kurum içi değişimler karşısında sergiledikleri esneklik ve hızlı adaptasyon sayesinde kurumlara artı avantaj sağlamaktadırlar. Güven, sosyal sorumluluk, ahlaki değerler, şeffaflık bu jenerasyonun en dikkat ettiği

unsurlardır. Bu unsurlar da başarı yakalayan şirketlerin, ihtiyaç duyduğu insan kaynağı ihtiyacının büyük bir kısmını K kuşağı sağlayabilecektir.

Yapılan bu çalışma teorik çerçevededir. Konuya ilişkin yapılacak uygulamalı ve kuşaklar arası karşılaştırmalı çalışmalar, daha verimli ve somut sonuçların elde edilmesini sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

Adıgüzel, O., Batur, H. Z. ve Ekşili, N. (2014), "Kuşakların Değişen Yüzü ve Y Kuşağı İle Ortaya Çıkan Yeni Çalışma Tarzı: Mobil Yakalılar", Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (19), 165-182.

Altuntuğ, N. (2012), "Kuşaktan Kuşağa Tüketim Olgusu ve Geleceğin Tüketici Profili", Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 4(1), 203-212.

Arslan, B. ve Nur, E. (2018), "Teknolojinin Yeni Çocuğu: K Kuşağı", Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi, 6(15), 229-347.

Bozkuş, F. (2017), "K Kuşağı Üretime Dahil Olmak İstiyor", http://www.ekonomist.com.tr/yonetim-kariyer/k-kusagi-uretime-dahil-olmak-istiyor.html. Erişim Tarihi: 25. 07.2019.

Broadbridge, A. M., Maxwell, G. A., ve Ogden, S. M. (2007), "Experiences, Perceptions and Expectations of Retail Employment for Generation Y", Career Development International, 12(6), 523-544.

Duygulu, S. (2018), "Yeni Medya Teknolojilerinin K-Kuşağının Ebeveynleriyle Olan iletişime Etkisi", TRT Akademi, III, 6: 632-652.

Fromm, E. (1985), Sevme Sanatı, çev. Gündüz, İstanbul: Say Yayınları.

Hertz, N. (2015), "Generation K: What it Means to be A Teen", http://www.noreena.com/wp-content/uploads/2015/04/Generation-K.jpg. Erişim Tarihi: 25.07.2019.

İzmirlioğlu, K. (2008), Konumlandırmada kuşak analizi yardımıyla tüketici algılarının tespiti: Türk otomotiv sektöründe bir uygulama. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.

Jianrui, J. (2011), "The Y factor: Managing the New Generation of Soldiers", Journal of the Singapore Armed Forces, 39(4), 53-59.

Joshi, A., Dencker, J. C. ve Franz, G. (2011), "Generations in Organizations", Research in Organizational Behavior, 31, 177-205.

Kaplan, B. (2013), "C Kuşağı Tüketici Davranışları ve C Kuşağına Yönelik Pazarlama Stratejileri: Türkiye'de GSM Sektörünün Bu Kuşağa Yaklaşımı", Kafkas Üniversitesi 18. Ulusal Pazarlama Kongresi, 19-22 haziran, Kars: 365-383.

Kupperschmidt, B.R. (2000), “Multigeneration Employees: Strategies For Effective Management”, The Health Care Manager, 19(1), 65-76.

Lehto, X. Y., Jang, S., Achana, F. T. ve O'Leary, J. T. (2008), “Exploring Tourism Experience Sought: A Cohort Comparison of Baby Boomers and the Silent Generation”, Journal of Vacation Marketing, 14(3), 237-252.

Levıckaıte, R. (2010), "Generations X, Y, Z: How Social Networks Form the Concept of the World without Borders (The Case of Lithuania)", LIMES: Cultural Regionalistics, III, 2: 170-183.

Lower, J. (2008), “Brace Yourself Here Comes Generation Y”, Critical Care Nurse, 28 (5), 80,84.

Pew Research Center, (2010), "Millenials: A Portrait of Generation Next”, http://www.pewsocialtrends.org/files/2010/10/millennials-confident-connected-open-to change.pdf. (Erişim tarihi, 01,07.2019).

Sujansky, J. ve Ferrġ-Reed, J. (2009), "Keeping the Millennials: Why Companies are Losing Billions in Turnover to This Generation-and What to do about It", John Wiley & Sons.

Vogel, P. (2015), Generation Jobless?: Turning the Youth Unemployment Crisis into Opportunity, Springer.

Zemke, R., Raines, C. ve Filipczak, B. (2013), Generations at Work: Managing the Clash of Boomers, Gen Xers, and Gen Yers in the workplace. Amacom, USA.

(www.tdk.gov.tr, Erişim Tarihi: 05.07.2019).

http://www.gazeteekonomi.com/kariyer/iste-k-kusaginin-ozellikleri-h366030.html, Erişim Tarihi:23.07.2019

http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1007, Erişim Tarihi: 23.07.2019

3rd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 28-30 June 2019, Lefkosa

Borçlanma Maliyetlerinin TFRS ve BOBİ FRS Açısından Karşılaştırılmasına İlişkin Uygulama Örnekleri

Prof. Dr. Seçkin GÖNEN
Dokuz Eylul University, FEAS
seckin.gonen@deu.edu.tr

Asst. Prof. Dr. Emin YÜREKLİ
Kyrgyz - Turkish Manas University, FEAS
eyurekli@pau.edu.tr

ÖZET

Uluslarararası Muhasebe Standartları Kurulu (IASB) tarafından yayınlanan 23 Nolu Borçlanma Maliyetleri Standardı, bir işletme tarafından gerçekleştirilen borçlanmalarla ilgili olarak ortaya çıkan faizlerini, kredi komisyonlarını, kur farklarını ve vade farklarını borçlanma maliyeti olarak tanımlamakta ve muhasebeleştirme esaslarını açıklamaktadır. Standardının temel ilkesi, bir özellikli varlığın elde edilmesi veya ortaya konması ile doğrudan ilişki kurulabilen borçlanma maliyetlerinin aktifleştirilmesi, bunların dışındaki maliyetlerin gider kaydedilerek muhasebeleştirilmesini öngörmektedir. Bununla birlikte bağımsız denetime tabi olup Türkiye Finansal Raporlama Standartlarını (TFRS) uygulamayan işletmeler için de yayınlanan tebliğ ile yürürlüğe giren Büyük ve Orta Boy İşletmeler için Finansal Raporlama Standardı (BOBİ FRS) bulunmaktadır. BOBİ FRS'de 17.Bölümde incelenen Borçlanma Maliyetleri, Uluslararası Muhasebe Standartlarına benzerlik gösterse de Stoklar ve Maddi Duran Varlıklar açısından bazı farklılıklar içermektedir. Çalışmanın amacı Borçlanma Maliyetlerinin TFRS ve BOBİ FRS açısından muhasebeleştirilmesindeki farklılıkları ortaya koymaktır.

Anahtar Kelimeler: TFRS, BOBİ FRS, Borçlanma Maliyetleri

Examples of Comparison of Borrowing Costs in terms of TFRS and BOBI FRS

ABSTRACT

The Borrowing Costs Standard No. 23, issued by the International Accounting Standards Board (IASB), defines the interest, credit commissions, currency differences and maturity differences arising from borrowings by an entity as borrowing costs and describes the accounting principles. The basic principle of the Standard stipulates the capitalization of borrowing costs that can be directly related to the acquisition or presentation of a qualifying asset, and the recognition of costs other than these, by recognizing them as expense. However, subject to independent audit Turkey Financial Reporting Standards (TFRS) and published the notification for business administration enacted the Financial Reporting Standard for Large and Medium-Sized Businesses (BOBI FRS) are available. Borrowing Costs examined in Section 17 of the BOBI FRS, although similar to International Accounting Standards, have some differences in terms of Inventories and Tangible Assets. The purpose of this study is to reveal the differences in the accounting of Borrowing Costs in terms of TFRS and BOBI FRS.

Keywords: TFRS, BOBI FRS, Borrowing Cost

GİRİŞ

Küreselleşen dünyamızda, işletmeler sadece ulusal anlamda değil, uluslararası alanda da sürekli olarak artan rekabet ortamı ile karşı karşıya kalmaktadır. Bu durumda da işletmeler rekabette geri kalmamak için düşük maliyet ile üretim, yeni ve modern makine parkı, tesis ve teçhizat gibi yeni yatırımlar yapmak durumunda kalmaktadırlar.. Bunun için işletmeler özkaynak kullanarak veya yabancı finansman kaynaklarına başvurmak suretiyle finansman sağlamaktadırlar. Son yıllarda yaşanan gözlemler ise işletmelerin özkaynaklarına oranla yabancı kaynaklara daha çok başvurdukları gözlemlenmektedir. Tüm bu gelişmeler işletmelerde muhasebe alanında yabancı kaynak kullanımına dayalı borçlanma maliyetlerini doğru ve sağlıklı bir şekilde muhasebeleştirilmesinin de önemini artırmaktadır (Yapan, 2010; 53).

Muhasebe, işletme faaliyetlerinin ölçülmesi, işletme ile ilgili finansal kararların alınması ve sonuçların iletilmesi sürecinde en etkili bilgi sistemidir (Horngren ve Harrison, 2007; 4). Bu bağlamda işletmelerin uluslararası yatırımcıları kendilerine çekebilmeleri ve yeni ortaklar bulabilmeleri için dünya ile entegre olmuş ortak bir muhasebe dilini kullanmaları ve finansal raporlama sisteminin varlığı ile mümkün olabilmektedir (Akdoğan, 2012; 30).

Uluslararası Muhasebe Standartları Kurulu (IASB) tarafından Uluslararası Muhasebe Standartları (UMS) yayınlanmıştır. Uluslararası Muhasebe Standartları'ndan biri olan 23 Nolu Uluslararası Muhasebe Standardı (UMS 23) Borçlanma Maliyetleri Standardı olup, borçlanma maliyetlerinin muhasebeleştirme esaslarını açıklamaktadır. UMS 23, 2005 yılında 23 Nolu Türkiye Muhasebe Standardı (TMS 23) olarak Türkçe'ye çevrilerek Resmi Gazetede yayınlanmıştır. Bu standardın önemi, işletmelerin yabancı kaynak edinmede uygulayacakları finansman maliyetleri ve finansman maliyetlerinin gerçeğe uygun olarak (fair value less costs) kaydedilmesi ve finansal tablolara yansıtılmasıdır.

İster özkaynak olsun ister yabancı kaynak, her kaynağın bir maliyeti vardır ve işletme için bir kaynağın maliyeti, o kaynağı işletmeye sağlayacak olanın, yatırımından bekleyeceği getiri tutarıdır (Conkar vd. 2007; 71).

Literatürde borçlanma maliyeti olarak da adlandırılan yabancı kaynak maliyeti, işletmelerin geri ödenmek kaydıyla üçüncü şahıslardan veya kurumlardan elde ettikleri her çeşit nakit ve nakit benzeri varlıklarla, her türlü hak ve taahhütlerden oluşan maliyetlerdir (Aktaş, 2010; 3).

İşletmelerin yabancı kaynak ihtiyacı doğduğu durumlarda da kreditörler ve diğer finans kuruluşları işletmelerin mali tablolarını incelemekte ve finansal raporlarını anlaşılabilir, ihtiyaca uygun, güvenilir ve karşılaştırılabilir nitelikteki finansal tablolarını hem ulusal, hem de uluslararası bilgi kullanıcılarına sunmak zorundadırlar.

TMS 23 - BORÇLANMA MALİYETLERİ STANDARDI

İkinci Dünya Savaşı'nın sona ermesiyle özellikle Kuzey Amerika ve Batı Avrupa'da şirketler hızla büyümeye başladı, bu büyüme rekabet ortamı ile de desteklendiğinden yeni yatırımlar dolayısı ile sermaye gereksinimi önem kazandı. İşletmeler yatırımlarını borçlanma yoluyla karşılayabilmek için gelirlerini yüksek göstermenin yollarını aradılar. Böylelikle borçlanma maliyetlerinin aktifleştirilmesi daha fazla gelir gösterebilmenin yollarından biri hâline geldi. Bu yöntem 1979'da ABD'de FAS 34 koduyla 'faiz maliyetlerinin aktifleştirilmesi' standardı ile resmî hâle getirildi (Feller, 2008; 86).

Türkiye'de borçlanma maliyetlerinin aktifleştirilmesiyle ilgili ilk düzenleme Türkiye Muhasebe ve Denetim Standartları Kurul (TMSK) tarafından "TMS 14 Borçlanma Maliyetleri" başlığıyla 1 Ocak 2000'den itibaren geçerli olacak şekilde yürürlüğe kondu(Yükçü vd. 2008;

30). Söz konusu düzenleme 2005 yılında TMSK tarafından UMS 23'le bire bir uyumlu hâle gelecek şekilde yenilenerek 01.01.2006'dan itibaren geçerli olacak şekilde 'TMS 23' standardı olarak değiştirildi. Söz konusu standart daha sonra TMSK tarafından yayımlanan 46, 89 ve 114 numaralı tebliğlerle yenilendi (Aslanertik ve Yapan, 2011).

- **TMS 23'ün Kapsamı**

TMS 23 standardıyla temel olarak özellikli bir varlığın edinilmesi, üretilmesi veya inşasıyla doğrudan bağlantı kurulabilen borçlanma maliyetlerinin söz konusu varlığın maliyetinin bir parçası olarak aktifleştirilmesini sağlarken diğer borçlanma maliyetleri gider olarak muhasebeleştirilir (Mirza vd. 2008; 170). TMS 23 ile 'borçlanma maliyetleri' ve 'özellikli varlıklar' kavramları da netleştirilmiştir. Buna göre borçlanma maliyetleri "Bir işletme tarafından yapılan borçlanmalarla ilgili olarak katlanılan faiz ve diğer giderler"dir (Resmi Gazete, 2005), söz konusu maliyetler aşağıda özetlenmiştir (Yükçü vd. 2008):

- Banka kredileri (kredili mevduat hesapları dahil) ile kısa ve uzun vadeli borçlanmalara uygulanan faizler,
- Borçlanmalarla ilgili iskonto ve primlerin itfa payları,
- Borç sözleşmeleri ile ilgili olarak oluşan diğer maliyetlerin itfa payları,
- "TMS 17 Kiralama İşlemleri" Standardı uyarınca finansal tablolara yansıtılan finansal kiralamalara ilişkin borçlanma maliyetleri ve
- Yabancı para ile borçlanmalarda, faiz maliyetleri ile ilgili düzeltme olarak dikkate alındıkları ölçüde olmak üzere, kur farkları.

Söz konusu maliyetlere TMS 39'da bahsedilen etkin faiz oranı metoduyla hesaplanan faiz giderleri, TMS 17 gereği mâlî tablolara yansıyan finansal kiralamalarla ilgili borçlanma maliyetleri ile döviz cinsinde borçlanmalarda faiz maliyetleri düzeltme temelinde meydana gelebilecek kur farkları dâhildir (Pwc, 2008).

TMS 23'te finansman giderleri yerine borçlanma maliyetleri kavramının kullanılması, söz konusu giderlerin finansmandan kaynaklanan maliyetler olduğunu vurgulamak içindir; dolayısıyla borçlanma maliyetleri finansman giderlerinden daha geniş bir çerçeveye işaret eder (Deran ve İncilay, 2014; 115). TMS 23'e göre 'özellikli varlıklar' ise amaçlanan kullanıma ya da satışa hazır duruma getirilmesi zorunlu olarak uzun süre gerektiren varlıklardır. Dolayısı ile kısa süre içinde üretilen stoklar ya da mâlî varlıklar özellikli varlık değildir. Duruma bağlı olarak stoklar, imalat tesisleri, enerji üretim tesisleri, maddi olmayan duran varlıklar ve yatırım amaçlı gayrimenkuller özellikli varlık niteliğini haiz olabilir. Özellikli varlık kavramı zaman zaman hatalı olarak edinim sürecinde yüksek maliyete yol açan kalemler için de kullanılmaktadır, fakat bir iktisadi değeri özellikli varlık yapan şey maliyet ya da fiyat değil o değerin kullanıma ya da satışa hazır duruma gelmesi için gereken süre ve niteliğidir (Aslanertik ve Yapan, 2011).

Borçlanma maliyetlerinin muhasebeleştirilmesinde 'temel yöntem' ve 'alternatif yöntem' başlıklı iki yöntem kullanılmaktadır (Yükçü vd. 2008). Temel yöntemde borçlanma maliyetleri oluştukları dönemde gider olarak muhasebeleştirilirken, borçlanmanın niteliği ve yöntemine bakılmaz. Alternatif yöntemde ise özellikli bir varlığın alımı, inşası ve üretimiyle doğrudan bağlantılı borçlanma maliyetleri ilgili varlığın bir parçası olarak ele alınıp

aktifleştirilirler. Bu yöntemde özellikli varlığın maliyetlerinin aktifleştirilebilmesi için borçlanma maliyetinin söz konusu varlıkla ilgili olması, aktifleştirilecek borçlanma maliyetleri tutarının ilgili standarda uygun olarak belirlenmesi, varlığın ileride işletme için gelir sağlamasının olası olması ve özellikli varlığın işletmeye maliyetinin tutarlı bir biçimde ölçülebilir olması gereklidir.

- **Muhasebeleştirme Yöntemleri**

  Borçlanma maliyetlerinin muhasebeleştirilmesinde iki yöntem kullanılmaktadır.

1) Temel Yöntem
2) Alternatif Yöntem

Temel Yöntem

Bu yöntemde borçlanma maliyetleri oluştukları dönemde gider olarak muhasebeleştirilirler. Borçlanmanın niteliği ve yöntemi dikkate alınmaz.

Örnek: İşletme bankadan gelen dekonttan, kullandığı kısa vadeli banka kredisi ile ilgili olarak 1.500 TL. lik faiz gideri tahakkuk ettiğini öğrenmiştir. Ayrıca işletme, ihraç ettiği ve sattığı tahvillerle ilgili olarak 3.000 TL üç aylık faiz giderini bankadan ödemiştir (Yükçü vd. 2008; 4). Bu işlemlerin borçlanma maliyeti olarak muhasebeleştirilmesi ve 690 Dönem Kar veya Zararı hesabına kadar taşınması şöyle yapılabilir.

780 FİNANSMAN GİDERLERİ	1.500	
300 BANKA KREDİLERİ		1.500

/

780 FİNANSMAN GİDERLERİ	3.000	
102 BANKALAR		3.000

/

660 KISA VADELİ BORÇLANMA GİD.	1.500	
661 UZUN VADELİ BORÇLANMA GİD.	3.000	
781 FİN. GİD. YANSITMA HESABI		4.500

/

690 DÖN.KAR. VEYA ZARARI	4.500	
660 KISA VADELİ BORÇLANMA GİD.		3.000
		1.500

	661 UZUN VADELİ BORÇLANMA GİD.		

Temel yönteme göre muhasebeleştirilen borçlanma giderleri oluştukları dönemin gelir tablosuna yansıtılmaktadır.

Borçlanma Maliyetlerinin Aktifleştirilmesi (Alternatif Yöntem)

Özellikli varlık , istendiği şekilde kullanıma veya satışa hazır hale gelmesi uzun bir süre alan varlıktır. (IAS 23.5). Bu varlıklara, satışa hazır hale getirilmesi uzun zaman alan stoklar, üretim tesisleri, enerji üretim tesisleri ve yatırım amaçlı gayrimenkuller örnek olarak verilebilir(IAS 23.7).

Örnek Uygulama 1: İşletme dört sene içinde tamamlanması istenen bir üretim tesisi inşa etmeye başlamıştır. Söz konusu işletme ilgili üretim tesisinin hazır hâle gelmesine kadar uzun bir süre geçeceği için tesise TMS 23'e göre özellikli varlık muamelesi yapabilir.

Örnek Uygulama 2: İşletme kullanmakta olduğu enerji üretim ünitesinin bakımını yaptırmaktadır. Söz konusu bakım çalışması mevcut bir tesise yönelik olduğu için, uzun süreli de olsa TMS 23 kapsamında özellikli varlık olarak değerlendirilemez.

Aktifleştirme İşlemine Ara Verilmesi

Bir özellikli varlığın amaçlanan kullanıma veya satışa hazır duruma getirilmesine yönelik faaliyetlere uzun süreli ara verilen dönemler boyunca oluşan borçlanma maliyetlerinin aktifleştirilmesine de ara verilir (TMS 23,md. 20).

Bu tür maliyetler kısmen tamamlanmış varlıkların elde tutulmasından kaynaklanan maliyetler olup, aktifleştirilmeleri mümkün değildir. Ancak, önemli teknik ve idari çalışmalara devam edildiği bir dönemde normal olarak borçlanma maliyetlerinin aktifleştirilmesine ara verilmez. İşlemlerdeki geçici gecikmenin, varlığın amaçlanan kullanıma veya satışa hazır duruma getirilmesi için gerekli işlemlerin kaçınılmaz bir parçası olduğu durumlarda da borçlanma maliyetlerinin aktifleştirilmesine ara verilmez (Özerhan ve Yanık, 2012; 445).

Örneğin, bir stok kaleminin olgunlaşması için ihtiyaç duyulan ek süre boyunca veya yüksek su seviyesinin alışılagelmiş bir olay olduğu coğrafi bir bölgede yapılmakta olan bir köprünün inşaatının yüksek su seviyesi nedeniyle gecikmeye uğradığı ek sürelerde Borçlanma maliyetinin aktifleştirilmesine devam edilir (TMS 23 md. 21)

Aktifleştirme İşleminin Sona Ermesi

Bir varlığın amaçlanan kullanıma veya satışa hazır duruma getirilmesi için gerekli tüm işlemler tamamlandığında, borçlanma maliyetlerinin aktifleştirilmesine son verilir (TMS 23 md. 22).

Normal şartlar altında, bir varlığın fiziken inşasının tamamlanması, olağan idari işlemler devam etse dahi, ilgili varlığın amaçlanan kullanıma veya satışa hazır olduğu anlamına gelir. Varlıkla ilgili, müşterinin veya kullanıcının talebine göre, dekorasyon ve benzeri küçük işlemlere devam

edilmesi tüm işlemlerin esas itibarıyla tamamlanmadığı anlamına gelmez (TMS 23 md. 23). Bu durumlarda borçlanma maliyetinin aktifleştirilmesine son verilir.

Bir özellikli varlığın yapımının parçalar halinde tamamlandığı ve diğer parçaların yapımı devam ederken her bir parçanın kullanılabildiği durumlarda, belli bir parçanın amaçlanan kullanıma veya satışa hazır duruma getirilmesi için gerekli tüm işlemler esas itibarıyla tamamlandığında, ilgili parçaya ilişkin borçlanma maliyetlerinin aktifleştirilmesine son verilir (TMS23 md.24).

Örnek: Her biri bağımsız olarak kullanılabilen birkaç binadan oluşan bir iş merkezi, diğer bölümlerde inşaat devam ederken her bir bölümü ayrı olarak kullanılabilen bir özellikli varlığa örnek teşkil eder. Çelik fabrikası gibi, aynı tesisin farklı bölümlerinde birbirini takip eden çeşitli süreçler içeren bir endüstriyel tesis de herhangi bir parçasının kullanılabilmesi için bütünüyle tamamlanması gereken bir özellikli varlığa örnektir (Özerhan ve Yanık, 2012; 446).

Finansal Tablolarda Açıklanacak Bilgiler

- Borçlanma maliyetlerine ilişkin uygulanan muhasebe politikaları
- İlgili dönem boyunca aktifleştirilen borçlanma maliyetlerinin tutarı
- Aktifleştirilebilecek borçlanma maliyetleri tutarının belirlenmesinde kullanılan aktifleştirme oranı

BOBİ FRS BÖLÜM 17 BORÇLANMA MALİYETLERİ

Türk Ticaret Kanunu çerçevesinde bağımsız denetime tabi olup, TMS'leri uygulamak zorunda olmayan şirketler; "TMS'leri Uygulamayı Tercih Edenler" ve MSUGT Uygulamak Zorunda Olanlar" olmak üzere iki grupta değerlendirilmektedir. Kamu Gözetimi Kurumu, bağımsız denetime tabi olup TMS/TFRS uygulamayan işletmelerin hükümlerini incelediğinde AB Direktifinin hükümleriyle uyumlu olmadığını ve temel muhasebe esasları açısından da birtakım sorunlar bulunduğunu belirlemiştir. Bunun üzerine KGK, işletmelerin yürürlükteki mevzuata ilave olarak uygulamaları gereken hususları belirlemiştir ve sağlıklı bir çözüm için "Yerel Finansal Raporlama Çerçevesi" çalışmalarına başlamıştır. 29/07/2017 tarihinde Yerel Finansal Raporlama Çerçevesi çalışmaları tamamlanmış ve Resmi Gazetede BOBİ FRS Hakkında Sıra No:56 Tebliği ile 1 Ocak 2018 tarihi ve sonrasında başlayan hesap dönemlerinde uygulanmak koşuluyla yürürlüğe girmiştir (Ataman ve Gökçen, 2017; 22-23). Nakit akış tablosu hariç tüm finansal tablolar tahakkuk esasına göre düzenlenmiştir ve ihtiyatlılık ilkesine uyulmuştur. TMS/TFRS'lerde olduğu gibi finansal durum tablosu, kâr veya zarar tablosu, nakit akış tablosu, öz kaynak değişim tablosu ve önemli muhasebe politikalarını ve diğer açıklayıcı bilgileri içeren dipnotlar, bu Standart hükümlerinde de yer almaktadır. Sadece TMS 1'de var olan Diğer Kapsamlı Gelir Tablosu, BOBİ FRS'de yer almamaktadır (Özerhan ve Sultanoğlu, 2019:3).

- **Standardın Kapsamı**

Standart borçlanma maliyetlerini, borçlanmayla ilgili olarak katlanılan faiz ve diğer maliyetler olarak tanımlanmıştır. Borçlanma maliyetlerine örnek olarak aşağıdaki işlemler gösterilebilir (BOBİ FRS 17.1)

- Etkin faiz yöntemi kullanılarak hesaplanmış faiz giderleri.
- Finansal kiralamalara ilişkin finansman giderleri.

- Yabancı para ile borçlanmalarda, faiz maliyetlerine yönelik düzeltme olarak dikkate alınan kur farkları.

Standartta borçlanma maliyetleri; "*üretilmesi, inşası ya da oluşturulması normal şartlar altında bir yıldan daha uzun süren stokların, maddi duran varlıkların, yatırım amaçlı gayrimenkullerin ve maddi olmayan duran varlıkların elde edilmesiyle doğrudan ilişkili olan borçlanma maliyetleri söz konusu varlığın satışa veya kullanıma hazır hale getirildiği tarihe kadar, varlığın maliyetine dâhil edilir. Diğer tüm borçlanma maliyetleri ise oluştukları dönemde Kâr veya Zarar Tablosunun ilgili kaleminde kâr veya zarara yansıtılır"* şeklinde tanımlanmıştır (BOBİ FRS 17.2).

UYGULAMA ÖRNEKLERİ

Örnek: İşletmenin 2018 yılına ait kredileri aşağıdaki gibidir;

	Borçlanma Tutarı	**Faiz Oranı**	**Borçlanma Giderleri**
A Bankası	250.000 ₺	20 %	50.000 ₺
B Bankası	300.000 ₺	25 %	75.000 ₺
TOPLAM:	550.000 ₺		125.000 ₺

İşletmenin 2018 yılında bir santralin yapımına başlamıştır. Genel amaçlı kullanılan borçların 450.000 ₺ lik kısmı özellikli varlık ola santral inşasına ilişkindir.

Ortalama Faiz Oranı: 125.000 ₺ / 550.000 ₺ = 0,2272

Aktifleştirilecek Borçlanma Maliyeti: 0,2272 * 450.000 ₺ = 102.240 ₺

Dönemin Finansman Gideri: 125.000 ₺ - 102.240 = 22.760 ₺

/

780 FİNANSMAN GİDERLERİ		125.000	
	300 BANKA KREDİLERİ		125.000

/

258 YAPILMAKTA OLAN YATIRIMLAR		102.240	
	781 FİNANSMAN GİDERLERİ YANSITMA		102.240

/

660 KISA VADELİ BORÇLANMA GİDERLERİ		22.760	
	781 FİNANSMAN GİDERLERİ YANSITMA		22.760

/

781 FİNANSMAN GİDERLERİ YANSITMA		125.000	
	780 FİNANSMAN GİDERLERİ		125.000

Örnek: XYZ işletmesi yeni tesis ve makine yatırımlarına yönelmeyi planlamış ve 'C' Bankası'ndan uzun vadeli kredi almıştır. Ödemeler vade sonu gerçekleştirilecektir.

Verginin ihmal edildiği varsayıldığında birinci yılın sonunda 40.000₺ faiz gideri, ikinci yılın sonunda 55.000 ₺ faiz gideri tahakkuk etmiştir. Genel müdürlük için kullanılacak olan binanın inşaatı ikinci yılın sonunda tamamlanmıştır. Muhasebeleştirilen inşaat maliyetleri tutarı 700.000₺' dir. İnşaatın tamamlanmasının ardından üçüncü yılın sonunda krediye ilişkin 55.000₺ tutarında faiz gideri tahakkuk etmiştir.

1.YIL

/

780 FİNANSMAN GİDERLERİ		40.000	
	400 BANKA KREDİLERİ		40.000

/

258 YAPILMAKTA OLAN YATIRIMLAR		40.000	
	781 FİNANSMAN GİDERLERİ YANSITMA		40.000

/

781 FİNANSMAN GİDERLERİ YANSITMA		40.000	
	780 FİNANSMAN GİDERLERİ		40.000

2.YIL

/

780 FİNANSMAN GİDERLERİ		55.000	

400 BANKA KREDİLERİ			55.000

/

258 YAPILMAKTA OLAN YATIRIMLAR		55.000	
781 FİNANSMAN GİDERLERİ YANSITMA			55.000

/

781 FİNANSMAN GİDERLERİ YANSITMA		55.000	
780 FİNANSMAN GİDERLERİ			55.000

2.YIL

İnşaat tamamlandığında ’YAPILMAKTA OLAN YATIRIMLAR’ hesabında oluşan ve borçlanma maliyetlerini de içeren tutar bina maliyetine aktarılmaktadır.

700.000 + 40.000 + 55.000 = 795.000 ₺

/

252 BİNALAR		795.000	
258 YAPILMAKTA OLAN YATIRIMLAR			795.000

3.YIL

/

780 FİNANSMAN GİDERLERİ		55.000	
400 BANKA KREDİLERİ			55.000

/

661 UZUN VADELİ BORÇLANMA GİDERLERİ		55.000	
781 FİNANSMAN GİDERLERİ YANSITMA			55.000

/

781 FİNANSMAN GİDERLERİ YANSITMA		55.000	

780 FİNANSMAN GİDERLERİ		55.000

Sonuç

TMS 23 standardına göre özellikli varlık niteliği taşıyan bir varlığa ilişkin borçlanma maliyetleri varlığın maliyetine dahil edilmektedir. BOBİ FRS Bölüm 17'ye göre üretilmesi ve inşası ya da oluşturulması bir yıldan daha uzun süren stokların, maddi duran varlıkların, yatırım amaçlı gayrimenkullerin ve maddi olmayan duran varlıkların elde edilmesiyle doğrudan ilişkili olan borçlanma maliyetleri, söz konusu varlığın maliyetine eklenmektedir.

Görüleceği üzere uygulamada TMS 23 Borçlanma Maliyetleri Standardı ile BOBİ FRS Bölüm 17 Borçlanma Maliyetleri Standardı arasında büyük bir farklılık bulunmamakta, standartlara göre yapılan kayıtlar birbirleri ile uyumlu bir şekilde oluşturulmaktadır. Bununla birlikte BOBİ FRS'de "Özellikli Varlık" ifadesi tanımlanmamış ve bu kavram yerine inşası veya oluşturulması bir yıldan daha uzun süren stoklar, maddi duran varlıklar, yatırım amaçlı gayrimenkuller ve maddi olmayan duran varlıklar ifadesi yer almıştır.

KAYNAKÇA

Akdoğan, Nalan. (2012). "Türkiye Finansal Raporlama Standartlarının İşletmeler Tarafından Uygulanmasının Sağlanmasında Maliye Bakanlığının Tarihi Sorumluluğu." *Muhasebe ve Denetime Bakış Dergisi*, 12 (38), ss. 29-41.

Aslanertik, Banu Esra; Ahmet. Yapan. (2011). "TMS 23 Borçlanma Maliyetleri Standardı Uygulamaları ve Standardın Vergi Usul Kanunu ile Karşılaştırılması." *Vergi Raporu,* Sayı 130. http://www.muhasebetr.com/yazarlarimiz/ahmetyapan/001/#_ftnref3 [9 Aralık 2015].

Ataman, Başak, Gürbüz Gökçen, (2017), Büyük ve Orto Boy İşletmeler için Finansal Raporlama Standardı Uygulamaları (Bobi Frs), Beta Yayınları, İstanbul.

Çonkar, Kemalettin; Naciye Gökçe, Tülay F. Tellioğlu. (2007). "TMS 23 Kapsamında Borçlanma Maliyetinin Boyutları." *Muhasebe ve Finansman Dergisi.* Sayı 36. ss. 71 – 84.

Deran, Ali; İncilay Savaş. (2014). "Borçlanma Maliyetlerinin Muhasebeleştirilme Esaslarının 23 No'lu Türkiye Muhasebe Standardı (TMS 23) Kapsamında Değerlendirilmesi." *Mali Çözüm*, Temmuz-Ağustos sayısı, ss. 113 – 128.

Feller, Anita L. (2008). Mastering Accounting Research for the CPA Exam. New Jersey: John Wiley & Sons.

Horngren, Charles T. ve Walter T. Harrison (2007) Accounting. New Jersey: Pearson Education Inc.

Mirza, Abbas Ali; Magnus Orrell, Graham J. Holt. (2008). IFRS: Practical Implementation Guide and Workbook (2. Basım). NY: John Wiley & Sons Inc.

Özerhan, Yıldız; Banu Sultanoğlu. (2019). Açıklamalı ve Örnek Uygulamalı Türkiye Muhasebe Standartları Türkiye Finansal Raporlama Standartları. Ankara: TÜRMOB Yayınları.

Özerhan, Yıldız; Serap Yanık. (2012). Uygulamalı BOBİ Finansal Raporlama Standardı, Gazi Kitapevi, Ankara.

PriceWaterhouseCoopers. (2008). "A practical guide to capitalisation of borrowing costs." PwC web sitesi. https://www.pwc.com/gx/en/ifrs-reporting/pdf/guide_capitalisation_brwg_costs.pdf [12 Aralık 2015]

Resmi Gazete (2014). sayı: 29173, http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2014/11/20141112-12.htm [11 Aralık 2015].

Resmi Gazete. (2005). "Borçlanma Maliyetlerine İlişkin Türkiye Muhasebe Standardı (TMS 23) Hakkında Tebliğ Sıra No: 9", 11 Kasım 2005 tarihli sayı, sayı no: 25988. http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2005/11/20051109-8.htm [8 Aralık 2015]

Yapan, Ahmet. (2010). "TAS 23 Borrowing Costs and TAS 2 Inventories: The Comparison of the Standards with the Turkish Tax Procedural Law." Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Yükçü, Süleyman; Gülşah Uğurluel, M. Yılmaz İçerli. (2008). "TMS 23 Borçlanma Maliyetlerinin Muhasebeleştirilmesi" *Yaklaşım Dergisi,* 16 (185), ss. 30.-36.

Girişimcilerin Başarısızlık Nedenleri

Prof. Dr. Mazlum ÇELİK
Hasan Kalyoncu University, SBE
mazlum.celik@hku.edu.tr

Sedat YAKUPOĞLU
Hasan Kalyoncu University, SBE
sedatyakupoglu@hotmail.com

ÖZET

Nitel yöntemle yapılan bu çalışmada, Kars ilinde çeşitli hibe programlarından faydalanıp, işletme açmış fakat başarısız olmuş girişimcilerin başarısızlığını etkileyen faktörler araştırılmıştır. Yaşadıkları sorunlar daha detaylı incelenmesi bakımından yaş, cinsiyet, eğitim ve faaliyette bulunulan süre faktörleri ele alınarak çalışmalar sonucunda başarısızlığa etki eden faktörler tasnif edilmeye çalışılmış, elde edilen sonuçlarla yeni girişimcilere tecrübe aktarımı yapılması amaçlanmıştır. Görüşmecilerle ilk olarak telefonla irtibata geçilmiş ve randevu alınmıştır. Başarısız olmuş toplam 14 girişimciyle yarı yapılandırılmış mülakat yöntemiyle yüz yüze görüşme yapılarak araştırmanın verileri toplanmıştır. Başarısızlık faktörleri yaş, cinsiyet, eğitim durumu ve faaliyet gösterilen iş koluna ve işletmenin faaliyette bulunduğu süreye göre farklılık göstermiştir. Başarısızlığa neden olan faktörler incelendiğinde girişimcilerin büyük kısmı, seçtikleri sektörün, yeterli Öz sermayelerinin olmamasının, bankalarla olan ilişkilerin, ülkenin ekonomik durumunun, öngörülemeyen olayların, kuruluş yeri seçimindeki hataların ve kişilik özelliklerinin temel başarısızlık nedenleri olarak belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Girişim, Girişimci Kavramı, Başarısızlık Nedenleri

The Reasons of Failure of Entrepreneurs

ABSTRACT

In this study, which was conducted by qualitative method, the factors affecting the failure of the entrepreneurs who opened a business but benefited from various grant programs in the province of KARS were investigated. In order to investigate the problems they face, the factors related to age, gender, education and duration of the activities were analyzed and the factors affecting the failure were tried to be classified and the results were aimed to transfer experience to the new entrepreneurs. The first contact with the interviewers was made by phone and an appointment was made. A total of 14 unsuccessful entrepreneurs were interviewed face-to-face with semi-structured interview methodology. Failure factors differed according to age, gender, educational status and activity and the duration of operation. When the factors causing the failure were examined, most of the entrepreneurs were identified as the main reasons of failure of the sector they chose, the lack of adequate capital, the relations with the banks, the economic situation of the country, the unforeseeable events, the errors in the selection of the location and the personality characteristics.

Keywords: Enterprise, Entrepreneur concept, Reasons for failure

1.GİRİŞ

Girişimciler ülke ekonomisine kaynak yaratması, istihdam sağlaması, büyümenin hızlanması gibi faktörleri kendi içinde barındırmaktadır. Girişimlerin ekonomiye bu faydaları sağlarken de bazı sorunlarla yüz yüze kalmaktadır.

Yapılan araştırmalar küçük işletmelerin büyük işletmelere nazaran daha fazla başarısızlıkla karşı karşıya kaldığını ortaya koymaktadır. KOBİ'lerin %57' sinin ilk beş yılda başarısız olduğu araştırmalar sonucunda ortaya konulmuştur. Bunun temel nedenlerini ise sağlıklı fizibilite etüdü yapılamaması, yetersiz yönetim, piyasayı tanıyamamak, iş bunalımları,

sermayeden veya alacaklardan kaynaklı sorunlar ve rekabet şartları olarak sıralayabiliriz. Bu sıraladığımız nedenlerin yanında kişisel faktörleri de göz ardı etmemek gerekir.

Girişimcilik dışarıdan bakıldığında çok cazip görünse de aslında son derece dikkat edilerek ince eleyip sık dokunması gereken bir konudur. Bu konunun detaylı bir şekilde irdelenip girişimcilerin başarısızlık nedenlerinin tespit edilerek Türkiye'de girişimcilere fon ve destek sağlayan birimlerle girişimci adaylarına gerekli bilgilerin aktarılması gerekmektedir.

2.KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Girişimcilik Kavramı

Girişimciliğin desteklenebilmesine yönelik olarak konu ile ilgili araştırmalar kapsamında da; girişimcilik davranışlarının ortaya çıkmasında kişilik özelliklerinin mi, yoksa sosyal çevrenin mi daha etkili olduğu üzerinde belirlemelerde bulunulmaya çalışıldığı görülmektedir. İlgili literatürde yer alan araştırmalardan bazıları, girişimciliğin kişilik özellikleri doğrultusunda ortaya çıktığını ve bu doğrultuda bireylerin psikolojik özelliklerinin desteklenmesi gerektiğini savunmaktadır (Antoncic ve Zorn, 2004: 6). Bazı araştırmalar kapsamında da, girişimciliğin sosyal çevre desteği ile ortaya çıkan bir olgu olduğu belirtilmekte ve bu temelde de öncelikle sosyal çevre desteğinin sağlanması gerektiği savunulmaktadır (Bozkurt ve Alpaslan, 2013: 8)

Girişimci, sosyal ve kişisel özelliklerin bütünün de, sermaye ve emeğin de katkısıyla insan ihtiyaçlarının tespitini yaparak ve buna yönelik olarak mal ve hizmet üretmek sonucunda girişimde bulunan kişi veya kişilerin kazanç elde etmesiyle sonuçlanan ve bununla birlikte ekonomik anlamda da ülkesine katma değer sağlamayı başaran şahıs veya şahıslara girişimci diyebiliriz.

3. YÖNTEM

3.1. Nitel Araştırma

Bu araştırma nitel araştırma yöntemlerinden keşfetmeye dayalı bütüncül tek durum desenidir. Nitel araştırmalar gözlem, röportaj, mülakat gibi veri toplama tekniklerinin kullanıldığı ve bulguların belirlenmesinde nitel sürecin izlendiği araştırmalardır (Yıldırım ve Şimşek,2011:39). Her insan kendine özgü bir yapıya sahip olup, insanlardaki değişkenlik insanların yapıp ettiklerinin anlaşılmasında zorluklara neden olmaktadır. Sosyal olaylar, doğa bilimleriyle karşılaştırıldığında, değişkenlerin kontrol altına alınması veya sınırlandırılması sosyal bilimlerde neredeyse imkânsızdır (Böke, 2011: 275). İnsan sürekli içinde bulunduğu sosyal çevrenin etkisiyle birlikte değişime veya değişmeye eğimlidir. Bu sebeple de insan sınırlı kalıplar içinde değil, esnek bir anlayışla incelenmelidir. Nitel araştırmalar bu gereğin bir sonucu şeklinde ortaya çıkmıştır (Böke, 2011: 275). Keşfedici durum çalışması ise, bir olay hakkında dikkate değer belirsizlik olması durumunda durumu açıklığa kavuşturmak amacıyla yapılan çalışmalardır (Böke, 2011: 275).

Girişimci adayların KOSGEB ve diğer hibe kurumlarından faydalandıktan sonra nasıl başarısızlığa uğradıklarının, yaşadıkları sorunların belirlenmesine yönelik olan bu çalışma, temel felsefesi açısından uygulamalı, amacı açısından keşfedici, yöntemi açısından nitel, süresi açısından kesitsel ve analiz düzeyi açısından ise bireysel düzeyde bir araştırmadır. Araştırmanın bu bölümünde nitel araştırmanın tercih edilmesinin nedeni Karsta yaşayan girişimlerin başarısızlıklarına neden olan etmenlerin keşfetmeye dayalı durum çalışması gerekliliği tercih sebebi olmuştur. Bu sorunların en iyi nasıl anlaşılacağı konusunda alan uzmanları ile karşılıklı diyaloğa başvurulmuş ve bunun için belirli görüşme soruları hazırlanmıştır.

3.2. Çalışma Grubu

Bu araştırmada KOSGEB ve bazı hibe kurumlarından yararlanan ancak başarısız olan girişimcilerin, başarısız olma nedenleri incelenmiştir. Bu amaçla Kars ilinde yaşayan ve

girişimcilik desteklerinden faydalanan ancak başarısız olmuş kişiler arasından maksimum çeşitlilik örneklem yöntemine göre 14 kişi seçilmiştir. Çalışma grubunda bulunan kişiler ile derinlemesine mülakat yöntemiyle görüşmeler yapılmıştır. Çalışma grubunda bulunan kişilere ilişkin detaylı bilgiler Tablo 1'te verilmiştir.

Tablo 1. Derinlemesine Mülakat Yapılan Kişiler

Cinsiyet	Medeni durum	Yaş	Eğitim Durumu	Faaliyet Alanı	Faaliyet süresi	Kod
Kadın	Evli	31-40	İlköğretim mezunu	Kadın giyimi	2.5	G1
Erkek	Bekâr	41-50	Ortaokul mezunu	Tespih, takı süs eşyaları	4	G2
Erkek	Evli	31-40	Lise mezunu	Cafe	2	G3
Erkek	Evli	31-40	Lise mezunu	Hizmet sektörü	4	G4
Kadın	Evli	31-40	Lise mezunu	Ev yemekleri	3	G5
Erkek	Evli	41-50	Ortaokul mezunu	Ev yemekleri	5	G6
Kadın	Bekâr	41-50	Üniversite mezunu	Ev yemekleri	4	G7
Erkek	Bekâr	18-30	Üniversite mezunu	Ev yemekleri	3	G8
Erkek	Evli	41-50	İlköğretim mezunu	Pastane	2	G9
Kadın	Bekâr	31-40	Üniversite mezunu	Çiçekçilik	4	G10
Erkek	Evli	31-40	İlköğretim mezunu	Süt üreten tarımsal işletmeler	3	G11
Erkek	Evli	31-40	Lise mezunu	Züccaciye ürünleri	6	G12
Erkek	Bekâr	18-30	Lise mezunu	Nalbur ve su tesisatı ustası	0.67	G13
Kadın	Evli	31-40	Üniversite mezunu	Lokanta	0.67	G14

3.3. Veri Toplama Aracının Hazırlanması

Bu çalışmada Kars'ta yaşayan girişimcilerin KOSGEB ve diğer hibe kurumlarından destek alarak girişimci olmuş, fakat yaşadığı bazı problemler sonucunda başarısızlığa uğramış girişimciler incelenmiştir. Çalışma için yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi tercih edilmiştir. Bu yöntemin tercih edilmesinin nedeni girişimcilerin yaşadıkları tüm sorunların etraflıca ortaya konulmasının hedeflenmesidir (Yıldırım ve Şimşek, 2011: 119).

Görüşme soruları hazırlanırken girişimcilerin yaşadıkları sorunlar hem literatür taraması hem de uzman görüşleri dikkate alınarak hazırlanmıştır. Görüşme yöntemi nitel araştırma kapsamında en çok kullanılan veri toplama tekniğidir. Girişimcilerin, başarısız olma nedenlerinin saptanmasında en uygun araştırma yönteminin nitel araştırma olduğu düşünülmektedir. Katılımcılara açık uçlu sorular sorularak tüm detayların elde edilmesi sağlanmıştır (Kumar, 2005:123; Böke, 2011:279). Yarı yapılandırılmış görüşmede araştırmacı önceden hazırladığı sorular yanında görüşme esnasında verilen cevaplara bağlı olarak da kaynak kişiye sorular yöneltmektedir (Balcı, 2011:168). Bu yöntem çerçevesinde girişimciler ile birebir görüşülmüş girişimcilerin başarısızlık nedenleri hakkında olumlu ya da olumsuz tecrübeleri hakkında bilgi elde edilmiştir.

Araştırmaya katılım göstermiş kişilerle yapılan görüşmelerde araştırmacı tarafından hazırlanmış sorular üzerinden ilerleme kaydedilmiştir. Bu sorular, başarısız olmuş girişimcilerin neden başarısız oldukları, işletmelerini sonlandırmalarına neden olan sebepler, girişimcilik konusunda alınan eğitimin etkisi, tecrübe, mali konulardaki bilgi seviyesi vb. gibi bulguları tespit etmeye yönelik olarak hazırlanmıştır. Mülakat sorularının hazırlanmasında önceki araştırmalar incelenerek literatürden faydalanılmıştır (bkz. EK).

3.4. Verilerin Toplanması

Tablo 3'de sunulan girişimcilerle EK'de sunulan görüşme formunda belirtilen sorular kapsamında yapılacak derinlemesine görüşme için örnekleme ulaşmak amacıyla KOSGEB ve diğer hibe kurumlarıyla irtibata geçilmiştir.

Katılımcılarla ilk olarak telefonla irtibata geçilmiş ve randevu alınmıştır. Randevu alındıktan sonra girişimcilerle yüz yüze görüşülerek mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Girişimcilerle mülakat yapılmadan önce araştırmanın konusu detaylı bir şekilde anlatılmıştır. Buna rağmen ilerde kendi işi ve pozisyonu için olumsuz bir durum yaratır endişesi ile çoğu girişimci ilk başlarda tedirgin davranmıştır. Katılımcılar zaman ayırma konusunda herhangi bir sıkıntı yaratmamış ve mülakatlar bir, bir buçuk saat arasında sürmüştür. Ayrıca mesai saatlerinin yoğun olması dolayısıyla çoğu mülakat girişimcilerin iş yerlerinden farklı ortamlarda gerçekleştirilmiştir. Verilerin toplanması katılımcılara açık uçlu sorular yöneltilmesiyle gerçekleştirilmiştir. Yüz yüze mülakat tekniği kullanılarak katılımcılardan veriler elde edilmiştir. Görüşmeler boyunca aşağıdaki belirtilen hususlara dikkat edilmiştir.

3.5. Verilerin Analizi, Bulgular ve Değerlendirmeler

Araştırma çerçevesinde verileri KOSGEB ve diğer hibe kurumları tarafından desteklenmiş 14 girişimciden destek alınırken başarısızlık sebeplerine ilişkin görüşleri alınmıştır. Kars ilinde başarısız olmuş girişimcilerden veriler mülakat yöntemi ile toplanmış ve betimsel yöntemle analiz edilmiştir. Girişimcilerden toplanan veriler ve uygulamalara dayanılarak sorunlar 14 Ana kategori altında özetlenmiş ve yorumlanmıştır.

1)Girişimcilerin Genel Başarısızlık Nedenleri 2) Seçilen Sektörün Başarısızlık Üzerindeki Etkileri 3) Sektördeki Tecrübe Seviyesinin Başarısızlık Üzerindeki Etkileri 4) Girişimcilik Eğitiminin Başarısızlık Üzerindeki Etkileri 5) Öz Sermayenin Başarısızlık Üzerindeki Etkileri 6) Mali Piyasalar Konusundaki Bilgisizliğin Başarısızlık Üzerindeki Etkileri 7) Bankalarla Olan İlişkilerin Başarısızlık Üzerindeki Etkileri 8) Ülkenin Ekonomik Durumunun Başarısızlık Üzerindeki Etkileri 9)Yasal düzenlemelerin Başarısızlık Üzerindeki Etkileri 10) Öngörülemeyen Olayların Başarısızlık Üzerindeki Etkileri 11) İşle İlgili Kalifiye Eleman Bulamamanın Başarısızlık Üzerindeki Etkileri 12) İşle İlgili Teknolojik Gelişmelerin Başarısızlık Üzerindeki Etkileri 13) Kuruluş Yerinin Yanlış Seçimi Başarısızlık Üzerindeki Etkileri 14) Kişilik Özelliklerinin Başarısızlık Üzerindeki Etkileri

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

4.1. Bulgular

4.1.1. Girişimcilerin Kişisel Bilgilerine İlişkin Bulgular

Tablo 2. Girişimcilerin Kişisel Bilgilerine Yönelik Bulgular

	Frekans	Yüzde
Cinsiyet		
Kadın	5	35,7
Erkek	9	64,3

Medeni durum		
Evli	9	64,3
Bekâr	5	35,7
Yaş		
18-30 yaş arası	2	14,3
31-40 yaş arası	8	57,1
41-50 yaş arası	4	28,6
Eğitim durumu		
İlköğretim mezunu	3	21,4
Ortaokul mezunu	2	14,3
Lise mezunu	5	35,7
Üniversite mezunu	4	28,6
	Ortalama	**Std. Sapma**
Faaliyette bulunulan süre (ay)	37,57	18,20

Araştırmaya katılan girişimcilerin kişisel bilgileri incelendiğinde %35,7'sinin kadın, %64,3'ünün erkek olduğu görülmektedir. Girişimcilerin %64,3'ü evli iken, %35,7'si bekârdır. Girişimcilerin %14,3'ü 18-30 yaş arasında, %57,1'i 31-40 yaş arasında, %28,6'sı ise 41-50 yaş arasındadır. Girişimcilerin %21,4'ü ilköğretim mezunu iken, %14,3'ü ortaokul mezunu, %35,7'si lise mezunu ve %28,6'sı üniversite mezunudur. Girişimcilerin işletmelerinin ortalama 37,57±18,20 ay faaliyette bulunduğu görülmektedir.

4.1.2. Araştırma Problemine İlişkin Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde başarısız olan girişimcilere sorulan sorular ve bu sorulara her bir girişimcinin verdiği cevaplar verilecektir. Daha sonrasında verilen bu cevaplar yorumlanacaktır.

4.1.2.1. Genel Başarısızlık Nedenleri

Örneklemdeki girişimcilerle yapılan derinlemesine mülakat sonunda sorulan açık uçlu soruya verilen cevaplar incelendiğinde aşağıdaki tabloda sunulan hususlar başarısızlık sebebi olarak bildirilmiştir.

Tablo 3. İşletmenin Sonlanmasına Neden Olan Sebepler

	G1	G2	G3	G4	G5	G6	G7	G8	G9	G10	G11	G12	G13	G14	Toplam
Kira-borç vb. giderleri ödeyemeyecek durumda olma	X	X	X	X		X	X		X		X				8
Büyük firmalarla rekabet edememe (fiyat-maliyet)	X								X				X	X	4
Gelir gider dengesinin bozulması						X	X				X		X		4
Kar yüzdesi düşürme/düşmesi	X		X	X											3

	G1	G2	G3	G4	G5	G6	G7	G8	G9	G10	G11	G12	G13	G14	Toplam
Çalışan/kalifiyeli personel eksikliği									X				X	X	3
Hedef gelir düzeyine ulaşamamak										X	X		X		3
Ülke ekonomisinin gidişatını öngörememe								X			X				2
Hedef bölge alım gücünün düşük olması									X				X		2
Daimî müşteri kazanımının olmaması									X					X	2
Dükkân değişimine/konumuna bağlı olarak müşteri kaybı/verim düşüşü												X		X	2
Çoğunluğu el emeği ürünlerin ilgi görmemesi		X													1
Büyümeye yönelik yatırımların yapılmaması					X										1
Yeterli ve istikrarlı üretimin yapılamaması									X						1
Yeni pazar ve müşterilere ulaşamamak										X					1
Yetersiz sermayenin olmaması/sağlanamaması											X				1
KOSGEB eğitimlerinin ciddiye alınmaması												X			1
İşçi/personel ödemelerinin yapılamaması													X		1
Fiyat-müşteri ilişkisini yakalayamama														X	1
Ailesel süreçler (hastalık vb.)														X	1
Yüksek kira														X	1
Çoklu iş kolunda bulunmak														X	1

4.1.2.2. Seçilen Sektörün Başarısızlık Üzerindeki Etkileri

Örneklemdeki girişimcilerle yapılan derinlemesine mülakat sonunda sorulan açık uçlu soruya verilen cevaplar incelendiğinde aşağıdaki tabloda sunulan hususlar seçilen sektörün başarısızlık üzerindeki etkileri olarak bildirilmiştir.

Tablo 4. Seçilen Sektörün Başarısızlık Üzerindeki Etkisi

	G1	G2	G3	G4	G5	G6	G7	G8	G9	G10	G11	G12	G13	G14	Toplam
Seçilen sektörün başarısızlık üzerindeki etkisi	X	X			X				X	X		X	X		7
Sektörde bulunan firmaların çeşitliliği ve ekonomik güçlerine bağlı olarak rekabet edememe	X												X		2
Yüksek ilginin olmadığı bir alanda el üretimi ürünler yapmak		X													1
Yüksek sermayenin gerektiği sektör seçimi					X										1
Konum itibari ile ihtiyaç fazlası işletme seçimi									X						1
Sektördeki kalifiye eleman eksikliğine bağlı olarak gereken kaliteyi sağlayamama									X						1
Hedef bölgenin iklimine bağlı olarak yanlış proje seçimi										X					1
Kazanım amacı ile idealden/hayal edilenden uzak maddiyat endeksli yatırıma odaklanmak												X			1

4.1.2.3. Sektördeki Tecrübe Seviyesinin Başarısızlık Üzerindeki Etkileri

Örneklemdeki girişimcilerle yapılan derinlemesine mülakat sonunda sorulan açık uçlu soruya verilen cevaplar incelendiğinde aşağıdaki tabloda sunulan hususlar seçilen sektördeki tecrübe seviyesinin başarısızlık üzerindeki etkileri olarak bildirilmiştir.

Tablo 5. Seçilen Sektördeki Tecrübe Seviyesinin Başarısızlık Üzerindeki Etkisi

	G1	G2	G3	G4	G5	G6	G7	G8	G9	G10	G11	G12	G13	G14	Toplam
Seçilen sektördeki tecrübe seviyesinin başarısızlık üzerindeki etkisi	X	X			X				X	X		X			6
Sektör tecrübesizliğe bağlı olarak gelen başarısızlık	X														1
Satış ve para kazanma üzerine tecrübesizlik		X													1
İşletme ve yatırım giderlerine dair tecrübesizlik					X										1
Sektöre dayalı imalat süreci hakkında tecrübesizlik ve buna bağlı olarak gelişen denetimsizlik									X						1
Hedeflenen girişimin üretim aşamasında deneyimlenip öğrenilmeye çalışılması										X					1
KOSGEB eğitimlerine gereken özverinin verilmemesi												X			1

4.1.2.4. Girişimcilik Eğitiminin Başarısızlık Üzerindeki Etkileri

Örneklemdeki girişimcilerle yapılan derinlemesine mülakat sonunda sorulan açık uçlu soruya verilen cevaplar incelendiğinde aşağıdaki tabloda sunulan hususlar girişimcilik eğitiminin başarısızlık üzerindeki etkileri olarak bildirilmiştir.

Tablo 6. Girişimcilik Eğitiminin Başarısızlık Üzerindeki Etkisi

	G1	G2	G3	G4	G5	G6	G7	G8	G9	G10	G11	G12	G13	G14	Toplam
Girişimcilik eğitimini alma durumu	X	X		X	X	X	X	X	X	X		X	X	X	**12**
Girişimcilik eğitiminin başarısızlık üzerindeki etkisi	X				X		X		X			X		X	**6**
Yetersiz/eksik girişimcilik eğitimi	X														1
Yetersiz/eksik KOSGEB eğitimi					X		X		X					X	4
KOSGEB eğitimlerine ilgisizlik	X											X			2

4.1.2.5. Öz sermayenin Başarısızlık Üzerindeki Etkileri

Örneklemdeki girişimcilerle yapılan derinlemesine mülakat sonunda sorulan açık uçlu soruya verilen cevaplar incelendiğinde aşağıdaki tabloda sunulan hususlar öz sermayenin başarısızlık üzerindeki etkileri olarak bildirilmiştir.

Tablo 7. Öz sermayenin Başarısızlık Üzerindeki Etkisi

	G1	G2	G3	G4	G5	G6	G7	G8	G9	G10	G11	G12	G13	G14	Toplam
Özsermayenin başarısızlık üzerindeki etkisi	X			X	X	X			X	X	X	X	X		**9**
Ürün çeşitlerinin az olması	X								X				X		3
Ürün fiyat ve kalitesinin müşteriye hitap etmemesi	X								X						2
Kredi alımının getirdiği faiz yükü				X								X			2
İş geliştirme sürecini etkileyecek gelişmelerin yapılamaması					X				X		X		X		4

Gelir gider dengesinin sağlanmasında düzensizlik						X				X	X	X	X		5

4.1.2.6. Mali Piyasalar Konusundaki Bilgisizliğin Başarısızlık Üzerindeki Etkileri

Örneklemdeki girişimcilerle yapılan derinlemesine mülakat sonunda sorulan açık uçlu soruya verilen cevaplar incelendiğinde aşağıdaki tabloda sunulan hususlar mali piyasalar konusundaki bilgisizliğin başarısızlığa etkisi olarak bildirilmiştir.

Tablo 8. Mali Piyasalar Konusundaki Bilgisizliğin Başarısızlık Üzerindeki Etkisi

	G1	**G2**	**G3**	**G4**	**G5**	**G6**	**G7**	**G8**	**G9**	**G10**	**G11**	**G12**	**G13**	**G14**	**Toplam**
Mali piyasalar konusundaki bilgisizliğin başarısızlık üzerindeki etkisi	**X**		**X**						**X**	**X**	**?**	**X**	**X**		**6**
Borçları ödeme konusundaki evraklar üzerine yetersizlik	X														1
Kredi kartı komisyon kesintileri ve pos işleyişi üzerine yetersizlik			X												1
Çek-senet-bono türevi kısa vadeli araçların kullanımında yetersizlik									X	X		X	X		4

4.1.2.7. Bankalarla Olan İlişkilerin Başarısızlık Üzerindeki Etkileri

Örneklemdeki girişimcilerle yapılan derinlemesine mülakat sonunda sorulan açık uçlu soruya verilen cevaplar incelendiğinde aşağıdaki tabloda sunulan hususlar bankalarla olan ilişkilerin başarısızlığa etkisi olarak bildirilmiştir.

Tablo 9. Bankalarla Olan İlişkilerin Başarısızlık Üzerindeki Etkisi

	G1	**G2**	**G3**	**G4**	**G5**	**G6**	**G7**	**G8**	**G9**	**G10**	**G11**	**G12**	**G13**	**G14**	**Toplam**
Bankalarla olan ilişkilerin başarısızlık üzerindeki etkisi	**X**		**X**	**X**	**X**	**X**			**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**	**11**

Bankaların işleyişini tam olarak kavrayamamış olmak-bankalar ile ilişik kuramamak	X			X	X										3
Maaş ödemelerindeki düzensizlik ve pos işleyişindeki bilgi yetersizliği			X												1
Uygun şartlarda-gereken zamanlarda kredi bulamamak						X			X				X	X	4
Yüksek faiz oranları ve teminat şartlarının ağır olması										X	X				2
Bankalar ile var olan ilişiğin bozulması												X			1

4.1.2.8. Ülkenin Ekonomik Durumunun Başarısızlık Üzerindeki Etkileri

Örneklemdeki girişimcilerle yapılan derinlemesine mülakat sonunda sorulan açık uçlu soruya verilen cevaplar incelendiğinde aşağıdaki tabloda sunulan hususlar ülkedeki ekonomik durumun başarısızlığa etkisi olarak bildirilmiştir.

Tablo 10. Ülkenin Ekonomik Durumunun Başarısızlık Üzerindeki Etkisi

	G1	G2	G3	G4	G5	G6	G7	G8	G9	G10	G11	G12	G13	G14	Toplam
Döviz kuru değişimleri	X	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X	13
Faiz oranlarındaki değişimler	X		X	X			X	X		X	X	X			8
Talepte olan değişim vb.	X	X	X			X			X	X		X	X	X	9

4.1.2.9. Yasal Düzenlemelerin Başarısızlık Üzerindeki Etkileri

Örneklemdeki girişimcilerle yapılan derinlemesine mülakat sonunda sorulan açık uçlu soruya verilen cevaplar incelendiğinde aşağıdaki tabloda sunulan hususlar yasal düzenlemelerin başarısızlığa etkisi olarak bildirilmiştir.

Tablo 11. Yasal Düzenlemelerin Başarısızlık Üzerindeki Etkisi

	G1	G2	G3	G4	G5	G6	G7	G8	G9	G10	G11	G12	G13	G14	Toplam
Yasal düzenlemelerin başarısızlık üzerindeki etkisi		X	X		X	X		X	X		X				7

	G1	G2	G3	G4	G5	G6	G7	G8	G9	G10	G11	G12	G13	G14	Toplam
Kiraların yüksek olmasındaki eksik düzenlemeler		X	X												2
Girişim desteklerinin kuvvetsiz olması		X													1
Yeterli desteğin olmaması					X										1
Başta döviz olmak üzere ekonomi alanındaki düzenlemelerin negatif etkisi						X		X							2
Yasal düzenlemeler üzerine şahsi hatalar									X						1
Siyasi olayların kapsamında devlet işleyişinde meydana gelen aksaklıklar											X				1

4.1.2.10. Öngörülemeyen Olayların Başarısızlık Üzerindeki Etkileri

Örneklemdeki girişimcilerle yapılan derinlemesine mülakat sonunda sorulan açık uçlu soruya verilen cevaplar incelendiğinde aşağıdaki tabloda sunulan hususlar öngörülemeyen olayların başarısızlığa etkisi olarak bildirilmiştir.

Tablo 462. Öngörülemeyen Olayların Başarısızlık Üzerindeki Etkisi

	G1	G2	G3	G4	G5	G6	G7	G8	G9	G10	G11	G12	G13	G14	Toplam
Öngörülemeyen olayların başarısızlık üzerindeki etkisi	**X**	**X**	**X**	**X**	**X**			**X**	**X**	**X**		**X**	**X**	**X**	11
Yeni rakiplerin gelmesi												X	X	X	3
Sektörün cazibesini kaybetmesi		X	X						X					X	4
Kâr marjının düşük olması vb.	X		X	X	X			X		X				X	7

4.1.2.11. İşle İlgili Kalifiye Eleman Bulamamanın Başarısızlık Üzerindeki Etkileri

Örneklemdeki girişimcilerle yapılan derinlemesine mülakat sonunda sorulan açık uçlu soruya verilen cevaplar incelendiğinde aşağıdaki tabloda sunulan hususlar işle ilgili kalifiye eleman bulamamanın başarısızlığa etkisi olarak bildirilmiştir.

Tablo 473. İşle İlgili Kalifiye Eleman Bulamamanın Başarısızlık Üzerindeki Etkisi

	G1	G2	G3	G4	G5	G6	G7	G8	G9	G10	G11	G12	G13	G14	Toplam
İşle ilgili kalifiye eleman bulamamanın başarısızlık üzerindeki etkisi	X		X						X	X			X	X	**6**

4.1.2.12. İşle İlgili Teknolojik Gelişmelerin Başarısızlık Üzerindeki Etkileri

Örneklemdeki girişimcilerle yapılan derinlemesine mülakat sonunda sorulan açık uçlu soruya verilen cevaplar incelendiğinde aşağıdaki tabloda sunulan hususlar işle ilgili teknolojik gelişmelerin başarısızlığa etkisi olarak bildirilmiştir.

Tablo 484. İşle İlgili Teknolojik Gelişmelerin Başarısızlık Üzerindeki Etkisi

	G1	G2	G3	G4	G5	G6	G7	G8	G9	G10	G11	G12	G13	G14	Toplam
İşle ilgili teknolojik gelişmelerin başarısızlık üzerindeki etkisi		X													1

4.1.2.13. Kuruluş Yeri Seçiminin Başarısızlık Üzerindeki Etkileri

Örneklemdeki girişimcilerle yapılan derinlemesine mülakat sonunda sorulan açık uçlu soruya verilen cevaplar incelendiğinde aşağıdaki tabloda sunulan hususlar kuruluş yeri seçiminin başarısızlığa etkisi olarak bildirilmiştir.

Tablo 495. Kuruluş Yeri Seçiminin Başarısızlık Üzerindeki Etkisi

	G1	G2	G3	G4	G5	G6	G7	G8	G9	G10	G11	G12	G13	G14	Toplam
Kuruluş yeri seçiminin başarısızlık üzerindeki etkisi	X	X	X						X	X		X	X	X	**8**

	G1	G2	G3	G4	G5	G6	G7	G8	G9	G10	G11	G12	G13	G14	Toplam
Kira giderlerinin fazla olması	X	X	X										X	X	5
Hedeflenen bölgede rakiplerinin fazla olması													X	X	2
Hedeflenen bölgede talebin az olması	X	X	X						X			X			5
Hedef bölgenin iş yapmaya uygun olmayan koşulları (iklim park sorunları vb.)										X			X		2

4.1.2.14. Kişilik Özelliklerinin Başarısızlık Üzerindeki Etkileri

Örneklemdeki girişimcilerle yapılan derinlemesine mülakat sonunda sorulan açık uçlu soruya verilen cevaplar incelendiğinde aşağıdaki tabloda sunulan hususlar kişilik özelliklerinin başarısızlığa etkisi olarak bildirilmiştir.

Tablo 506. Kişilik Özelliklerinin Başarısızlık Üzerindeki Etkisi

	G1	G2	G3	G4	G5	G6	G7	G8	G9	G10	G11	G12	G13	G14	Toplam
Kişilik özelliklerinin başarısızlık üzerindeki etkisi	**X**	**X**		**X**	**X**	**?**	**X**		**X**	**X**	**X**	**X**	**X**		**10**
Aceleci davranmak-gereken sabrı göstermemek	X								X		X		X		4
Deneyime bağlı olmaksızın gelen güven duygusu	X														1
Olumsuz koşullara karşı önlem almadan gösterilen sabır veya sinir hali		X		X									X		3
Sektörde yeterli çevrenin kazanılamaması					X										1
Hedeflenen sektörün alınan eğitime uymaması										X					1
Düzensiz, dükkân vb. Yapılarda fazla kalamayan yapıda veyahut												X			1

	G1	G2	G3	G4	G5	G6	G7	G8	G9	G10	G11	G12	G13	G14	Toplam
hareketlilikte olma															

5.Sonuç ve Öneriler

5.1. Girişimcilerin Kişisel Bilgilerine İlişkin Sonuçlar

Başarısız olmuş girişimcilerle yapılan mülakatlar sonucunda elde edilen cevaplar değerlendirilmiştir. Sorulan sorular, girişimcilerin başarısızlıklarının altında yatan sebeplerin açığa çıkarılmasında rol oynamıştır. Başarısızlığa neden olan temel faktörler incelendiğinde araştırmaya katılan girişimcilerin büyük kısmının kira, borç vb. giderleri ödeyemeyecek durumda olduklarından dolayı işletmelerini kapatmak durumunda kaldıkları görülmektedir. Gelir-gider dengesini kuramamanın altında yatan sebepler ise genellikle büyük firmalarla fiyat ve maliyetler konusunda rekabet edememe ve bundan dolayı kar yüzdesinde yaşanan düşüşler olarak görülmektedir. Bunların yanı sıra girişimcilerin öngöremedikleri sebeplerden dolayı maddi sıkıntılar yaşadıkları ve bunların sonucunda giderlerini karşılayamadıkları tespit edilmiştir.

5.2. Araştırma Problemine İlişkin Sonuçlar

Başarısızlıklara neden olan faktörler detaylı olarak incelendiğinde girişimcilerin büyük kısmı, seçtikleri sektörün, yeterli öz sermayelerinin olmamasının, bankalarla olan ilişkilerinin, ülkenin ekonomik durumunun, öngörülemeyen olayların, kuruluş yeri seçimindeki hataların ve kişilik özelliklerinin başarısızlıklarında önemli rol oynadığını düşünmektedir. Girişimciler seçtikleri sektördeki yüksek rekabet düzeyiyle baş edemediklerini belirtmişlerdir. Bunun yanı sıra yeterli öz sermayeleri olmadığı için gelir-gider dengesinde sıkıntılar yaşamış, işlerini geliştirecek hamleleri yapamamışlardır. Ayrıca bankalarla olan ilişkilerin nasıl işlediğini bilmedikleri için çeşitli sıkıntılar yaşadıklarını, istedikleri zaman istedikleri miktarda kredi bulamadıklarını veya yüksek faiz oranlarından dolayı gider dengesizliği yaşadıklarını belirtmişlerdir. Ülkenin ekonomik durumu, girişimcilerin en çok etkilendiği ve başarısızlıkları üzerinde en fazla etkene sahip olan sebep olarak göze çarpmaktadır. Girişimciler döviz kurundaki değişimlerin direkt veya dolaylı olarak giderlerini artırdığını belirtmiş, ayrıca faiz oranlarındaki artışın aldıkları kredilere olumsuz olarak yansıdığını belirtmiştir. Bunların yanı sıra, ülkenin ekonomik durumundan kaynaklı olarak tüketicilerdeki alım gücünün düşmesi, girişimcilerin müşteri kaybetmesine veya kâr payını düşürerek daha az gelir etme etmelerine yol açmıştır. Girişimciler, kâr payının düşük olmasını, yeni rakiplerin gelmesini ve sektörün cazibesini kaybetmesini öngöremediklerini ve bu gibi etkenlerin başarısızlıkları üzerinde pay sahibi olduğunu söylemişlerdir. Ayrıca işletmenin kuruluş yerinden kaynaklı yüksek kira bedelleri veya civarda fazla rakip olması gibi lokasyon tabanlı etkenler, başarısızlıklar üzerinde bir başka etki sahibi unsur olarak gözükmektedir. Kişilik özelliklerinde ise aceleci davranan, olumsuz koşullara karşı gereken sabrı gösteremeyen girişimciler, bu özelliklerinin başarısızlıklarında etkili olduğunu düşünmektedir.

Girişimciler, sektördeki tecrübesizliklerinin veya mali piyasalar konusundaki bilgisizliklerinin başarısızlıkları üzerinde etkili olduğunu belirtse de KOSGEB ve diğer girişimcilik eğitimlerine yeterli özeni ve ilgiyi gösteren girişimcilerde bu sorunun yaşanmadığı görülmektedir. Öte yandan girişimcilerin büyük kısmı KOSGEB'in verdiği eğitimlerin yetersiz veya eksik olduğunu düşünmektedir. İşle ilgili kalifiye eleman bulamamak katılımcıların yarısına yakınında bir sorun olarak göze çarparken, iş yapılan sektöre bağlı olarak her

girişimcide bu sorunun yaşanmadığı görülmüştür. Girişimcilerin tamamına yakını işle ilgili teknolojik gelişmelerin başarısızlıkları üzerinde herhangi bir etkisi olmadığını düşünmektedir. Öte yandan bir katılımcı, ürettiği el yapımı ürünleri internet üzerinden satabilecek bilgi birikimi olmadığı için satışlarını artıramadığını belirtmiştir.

Araştırma problemi girişimciliği başlamadan bitirebilecek bir problemdir. Zira daha önce değinildiği gibi girişimcilik fırsatın tespit edilmesiyle başlar. Araştırmada iyi olmayan bir kişinin ne kadar parlak fikirlere sahip olursa olsun girişimcilikte çok başarılı olamayacağı tahmin edilebilir. Teknolojideki bir gelişmenin süreçlerde, ürünlerde ve pazarda yapacağı değişimleri yakalayıp bunu kara dönüştürmek girişimcinin işidir.

5.3. KOSGEB İle İlgili Sorunlar

Girişimciler, sektördeki tecrübesizliklerinin veya mali piyasalar konusundaki bilgisizliklerinin başarısızlıkları üzerinde etkili olduğunu belirtse de KOSGEB ve diğer girişimcilik eğitimlerine yeterli özeni ve ilgiyi gösteren girişimcilerde bu sorunun yaşanmadığı görülmektedir. Öte yandan girişimcilerin büyük kısmı KOSGEB'in verdiği eğitimlerin yetersiz veya eksik olduğunu düşünmektedir. Sonuç olarak, KOSGEB desteğinden yararlanmak umuduyla ve bu desteğe güvenerek işyeri açan girişimciler, desteğin onaylanmaması ya da beklenenden az olması, desteğin gecikmesi ve ödemelerin düzensiz olması sebebiyle maddi zararlara uğramakta ve iflasa sürüklenebilmektedirler.

KAYNAKÇA

Antoncic, B. ve Zorn, O. (2004). The mediating role of corporate entrepreneurship in the organizational support – performance relationship: An emperical examination. *Managing Global Transitions, 2*(1), 5 – 14.

Balcı, A.(2011). *Sosyal bilimlerde araştırma; yöntem, teknik ve ilkeler,* Ankara: Pegem Akademi Yayınları, 9. Baskı

Bozkurt, A. M. ve Alpaslan, Ö. Ç. (2013). *Girişimcilerde bulunması gereken özellikler ile girişimcilik eğitimi: Girişimci ve Öğrenci Görüşleri.* Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 8(1), 7 – 28.

Böke, Kaan; *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, İstanbul: Alfa Basım Yayın Dağıtım, 3.Baskı, 2011.

Kumar, R. (2005); *Research Methodology: A step-by-step Guide For Beginners,* Sage Publications, İkinci Baskı.

Yıldırım, A., Şimşek, H. (2008). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* Ankara: Seçkin Yayıncılık,6.baskı

Türkiye'de Kadın Girişimciliği, Kadınları Girişimciliğe Yönelten Sebepler Ve Sosyo-Ekonomik Yapılanmada Mevcut Durum Analizi İle Kadın Girişimcilere Sağlanan Ulusal Ve Uluslararası Destekler

Lecturer, Selen ÇELİKÖZ
Istanbul Kultur University
Job Development, Industrial and Sectoral Relations Unit Head
s.celikoz@iku.edu.tr

Kadınların Girişimciliği; kadınların ekonomik ve sosyal hayatta güçlenmesini sağlamak amacıyla hareket eden, kadınların da girişimcilik yapabileceği, onların da bu rolü üstlenebileceği ile ilgili görüşü kapsayan girişimcilik çeşididir. Çalışan kadınların oranı eskiye göre daha da artmış olsa da aynı şeyleri girişimcilik için söylemek mümkün değildir. Ancak bu konudaki destek ve bilincin artması bundan sonra daha çok kadın girişimci görmeyi mümkün kılacaktır. [15]

1980'li yıllar gerek batılı ülkelerin birçoğunda, gerekse ülkemizde liberal ekonominin ve girişimcilik kültürünün benimsendiği yıllar olarak anılır. Bu dönemde kadın girişimcilerin sayısının batılı ülkelerde erkek girişimcilere oranla çok daha hızlı biçimde artmakta olduğu bilinmektedir. Kadın girişimciliği üzerine batı yazınında yer alan çalışmaların oldukça geniş bir yelpaze içinde yer aldığı ifade edilebilir (işletme, psikoloji, sosyoloji vb.) [16]
Kadın girişimciliğinin ortaya çıkmasında, gelişen teknoloji ve artan ihtiyaçların yanı sıra:[17] AB destekleri, BM destekleri, OECD gibi yapılanmaların destekleri de büyük önem arz etmektedir. Buna nazaran yine de batılı ülkelerdeki kadar kadın girişimciliğinde ilerleme kaydedilmediği görülmektedir.

Kadın girişimciler çeşitli uzmanlarca farklı kategorilere ayrılmaktadır. Bunlar arasında inceleme yapıldığında:

- İkili ayrıma göre, kadın girişimciler:[18]

Bireyselci, kendine güven ilkelerine göre hareket eden kesim,

Erkeklerin astı konumunda yer almayı kabul eden gelenekselci kesim olarak tasnif edilmektedir.

Bu sınıflandırmalar da dörde ayrılmaktadır:

- Geleneksel girişimci

[15] ÜRPER/ TOSUNOĞLU/ KAĞNICIOĞLU/ BAŞAR/ DEMİRCİ/ SAĞLAM s.13.

[16] SOYSAL, Abdullah, 'Türkiye'de Kadın Girişimciler; Engeller ve Fırsatlar Bağlamında Bir Değerlendirme', Ankara *Üniversitesi SBF Dergisi* 65-1.

[17] **ÇELİK**, C. **ÖZDEVECİOĞLI,** M. "Kadın Girişimcilerin Demografik Özellikleri ve Karşılaştıkları Sorunlara İlişkin Nevşehir İlinde Bir Araştırma", 1. Orta Anaokulu Kongresi, Nevşehir, 2001.

[18] **KUTANİS**, R. Özen, "Girişimcilikte Cinsiyet Faktörü: Kadın Girişimciler," 11. Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı, Afyon, 2003.

- Yenilikçi girişimci
- Evcimen girişimci
- Köktenci girişimci

Türkiye'de kadınları girişimciliğe yönlendiren nedenlerin başında ülkenin makroekonomik koşullarının hane halkı geliri üzerinde yarattığı olumsuz etkileri azaltmanın bir çabası olarak küçük işyeri kurma girişimleri gelmektedir. Kadınlar arasında küçük işyeri kurma eğilimi farklı nedenlere dayanmaktadır. Birincisi, kadınların haneye ek gelir sağlamak amacıyla kendi niteliklerini kullanarak küçük iş yerleri kurmalarıdır. İkincisi, hane gelirindeki azalmaya paralel olarak kadınların herhangi bir ücretli işte çalışma isteklerinin artışıdır. Ancak başvurulan işlere uygun eğitim ve becerisi olmayan kadınların iş bulamamaları kendi hesabına çalışma seçeneğini doğurmaktadır. Girişimcilik, ücretli bir işte çalışmak isteyip iş bulamayan kadınların başvurdukları bir seçenek olmaktadır.[19]

Kadınları girişimciliğe yönlendiren faktörleri hem pozitif hem de negatif, kişisel ve dış koşulların etkili olduğu iten ve çeken faktörler olarak ayırıma tabi tutabiliriz. Negatif faktörler kadınları girişimciliğe iterken, pozitif faktörler kadınları girişimciliğe çekmektedir. İten faktörler; ekonomik zorunluluk, yetersiz aile geliri veya ek gelir ihtiyacı, aileden birinin ölümü veya boşanma gibi aile yapısı ve aile içi olaylar, kabul edilemez çalışma koşulları, kadın ve erkek çalışanlar arasındaki ücret farklılığı, gelir eşitsizliği, mesleki ayırım, kadınların üst kademe yönetim pozisyonlarına ulaşmasını engelleyici davranışsal ve örgütsel ön yargılardan kaynaklanan görünmez yapay engeller olarak nitelendirilen cam tavan sendromu, terfideki engellemelerin neden olduğu işteki hayal kırıklığı gibi nedenlerdir. Dünyada kadınları girişimciliğe iten en önemli faktörlerden biri gelir elde etme gereksinimidir. Tüm ülkelerde kadınlar erkeklere kıyasla ekonomik yönden dezavantajlı gruptur.[20]

Dünya nüfusunun %20'sini oluşturan yaklaşık 1,2 milyar insanın günde 1 dolarlık mutlak yoksulluk sınırının altında yaşamaya çalıştığı günümüzde, (http://siteresources.worldbank.org) "mikro finansman sistemi" özellikle kırsal alanda yoksulluğu azaltmak, geliri arttırmak ve istihdamı desteklemek üzere tasarlanmış birçok müdahale stratejilerinden biri olarak görülmektedir. Böylece zamanla yoksul kişilerin ve özellikle de kadınların kendi işine başlaması mikro finansman bir seçenek olarak da değerlendirilmektedir.

Kadınların iş kurma nedenleri ile ilgili Mersin'de 160 girişimci kadın üzerinde yapılmış araştırmada; kazanç elde etmek, bağımsız çalışma ve sosyal yaşam sürme istekleri gibi faktörlerin ön plana çıktığı belirlenmiştir. Kocanın ölmesi, kendini ispat etme ve geçmiş mesleki tecrübelerin ticari hayata aktarılması gibi faktörlerin etkili olduğu tespit edilmiştir.[21]

Kadın Girişimciliği ve Türkiye'deki Mevcut Durumun Analizi

GEM'in (Global Entrepreneurship Monitor'un)2010 yılında yayınladığı raporla uyumlu olarak TÜİK 2016 verilerine göre Türkiye'de 15-64 yaş aralığı kadınların istihdama katılma oranı %31,2'dir[22]. OECD ülkelerinde bu oran ortalama olarak %60'ın üzerindedir.

19 **KESKİN**, Sevtap, 'Türkiye'de Kadın Girişimcilerin Durumu', *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 9, 1(2014): s.86-87.

20 **KESKİN** s.74.

21 **TAMER**, Gülay, Dünyaya Kıyasla Türkiye'de Kadın Girişimciliği, *Session 3D:* Girişimcilik, s.651.

22 http://www.tuik.gov.tr/

TÜİK 2014-2015 kıyaslamalı verilerinde Hane Halkı İşgücü Anketi sonuçlarına göre, Türkiye genelinde işveren olarak çalışanlar içinde kadınların oranı bir önceki yıla göre 0,1 puan artış ile %8,1, erkeklerin oranı ise 0,1 puan azalış ile %91,9 olmuştur.

GEM 2010'da Türkiye'de toplam girişimcilik faaliyetleri incelendiğinde, kadınların erkeklere oranını 1/3 olarak tanımlamıştır. Türkiye'de yüksek eğitim görmüş kadınların kendi işlerini kurmaktan ziyade, çalışan olmayı tercih ettiği sonucuna varılmıştır[23]. Tüm bu sonuçlar göstermektedir ki, Türkiye'de kadınların ekonomik hayata katılmaları, gerek istihdam, gerekse girişimcilik anlamında oldukça düşüktür.

Ülkemizde ve dünyada, kadın ve erkek girişimciler arasında çeşitli farklılıklar bulunmakta ve kadın girişimciler, erkek girişimcilerden farklı olarak ilave bazı engel ve zorluklarla karşılaşmaktadırlar.

Kadın girişimciler erkek girişimcilere nazaran girişimci olabilecekleri potansiyelin 35-45 yaş olduğu ve bu oranın erkek girişimcilerde daha erken başlayıp 25-35 yaş arasında değiştiği ifade edilmiştir. Birleşmiş Milletleler Global Girişimciliği İzleme Programı kapsamında, 2003 yılında yapılan bir araştırmada ise erkek ve kadınların her ikisi için girişimcilik faaliyetlerinin en yoğun yaşandığı yaş grubunun 25-34 yaş olduğu, bunu 35-44 ve 19-24 yaş grubunun izlediği belirlenmiştir. 55 yaş ve üzerinin ise girişimcilik düzeylerinin en düşük gerçekleştiği yaş grubu olduğu belirlenmiştir.

Aynı araştırma bulgularında, erkeklerin yeni bir işe başlamada kadınlara göre %50 daha şanslı olduğu belirlenmiştir: Bu oranlar erkelerde %13,9 kadınlarda ise %8,9'dur. Benzer örnek "gelişen firmalar", "yeni firmalar" ve "fırsatçı girişimcilik" oranlarında da oldukça yaygındır. Buna göre gelişen firmalar, yeni bir işin yaratılmasında kaynaklara sahip olan kişileri tanımlar fakat bunlar üç aydan daha fazla ücret ödeyemeyenlerdir. Yeni firmalar 42 aydan daha az sahip-yönetici olarak aktif olan kişileri tanımlar fakat bunlar üç aydan daha fazla ücret ödeyebilmektedirler. Son olarak fırsatçı girişimcilik, birkaç arzulanan kariyer seçeneğinden biri olarak kendi işini kurmayı seçen kişileri içermektedir. Bu verilere göre, erkeklerin %9,3'ü fırsatçı girişimci olurken, kadınların ise yalnızca %4,9'unun bu kariyer yolunu seçtiği bulgulanmıştır. Erkeklerin kadınlara olan bu oranı girişimciliğin keskin bir şekilde değiştiğini göstermektedir.

Kadın girişimcilerin karşılaştığı birçok engeli kısaca özetlersek:

- Türk toplumunun ataerkil yapısı içerisinde kadın girişimcilerin bazıları çalışma hayatlarıyla ilgili kararlarında eşleri nedeniyle engellemelerle karşılaşmakta ve bu engellemeleri yıkmak için çok fazla mücadele etmek zorunda kalmaktadırlar. Eşler, kadınların iş kurmalarını erkek egemen bir alanda statü ve saygınlık kaybı olarak değerlendirmektedirler.
- Ataerkil bir yapıya sahip Türk toplumundaki girişimcilik kültürü, kadınların girişimci olmasını destekler nitelikte görünmemekte, bu durumda kadın girişimci sayısına yansımaktadır.
- Sosyal ve kültürel ortamda kadın rollerinin kalıplaşmış olması kadın girişimciliğinin önündeki en önemli engellerden biridir.[24]

---

[23] BATUM, Ufuk, TAKAY, Bahar, TÜZÜN, İpek, KIRAL, Selin, ÇİFTÇİ, Sezgin, Ankara'da Kadın Girişimciliği: Örnekler ve Yol Haritası, Ankara Kalkınma Ajansı, Ankara. s.37

[24] **KESKİN** s.88.

Kadın girişimcilerin karşılaştıkları güçlükler farklı biçimde ele alındığında:

- Sermaye teminine ait zorluklar,
- Gerekli eğitimden yoksun kalmak,
- Bürokratik engeller,
- Donanım-Araç ve gereç teminindeki sıkıntılar,
- İşe adapte olamama,
- Yalnızlık,
- Donanımsızlık,
- Toplumun iş kadınına alışkın olmaması sıralanabilir. [25]

Türkiye'de kadın girişimciliği ve kadın girişimciliğinin karşılaştığı zorluklar ise: Eğitim, Kadınların Toplumsal Rolünün Algılanışı, İş Bağlantıları, Aile tepkileri, İş yükü ve Aile içindeki güç ilişkileri olarak başlıklandırılabilir.

Kadınlar, erkeklerden daha az örgün eğitim almakta ve formal iş piyasalarında, rekabet bakımından güçlükle karşılaşmaktadırlar. Kadınlara yönelik mesleki eğitim geleneksel ve cinsiyete dayalı rolleri destekleyecek niteliktedir.
1923 yılından sonra kadınlar eğitim, siyasi temsil ve istihdam alanlarında daha geniş olanaklar elde etmişlerdir. Kamu yaşamında bu resmi erişime rağmen, kadının toplum içindeki rolü büyük ölçüde geleneksel, kültürel değerler tarafından belirlenmeye devam etmektedir. Bu değerler, aile içinde belirgin şekilde cinsiyete dayalı işbölümü olduğunun göstergesidir. Kadının ev dışında çalışmasının yasaklanmamasına karşılık onlardan çalışmaları da beklenmemektedir. Bir kadının işgücüne katılımına ancak ev idaresi sorumluluklarını yerine getirmeye devam etmesi şartıyla müsaade edilmektedir.

Tutucu çevre ve ailelerde kadınların yabancılar ve özellikle erkeklerle temas kurmalarına izin verilmemektedir. Bu gelenekler, kadınların mali kurumlarla, satıcı ve alıcılarla temaslarını sınırlandırmaktadır.

Yapılan araştırmalar; girişimci kadınların %94'ünün "eşlerinin çalışmaları konusunda engel olmadığın; bekâr girişimcilerin aileleri tarafından onaylandığı; evli kadınların eşlerinin aileleri tarafından ilk zamanlarda onaylanmasa da daha sonraki günler içerisinde kabul gördüğünü göstermiştir.

Kadınların ücretli işgücü katılımları çağdaş Türk toplumunda yaygın olarak kabul görmüştür. Ancak buna rağmen kadının statüsü ve aile içindeki rolü üzerinde beklenen değişim yavaştır ve genelde işbölümü halen gelenekseldir. Çalışma yaşamının yanında ev işlerinin yükü de kadının üzerindedir (çocuk bakımı, ev idaresi). Kadınların omuzlarında çifte yük bulunduğundan, kamu kuruluşlarındaki işlerle de örneğin; kredi almak için form doldurma, işletmesini tescil ettirme, belge derleme ve bunlarla ilgili her türlü ayrıntı ile kendileri ilgilenirken, sorunlarla karşılaşmaktadırlar.

[25] **GÜLEÇ**, Sabite, Kadın Girişimciliği-Karaman Örneği, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Karaman, 2011.

Evli kadınlar eşlerini "aile reisi" olarak görme eğiliminde iken, bekâr kadınlar da babalarının aile reisliğini kabul etmektedir. Gelirlerini harcama konusunda da bu güç ilişkisinin geçerliliği devam etmektedir.[26]

Türkiye'de kadın girişimciliğin geliştirilmesine yönelik çalışmalar, özellikle 1990'lardan sonra hız kazanmıştır. 1990 yılında Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığına bağlı olarak Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü (KSGM) kurulmuştur[27]. Yine 1990'da Türk Medeni Kanunu'nda evli kadınların çalışması ve işletme kurabilmesi için gerekli olan "eşinin izni" şartının kaldırılması oldukça önemli bir adım olmuştur. 1992-1993 arası gelişmeler ise aşağıdaki gibidir[28]:

- İlk kez "Türkiye'de Kadın Girişimcilik" semineri ve "Kadın Girişimciliği Özendirme ve Destekleme Paneli" ile konu tartışmaya açılmıştır.
- "Bağımsız İşyeri Sahibi Kadınların Aile ve İş İlişkileri" konulu Türkiye genelini kapsayan ilk araştırma, Nilgün Çelebi tarafından yapılmıştır.
- Halk Bankası, "Kadın Girişimci" kredisi vermeye başlamıştır.

1995'te Kadın Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü tarafından, kadınların sahip olduğu mikro ve küçük işletmeleri incelemek amacıyla "Küçük Girişimcilik Projesi" konulu, kapsamlı bir araştırma yapılarak, Japon Hibe fonundan Dünya Bankası aracılığıyla elde edilen kaynakla yürütülen proje 1996 yılında tamamlanmıştır[29].

2002'de Kadın girişimciliğini geliştirmek; ekonomik ve sosyal yaşamda kadının konumunu güçlendirmek amacıyla Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER) kurulmuştur[30].

2002-2003 arası diğer gelişmeler ise[31]:

- Bangladeş Mikro Finans Kuruluşu ve Diyarbakır Valiliği tarafından yoksul kadınların girişimcilikte önünü açmak amacıyla "Mikro Kredi" projesi hayata geçirilmiş,
- Avrupa Birliği ve TESK tarafından "Kadın Girişimcilerin Desteklenmesi" projesi başlatılmış,
- Güneydoğu Anadolu Projesi, Girişimci Destekleme ve Yönlendirme Merkezi ve Kadın Merkezi (GAP, GİDEM, KAMER) ortaklığıyla "Kadın Girişimciliği" projesi uygulamaya konulmuştur.

Türkiye'de kadın girişimcileri destekleyen kamu kurum ve kuruluşları;

- Kadın Girişimciliğini Destekleme,
- Türkiye Kadın Girişimciler Derneği,
- KOSGEB,
- Garanti Kadın Girişimci,
- Girişimci İş Kadınları ve Destekleme Derneği,

26 **ONAY**, Özkaya Meltem, Kadın Girişimcilere Yönelik "Strateji Geliştirmede" Yerel Yönetimlerle İşbirliği İçinde Olmak, Mümkün Mü?,Ulak bilim,Dergi park,s.59.

27 BATUM, Ufuk, vd., a.g.e., s.39

28 ÇAKICI, Ayşehan, Kadın Girişimcilerin İşletme Fonksiyonlarındaki Etkisinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, Yönetim Bilimleri Dergisi, Cilt 2, Sayı 1 (2004), http://dergipark.ulakbim.gov.tr/comuybd/article/view/5000037421

29 SUĞUR, Serap, DEMİRAY, Emine, EŞKINAT, Rana, AĞAOĞLU, Esmahan, Toplumsal Yaşamda Kadın, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 2009, s.200

30 http://www.kagider.org/kurumsal/kagider-hakkinda/tarihce

31 ÇAKICI, Ayşehan, a.g.e. http://dergipark.ulakbim.gov.tr/comuybd/article/view/5000037421

- TOBB Kadın Girişimciler Kurulu[32] şeklindedir.

Kadın girişimcileri destekleyen uluslararası kuruluşlar ise;

- İletişim Ağı Girişimi, Bill ve Melinda Gates Vakfı,
- Cinsel Şiddet Araştırması Girişimi,
- SIYANDA – Kaynaştırma Cinsiyet Eşitliği,
- Kalkınmada Kadın Hakları Derneği, Global Kadınlar Fonu,
- Adalet Enstitüsü Ulusal Adalet Bölümü ABD,
- Ontario Kadın Müdürlüğü, Uluslararası Kadın Kadınlar için,
- Acil Eylem Fonu: İnsan Hakları Acil Müdahale için kadın,
- Açık Toplum Enstitüsü (Soros), Bayanlar PeacePower Vakfı,
- Women's Network Finansman,
- Kalkınma pazar yeri: Dünya Bankası, Oak Vakfı,
- Stephen Lewis Vakfı,Tüberküloz ve Sıtma, AIDS Küresel Fon Fight,
- Amerikan Yahudi Dünya Hizmetler, United Methodist Küresel AIDS Fonu,
- Coca Cola Vakfı, Çocuk Fonu Global, Inter-American Foundation,
- Mama Cash, Barış Rüzgârı Vakfı, International Yerli Kadın Forumu (IIWF / FIMI),
- Tides Vakfı, Ford Vakfı,
- Cinsiyet Eşitliği için UNIFEM Fonu.[33] olarak sıralanabilir.

Ülkemizde kadın girişimciliğine olan genel bakış açısı her geçen gün değişmekte ve kadın girişimciliğini destekleyen kamu kurum ve kuruluşları çoğalmaktadır. Özel sektör ve vakıf aracılığı ile kadın istihdamının ve girişimciliğinin önü açılmaktadır.

Girişimciliğin gelişim sürecinde girişimci adaylarının desteklenmesi ülke ekonomisinin gelişimine dolaylı olarak etki etmektedir. Kadın girişimciliğinin geliştirilmesine yönelik yapılan çalışmalar içerisinde kadın girişimcilere son dönemde sağlanan teşvikler, destekler, kadın girişimciliğin gelişmesini sağlamaktadır.

T.C. İstanbul Kültür Üniversitesinde Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi alan kadın girişimci adaylar üzerine yaptığımız analiz ile; Türkiye'de kadın girişimciliği gelişimine katkısı olan finansal fırsatların değerlendirilmesi, devletin girişimci destek politikasının yarattığı alternatif finansman kaynaklarına sahip olmak için alınması gereken eğitimlerin yönlendirici olması ve iş kurma süreçlerinde işletme yönetimi, sermaye yetersizliği ve sermaye ulaşım noktasında yaşanan zorlukların analiz edilerek destek alabilecekleri iş fikirleri ve bu fikirlerin yaşam bölgeleri, yaş ve eğitim aralıklarında değişkenlik göstermesi ile girişimcilerin pazarlama dönemi içerisinde yaşanacak sorunlara karşı çözüm üretilmesi amaçlanmaktadır.

Kadın girişimciler Türkiye'de 1980'li yıllardan itibaren girişimcilik kültürünün gelişmesi ve girişimciliğin önem kazanmasına katkı sağlamaktadır. Kadın girişimcilerin sayısının da hızla arttığı bilinmektedir.

Bu konuda yaptığımız çalışmanın genel amacı; Girişimcilerin girişimcilik sürecini etkileyen sosyo-kültürel faktörleri açığa çıkarmak, yapılan bu çalışmanın potansiyel girişimcilere rehber olması yoluyla, girişimci sayısının artmasına katkı sağlamak ve

32 <http://www.efemproje.com/?Syf=26&Syz=267579>,13.03.2017

33 http://www.efemproje.com/?Syf=26&Syz=26757913.03.2017

girişimcilere devlet desteklerini ve özel finansman desteklerini girişimcilik desteğinin, girişimcilik faaliyetinde bulunmalarındaki olumlu ve olumsuz etkilerini araştırmak olmuştur.
Bu bağlamda ortaya bir çok hipotez çıkmıştır;
Hipotez 1: Kadın girişimciler arasında eğitim düzeyi arttıkça girişimcilik eğitimlerine katılım artmaktadır
Hipotez 2: Girişimcilik eğitimine katılan kadın girişimci adaylarının iş fikirleri eğitim düzeylerine göre değişkenlik göstermektedir.
Hipotez 3: Kadın girişimcilerin gelişiminde devlet ve özel sektör finansman destekleri olumlu etki yaratmaktadır.
Hipotez 4: Kadınların girişimcilik eğitimlerine katılımlarında eğitim alınan kurum ile girişimcilerin yaşadığı bölge arasındaki mesafe belirleyicidir.
Hipotez 5: Kadın girişimiler arasında girişimcilik eğitimlerine katılma durumu yaşa bağlı olarak değişkenlik göstermektedir.
Hipotez 6: Kadın girişimciler yaratıcı düşüncenin iş kurma sürecinde kendilerine olumlu katkı sağlayacağına inanmaktadır.

Çalışma İstanbul Kültür Üniversitesi bünyesinde KOSGEB, İŞKUR iş birliği ile düzenlenen Uygulamalı Girişimcilik Eğitimine katılan 2000 kadın girişimci ile sınırlandırılmıştır. Eğitime katılan 2000 kadın girişimci içerisinde 75 kişi üniversite mezunu, 75 kişi ilkokul mezunu olmak üzere toplamda 150 kişi ile yapılandırılmış form uygulanarak sorulan sorulara cevap aranmıştır.

Çalışmadan elde edilen bulgular ülkemizde diğer yükseköğretim kurumlarında verilen girişimcilik eğitimi katılımcılarına da genellenebilir.

Veri toplama aracı olarak kullanılan yapılandırılmış görüşme formunda, "Kadın Girişimcilerin İş yeri açma sebebini kolaylaştıran unsurlar, Girişimciliğin gelişiminde devlet destekleri etkisi, Yaratıcı düşüncenin işletmeye faydaları " konularını ele alan sorular yer almaktadır.
Çalışmayı daha sağlam temeller üzerine inşa etmek adına çeşitli sayısal verilere de yer verilmektedir. Çeşitli değişkenler temel alınarak hipotezler kurulmakta ve bu hipotezler desteklenmektedir.

Araştırma verilerinin çözümlenmesinde içerik analizi teknikleri kullanılmıştır. Elde edilen verilerin daha önceden belirlenen şekillere göre girişimcilerin eğitim durumlarına göre mesleki yönelim bilgisi, yaş skalasına göre yöneldikleri sektörler ve girişimcilerin yaşadıkları bölge ile eğitim aldıkları kurum arasındaki fiziki mesafenin girişimcilerin eğitim kurumunu tercih etme sebeplerinden olduğu bunun yanında yapılandırılmış görüşme formları ile girişimcinin işletme kurulum sürecinde devlet desteklerinden faydalanma düşüncesi ve işi kurarken yaratıcı düşüncenin işlemeye faydaları üzerine verilen cevaplar çerçevesinde değerlendirilmiştir.

Araştırmaya ait temel hipotezler aşağıdaki gibi belirtilmiş ve hipotezlere ait olan veri analizlerine ait sonuçların bu hipotezleri nasıl desteklediği incelenmiştir. 2000 kişiden oluşan bir yatay kesit veri tabanı oluşturulmuş olup bulgulara Stata12 paket programı yardımı ile ulaşılmıştır. Uygulamada kullanılan kadın girişimci adaylarının eğitim seviyesi, iş fikri, değişkenlerin nitel değişkenler olması nedeni ile her bir değişkeni temsil eden kukla değişkenler oluşturularak kesikli veriler haline dönüştürülmüştür.

Uygulamada kullanılan testler bağımlı değişkenin nitel durumu göz önünde tutularak yapılmıştır. Buna bağlı olarak bazı tanımlayıcı verilere ve değişkenler arasındaki ilişkinin yönünü ve derecesini temsil eden korelasyon[34] tablosuna sırası ile yer verilmiştir.

Tablo 1 Tanımlayıcı İstatistikler

Değişken	Gözlem Sayısı	Ortalama	Standart hata	Min – Max değerler
İş Fikri	2000	1.7313	0.8666	1-4
Eğitim	2000	3.0165	1.1029	1-4
Uzaklık	2000	0.8794	0.3256	0-1
Yaş	2000	37.3191	9.2553	19-79

Tablo 1 sonuçlarına bakıldığında değişkenler arasında yüksek dereceden korelasyon olmadığı görülmektedir. Ancak verilerin yapısı da göz önünde bulundurularak korelasyon katsayıları incelendiğinde eğitim durumu ile yaş değişkenleri arasında negatif yönde %20 oranında zayıf bir ilişkinin olduğu bulunmuştur. Kadın girişimci adaylarının eğitim durumları ile yaşadıkları bölgenin eğitim gördükleri bölgeye olan uzaklığı arasında negatif yönde %12 oranında zayıf bir ilişki vardır. Yine adayların yaşadıkları bölgenin eğitim gördükleri bölgeye olan uzaklığı arasındaki mesafe ile adayların iş fikirleri arasında pozitif yönde %0.4 oranında bir ilişki bulunmaktadır.

Son olarak kadın girişimci adaylarının yaş grubu ile gerçekleştirmeyi düşündükleri iş fikirleri arasında pozitif yönde %0.1 oranında oldukça düşük bir ilişkinin varlığı saptanmıştır.

Araştırmanın hipotezlerinin sınanması amacı ile toplanan veriler ve bu verilerin çözümlenmesinden elde edilen bulgular aşağıda sunulmuştur.

Hipotez 1 Kadın girişimciler arasında eğitim düzeyi arttıkça girişimcilik eğitimlerine katılım artmaktadır.

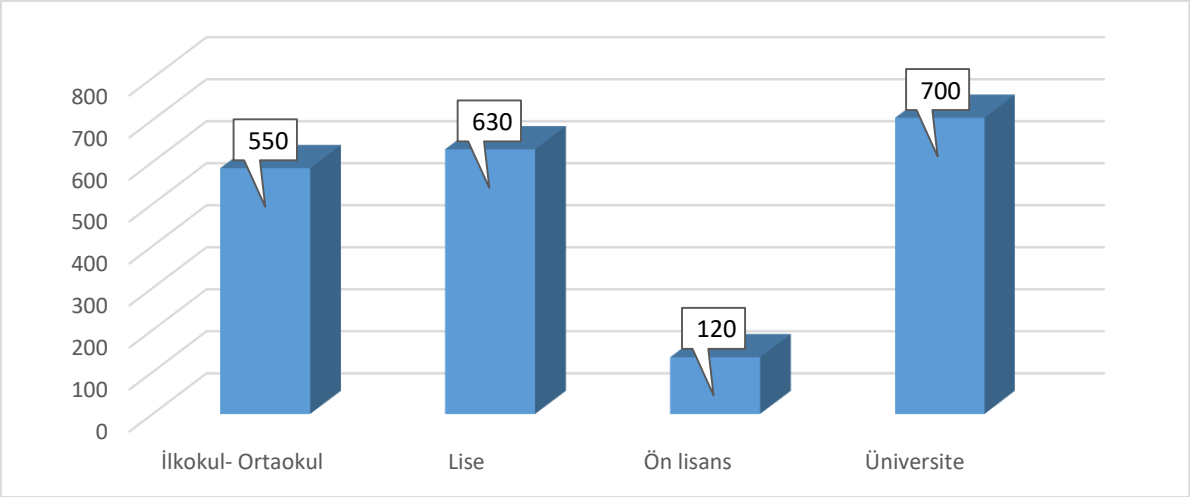
İstanbul Kültür Üniversitesinden Uygulamalı Girişimcilik Eğitimine katılıp sertifika almaya hak kazanan 2000 kadın girişimcinin eğitim seviyelerine göre analiz yapılmıştır.

Yapılan bu analiz ile eğitim alan girişimcinin hangi eğitim düzeyine göre başvuru yoğunluğu oluştuğu ve bu yoğunlukla beraber devlet desteklerine başvuru isteği daha fazla olduğu görülmektedir.

Kadın Girişimcilerin Eğitim Seviyesi

İstanbul Kültür Üniversitesinden Uygulamalı Girişimcilik eğitimi alan kadın girişimcilerin eğitim seviyesi

[34] İki veya daha fazla değişken arasındaki ilişki korelasyon olarak adlandırılır. İkiden fazla değişken arasındaki korelasyon ise çoklu korelasyon olarak adlandırılır.



Şekil 1 Girişimcilerin Eğitim Seviyesi

Şekil 1'de görüleceği üzere Girişimcilik Eğitimi Alan Kadın Girişimcilere Ait Eğitim Durumu Eğitim alan Kadın Girişimcilerden;

- 550 Kişi İlkokul-Ortaokul Mezunu,
- 630 Kişi Lise Mezunu,
- 700 Kişi Üniversite Mezunu,
- 120 Kişi Ön Lisans Mezunudur.

Büyük bir çoğunluğun Lisans mezunu olması dikkat çekmektedir. Sayısal veriler her ne kadar birbirlerine yakın olsa da, Ön Lisans mezunların en az sayıya sahip olduğu görülmektedir. Yüzdelik değerler bazında eğitim durumları Tablo 2'de mercek altına alınmıştır.

Tablo 2 Kadın Girişimcilerin Eğitim Durumlarına Ait Yüzdelik Değerler

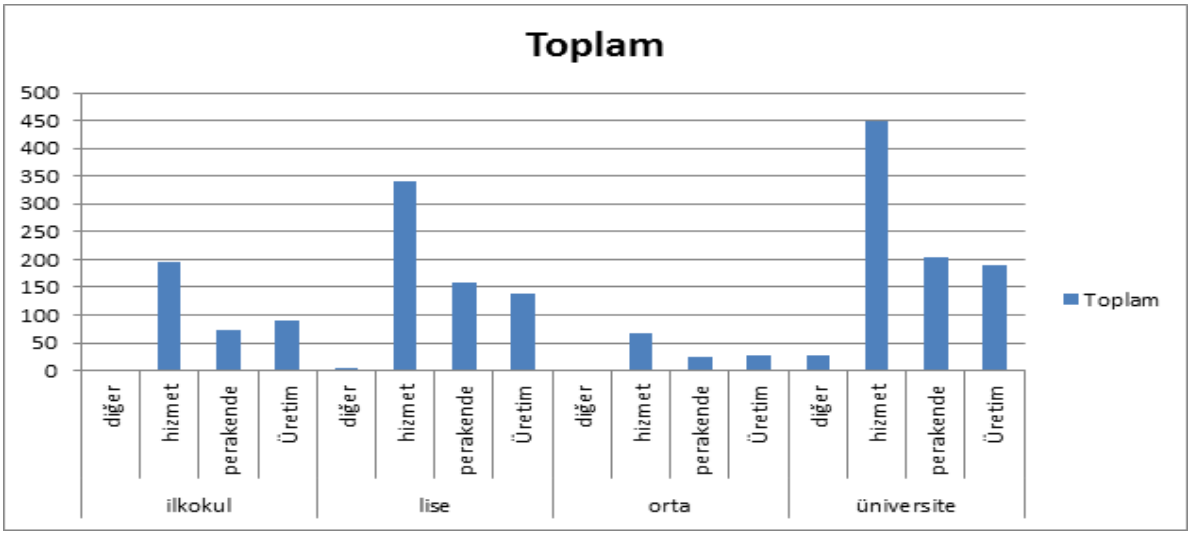
Eğitim Seviyesi
% 28.46 İlkokul-Ortaokul Mezunu
% 30.65 Lise Mezunu
% 34.30 Üniversite Mezunu
% 6.56 Ön Lisans Mezunu

Eğitim alan kadın girişimcilerin verilerin içerik analizi yapıldığında %34.30 oranında üniversite mezunlarının daha fazla eğitim aldığı ve işletme kurma sürecinde devlet desteklerinden yararlanma düşüncesi de ön plana çıkmaktadır.

Spearman Sıra Korelasyon Katsayısının Uygulaması

Hipotez 1'de kadın girişimciler arasında eğitim düzeyi arttıkça girişimcilik eğitimlerine katılım hipotezi Spearman Sıra Korelasyon katsayısı ile incelenerek eğitim düzeyi ile girişimcilik eğitimlerine katılım arasında bir ilişki olup olmadığı, var ise derecesi ve yönü hakkında bilgi sahibi olmak amaçlanmıştır. Sonuçlar Tablo 2'de gösterilmiştir.

Hipotez 2 Girişimcilik eğitimine katılan kadın girişimci adaylarının iş fikirleri eğitim düzeylerine göre değişkenlik göstermektedir. Kadın girişimcilerin eğitim seviyesine göre iş fikrinin gösteren Şekil 2 içerisinde üniversite mezunlarının ve lise mezunlarının hizmet sektörüne yoğunlaştığı görülmüştür.



Şekil 2 Girişimcilerin Eğitim Düzeylerine Göre İş Fikri

Üniversitede eğitim alan kadın girişimciler de hizmet sektöründe perakende ve üretim sektöründe iş kurmak istemektedirler. Lise eğitimi alan girişimcilerde hizmet ve perakende sektörün de iş kurmaya yoğunlaşmışlardır. İlkokul ve ortaokul mezunu kadın girişimcilerde ise bu durum değişkenlik göstermemektedir. İlkokul ve ortaokul mezunu kadın girişimcilerde hizmet, perakende ve üretim sektöründe birbirlerine yakın oranlamalarda yer almaktadırlar.

ANOVA Uygulama Çıktısı

Hipotez 2'de girişimcilik eğitimine katılan kadın girişimci adayların iş fikirlerinin eğitim düzeyine göre değişkenlik gösterip göstermediği araştırılmaktadır. Elde edilen bulgular tek yönlü varyans analizi ile de desteklenmiş ve eğitime katılım ile iş fikirlerine ait sonuçlar Tablo 3'de gösterilmiştir.

Tablo 3 Eğitime Katılım Düzeyi ile İş Fikirlerine İlişkin Tek Yönlü ANOVA Testi

	Kareler Toplamı (KT)	**df**	**MS**	**F**	**Prob > F**	χ^2	$Prob > \chi^2$
Gruplar arası (GA)	1.58417	3	0.52805	0.70	0.5504**		
Gruplar içi (Gİ)	1499.1592	1995	0.75145				
Toplam	1500.7433	1998	0.75112			3.7683	0.288**

** %1, %5 ve %10 anlamlılık seviyelerinde temel hipotez reddedilememektedir.

Girişimcilik eğitimine katılan kadın girişimci adayların iş fikirlerinin eğitim düzeyine göre değişkenlik gösterip göstermediği incelenmiş ve olasılık değerinin 0.5504 > 0.05 ve ki-kare değerinin %5 anlamlılık seviyesinde reddedilememesi ile iş fikirlerinin eğitim düzeyleri arasında anlamlı bir fark olmadığı saptanmıştır. Bir başka ifade ile eğitim düzeyinin iş fikirleri ile ilişkili olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Hipotez 3 Kadın girişimcilerin gelişiminde devlet ve özel sektör finansman destekleri olumlu etki yaratmaktadır.

Hipotezimizde öne sürdüğümüz düşünce ile girişimciler eğitim aldıkları zaman içerisinde yapılandırılmış formlar ile kendilerine yöneltilen sorulara cevap vermişlerdir. Bu sorular ile üniversite ve ilkokul mezunu girişimcilerin işletme kurma sürecinde iş yeri açmalarını kolaylaştıran sebeplere cevap aranmıştır.

İstanbul Kültür Üniversitesinde uygulamalı girişimcilik eğitimi almış olan kadın girişimcilerle yapılan görüşmeden elde edilen iş yeri açma sebep sonuçları Tablo 4'de gösterilmektedir.

Tablo 4 İş Yeri Açma Sebebi

Üniversite Mezunları (75 Kişi)	İlkokul Mezunları (75)
a-) Kosgeb Destekleri : **10 Kişi**	a-) Kosgeb Destekleri : **43 Kişi**
b-)Kosgeb Olmasa da Devletin Her Alandaki Destekleri : **8 Kişi**	b-)Kosgeb Olmasada Devletin Her Alandaki Destekleri :**8 Kişi**
c-) Yatırımcıların Ortak arayışlarına Olan İnancı : **36 Kişi**	c-) Yatırımcıların Ortak arayışlarına Olan İnancı :**7 Kişi**
d-) Bankaların Kredi İmkanları : **Yok**	d-) Bankaların Kredi İmkanları :**10 Kişi**
e-) Ailemin Maddi İmkanları : **21 Kişi**	e-) Ailemin Maddi İmkanları : **7 Kişi**

Kadın girişimciliğin gelişiminde devlet desteklerinden faydalanma durumuna göre katılımcıların gösterdiği dağılıma bakıldığında ilkokul mezunu girişimcilerin üniversite mezunu girişimcilere göre devlet desteklerinden yararlanma başlığı daha olumlu gözükmektedir.

- Yapılan 150 kişilik görüşme çalışmasında üniversite mezunu olan girişimcilerin %7 oranında KOSGEB desteklerinden faydalanmak istediğini görülmektedir.
- İlkokul mezunu girişimciler KOSGEB Desteklerinden %58 oranında faydalanmak istemektedir.
- Üniversite mezunu girişimcilerin sektörde yatırımcı arayışına yönelim göstermiştir. Üniversite mezunları için yapılan anket çalışmasında %49 oranındadır. Üniversite mezunu olan girişimcilerin eğitim seviyesi yükselmesi sosyal çevrelerin gelişmesi ve ekonomik işbirliği yapabilecekleri bir alan kendilerine oluşturabilmektedirler.
- İlkokul mezunu girişimciler sektörde yatırımcı arama düşüncesi üniversite mezununa göre daha az düşünülmektedir. Bu konuda girişimciler çekimser davranmaktadır. Yatırımcı bulacağına olan inançları düşüktür.

Hipotezimize katkı sağlama amacı ile kadın girişimcilerin iş kurma sürecinde devlet destekleri ve özel finansman desteklerinden yararlanmalarının girişimcilere etkisini ölçmek amacı ile yapılandırılmış görüşme formları bu bölümde de kullanılmıştır.

Girişimciliğin Gelişiminde Devlet Desteklerinin Etkisi

"Uygulamalı girişimcilik eğitimleri kapsamında verilen devlet destekleri küçük ölçekli işletme kurulumu için yeterli mi?" sorusu uygulamalı girişimcilik eğitimi alan 75 kişi üniversite

mezunu ve 75 kişi ilkokul mezunu katılımcılara soruldu ve verdikleri cevaplar analiz edildi. Tablo 5'da gösterilmektedir.

Tablo 5 Girişimciliğin Gelişiminde Devlet Destekleri

Üniversite Mezunları (75 Kişi)	İlkokul Mezunları (75)
a-) Destek miktarları yetersiz : **37 Kişi**	a-) Destek miktarları yetersiz : 1**5 Kişi**
b-) Destek miktarları yeterli ve faydalı : **19 Kişi**	b-) Destek miktarları yeterli ve faydalı : **14 Kişi**
c-) Destek yetersiz, hammadde desteği gerekli : **6 Kişi**	c-) Destek yetersiz, hammadde desteği gerekli : **32 Kişi**
d-) İşletme kurulumu için teşvik edici ve cesaretlendirici : **12 Kişi**	d-) İşletme kurulumu için teşvik edici ve cesaretlendirici : **9 Kişi**
e-) Hiçbiri : **1 Kişi**	e-) Hiçbiri :**5 Kişi**

Değerlendirme sorularına iş kurma sürecindeki üniversite mezunu girişimcilerden 37 kişi %50'ye yakın oranda desteklerin yetersiz olduğunu düşünmektedir. Destek miktarları yeterli diye cevap veren girişimciler 19 kişi ile % 25 oranına yakın bir cevaplamaya gitmiştir. Cesaret verici ve teşvik edici diyen girişimci oranında ise 12 kişi ile %16 yakın bir orandadır.

İlkokul mezunu kadın girişimci adaylarında ise destek miktarlarının yetersiz olduğu düşüncesi ağır basmaktadır. İlkokul mezunu girişimcilerin sermaye yetersizliği de devletin desteklerini almak isteyen girişimciyi negatif düşünceye itmektedir. 32 kişi hammadde ihtiyacından ve desteklerin yetersiz olduğundan bahsetmektedir. Bu oran % 43 oranına yakındır. Destek miktarları yetersiz diyen girişimciler ise % 20 oranındadır.

Toplamda eğitim seviyesine bakılmaksızın devlet desteklerinden yararlanmak isteyen kadın girişimciler devlet uygulamalı girişimcilik eğitimi kapsamında 150 kişi içerisinden destek miktarlarının yetersiz olduğu düşüncesine varan 52 kişi % 35'e yakın oranda cevap verilmiştir.

Hipotez 3'de Kadın girişimcilerin devlet ve özel sektör finansman desteklerinin etki bırakıp bırakmadığı Ki-kare (χ^2) bağımsızlık testi test edilmiştir. Üniversite ve ilkokul mezunundan oluşan toplamda 150 kişilik iki grup üzerinde devlet ve özel sektör destekleri Tablo 6'daki kontenjan tablosu yardımı ile incelenmiştir.

Tablo 6 Kadın Girişimcilere Ait Kontenjan Tablosu

Eğitim Seviyesi	Devlet Desteği	Özel Sektör Desteği	Toplam
Üniversite Mezunu	18	57	75
İlkokul Mezunu	51	24	75
Toplam	69	81	150

Tablo 6'daki kontenjan tablosuna bakıldığında ilkokul mezunu olup devlet desteğini olumlu karşılayan 51 aday, özel sektör desteğini olumlu karşılayan 24 aday bulunmaktadır. Bununla

beraber devlet desteğini olumlu bulan toplamda 69 hem üniversite hem de ilkokul mezunu toplamda 69 aday bulunmaktadır.
Üniversite mezunu olup devlet desteğini olumlu karşılamayıp özel sektör desteğini olumlu karşılayan 57 aday bulunmaktadır.
Hipotez 4 Kadın girişimciler yaratıcı düşüncenin iş kurma sürecinde kendilerine olumlu katkı sağlayacağına inanmaktadır. Kadın girişimcilerin yapılandırılmış formlarında iş kurma süreci ile ilgili sorulara verdikleri cevaplara bakıldığında üniversite mezunu girişimcilerin yaratıcı düşüncenin işletmelere katkısını ve başarısını destekler düşüncesi ağır basmaktadır.
Vakıf üniversitesinden Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi alan 2000 kadın girişimci üzerinden 150 kişiye yaratıcı düşünce ve işletmeye faydaları üzerine yapılandırılmış form uygulanmıştır.

Tablo 7 Yaratıcı Düşüncenin İşletmeye Faydaları

Üniversite Mezunları (75 Kişi)	**İlkokul Mezunları (75 Kişi)**
a-) Yönetim Becerilerimi Destekler : **12 Kişi**	a-) Yönetim Becerilerimi Destekler : **2 Kişi**
b-) İşimin Başarısını Destekler : **46 Kişi**	b-) İşimin Başarısını Destekler : **19 Kişi**
c-) Para Kazanmamı Sağlar : **23 Kişi**	c-) Para Kazanmamı Sağlar : **32 Kişi**
d-) İyi Bir Sosyal Çevre Sağlar **: 4 kişi**	d-) İyi Bir Sosyal Çevre Sağlar : **11 Kişi**
e-) Hiçbiri : **Yok**	e-) Hiçbiri : **1Kişi**

Girişimciler çalışmak istedikleri alanları mesleki yeterlilikleri sebebi veya ihtiyaç halinde olduklarından seçmektedirler. Bireysel yaratıcı çözümler ile kendilerine kazanç sağlayarak ek olarak sermaye birikimi de sağlamaktadırlar. Girişimcinin kazanç sağlaması için eğitim seviyesi girişimciliğin önünde engel oluşturmamaktadır.

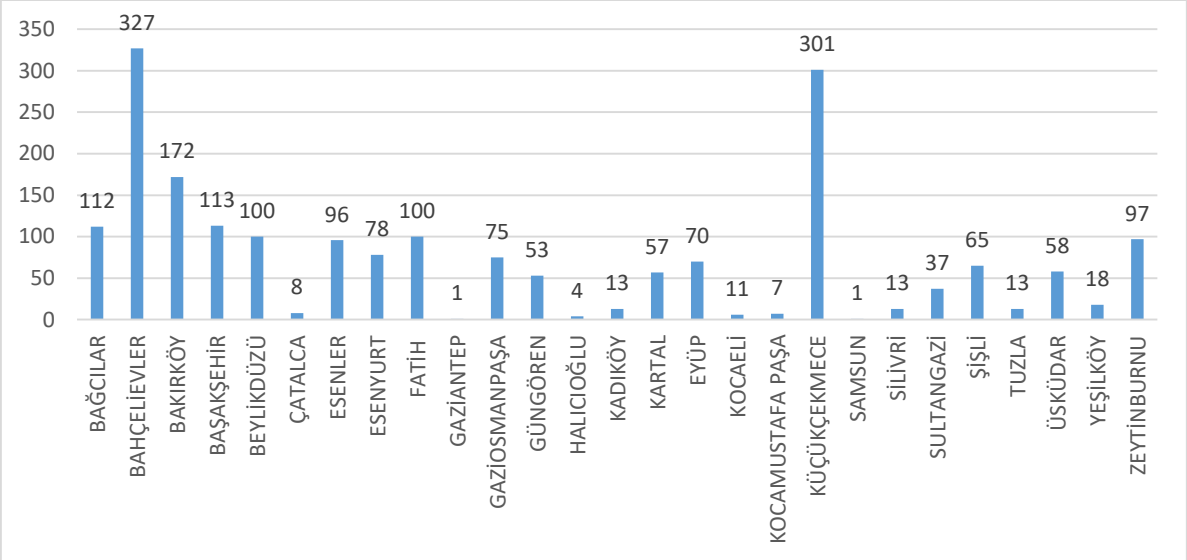
Bunun sebebi ise yaratıcı düşünce ile tüketici olan kitlelerin ihtiyaçlarını görebilmek ve onu tüketicilerin hizmetine sunmaktır. Bu sebep ile üniversite mezunu girişimci ile ilkokul mezunu girişimci arasında oluşan tek fark üniversite mezunu işimin başarısını destekler düşüncesinde birleşmektedir. İlkokul mezunu girişimci cevaplarında ise çok para kazanmamı sağlamakta cevabı verilmiştir.

Yaratıcı düşünce ve İşletmelere Faydaları başlıklı 150 Kişilik görüşme form çalışmasında kadın girişimcilerin genel olarak %99'u olumlu düşünmektedir. Üniversite mezunu kadın girişimcilerin yaratıcı düşüncenin işime katkısı başlığına bakıldığında %61'e yakın sonuç elde edilmektedir. Çok para kazanmamı sağlar düşüncesi % 31 seviyesindedir. İlkokul mezunlarında bu oranlama %24 seviyesinde kalmaktadır. İlkokul mezunu girişimci adayları işletme kurma ve devam ettirme süreçlerinde sadece ticari kazanç ve karlılık mantığı ile hareket etmektedir. Çok para kazanmamı sağlar ilkokul mezunlarında ise % 42 oranındadır.

Hipotez 5 Kadınların girişimcilik eğitimlerine katılım durumunda eğitim aldıkları kurum ile girişimcilerin yaşadığı bölge arasındaki mesafe belirleyicidir.

Kadın girişimciler son yıllarda birçok çalışmaya katılmakta ve başarı sağlamaktadırlar. Bahsedilen eğitimler ışığında kadın girişimcilerin yaşadığı bölgeler, Şekil 3 aracılığı ile ele alınmaktadır. Şekil içerisinde İstanbul ilinden eğitim için başvuru yapmış olan kadın

girişimcilerin yaşadıkları bölgeler ve İstanbul dışından katılım gösteren az sayıda kursiyer olduğu tespit edilmiştir.

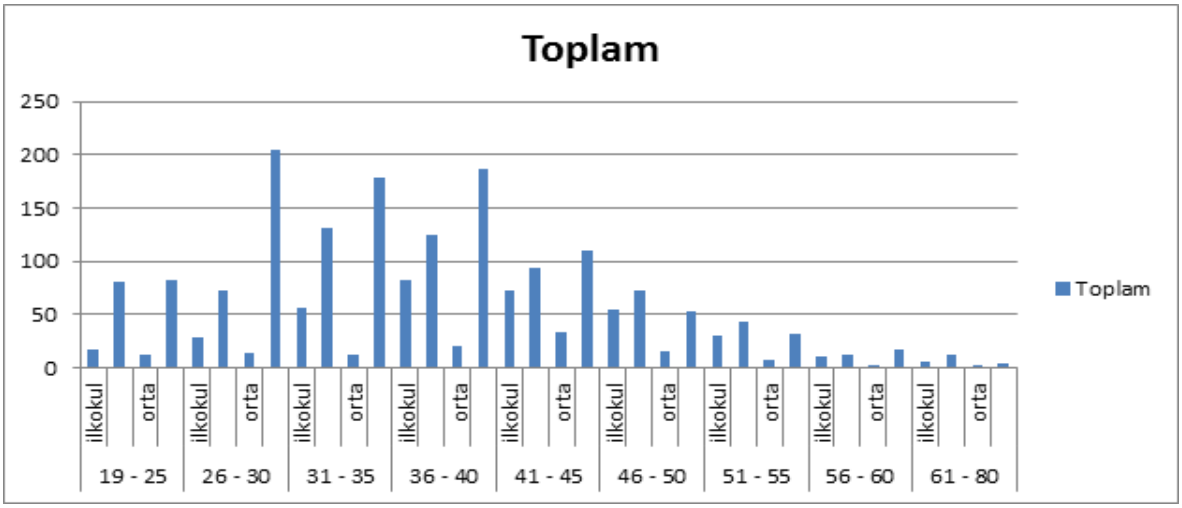


Şekil 3. Kadın Girişimcilerin Yaşadığı Bölgeler

Vakıf üniversitesinden Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi alan 2000 kadın girişimcinin yaşadıkları bölgelere bakıldığında İstanbul Avrupa yakasında bulunan 21 ilçe içerisinden eğitime katılan ve analizi yapılan 1904 kişi yer almaktadır. Anadolu yakasından 3 ilçe içerisinde Tuzla, Kartal, Kadıköy bölgelerinde 83 Kişi eğitime katılmıştır. İstanbul dışından Gaziantep, Samsun, Kocaeli İllerinden eğitime katılan kadın girişimci adayları 13 kişidir.

Yapılan araştırmaya göre, İstanbul'un Avrupa yakasından eğitimlere katılan kişilerin yoğunluğu göze çarpmaktadır. Aynı zamanda, Kocaeli, Samsun ve Gaziantep'ten de katılımların gerçekleştiği gözlemlenmektedir. İstanbul Kültür Üniversitesi Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi alan kadın girişimcilerin eğitim aldıkları kurumun yakınlığına bakıldığında 2000 kişi kadın girişimcilerin yaşadıkları bölge içerisinden 7 ilçede toplamda 973 kişidir. Toplam rakam içerisinden %48 oranında üniversitenin bulunduğu bölgelere yakın yaşamakta oldukları tespit edilmiştir. Bu oranlamalarda kadın girişimcilerin eğitim alacakları kurumu tercih etme sebepleri arasında üniversitenin girişimcilerin yaşam alanlarına olan yakınlığı sonucuna ulaşılmıştır.

Hipotez 6 Kadın girişimiler arasında girişimcilik eğitimlerine katılma durumu yaşa bağlı olarak değişkenlik göstermektedir. Üniversiteden eğitim alan kadın girişimcilerin eğitim seviyelerine bakıldığında ilkokul ortaokul, üniversite ve myo mezunu kişilerin yaş aralığı ve eğitim seviyesine ulaşılmıştır. Yaş aralığına bakıldığında genç girişimcilerin yoğun başvuru yaptığı tespit edilmiştir.



Şekil 4 Girişimcilerin Yaş aralığına Göre Eğitim Seviyesi

Şekil 4 içerisinde kadın girişimcilerin 51 ve 80 yaş aralığındaki grupların çok daha az katılım sağladığı görülmektedir. Girişimcilerin yaş seviyesine bakıldığında 26-30 yaş arasında bulunan üniversite mezunu genç girişimcilerin eğitim aldığı görülmektedir. Bunun hemen arkasından 31-35 ve 36-40 yaş arası üniversite mezunu girişimcilerin eğitim aldığı görülmüştür.

Toplamda üniversiteden eğitim alan kadın girişimcilerin büyük oranda genç katılımcılar olduğu görülmektedir. Bu sonuç kendi kazancını sağlamak isteyen kendi işinin sahibi olmak isteyen girişimci adaylarının olduğunu da ortaya çıkarmaktadır.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Geçmişten günümüze gerek girişim ve gerekse girişimci olgularına atfedilen önemde büyük değişimler yaşanmaktadır. Bunun nedeni olarak da, yaşanan büyük gelişmeleri ve bununla doğru orantıdaki talepleri göstermek mantıklı olmaktadır. Girişimcilik insanlığın var oluşundan bu zamana kadar devam eden topluma hizmet ekonomiye destek ve ulusal çıkarlara destek için var olan bir olgudur.

Son yıllar içerisinde girişimciliğin gelişmesinde ve teşvikler açısından da bakıldığında teknolojinin ve inovasyon çalışmalarının önemi büyüktür. Ülkenin kalkınmasında da etkili olan Girişimcilik teknolojik yenilikler ile birlikte farklı bir boyuta girmiştir. Günümüzde teknolojide, girişimcilikte, sanayide ve diğer alanlarda dünya standartlarına gelebilmek için devlet destekleri ve özel finansman destekleri hız kazanmıştır. Ülkeler gelişmişlik düzeylerinin artırmak için sanayi ve teknoloji alanlarına yatırım yapan işletmeleri desteklemekle kalmayıp yurt dışı piyasalarına açılmaları için teşvik vermektedirler. Her geçen gün girişimciliğin değeri artmakta ve özellikle de kadın girişimciliği üzerinde daha fazla durulduğu görülmektedir.

Sanayi alanında iş yapmak isteyen teknoloji alanında iş yapmak isteyen kadın girişimcilerin destek miktarlarının erkek girişimcilere göre fazla olması da kadının iş dünyasına girmesine etki etmektedir. Girişimcilik alanında başarı göstermeye başlayan kadın girişimciler devlet desteklerinin de içiresinde erkek girişimcilere göre destek oranlarında %20 oranında bir fark ile desteklenmektedirler. Kadın girişimcilik daha fazla destek verilmesi ile birlikte girişimcilik destekleri hız kazanmıştır.

Başarılı girişimcilere ait bazı ortak özellikler sıralanmak istendiğinde:

- Başarılı girişimcilere bakalım önce fırsat olduğu kanaati yüksektir, sonra fırsatın ne olduğunun sıkı takibindedir
- Sanki geleceğini bu günden görmektedir girişimciler. Fikirlerini paraya çevirmeye hazırdır.
- Girişimci hırslıdır. İyinin önünde olmak ister
- Müşteri iç seslerini işitir.
- Çalışanları onların iş ortaklarıdır.
- Tasarımda hayalperest, üretim ve uygulamada radikal gerçekçi.
- Kötümserlikten uzak.
- Olumsuz koşulların onları yıkması imkansızdır.

Verilere odaklanarak analizlere bakatığımızda:

- Türkiye için durum 2009 yılı verilerine göre kadınlarda çalışma, ekonomiye katılım %25,9 iken,
- AB ülkeleri için bu oran % 57.2 ile ekonomiye katılımdır.
- AB ülkeleri kadın yöneticinin durumu açısından % 33 ile belirginken,
- Türkiye'de kadın yönetici % 7.8 gibi küçük bir orandadır.
- AB ülkeleri politika yapan kadınlar açısından % 24 iken.
- Türkiye kadın politikacılar açısından % 9.1 dir.
- Üniversite bitiren bayanlar AB ülkelerinde % 58.9, Türkiye'de ise % 43 şeklindedir. [35]

Kadın girişimcilerin sektörlere giriş yapmaları kendilerine ait işyerleri kurmaları başlı başına bir yatırım gerektirmektedir. Sermayesi olmayan girişimcileri teşvik etmek amacı ile devlet desteklerinin işletme kurmak isteyen kadın girişimcilere katkılarında yatırım yaptıkları alanın %60 oranındaki kısmını geri alma imkânı sunmaktadır.

Kadın girişimciler için önem arz eden devlet destekleri ve özel finansman yöntemlerinden yararlanmak isteyen kadın girişimcilerin eğitim aldıkları kurum içerisinde bilgilenmelerinin sağlanmasının yanı sıra eğitim alan 2000 kadın girişimci bilgilerinin ve verilerinin analizleri yapılıp girişimci kadınların sektör ve iş kurma süreçleri ile ilgili bilgilere ulaşılmıştır.

Çalışmanın içerisinde uygulanan yapılandırılmış görüşme formu ve verilerin analizi ile birlikte iş kurma sürecindeki kadın girişimcilerin eğitim durumu ve yaş aralığında ki değişkenliklerin negatif yönde bir oranlama ile %20 oranında değer ile sonuçlandığı görülmektedir.

Çalışmamız ayrıca verilerin analizi yapılmadan önce veriler içerisinden elde edilmesi planlanan sonuçların, kadın girişimcilerin yaş aralıklarına göre yapmak istedikleri iş fikirleri arasında yüksek bir değişkenlik olması öngörülmüştür. Verilerden elde edilen analiz sonuçları bunun tam tersi ile sonuçlanmaktadır. Kadın girişimcilerin iş fikirleri ile eğitim durumları arasında bir fark yoktur. Çalışmamızda hipotezimiz ile ilgili pozitif olan beklentimiz negatif yönde çıkmıştır.

Verilerin içerisinden elde ettiğimiz bilgiye göre kadın girişimcileri eğitim durumu ile girişimcilerin yaşadıkları bölgelerin eğitim gördükleri bölgeye olan uzaklık arasında zayıf bir

35 **BEKTAŞ,** A. Aynur Bektaş: "AB'ye damsız almıyorlar", 2010, http://www.stargazete.com/ekonomi/aynur-bektas-ab-ye-damsiz-almiyorlar--haber- 248343.htm, 29.12.2016.

ilişki olduğu saptanmıştır. İstanbul Kültür Üniversitesinden eğitim alan kişilerin yaşadıkları bölgenin eğitim aldıkları kuruma yakınlık mesafesinin etkisi olmadığı düşünülmektedir.

Kadın girişimciler içerisinde eğitim seviyesine göre iş fikirlerinin birbirlerine etki oranı tespit edildiğinde % 5 oranında bir değer çıkmaktadır. İlkokul mezunu eğitim alan kadın girişimcilerin sektörde iş fikri olarak tercih ettiği alan hizmet sektörü olarak sonuçlanmıştır. Üniversite mezunu olan girişimcilerin ise hizmet sektörünün yanında perakende ve üretim alanına daha fazla yoğunlaştığı görülmektedir. Eğitim seviyesinin seçilen iş fikri ile negatif yönde bir sonuç çıktığı görülmektedir.

Eğitim alan kadın girişimcilerin yaşa bağlı olarak katılım durumlarına bakıldığında ise yaş seviyesi yukarıda olan girişimcilerin daha az katılım gösterdiği görülmektedir. Bunun yanında % 5 anlamlılık seviyesinde temel hipotez reddedilerek yaş seviyesinin eğitime katılma durumu üzerinde bir etkiye sahip olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Kadın girişimcilerin devlet ve özel sektör finansman desteklerinden yararlanma düşüncesinde olup etki bırakıp bırakmadığı bağımsızlık testi test edilmiştir. Çalışmanın serbestlik derecesi küçük bir oranlama ile temel hipotezin reddedildiği kanısına varılmış ve sonuç olarak devlet desteği alıp almama konusunda eğitim seviyesinin bir fark teşkil ettiği sonuçlarına ulaşılmıştır. Eğitim alan kadın girişimcilerin eğitim durumu ile eğitime katılan kadın girişimci sayısının birbirleri üzerindeki etkinin negatif olduğu ve reddedildiği görülmektedir. Eğitim alan kadın girişimcilerin eğitim seviyesi devlet desteklerine başvurmada düşük oranlama ile fark teşkil etmektedir.

Sonuç olarak yapılan bütün analiz ve çalışmalar içerisinde kadın girişimci adayları iş kurma süreçlerinde devlet destekleri ve özel finansman yöntemleri ile ilgili bilgilendirilmektedir. Kadın girişimcilerin eğitim seviyesi, yaş aralıkları, iş fikirleri, girişimcilerin yaşadıkları bölgeler iş kurma süreçlerinde yaşa bağlı olarak sektör tercihi ve eğitim alan kadın girişimcilerin katılım oranının ölçülmesi, iş kurulumunda sektör tercihlerinde eğitim seviyesine göre ölçümleri yapılmış olup hipotezlerimiz ile ters orantılı sonuçlara ulaşılmıştır.

3rd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 28-30 June 2019, Lefkosa

Kuşak Farklılıklarına Göre İş Yaşam Dengesi Algısının Araştırılması: Kahramanmaraş'ta Çalışan Avukatlar Örneği[36]

Prof. Dr. Tahir AKGEMCİ
Selçuk University, FEAS
takgemci@selcuk.edu.tr

İlkay Can BAĞCI
ilkaycanbagci@gmail.com

Res. Assit. Serap KALFAOĞLU
Selçuk University, FEAS
serapkalfaoglu@selcuk.edu.tr

ÖZET

Hemen hemen dünyanın her yerinde farklı kuşaklarda olsalar da insanlar birlikte aynı iş yerinde çalışabilmektedir. Tüm insanlar, kuşakların etkisiyle oluşan farklı özelliklere sahip olsalar da ekonomik, sosyal ve kültürel hayatın farklılığı içerisinde kendilerine yer edinmişlerdir. Fakat farklı yaş gruplarının aynı kurumda çalışması da beraberinde iş yaşam dengesi sağlamak için bazı sorunları beraberinde getirmektedir.

Global dünya düzeninde rekabet koşullarının değişmesi, insanların demografik yapılarının değişmesi ile birlikte çalışanların hem sosyal hayatını hem de iş hayatını yoluna koyması giderek zorlaşmıştır. 1900 ve 2000 yılları arasında doğan her bireyin kendine özgü bir yaşamı ve hayat şekli vardır. Bu farklılıklar da sosyal ve iş çevrelerinden kaynaklı olmuştur. 100 yıllık dönem içerisinde hali hazırda iş hayatında bulunan üç kuşak vardır: Bebek Patlaması kuşağı, X kuşağı ve Y kuşağı.

Bu araştırmada "kuşaklar" ve "iş-yaşam dengesi" değişkenleri arasındaki ilişkiler Kahramanmaraş'ta çalışan avukatlar üzerinde incelenmiştir. Bu araştırmada Bebek patlaması, X ve Y kuşaklarının özellikleri, iş ve sosyal hayattan bekledikleri ve bu bağlamda iş-yaşam dengesini nasıl gördükleri irdelenmiştir ve bu kuşaklara anket uygulanarak araştırma yapılmış, edinilen bulgular ışığında analiz yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kuşaklar, Kuşak Farklılıkları, İş-Yaşam Dengesi.

Research of Work Life Balance Perception Based on Generation Differences: A Case Study of Lawyers Working in Kahramanmaras

ABSTRACT

Almost anywhere in the world, people can work together in the same workplace, even if they are in different generations. All people, despite having different characteristics due to generations, they have taken place in the difference of economic, social and cultural life. However, working with different age groups in the same institution brings with it some problems in order to provide work-life balance.

With the changing of competitive conditions in the global world order, and with the changing of demographic structures it has become increasingly difficult for employees to put both their social and business lives on the path. Every person born between 1900 and 2000 has its own unique lifestyle. These differences also stem from social and business environments. Already over 100 years, there are three generations in business life such as Baby Boomers, generation X and generation Y.

In this study, it is examined the relationships between "generations" and "work-life balance" variables on lawyers working in Kahramanmaraş. In this research, the characteristics of the Baby Boomers, X and Y generations, business and social life expectancy and how they see the work-life balance in this context are examined. In this study to examine these generations, a survey was conducted, and from the acquired findings the analysis were performed.

Keywords: Generations, Generation Differences, Work-Life Balance.

[36] Bu çalışma, 2. sıradaki yazarın yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

1. Giriş

Kuşak kavramı için tarihsel kaynaklara bakıldığı zaman, yazılı kaynakların Antik Yunan'a ve Mısır Uygarlıklarına kadar uzandığı görülür. 1980 sonrası doğanların da iş yaşamına katılmasıyla birlikte, iş ve piyasa düzeni geniş anlamda değişim göstermiştir. Bu yıllardan itibaren de yazarlar ve araştırmacılar bu duruma sessiz kalamayarak, bu alanda sayısız kaynak yazılmış ve görüş bildirilmiştir. Buna göre kuşakların ayırt edici ve farklı özelliklerinin şöyle ele alabiliriz; 1925 ile 1945 yılları arasında doğmuş olan "Gelenekçiler Kuşağı" Dünya Savaşlarının gölgesinde yaşamış ve bu durumdan en çok etkilenen kuşaktır. Ayrıca 1930 senesinde meydana gelen Büyük Buhranın etkisinde büyümüşlerdir. Bundan dolayıdır ki yaşadıkları ve büyüdükleri bu kritik zamanlardan dolayı kendilerine daha sakin bir hayat tercih etmişlerdir.

1946-1964 yılları arasında doğmuş olan "Bebek Patlaması Kuşağı", kurumuna ve işine son derece bağlıdır. Bu insanlar, para kazanmak ve ekonomik durumlarını düzeltmek için çok fazla çalışırlar ve işlerine o kadar bağlıdırlar ki "çalışmak için yaşıyorlar'' denebilir. 1970'li ve 80'li senelerde meydana gelen ekonomik çalkantılar ve ekonomide ki düzensizlik çoğunun işten ayrılmasına sebep olmuştur. 1965-1980 yılları arasında doğmuş olan "X Kuşağı", ekonomik ve sosyal yönden çok fazla değişimin meydana geldiği senelerde büyümüşlerdir. Bebek patlaması kuşağındakiler çalışmak için yaşayan insanlardı, onların çocukları olan X kuşağı ise "yaşamak için çalışan'' insanlardan oluşuyordu. Bu kuşaktakiler hızlı değişimlerin yaşandığı yıllarda kendilerinin farklı ve yabancı hissederler, beklentileri fazla yoktur, her şeye şüphe ile yaklaşan ve tutucu insanlardır.

"Y Kuşağı" ise 1981-1999 yılları arasında doğan kişilerdir, iş yaşamında en genç ve en aktif olan kuşak iş hayatında her geçen gün daha da çoğalmaktadırlar. İnterneti ve teknolojiyi çok iyi kullanmaları ve bu duruma adapte olmaları onları çok kısa sürede yönetim kademesine kadar getirebilmektedir. Y kuşağı kadınlarının da iş yaşamında çoğalması ve aktif olması ile birlikte farklı yönetim ihtiyaçları meydana gelmiştir. Teknolojideki hızlı değişim ve endüstrinin 4'ün aktif olarak kendini göstermesi ve bu duruma en iyi ayak uyduran ve bilen kuşak olan Y kuşağını kurumda tutmak ve onları cezbetmek için firmalar değişim yöntemlere başvurmuşlar, çalışma şartlarını ona göre ayarlamaya başlamışlardır.

En gencinin 72 ve en yaşlısının 92 yaşında olduğu gelenekçiler kuşağının yaşlanmış ve emekli olması sebebiyle ayrıca X kuşağının henüz iş yaşamında aktif bir duruma gelmemesinden dolayı bu çalışmamızda her iki kuşak çalışanlarına başvurulmayacaktır. Çalışma hayatındaki en son kuşak olan Y kuşağı, aktif ve başarılı çalışma hayatı ve kadınlarının da çalışma hayatında

artması sebebiyle farklı ihtiyaçlar meydana gelmiş, insan kaynakları için iş-yaşam dengesi üzerinde durulması gereken bir kavram haline gelmiştir. Günümüzde çoğu işletme iş-yaşam dengesi kavramını önemsemekte ve bunu yönetmeliklerine eklemiştir. Sadece Y kuşağı çalışanları için değil, farklı zamanlarda doğmuş, büyümüş olan tüm kuşaklar, farklı kültürlere, inanışlara, beklentilere ve davranışlara sahiptir. Bu durum da onların çalıştıkları yerdeki hal ve hareketlerinde ayrıca işlerinde kendini göstermektedir.

Bu çalışmada, 3 kuşağın özellikleri, çalışma ve sosyal hayattan beklentileri, kuşaklar için iş-yaşam dengesi nedir ve bu durum nasıl sağlanabilir, iş-yaşam dengesinin performansa ve verimliliğe nasıl bir etkisi olduğu, kuşak farklılıklarından kaynaklanan durumların iş ve yaşamda nasıl izler bıraktığı gibi durumları otaya çıkarmak için araştırma yapılmıştır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Kuşaklar ve Karakteristikleri

Kuşak konusunu 1952'de ilk defa ele alan Alman sosyolog Karl Mannheim'dır, "Kuşak Sorunu'' adlı çalışmasında yer vermiştir. Mannheim'a göre kuşak, insanlar hayatlarında nasıl bir sınıf ayrımı yaşadılarsa buna bağlı olarak bakış açılarının değiştiğini söylemiş ve sosyal bir yer olarak açıklamıştır (Selçuk Çınar, 2016: 3).

Literatür araştırması yapıldığında kuşakların sınıflandırılmasında yazarların çok fazla fikir ayrılığına düştüğü görülüyor (Pancar, 2014: 11). Kuşakların ne zaman bitip başladığı hakkında kesin olarak bir bilgi birliği yoktur. Çoğu araştırmacı bu sınıflandırmaları kendi yaşadıklarından yola koyularak yapmıştır. Başlangıç ve bitiş tarihleri arasında ortalama 1 ya da 3 sene arası bir değişim olmakta ve her kuşağın ömrü de 15-20 yıl arasında sürmektedir. Çeşitli fikir ayrılıkları olsa da çağımızın iş yaşamında etkin 4 kuşaktan bahsedilmektedir (Şen Bezirci, 2012: 9).

Tablo 51. Türkiye'de Kuşaklar ve Dönemleri

Kuşak Adı	Dönem	Türkiye'deki Oranı
Sessiz Kuşak	1927-1945	Ülke nüfusunun %6'si
Kentlileşen Kuşak	1946-1964	Ülke nüfusunun % 18'u
X Kuşağı	1965-1979	Ülke nüfusunun % 21'si
Y Kuşağı	1980-1999	Ülke nüfusunun % 34'i
Z Kuşağı	2000-2010	Ülke nüfusunun %16'si
Alfa Kuşağı	2010 yılı ve sonrasında doğanlar	Ülke nüfusunun %5'si

Kaynak: (Akt: Çakmak ve Çelik, 2016)

Bu dönemler çerçevesinde toplumun her kesiminde gerçekleşmiş ve hissedilen tüm olaylar, sosyal sıkıntılar, tehditler, ekonominin değişmesi, bozulması ya da iyiye gitmesi, teknolojik gelişmelerin tümü, sanayi çalışmalarının artması, güvenlik ihtiyacı gibi kavramlar kuşakların sınıflandırılmasında öncü rol oynamaktadır. Yukarıda da belirttiğimiz gibi her ne kadar farklı

görüş ayrılığı olsa da, belli dönemlerde meydana gelen olaylar tıpkı çağ açıp kapanması gibi kuşakların oluşumunda da etkilidir ve bu görüş çerçevesinde birleşilmiştir. Fakat böyle bir görüş birliğinde bile toplumun hangi kesimleri ya da hangi toplumlar böyle olaylardan etkilenmiştir bu konuda bir bilgi yoktur (Gurlaş, 2016: 4-5).

Tablo 52. Kuşakların Dönem Aralıkları ve Hayatlarındaki Önemli Olaylar

	Hayatlarındaki Önemli Olaylar	
KUŞAKLAR	***DÜNYA**	****TÜRKİYE**
	2. Dünya Savaşı	Cumhuriyet Dönemi
1925-1945	Büyük Buhran	
Sessiz Kuşak / Savaş Kuşağı / Gelenekçiler	Ekonomik Ve Siyasi Belirsizlikler	Savaş Çocukları
	Televizyonun İcadı	Ekonomik Sıkıntılar
	2. Dünya Savaşı Sonrası	
1946-1964	Refah Dönem	İhtilal
Bebek Patlaması Kuşağı	İnsan Hakları Hareketleri	Çok Partili Dönem
	Radyonun Altın Çağı	
	Petrol Krizi	Geçiş Dönemi Çocukları
1965-1980	68 Kuşağı	Sağ Sol Çatışması
X Kuşağı		Apolitikleşme
	Körfez Savaşı	80 Sonrası Kuşak
	9/11 Çalışma Saatleri	(1977-1994)
1981-1999	İnternet	Dijital Kuşak
Y Kuşağı	iPod	(1994-2003)
	PlayStation	Terör
	Cep Telefonu	Refah Ve Kriz Dönemleri
		Gezi Olayları

Kaynak: * Twenge (2010)

Kaynak: **Selçuk Çınar (2016)

Çağımızda 3 kuşak aynı dönemlerde beraber çalışmak durumunda kalmışlardır. Bu kuşaklar Bebek Patlaması, X ve Y kuşaklarıdır. Bundan dolayı kuşaklara ve kuşak farklılıklarına olan çalışma isteği önemli bir hal almıştır (Şalap, 2016: 3). Fakat bu kuşaklara ait olan kişiler birbirlerinden farklı özelliklere ve kültüre sahiptirler ki bu sebeple bağımsız şekilde çalışırlar. Bu durumun sebebi ise endüstri çağının gelişimiyle birlikte, Modernizm ve teknolojinin getirileri, eğitimin değişmesi ve gelişmesi olarak söylenebilir. Türkiye'de 1980 öncesi ve sonrası olarak ayrılabilir (Daloğlu, 2013: 11). Özellikle, bu tarihlerden sonra sadece Türkiye'de değil tüm dünyada Y kuşağı diğer kuşaklardan hızlı bir şekilde ayrılarak çalışma yaşamında ki oranı çok fazla yükselmiş, bu durum da iş yaşamında farklılıkların artmasına sebep olmuştur (Şalap, 2016: 3).

Tablo 53. Kuşakların Karakteristik Özellikleri

Kuşak	**Genel Özellikleri**	**Güçlü Noktaları**

Sessiz Kuşak	Pratik, rasyonel	İstikrar, bağlılık
Baby Boomers	İyimser, pozitif	Ekip çalışması, bağlılık
X Kuşağı	Şüpheci, dikkatli	Uyumluluk, uzlaşma, bilgi teknolojileri bilgisi
Y Kuşağı	Umutlu, güvenli	Aynı anda çok iş yapma, teknoloji becerisi

2.2. İş Yaşam Dengesi

İş yaşam dengesi kavramı; bireylerin iş hayatını kontrol altında tutarak, işyerlerindeki ve dışarıdaki aktivitelerinde sosyallik ve esneklik sağlamak istemeleridir. Bir başka tanımla kişilerin iş ve iş dışındaki çatışmayı en aza indirmeye çalışmalarıdır. İş yaşam dengesi ancak, bireylerin çalışma alanlarından, ailevi ihtiyaçlarından ve bireysel ihtiyaçlarından kaynaklı taleplerinin uyumlu bir hal almasıyla sağlanabilmektedir (Topgül, 2016: 218-219). Bu üç farklı alanın birisine ayrılan zaman içerisinde diğerinin bir talebi olmadığı zaman ancak bu denge sağlanabilir. Bu duruma üç boyutlu dengede denmektedir ve kavramı en iyi tanımlayan açıklama olarak nitelendirilmektedir (Bostancıoğlu, 2014: 8).

Günümüzde çalışan kişilerin özel hayatlarını ve iş yaşamlarını nasıl dengeleyebileceklerine ilişkin, iş ve aile sorumluluklarında değişim meydana geldiği için birçok çalışma yapılmıştır. Ülkelerin sosyal yapılarının değişmesiyle birlikte bireyleri iş yaşamlarında da değişler kaçınılmaz olmuştur. Bu değişimler hızlı bir şekilde meydana gelmiştir. Örneğin, daha eski yıllarda kadınların iş dünyasında etkin olmaması ya da kariyer odaklı olmamaları ama son yıllarda eşlerin her ikisinin de kariyer odaklı olmaları normal bir durum haline gelmektedir (Demirer, 2011: 2).

İş Yaşam Dengesi (İYD), kendi bünyesinde aileler, kurumlar, bireyler ve sosyal çevre için bazı gelişmeler içermektedir. Aile yaşantısında ekonomik beklentilerin ve gereksinimlerin artması çocuk sayısının azalmasına neden olmuş, kadınında çalışma hayatına katılmasına yol açmıştır (Özen Kapız, 2002: 145). Bundan dolayı da kişilerin aile içi yapılarında büyük değişiklikler meydana gelmiştir. Kadınların da çalışma hayatına başlaması sonucunda hem ailenin hem de işyerinin kadından ve erkekten beklentileri benzerlikler göstermiştir. Erkeklerin aile geçimini, kadınların ev işlerinin üstlendiği toplumlarda değişiklikler olmuş, her iki iş için hem erkek hem kadın sorumlu hale gelmiştir. Durum böyle olunca çiftlerin işleriyle ilgili kararlar alırken eşlerinin işlerini de göz önünde bulundurmaları gerekmektedir. Toplumda ortaya çıkan bu değişikler nedeniyle, şirket yöneticilerinin kurumlarının sürdürülebilirliğini sağlamak ve karlarını maksimize edebilmek için hem kadın hem erkek çalışanlarının aile ve iş yaşamları

arasındaki uyumu sağlamalarına yardımcı olmaları gerekmektedir (Doğrul ve Tekeli, 2010: 12-13).

3. YÖNTEM

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

3.1. Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Önemi

Bu çalışma, kuşak farklılıklarının iş ve yaşam dengesine yönelik algılamalarını araştırmak amacıyla yapılmıştır. Bu çalışmada kuşak farklılıklarına göre iş-yaşam dengesi algısının analizi Kahramanmaraş Barosuna kayıtlı avukatlar üzerinde uygulanmıştır. Farklı meslek gruplarından da örneklem seçilebilir ama özellikle avukatların seçilmesinin nedeni; yoğun iş temposunda çalışan avukatların sadece bulundukları şehirde değil Türkiye'nin her yerinde iş alanı bulunması, gün içerisinde belirli noktalarda durmamaları aynı zamanda ailelerine ve kendilerine de zaman ayırmak zorunda kalan kişiler olması sebebiyle daha çok "bölünmüş'' olmaları olarak söylenebilir.

Ayrıca, çalışmamızı diğer araştırmalardan ayıran noktası, bu konuda avukatlık mesleği yapanlara herhangi bir çalışma yapılmamış olmasıdır. Daha önce iş-yaşam dengesi ve kuşaklar üzerine bir çok çalışma yapılmış ve farklı sektörlerde uygulanmış ama avukatlar üzerinde bu konu daha önce hiç çalışılmamıştır.

3.2. Ana Kütle ve Örneklem

Bu araştırmada, evren büyüklüğünü hesaplamak için Kahramanmaraş barosunun internet sitesi ziyaret edilerek bilgiler incelenmiş ve telefonla görüşülerek bilgileri alınmıştır. Çalışmanın evrenini Kahramanmaraş'ta çalışan baroya kayıtlı 361 avukat oluşturmaktadır. Yoğun iş temposuna sahip olmaları nedeniyle tercih edilmiştir. Toplam 300 anket yüz yüze görüşülerek dağıtılmıştır. Avukatlara dağıtılan toplam 300 anketten 250 tanesi geri dönmüştür. Bu anketlerden de 27 tanesinde eksik ya da hatalı bilgiler olduğu için çıkartılmıştır. Geriye kalan 223 anket SPSS 16 programı ile analiz edilmiş. Araştırmaya katılım oranı %74 olarak belirlenmiştir.

3.3. Araştırmanın Ölçekleri ve Hipotezleri

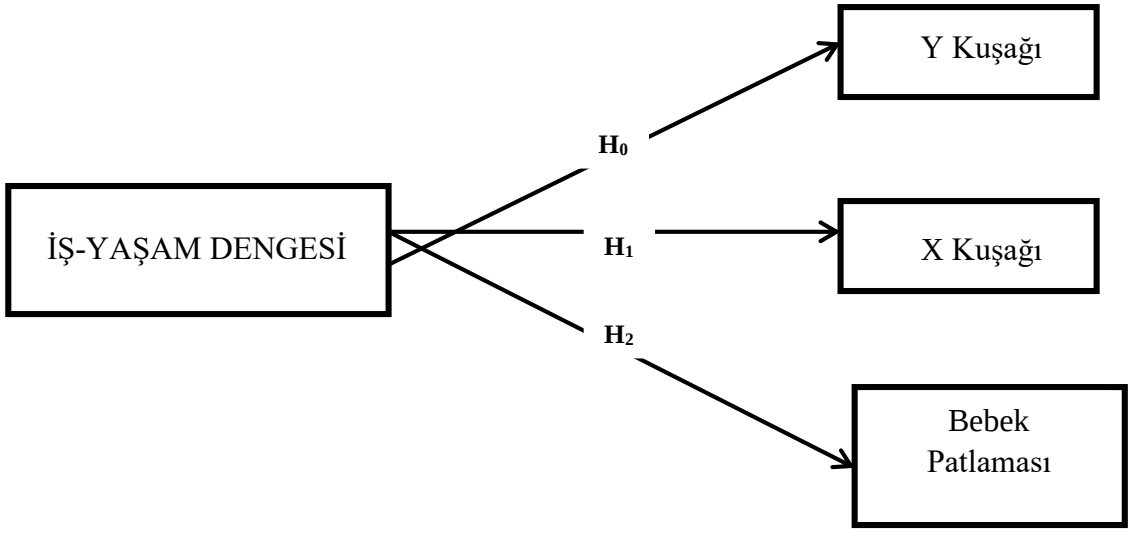
Araştırmada anket yönteminden yararlanılmış olup, anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Anketin ilk bölümünde deneklerin demografik bilgilerinin yer aldığı sorular sorulmuştur. Bu sorularda deneklerin kuşak bilgileri (yaş), cinsiyetleri, eğitim ve medeni durumları gibi sorular yöneltilmiştir. Kuşak bilgileri yaş aralıkları ile elde edilmiştir. Kuşakların sıralanması; Bebek

Patlaması Kuşağı (1946-1964), X Kuşağı (1965-1980) ve Y Kuşağı (1981-1999) şeklindedir. Gelenekçiler Kuşağının yaşlı ve emekli olması nedeniyle, Z kuşağı bireylerinin de henüz iş hayatında olmaması sebebiyle bu iki kuşağa yer verilmemiştir.

Anketin ikinci bölümünde ise Netemeyer vd. (1996) tarafından geliştirilen iş-yaşam dengesi ölçeği kullanılmıştır. Bu ölçekte iki boyut bulunmaktadır. Bunlar; ailenin iş yaşamına etkisi ve işin aile yaşamına etkisidir. Ailenin iş yaşamına etkisi boyutu beş sorudan oluşmaktadır. İşin aile yaşamına etkisi alt boyutu da beş sorudan oluşmaktadır. Ölçek toplamda on sorudan oluşmaktadır. Ayrıca ölçek Efeoğlu ve Özgen (2007) tarafından Türkçe 'ye çevrilmiştir. Verimli sonuçlar alınabilmesi için ilk önce pilot çalışmayla uygulanabilirliği test edilmiştir.

İş-yaşam dengesi ölçeğinde ifadeler, "1: Kesinlikle Katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Ne Katılıyorum-Ne Katılmıyorum, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum" şeklinde 5'li Likert ölçeği kullanılmıştır.

Araştırma amacına yönelik olarak oluşturulan model ve hipotezleri ise aşağıdaki gibidir.



Şekil 5. Araştırma Modeli

H1: İş-yaşam dengesi değişkeni ile Y kuşağı arasında pozitif ilişki vardır.

H2: İş-yaşam dengesi değişkeni ile X kuşağı arasında pozitif ilişki vardır.

H3: İş-yaşam dengesi değişkeni ile Bebek Patlaması kuşağı arasında pozitif ilişki vardır.

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

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

4.1. Demografik Bulgular

Araştırmamıza konu olan çalışanların cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim düzeyi, meslek hayatında kaçıncı yılınız, mesleğinizi kendi isteğinizle mi seçtiniz ve nerede çalıştıkları gibi demografik özelliklerine ilişkin bulguların tümü Tablo-4 de gösterilmiştir.

Tablo 4. Çalışanların Demografik Özellikleri

		Frekans(n)	**Oran (%)**
Cinsiyet	Erkek	132	59,2
	Kadın	91	40,8
Medeni Durum	Evli	126	56,5
	Bekâr	97	43,5
Yaş	18-25 (Y Kuşağı)	95	42,6
	26-36 (Y Kuşağı)	76	34,1
	37-45 (X Kuşağı)	13	5,8
	46-52 (X Kuşağı)	18	8,1
	53-60 (Bebek Patlaması Kuşağı)	15	6,7
	61-71 (Bebek Patlaması Kuşağı)	6	2,7
Eğitim Düzeyi	Lisans	179	80,3
	Yüksek Lisans	33	14,8
	Doktora	11	4,9
Meslek Hayatında Kaçıncı Yılınız?	1 yıldan az	86	38,6
	1-3 yıl	23	10,3
	4-6 yıl	14	6,3
	7-9 yıl	9	4,0
	10 yıl ve üzeri	91	40,8
Mesleğinizi Kendi İsteğinizle mi Seçtiniz?	Evet	182	81,6
	Hayır	41	18,4
Nerede Çalışıyorsunuz?	Kendi Bürom Ortak Büro	80 29	35,9 13,0
	Başkasının Yanında	92	41,3
	Kamuda	22	9,8
	Toplam	223	100,0

Buna göre, çalışanların %59,2'si erkek, %40,8'i kadın; %56,5'u evli, %43,5'u bekar; %76,7'si Y kuşağı, %13,9'u X kuşağı, %9,4'ü ise Bebek Patlaması Kuşağına mensup; çoğunluğu (%80,3'ü) lisans mezunu; çoğunluğu (%40,8'i) 10 yıl ve üzerinde meslek hayatında; %81,6'sı mesleğini kendi isteğiyle seçmiş ve çoğunluğu (%41,3'ü) başkasının yanında çalışmaktadır.

4.2. Araştırma Hipotezleri ve Analizi

Tablo 54. Kruskal-Wallis Testi (İş-Yaşam Dengesi ve Yaş)

Yaş	**N**	**Sıra Ortalaması**	**df**	**X^2**	**p**
İş-Yaşam Dengesi 18-36 (Y KUŞAĞI)	171	129,16	2	60,390	,000
37-52 (X KUŞAĞI)	31	76,87			
53-71 (BEBEK PATLAMASI KUŞAĞI)	21	24,10			
Toplam	223				

Tablo 5'te avukatların iş-yaşam dengesi algılamalarında yaşlarına göre anlamlı bir farklılık olup olmadığını denemek için yaptığımız Kruskal-Wallis testi sonucuna göre istatistiksel anlamlılık hesaplamalarında sınır değer kabul edilen "p'' değerinin 0,05'ten küçük olması gözlemlenen denge algısı üzerinde anlamlı bir fark olduğunu göstermektedir.

223 katılımcının iş-yaşam dengesi ortalaması=3,2561 standart sapması 0,86438'dir. Elde edilen bulgular avukatların iş-yaşam dengesi algılamalarında yaşlarına göre anlamlı bir farklılık olduğunu göstermektedir (X^2=60,390, p<0,05). Hesaplanan sıra ortalaması değerlerine bakıldığında, avukatların iş-yaşam dengesi algılamalarında yaşlarının Y kuşağı (129,16), X kuşağı (76,87) ve Bebek Patlaması kuşağı (24,10) olarak sıralanabilir.

Y kuşağına ait katılımcıların iş yaşam dengesi algılamaları düşüktür. Genç kuşak olan Y kuşağı iş ve sosyal yaşamdaki dengeyi kurmakta zorlanmaktadır. X kuşağı bireyleri İYD'yi kurmakta daha ortalarda iken Bebek Patlaması kuşağı bireylerinin iş-yaşam dengesini sağlamaları daha kolaydır. Yani yaş ilerledikçe iş-yaşam dengesi kurmak daha kolay hale gelmiştir.

İşin Aile Yaşamına Etkisi ve Yaş

Tablo 55. Kruskal-Wallis Testi (İşin Aile Yaşamına Etkisi ve Yaş)

Yaş	N	Sıra Ortalaması	df	X^2	p
İşin Aile Yaşamına Etkisi 18-36 (Y KUŞAĞI)	171	128,21	2	50,409	,000
37-52 (X KUŞAĞI)	31	73,26			
53-71 (BEBEK PATLAMASI KUŞAĞI)	21	37,19			
Toplam	223				

Tablo 6'da avukatların işin aile yaşamına etkisi algılamalarında yaşlarına göre anlamlı bir farklılık olup olmadığını denemek için yaptığımız Kruskal-Wallis testi sonucuna göre istatistiksel anlamlılık hesaplamalarında sınır değer kabul edilen "p'' değerinin 0,05'ten küçük olması gözlemlenen denge algısı üzerinde anlamlı bir fark olduğunu göstermektedir.

223 katılımcının işin aile yaşamına etkisi ortalaması=3,0278 standart sapması 1,04241'dir. Elde edilen bulgular avukatların işin aile yaşamına etkisi algılamalarında yaşlarına göre anlamlı bir farklılık olduğunu göstermektedir (X^2=50,409, p<0,05). Hesaplanan sıra ortalaması değerlerine bakıldığında, avukatların işin aile yaşamına etkisi algılamalarında yaşlarının Y kuşağı (128,21), X kuşağı (73,26) ve Bebek Patlaması kuşağı (37,19) olarak sıralanabilir.

Y kuşağına ait katılımcıların işin aile yaşamına etkisi algılamaları düşüktür. Genç kuşak olan Y kuşağı işten dolayı sosyal yaşamdaki dengeyi kurmakta zorlanmaktadır. X kuşağı bireyleri işinden dolayı bu dengeyi kurmakta çok zorlanmasa da çokta iyi değildir. Bebek Patlaması kuşağı bireylerinin işin aile yaşamına etkisi sağlamaları daha kolaydır. Yani yaş ilerledikçe işlerinden dolayı aile yaşamını aksatmamak daha mümkündür.

Ailenin İş Yaşamına Etkisi ve Yaş

Tablo 56. Kruskal-Wallis Testi (İşin Aile Yaşamına Etkisi ve Yaş)

Yaş	N	Sıra Ortalaması	df	X^2	p
Ailenin İş Yaşamına Etkisi 18-36 (Y KUŞAĞI)	171	125,45	2	44,530	,000
37-52 (X KUŞAĞI)	31	93,71			
53-71 (BEBEK PATLAMASI KUŞAĞI)	21	29,50			
Toplam	223				

Tablo 7'de avukatların ailenin iş yaşamına etkisi algılamalarında yaşlarına göre anlamlı bir farklılık olup olmadığını görmek için yaptığımız Kruskal-Wallis testi sonucuna göre istatistiksel anlamlılık hesaplamalarında sınır değer kabul edilen "p'' değerinin 0,05'ten küçük olması gözlemlenen denge algısı üzerinde anlamlı bir fark olduğunu göstermektedir.

223 katılımcının ailenin iş yaşamına etkisi ortalaması=3,4843 standart sapması 0,95317'dir. Elde edilen bulgular avukatların ailenin iş yaşamına etkisi algılamalarında yaşlarına göre anlamlı bir farklılık olduğunu göstermektedir (X^2=44,530, p<0,05). Hesaplanan sıra ortalaması değerlerine bakıldığında, avukatların ailenin iş yaşamına etkisi algılamalarında yaşlarının Y kuşağı (125,45), X kuşağı (93,71) ve Bebek Patlaması kuşağı (29,50) olarak sıralanabilir.

Y kuşağına ait katılımcıların ailenin iş yaşamına etkisi algılamaları düşüktür. Genç kuşak olan Y kuşağı aile yaşantısından kaynaklı iş yaşamındaki dengeyi kurmakta zorlanmaktadır. X kuşağı bireyleri ailesinden dolayı bu dengeyi kurmakta çok zorlanmasa da çokta iyi değildir. İşten kaynaklı sebeplerden dolayı dengeyi sağlayamaması, aileden kaynaklı dengeyi sağlamaması daha yüksektir. Bebek Patlaması kuşağı bireylerinin ailenin iş yaşamına etkisi sağlamaları daha kolaydır. Yani yaşları ne kadar yüksekse aileden kaynaklı sorunlar olsa da iş-yaşam dengesini sağlayabilmektedir.

Mann-Whitney U Testi (İş-Yaşam Dengesi ve Cinsiyet)

Tablo 57. Mann-Whitney U Testi (İş-Yaşam Dengesi ve Cinsiyet)

Cinsiyet		N	Sıra Ortalaması	Mann Whitney U	p
İş Yaşam Dengesi	**Erkek**	135	102,05	4597,00	,004
	Kadın	88	127,26		
Toplam		223			

Tablo 18'de avukatların iş-yaşam dengesi algılamalarında cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık olup olmadığını denemek için yaptığımız Mann-Whitney U testi sonucuna göre istatistiksel anlamlılık hesaplamalarında sınır değer kabul edilen "p'' değerinin 0,05'ten küçük olması gözlemlenen denge algısı üzerinde anlamlı bir fark olduğunu göstermektedir.

223 katılımcının iş-yaşam dengesi ortalaması=3,1296 standart sapması 0,84386'dır. Elde edilen bulgular avukatların iş-yaşam dengesi algılamalarında yaşlarına göre anlamlı bir farklılık

olduğunu göstermektedir (U=4597,00, p<0,05). Hesaplanan sıra ortalaması değerlerine bakıldığında, avukatların iş-yaşam dengesi algılamalarında yaşlarının Erkek (102,05), Kadın (127,26) olarak sıralanmaktadır.

Katılımcıların cinsiyetlerine baktığımız zaman kadınların iş-yaşam dengesi algılamaları erkeklere göre daha düşüktür. Çünkü bizim toplumumuzda kadınların hem sosyal hayatı hem de iş hayatını birlikte yürütmesi beklenmektedir. Bu da bir takım dengesizlikler meydana getirmektedir.

Ki-Kare İlişki Testi

Tablo 58. Ki-Kare Yaş*Cinsiyet Çapraz Tablolama

		Cinsiyetiniz		**Total**
		Erkek	**Kadın**	
Yaşınız	18-36 (Y KUŞAĞI)	93	78	171
		54,4%	45,6%	100,0%
	37-52 (X KUŞAĞI)	25	6	31
		80,6%	19,4%	100,0%
	53-71 (BEBEK PATLAMASI KUŞAĞI)	14	7	31
		66,7%	33,3%	100,0%
Total		132	91	223
		59,2%	40,8%	100,0%

Tablo 10. Ki-Kare Testi

	Value	df	p
Pearson Chi-Square	8,028a	2	,018
Likelihood Ratio	8,628	2	,013
Linear-by-Linear Association	4,335	1	,037
N of Valid Cases	223		

Katılımcıların 132'si erkek ve 91'i kadındır. Erkeklerin 93'ü Y kuşağı bireyi, 25'i X kuşağı bireyi ve 14'ü Bebek Patlaması kuşağı mensubudur. Kadınların 78'i Y kuşağı, 6'sı X kuşağı ve 7'si Bebek Patlaması kuşağındandır. Tablo 9'da diğer nesillere göre daha genç olan Y kuşağı bireyleri daha fazladır. Bebek Patlaması kuşağı bireylerinin yaşlarının ilerlemiş olması dolayısıyla yoğun iş temposuna ayak uyduramamaları emekli olmaya sevk etmiş bu sebeple araştırmaya katılımları diğer kuşaklara göre daha azdır.

Tablo 10'a göre Ki-Kare (X^2) değeri (8,028) anlamlıdır. Sıklık değeri (SD) 2'dir ve p=,018'dir. Katılımcıların yaşları ile cinsiyetleri arasında istatiksel açıdan anlamlı bir ilişki vardır (X^2 (2)=8,028, p=,018).

5. Sonuç ve Öneriler

İş hayatında "kuşak farklılıkları'' ve "iş-yaşam dengesi'' arasındaki algılamaları araştırdığımız bu çalışmamızda, Kahramanmaraş Barosuna kayıtlı 300 kişi ile bir anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Avukatlar üzerinde yapılan bu çalışmanın, yoğun iş temposuna sahip olmaları, iş alanlarının farklılık göstermesi, tek bir yerde sabit kalmamaları, genellikle koşturmaca içinde olmaları, sıklıkla şehir değişikliği yapmaları gibi etkenler göz önünde bulundurularak doğru bir örneklem olacağı düşünülmüştür. İş hayatında yaygın olarak bulunan avukatların yaş araştırmasını yaptığımızda, gelenekçi kuşağın mensuplarının emekli olması ve Z kuşağı bireylerinin de henüz iş hayatına atılmaması sebebiyle, en genci 53 en yaşlısı 71 yaşında olan Bebek Patlaması kuşağı, 37-52 yaş aralığında olan ve genç kuşağın ebeveynleri olan X kuşağı ve en genci 18 en yaşlısı 36 yaşında olan Y kuşağı bireyleri seçilmiştir.

Araştırmada sonucunda elde edilen bulgular şu şekilde özetlenebilir: Bebek Patlaması kuşağı, X kuşağı ve Y kuşağının ortaya çıktıkları zaman ve şekil şartlarına baktığımızda iş-yaşam dengesi ile olan ilişkileri bariz farklılıklar göstermektedir. Yaptığımız çalışma bu farklılığa katkıda bulunmuş bir çalışmadır. Bebek Patlaması ve X kuşaklarının Y kuşağına göre daha iyi bir iş-yaşam dengesine sahip olduklarını göstermektedir. Ancak X ve Y kuşağı bireylerinin de iş-yaşam dengesine verdikleri önem oldukça fazladır. Diğer kuşaklara göre en dengeli yaşayan ise X kuşağıdır. Genç kuşak olan Y kuşağı iş-yaşam dengesine verdiği önemin karşılığını alamamaktadır bu nedenle çalıştıkları örgütlere de önemli işler düşmektedir. Y kuşağı her alanda daha aktif olmaya başlamaktadır, X kuşağının emeklilik yaşlarının yaklaşmasıyla birlikte bu neslin varlığı iş dünyasında hissedilmeye başlamıştır.

Esnek çalışma saatleri, uzaktan ya da evden çalışma, yarı zamanlı çalışma gibi benzer uygulamalarla iş-yaşam dengesi sağlamak mümkündür. Erdinç (1999), Pierce ve Newstrom (1980) ve Turgut (2011) gibi araştırmacılar esnek çalışma saatlerinin iş-yaşam dengesizlikleri üzerinde onarıcı bir yöntem olduğunu belirtmektedirler. Ayrıca Arslan (2012), iş ve iş dışı yaşamını dengelemede büyük zorluklar yaşayan çalışan kadınlara, çocukların bakımı, ev işlerinde yardım vb. gibi konularda yardım edilmesinin çoğu kuşağa önemli etkilerinin olacağı gerçeğinin altını çizmektedir. En önemli tatmin olma kaynağının bir aile hayatı kurmak olduğu ve ondan sonraki tatmin olma kaynağının kariyer yapmak olduğunu söyleyen Bertrand ve Pan (2013), yüksekokul mezunu olan, evli, çalışan ve kariyerleri olan kadınların, sadece ev işleriyle uğraşan, evde oturan kadınlara göre daha mutsuz, stresli ve yorgun olduklarını belirtiyor. Bunun asıl sebebinin ise iş-yaşam dengesini sağlayamadan kaynaklandığını söylemektedir.

Araştırmanın analizine başlamadan önce yaptığımız güvenilirlik sonuçlarına göre, maddelerin her birinin Cronbach-Alpha değerleri 0,80'in üzerinde çıkmıştır. Bu da tüm ifadelerin yüksek düzeyde güvenilir olduğunu söylemektedir. Ölçeğin güvenilirlik analiz sonucu da 0,905 olarak tespit edilmiştir. 1'e yakın olması sebebiyle ölçeğin güvenilirliği oldukça yüksektir.

Yapılan anket çalışmasında katılımcıların 171'i Y kuşağı bireyi, 31'i X kuşağı ve 21'i Bebek Patlaması kuşağı üyelerinden oluşmaktadır. Katılımcıların verdikleri yanıtlara göre Bebek Patlaması kuşağı üyelerinin iş-yaşam dengesini kurdukları ve bu dengeyi iyi idare ettirebildikleri sonucu ortaya çıkmıştır. İşten ayda iş dışından doğabilecek sorunları önceden anlayıp önlem aldıkları ve bu iki grup arasına taşımadıkları anlaşılmıştır. X kuşağı bireylerinin iş-yaşam dengesine çok önem verdikleri ayrıca bu dengeyi kurdukları sonucu çıkmıştır. Çalışmaya katılan avukatların büyük bir çoğunluğu Y kuşağı bireylerinden oluşmaktadır. Y kuşağının iş-yaşam dengesini sağlamaya çalıştıkları, bu dengeyi kurmaya önem verdikleri fakat iş ahlakının genç kuşaklarda olmaması aynı zamanda çalışma temposu içerisinde her tarafa zaman ayırmak isterken bir tarafı aksatması muhtemel olmaktadır. Ayrıca genç kuşakların çalışma ahlakı, gelenekçilere, bebek patlamasına ve X kuşağına göre daha düşüktür. Y kuşağı hem iş hayatında hem de sosyal hayatında hızlı bir başarı arzu eder bu da onların dengeyi sağlamasını zorlaştırır. Kuşakları iş-yaşam dengesini en iyi sağlayandan zorlanana doğru sıralarsak; birinci kuşak Bebek Patlaması kuşağı, ikinci kuşak X kuşağı ve üçüncü kuşak Y kuşağı olmaktadır.

Yaptığımız Kruskal-Wallis fark testi sonuçlarına göre; demografik faktörlere yönelik avukatların iş-yaşam dengesi ve boyutlarına yönelik farklılıkları inceledik. Kruskal-Wallis fark testi sonucunda ($p > 0,05$) iş-yaşam dengesi ifadelerine katılım düzeyinde medeni durum, eğitim düzeyi, meslek hayatınızda kaçıncı yılınız, mesleğinizi kendi isteğinizle mi seçtiniz ve nerede çalışıyorsunuz gibi demografik bilgilere göre anlamlı farklılıklar bulunmamıştır. Bunların dışında yaş ve cinsiyet ile iş-yaşam dengesi arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür. İş-yaşam dengesi algılamalarının kuşaklara göre bir fark gösterdiği Kruskal-Wallis fark analizinde çıkmıştır. Örneklemdeki bireylerin yaşları ilerledikçe iş-yaşam dengesine o kadar çok katıldıkları görülmüştür. Ayrıca iş-yaşam dengesinin "işin aile yaşamına etkisi ve ailenin iş yaşamına etkisi'' boyutlarında kuşaklara göre anlamlı farklılıklar çıkmıştır. İşin aile yaşamına etkisi alt boyutunda yani işten kaynaklı sorunların Y kuşağında ve Bebek Patlaması kuşağında daha fazla olduğu gözlemlenmiştir. Ailenin iş yaşamına etkisi alt boyutunda yani aileden kaynaklı sıkıntılar iş yaşamını etkilemesi olumsuz sorularında Y kuşağı en yüksek ortalamaya sahiptir.

Bebek Patlaması kuşağı iş-yaşam dengesini en iyi sağlayan kuşaktır fakat işten kaynaklı sorunlar nedeniyle ailede bazı sıkıntılar yaşamaktadır. Aynı şekilde Y kuşağı da iş-yaşam dengesini sağlayabilen bir kuşak olmasına karşın aileden kaynaklı sıkıntılar işlerine yansımaktadır.

Avukatların iş-yaşam dengesi algılamaları cinsiyetlerine göre de anlamlı farklılıklar göstermektedir. Erkek avukatlar, kadınlara göre iş-yaşam dengesini daha iyi sağlayabilmektedirler. Kadınların denge konusunda sıkıntı yaşamalarının sebebi yoğun tempoda hem işlerine hem de aile yaşantılarına zaman ayırmasının bazı sıkıntılar yaşatmasından kaynaklanmaktadır.

KAYNAKÇA

Bostancıoğlu, A. İ. (2014). *İş Yaşam Dengesi ve İş Yaşam Dengesinin Çalışan Verimliliği Üzerine Etkileri: İstanbul İli Kağıthane İlçesi Lise Ve Dengi Okul Öğretmenleri Üzerinde Bir Alan Araştırması.* Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Hasan Kalyoncu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antep.

Çakmak, F. ve Çelik, M. Y. (2016). Türkiye'de İstihdamın Kuşaklara Göre Analizi. *Sayıştay Dergisi*, Sayı: 104, 65-86.

Daloğlu, E. S. (2013). *Çalışma Algısı Üzerine Kuşaklararası Bir Analiz.* Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Yaşar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Demirer, S. (2011). *İş-Yaşam Dengesi: Antalya'daki A Grubu Seyahat Acentelerinde Bir Araştırma.* Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.

Doğrul, B. Ş. ve Tekeli, S. (2010). İş-Yaşam Dengesinin Sağlanmasında Esnek Çalışma. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dengesi,* 2 (2): 11-18.

Efeoğlu, İ. E. ve Özgen, H. (2007). İş Aile Yaşam Çatışmasının İş Stresi İş Doyumu ve Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkileri: İlaç Sektöründe Bir Araştırma. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,* 16 (2): 237-254.

Gurlaş, M. S. (2016). *Jenerasyon Teorisine Göre X Ve Y Kuşakların Örgütsel Bağlılık, İş Tatmini ve İşten Ayrılma Niyeti Farklılıklarının İncelenmesi; Kamuda Vergi Dairesi Çalışanları Üzerine Bir Araştırma.* Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Nişantaşı Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Netemeyer, R. G., Boles, J. S. ve McMurrian, R. (1996). Development and Validation of Work–Family Conflict and Family–Work Conflict Scales. *Journal of Applied Psychology,* 81 (4): 400-410.

Özen Kapız, S. (2002). İş-Aile Yaşamı Dengesi ve Dengeye Yönelik Yeni Bir Yaklaşım: Sınır Teorisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4 (3): 139-153.

Pancar, H. F. (2014). *Güvenlik Birimlerinde Çalışan X ve Y Kuşaklarının İş Tatminini Etkileyen Faktörler.* Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Çağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.

Selçuk Çınar, E. (2016). *Farklı Kuşaklardaki Hemşirelerin Çalışma Ortamları Algısı İle İşten ve Meslekten Ayrılma Niyetinin İncelenmesi.* Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İzmir.

Şalap, K. O. (2016). *Çalışma Yaşamında Kuşaklar: Kuşakların İş ve Özel Yaşam Dengesine İlişkin Yaklaşımları.* Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Şen Bezirci, S. (2012). *Farklı Kuşaklardaki Hemşirelerin Meslekten ve İşten Ayrılma Niyetleri İle İş Doyumlarının İncelenmesi.* Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İzmir.

Topgül, T. Ç. (2015). *Y Nesli Üzerine Sosyolojik Bir Analiz.* Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Twenge, J. M. (2010). A Review of the Empirical Evidence on Generational Differences in Work Attitudes. *Journal of Business and Psychology, 25* (2), 201-210.

3rd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 28-30 June 2019, Lefkosa

İşkolikliğin İş-Aile Çatışması Üzerindeki Etkisi: Avukatlar Üzerine Bir Araştırma[37]

Prof. Dr. Tahir AKGEMCİ
Selçuk University, FEAS
takgemci@selcuk.edu.tr

İsmail KURT
i.kurt925@hotmail.com

Res. Assist. Serap KALFAOĞLU
Selçuk University, FEAS
serapkalfaoglu@selcuk.edu.tr

ÖZET

İş yaşantısının dinamikleri bireylerin aile yaşantısı üzerinde önemli etkilere sahip olabilmektedir. İş-aile çatışması kısaca, iş hayatının özelliklerinin aile hayatında meydana getirdiği denge bozuklukları olarak tanımlanmaktadır. İş-aile çatışmasının tetikleyicisi olduğu düşünülen etmenlerden birisi olarak düşünülen işkoliklik ise kısaca; bireyin gönüllü olarak işe ayırdığı zamanın diğer aktiviteleri engelleyecek derecede uzun olmasıdır.
İşkoliklik eğilimlerinin iş-aile çatışması üzerindeki etkisinin incelendiği bu çalışmada Kahramanmaraş'ta görev yapan avukatlar üzerinde araştırma gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın örneklemi Kahramanmaraş İlinde görev yapan 222 avukattır. Araştırmada veri toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Elde edilen veriler, SPSS 21 paket programı aracılığı ile analiz edilmiştir. Verilerin analizinde faktör analizi, güvenilirlik analizi, tanımlayıcı istatistikler, korelasyon analizi ve regresyon analizi kullanılmıştır.
Yapılan analizler sonucunda işkoliklik ile iş-aile çatışması arasında düşük düzeyde ilişkilerin olduğu görülmüştür. İşkolikliğin iş-aile çatışması üzerinde çok düşük düzeyde etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İşkoliklik, Çatışma, İş-Aile Çatışması.

The Effect of Workaholism on Work-Family Conflict: A Research on Lawyers

ABSTRACT

The dynamics of work life can have important effects on individual's family life. The work-family conflict is briefly described as the balance disorders that the characteristics of work life bring about in the family life. The workaholism that is considered as one of the factors thought to be the trigger of the work-family conflict briefly: the time when the individual voluntarily devotes to work is long enough to prevent other activities.
In this study of the effects of workaholism's tendencies on work-family conflict, research was conducted on lawyers working in Kahramanmaraş. The sample of the research is 222 lawyers working in Kahramanmaras. Survey method was used as data collection tool in the research. The obtained data were analyzed by SPSS 21 packet program. Factor analysis, reliability analysis, descriptive statistics, correlation analysis and regression analysis were used in the analysis of the data.
As a result of the analyzes, it is seen that there is a low level of relationship between work-family conflict and workaholism. It has been found that workaholism has a very low effect on work-family conflict.

Keywords: Workaholism, Conflict, Work-Family Conflict.

[37] Bu çalışma, 2. sıradaki yazarın yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

1. GİRİŞ

Bireylerin rollerinde meydana gelen uyumsuzluklar, iş ve aile hayatları arasında çatışmaları meydana getirmekte ve bireylerin işten veya aileden elde ettikleri doyumların azalmasına neden olmaktadır. Ayrıca çalışanlar faklı nedenler ile işlerine aşırı derecede bağımlılık göstermeye başlamaktadır. İşlerini hayatlarının odak noktasına koyan bireyler bir süre sonra, çalışmadığı zamanlarda psikolojik olarak huzursuzluk yaşamaya başlamaktadırlar. Tam olarak işkoliklik olarak tanımlanan bu durum artık tüm dünyada psikolojik bir rahatsızlık olarak görülmeye başlanmıştır.

Çalışan bireylerin yaşadıkları işkolikliğin ayrıca çalışanın aile ve sosyal yaşantısını derinden etkileyen bir unsur olduğu daha önce yapılan bazı çalışmalar aracılığı ile incelenmiştir. Bu çalışmada avukatlık mesleğini yapan bireylerin işkoliklik eğilimlerinin iş-aile çatışması yaşamaları üzerinde etkisi olup olmadığını ve eğer etki mevcutsa hangi düzeyde etkiye sahip olduğunun tespit edilmesi amaçlanmaktadır.

Elde edilecek sonuçlar, iş ve aile hayatının karmaşık, işin bireyi sürekli olarak meşgul edebildiği meslek guruplarında bireylerin işkoliklik yaşama eğilimi ve iş-aile çatışması yaşama düzeylerinin tespit edilmesi açısından önem taşımaktadır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1.İşkoliklik Kavramı ve Kapsamı

İşkoliklik kavramı İngilizce'de "workaholic" kavramına karşılık olarak kullanılmaktadır. İşkoliklikle benzer anlama gelen "presenteeism" ise işkoliklik için daha az kullanılmaktadır. "Workaholic" ve "presenteeism" kavramları arasında küçük farklılıklar olmakla birlikte kavramların işaret ettiği anlam benzerdir. Her iki kelimede de "iş ve işle ilgili faaliyetlerin bireyin yaşamındaki diğer yaşamsal aktivitelerin ve olguların önüne geçmesi ve çalışma ortamının her ne sebeple olursa olsun bırakılamaması" durumu ifade edilmektedir (Porter, 1996: 75).

İşkoliklik kavramı, bağımlılık teorisi, öğrenme teorisi, kişilik teorisi, bilişsel teoriler ve aile sistemi teorisi tarafından açıklanmaktadır. Bağımlılık teorisi işkolikliği, "bireylerde sürekli çalışma isteğinin hissedilmesi ve zihnin sürekli olarak işle meşgul olması nedeni" ile "obsesif (saplantılı)" ve "bireylerin çalışma ile ilgili isteklerini kontrol edememesi nedeni" ile "kompülsif (zorunlu hissetme)" bir durum olarak tanımlamaktadır (Burke vd., 2006: 1225).

Hemp (2004: 52)'ye göre işkolik çalışanlar örgüt içerisinde diğer çalışanların verimliliklerinin düşmesine neden olmaktadır. Bununla birlikte örgütün verimliliğine de zarar verebilmektedirler. İşkolikler fiziksel olarak iş başında görülmekle birlikte psikolojik olarak

işyerinde olamamaktadırlar. İşe tam olarak kendini veremediklerinden dolayı işe olumlu katkılar sağlayamamakta ve iş yerinde sadece alan kaplamaktadırlar. Buna karşın bazı araştırmalarda işkoliklerin verimli olduklarını ifade eden sonuçlar da bulunmaktadır.

İşkolik kavramı hakkında yapılan tanımlamalar incelendiğinde genel olarak iş ile ilgili bir bağımlılık söz konusudur. Tanımlamalardan yola çıkılarak işkoliklik "belli nedenlere bağlı olarak sürekli çalışma isteği olan, çalışmadığında kendisini huzursuz hisseden, dışarıdan gözlemlendiğinde sosyal ilişkileri bozuk, psikolojik problemli bir çalışan tipi" olarak değerlendirilebilir (Zincirkıran ve Mete, 2014).

İşkolikliği olumlu olarak tanımlandığı çalışmalar incelendiğinde genel olarak işkolikliğe örgütsel boyutta yaklaşmış ve çalışmaya karşı olan isteklilik ve işini çok sevme hali olarak ele almışlardır. İşkolikliği olumlu olarak değerlendiren Machlowitz (1980) işkolikliği "istendik bir çalışmaya düşkünlük durumu olarak yaklaşmakta ve işe âşık olma" şeklinde tanımlamaktadır (Snir ve Harpaz, 2004: 534).

Oates işkolikliğin alkoliklikle benzer şekilde bağımlılık durumu olduğunu ifade ederek işkolikliğin olumsuz bir davranış eğilimi olduğunu ifade etmektedir (Bardakçı, 2007:47).

Yapılan bazı diğer araştırmalarda da işkolikliğin olumsuz yönlerine odaklanılmış ve işkoliklik istenmeyen bir davranış şekli olarak ifade edilmiştir. Burke ve Robinson'un yapmış olduğu farklı çalışmalarda benzer şekilde işkolikleri "olumsuz bir şekilde tanımlamakta, işkolikleri, mutsuz, saplantılı, işlerini iyi yapmayan, iş arkadaşlarına zorluk çıkaran" kişiler olarak tanımlamaktadır (Burke, 2001: 637; Robinson, 2000: 32). Akdağ ve Yüksek ise yine benzer şekilde işkolikleri "sağlıksız, obsesif işgörenler olarak algılamış ve işkolikliği iş-yaşam dengesini bozan, işte ve özel yaşamda sorunlu trajik bireyler" olarak değerlendirmiştir (Akdağ ve Yüksel, 2010: 48).

2.2.İş-Aile Çatışması Kavramı ve Kapsamı

Rol ve iş-aile çatışmaları benzer özelliklere sahip çatışma türleridir. Çatışmalar bireyin aynı anda birden fazla role sahip olmasından kaynaklı olarak ortaya çıkmakta ve bireyin yaşantısında problemlere neden olmaktadır.

Turunç ve Çelik, (2010: 212) iş-aile çatışmasının çalışan bireylerin birden fazla role sahip olmasından kaynakladığını ifade etmektedir. Çalışanların "aynı anda, çalışan anne-baba ve eş" gibi çoklu rollere sahip olmaları ve bu roller arasında kalmaları iş-aile çatışmasına neden olmaktadır.

Önderoğlu (2010: 18) iş-aile çatışması ve süreçlerini şu şekilde açıklamaktadır; "İş-aile yaşam çatışması kişinin aile beklentilerinin işteki rollerin karşılanmasıyla uyumsuz/zıt/farklı

algılanmasıyla ortaya çıkmaktadır. İş ya da aile rollerinin baskısı arttıkça iş-aile yaşam çatışması da artar. Rol baskısının bir kaynağı o rolün kişinin benlik/kendilik algısındaki merkeziyetidir. Role bağlılık arttıkça o role ayrılan zaman da artmaktadır". Önderoğlu, bireyin role olan bağlılığının iş-aile çatışmasını tetikleyen bir unsur olduğunu ifade etmektedir.

İş ile aile yaşamının zorunluluğu olarak benimsenen roller arasında uyumsuzluk çıkması, çalışan üzerindeki gerilimin artmasına, çalışanın iş-aile dengesinin olumsuz etkilenmesine, iş-aile çatışmasının ortaya çıkmasına neden olmaktadır (Çarıkçı, vd., 2010: 55).

İş – aile çatışması bireyin yaşantısına biden çok role sahip olması ve bu roller arasında uyumsuzlukların ortaya çıkmasından kaynaklanan bir durumdur. Bu açıdan iş-aile çatışması roller arası bir çatışma şeklidir. Bir alandaki rollerin yerine getirilmesinin diğer rollerin yerin getirilmesi konusunda problemlere neden olması iş-aile çatışmasına neden olmaktadır (Kılıç ve Sakallı, 2013:213).

Zincirkıran ve Mete (2014) iş aile çatışması ile ilgili süreci; "Bireyin iş ya da aile rolüne olan bağlılığının derecesi, bireyin o rol için harcamak istediği zaman ve çaba miktarını ve rolüyle ilgili duyarlılığını göstermektedir. Dolayısıyla işine çok fazla bağlı olan işgörenin aile rolünü ve tam tersi ailesine çok fazla bağlı olan bir işgören ise iş rolünü tam olarak yerine getirememesi söz konusu olabilmektedir" şeklinde açıklamaktadır. Açıklamadan bireyin rollerden birisine olan bağlılık düzeyinin gereğinden fazla olmasının iş-aile çatışmasına neden olduğu çıkarımını yapmak mümkündür.

3. YÖNTEM

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

3.1. Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Önemi

Avukatlık mesleği sahip olduğu dinamikler bakımından iş ve aile yaşantısının karmaşık bir yapıda olmasına neden olan bir meslektir. Ayrıca avukatların tam olarak mesai sınırlandırmalarının olmayışı ve işlerin mesleği icra edenlerin sürekli bilişsel olarak çalışmaya günü büyük bölümünde devam etmeleri araştırmanın işkoliklik eğilimi ve iş-aile çatışması üzerinde odaklanmasını sağlamıştır. Araştırmanın amacı ise avukatların işkoliklik eğilimlerinin iş-aile çatışması algılamalarına etkisinin tespit edilmesidir.

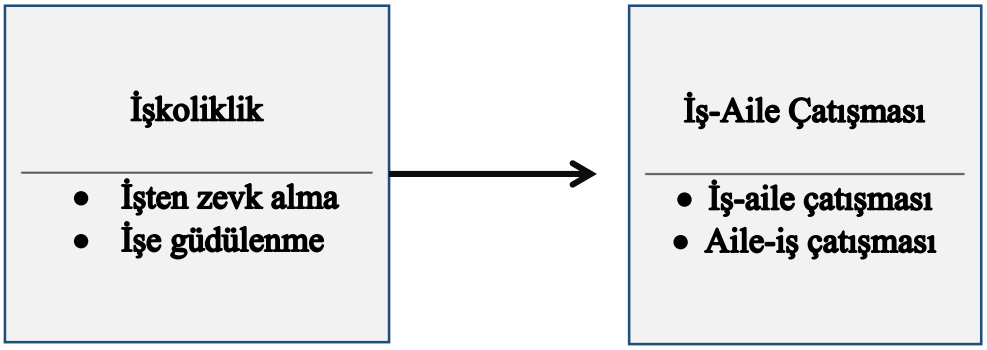
İş-aile çatışması çalışanların birçok yönden olumsuz yönde etkilenmesine sebep olan bir unsurdur. İşkoliklik ise iş-aile çatışmasına neden olduğu düşünülen bir etmendir. İşkolikliğin iş-aile çatışması üzerindeki etkilerinin tespit edilmesinin amaçlandığı bu çalışmada, elde edilecek sonuçlar, işkolikliğin olası etkilerinin tespit edilebilmesi açısından önem taşımaktadır.

3.2. Ana Kütle ve Örneklem

İşkolikliğin iş-aile çatışması üzerinde meydana getirdiği etkilerin tespit edilmesinin amaçlandığı bu çalışmanın örneklemi Kahramanmaraş İlinde ikamet eden 300 avukattan oluşmaktadır. Kahramanmaraş'ta ikamet eden 300 avukattan 250'sine ulaşılmış ve anket formu dağıtılmıştır. Dağıtılan 250 anket formunda 222 tanesi uygun şekilde doldurulduğu için çalışmaya 222 anket ile devam edilmiştir.

3.3. Araştırmanın Hipotezleri ve Ölçekleri

Avukatların işkoliklik eğilimlerinin iş-aile çatışması üzerine etkisinin tespit edilmesi amacıyla yapılan bu çalışmanın modeli şekil 1'de yer almaktadır ve kurulan hipotezler aşağıdadır.



Şekil 1. Araştırmanın Modeli

H_1 İş-aile çatışması ile işten zevk alma arasında ilişki bulunmaktadır.

H_2 İş-aile çatışması ile işe güdülenme arasında ilişki bulunmaktadır.

H_3 Aile-iş çatışması ile işten zevk alma arasında ilişki bulunmaktadır.

H_4 Aile iş çatışması ile işe güdülenme arasında ilişki bulunmaktadır.

H_5 İşkoliklik iş-aile çatışması üzerinde etkiye sahiptir.

H_6 İşkoliklik aile-iş çatışması üzerinde etkiye sahiptir.

Araştırmada Netenmeyer, Boles ve McMurrian (1996) tarafından Türkçe'ye uyarlanan, Önderoğlu (2010)'un çalışmasından erişilen 10 soruluk iş-aile ve aile-iş çatışması ölçeği ve Spence ve Robbins (1992) tarafından ortaya konulan, Kart (2005) tarafından Türkçe'ye uyarlanan, Zincirkıran ve Mete (2014)'ün çalışmasından erişilen 20 soruluk işkoliklik ölçeği kullanılmıştır.

Tablo 1. İş-Aile Çatışması Ölçeği Güvenilirlik Değerleri

Boyut	Önerme	Önermeler Arası İlişki	Önerme Silindiğindeki Değer	Cronbach's Alpha
İş-Aile Çatışması	İş sorumluluklarım, aile ve ev yaşantımı olumsuz olarak etkiliyor.	,694	,881	,894
	İşimin aldığı zaman, aileme karşı sorumluluklarımı yerine getirmemi zorlaştırıyor.	,801	,857	
	İşimin gereksinimleri nedeniyle evde yapmak istediğim şeyleri yapamıyorum.	,758	,867	
	İşimin yarattığı gerginlik ve yük nedeniyle aile yaşantımla ilgili yapmak istediğim şeyleri yapamıyorum.	,768	,865	
	İş sorumluluklarım nedeniyle ailemle ilgili planlarımı değiştirmek zorunda kalıyorum.	,681	,884	
Aile-İş Çatışması	Ailemin gereksinimleri, iş yaşamımı olumsuz olarak etkiliyor.	,665	,849	,870
	Ev yaşantımın gereksinimleri nedeniyle işimle ilgili çalışmalarımı sonraya bırakmam gerekiyor.	,779	,823	
	Aileme karşı sorumluluklarım nedeniyle işimle ilgili yapmak istediğim şeyleri yapamıyorum.	,720	,837	
	Aile yaşantım, işe zamanında gitmek, günlük iş gereklerini yerine getirmek ve fazla mesaiye kalmak gibi işimle ilgili sorumluluklarımı olumsuz olarak etkiliyor.	,743	,830	
	Aile yaşantımın yarattığı gerginlik ve yük, işimle ilgili görevlerimi yapma becerimi olumsuz olarak etkiliyor.	,584	,871	

İş aile çatışması ölçeğinde yer alan önermelere katılımcı avukatlar tarafından verilen cevapların güvenilirliğinin ölçülebilmesi için yapılan güvenilirlik analizi bulguları tablo 1'de yer almaktadır. İş-aile çatışması boyutunda yer alan önermelere verilen cevapların güvenilirlik değerinin (Cronbach's Alpha) ,894 olduğu görülmektedir. Ayrıca aile-iş çatışması boyutunda yer alan önermelere verilen cevapların güvenilirlik değerlerinin (Cronbach's Alpha) ,870 düzeyinde olduğu görülmektedir. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda ölçeklere verilen cevapların güvenilirlik değerinin yüksek olduğu ve boyutların çalışmada kullanılmasında herhangi bir problem olmadığını ifade etmek mümkündür.

Tablo 2. İşkoliklik Ölçeği Güvenilirlik Değerleri

Boyut	Önerme	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Cronbach's Alpha
İşten Zevk Alma	Pek çok kişiye göre işimi daha çok severim.	,418	,748	,764
	Sanki işim çalışmaktan çok eğlence gibi.	,520	,728	
	İşim o kadar ilginç ki çoğu zaman bana iş gibi görünmüyor.	,566	,717	
	İşim gerçekten eğlenceli olduğu için benden beklenenden daha fazla çalışırım.	,461	,740	
	İşte geçirdiğim zamanın çoğundan zevk alırım.	,568	,718	
	İlginç bir projeyle uğraştığımda kendimi ne denli keyifli hissettiğimi anlatamam.	,376	,757	
	Bazen çalışmaktan o kadar çok hoşlanırım ki ara vermek bana zor gelir.	,475	,737	
İşe Güdülü	İşten kaytardığımda kendimi suçlu hissederim.	,313	,731	,739

	Çalışırken olduğu kadar çalışmadığım zamanlarda bile vaktimi faydalı bir şeylerle değerlendiririm.	,251	,740	
	Bir projeyle uğraştığımda, zaman kavramını yitiririm.	,356	,725	
	Bazen uyanır uyanmaz işe gitmek için sabırsızlanırım.	,443	,712	
	Yaptığım işte hoşlanmasam bile benim için çok çalışmak önemlidir.	,432	,714	
	Bir an uzaklaşmak istediğimde bile çoğu kez kendimi işim hakkında düşünürken bulurum.	,438	,713	
	İşim ve katıldığım diğer etkinlikler dışında hiç boş zamanım yok.	,452	,711	
	Çoğu zaman içimde çok çalışmak için beni zorlayan bir şeyler olduğunu hissederim.	,481	,706	
	Diğer kişiler beni, aşırı çalışmaya meyilli biri gibi görür.	,492	,705	
	Yapacak işe yarar bir şey bulamadığımda tatiller beni sıkar ve huzursuz eder.	,365	,727	

İşkoliklik ölçeğinde yer alan önermelere katılımcı avukatlar tarafından verilen cevapların güvenilirliğinin ölçülebilmesi için yapılan güvenilirlik analizi bulguları tablo 2'de yer almaktadır. İşten zevk alma boyutunda yer alan önermelere verilen cevapların güvenilirlik değerinin (Cronbach's Alpha) ,764 olduğu görülmektedir. İşten zevk alma boyutunda yer alan önermelerden 5 numaralı (Gerçekten hafta sonlarını iple çekiyorum: sadece eğlence, iş yok.) ve 8 (İşimde hoşlanacak bir şey nadiren bulurum.) numaralı önermeler boyuttun güvenilirlik değerini düşürdüğünden dolayı araştırma kapsamının dışında bırakılmıştır.

Ayrıca işe güdülenme boyutunda yer alan önermelere verilen cevapların güvenilirlik değerlerinin (Cronbach's Alpha) ,739 düzeyinde olduğu görülmektedir. İşe güdülenme boyutunda yer alan 9 numaralı önerme (Hiç hoşlanmasam bile sanki birileri beni çok çalışmak için zorluyor.) boyutun güvenilirlik değerini düşürdüğünden dolayı araştırma kapsamından çıkarılmıştır. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda ölçeklere verilen cevapların güvenilirlik değerinin yeterli olduğu ve boyutların çalışmada kullanılmasında herhangi bir problem olmadığını ifade etmek mümkündür.

Ayrıca, araştırmada kullanılan örneklem ve ölçeklerin uyumluluğunun incelenmesi amacıyla yapılan faktör analizi ile ilgili bulgular aşağıda yer almaktadır.

Tablo 3. İş-Aile Çatışması Ölçeğinin Faktör Yükleri

KMO and Bartlett's Test			**Total Variance Explained**
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,863	70,323
Bartlett's Test of Sphericity	**Approx. Chi-Square**	630,961	
	Df	10	
	Sig.	,000	
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,859	66,452

Bartlett's Test of Sphericity	**Approx. Chi-Square**	538,099	
	Df	10	
	Sig.	,000	

İş-aile çatışması ölçeğinin faktör yükleri tablo 3'de yer almaktadır. İş-aile boyutunun KMO değerinin 0,863, Bartlett's Testi sonucu ise 0,000 düzeyinde anlamlı olarak görülmektedir. Ayrıca iş-aile çatışması boyutunun açıklanan toplam varyansı %70,3 olarak tespit edilmiştir.

Aile –iş çatışması boyutunun KMO değerinin, 859 olduğu, Bartlett's Testi sonucunun ise 0,000 düzeyinde anlamlı olduğu görülmektedir. Ayrıca aile- iş çatışmasının açıklanan toplam varyansı %66,4 olarak tespit edilmiştir. Elde edilen KMO ve Bartlett's testi sonuçları ölçeklerin araştırmada kullanılmasını mümkün kılmaktadır.

Tablo 4. İşkoliklik Ölçeğinin Faktör Yükleri

KMO and Bartlett's Test			**Total Variance Explained**
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,777	66,452
Bartlett's Test of Sphericity	**Approx. Chi-Square**	335,175	
	df	21	
	Sig.	,000	
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,758	53,275
Bartlett's Test of Sphericity	**Approx. Chi-Square**	378,056	
	df	45	
	Sig.	,000	

İşkoliklik ölçeğinin faktör yükleri tablo 4'de yer almaktadır. İşten zevk alma boyutunun KMO değerinin 0,777 olduğu görülürken, Bartlett's Testi sonucu ise 0,000 düzeyinde anlamlı olarak görülmektedir. Ayrıca işten zevk alma boyutunun açıklanan toplam varyansı %66,4 olarak tespit edilmiştir.

İşe güdülenme boyutunun KMO değerinin 0,758 olduğu görülürken, Bartlett's Testi sonucu ise 0,000 düzeyinde anlamlı olarak görülmektedir. Ayrıca işe güdülenme boyutunun açıklanan toplam varyansı ise %53,2 olarak tespit edilmiştir. Elde edilen KMO ve Bartlett's Testi sonuçları ölçeklerin araştırmada kullanılmasını mümkün kılmaktadır.

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

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

4.1. Tanımlayıcı İstatistikler

Araştırmada yer alan avukatların demografik özelliklerinin tespit edilebilmesi için frekans analizi yapılmıştır. Elde edilen bulgular tabloda yer almaktadır.

Tablodan elde edilen yorumlar şu şekildedir;

- Araştırmada yer alan avukatların %59,5'i erkek, %40,5'i ise kadındır.
- Araştırmada yer alan avukatların %56,8'i evli, %43,2'i ise bekârdır.
- Araştırmada yer alan avukatların %32,4'ü 18-25 yaş aralığında, %21,6'sı 26-36 yaş ay aralığında, % 12,6'sı 37-45 yaş aralığında %10,8'i 46-52 yaş aralığında, %14'ü 53-60 yaş aralığında ve %8,6'sı ise 61 yaş ve üzerindedir.
- Araştırmada yer alan avukatların %80,2'si lisans mezunu, %14,9'u yüksek lisans mezunu ve %5'i ise doktora mezunudur.
- Araştırmada yer alan avukatların %38,3'ü 1 yıldan az, %10,4'ü 1-3 yıl arasında, %6,3'ü 4-6 yıl arasında, %4,1'i 7-9 yıl arasında ve %41'i ise 10 yıl ve üzerinde deneyime sahiptir.
- Araştırmada yer alan avukatların %81,5'i mesleğini isteyerek yaparken, %18,5'i ise isteyerek yapmamaktadır.
- Araştırmada yer alan avukatların %36'sı kendi bürosunda, %13,1'i ortak büroda, %41'i başkasının yanında ve %9,9'u ise kamuda görev yapmaktadır.

Tablo 5. Katılımcıların Demografik Özelikleri

		Kişi	**%**
Cinsiyet	Erkek	132	59,5
	Kadın	90	40,5
	Total	222	100,0
Medeni Durum	Evli	126	56,8
	Bekar	96	43,2
	Total	222	100,0
Yaş	18-25	72	32,4
	26-36	48	21,6
	37-45	28	12,6
	46-52	24	10,8
	53-60	31	14,0
	61 Ve Üzeri	19	8,6
	Total	222	100,0
Eğitim Düzeyi	Lisans	178	80,2
	Yüksek Lisans	33	14,9
	Doktora	11	5,0
	Total	222	100,0
Toplam Tecrübe	1 yıldan az	85	38,3
	1-3 yıl	23	10,4
	4-6 yıl	14	6,3
	7-9 yıl	9	4,1
	10 yıl ve üzeri	91	41,0
	Total	222	100,0
Mesleğinizi İsteyerek mi Yapıyorsunuz?	Evet	181	81,5
	Hayır	41	18,5
	Total	222	100,0
Çalışma Yeri	Kendi Bürom	80	36,0
	Ortak Büro	29	13,1
	Başkasının Yanında	91	41,0
	Kamuda	22	9,9
	Total	222	100,0

4.2. İşkoliklik ve İş-Aile Çatışması Arasındaki İlişkiler

Tablo 6. Korelasyon Analizi

		İş - aile çatışması	Aile-iş çatışması	İşten zevk alma	İşe güdülenme
İş - aile çatışması	Pearson Correlation	1			
	Sig. (2-kuyruk)				
	N	222			
Aile-iş çatışması	Pearson Correlation	,478**	1		
	Sig. (2-kuyruk)	,000			
	N	222	222		
İşten zevk alma	Pearson Correlation	-,149*	-,202**	1	
	Sig. (2-kuyruk)	,027	,003		
	N	222	222	222	
İşe güdülenme	Pearson Correlation	,129	-,142*	,541**	1
	Sig. (2-kuyruk)	,055	,034	,000	
	N	222	222	222	222
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-kuyruk).					
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-kuyruk).					

İş-aile çatışması ve işkoliklik arasındaki ilişkinin tespit edilebilmesi için yapılan korelasyon analizi sonuçları tablo 6'da yer almaktadır. Tablodan elde edilen yorumlamalar şu şekildedir;

- İşten zevk alma boyutu ile iş-aile çatışması boyutu arasında çok düşük düzeyde istatistiki olarak anlamlı ve ters yönlü bir ilişki bulunmaktadır.
- İşten zevk alma boyutu ile aile-iş çatışması boyutu arasında düşük düzeyde istatistiki olarak anlamlı ve ters yönlü bir ilişki bulunmaktadır.
- İşe güdülenme ile iş-aile çatışması arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.
- İşe güdülenme ile aile-iş çatışması arasında çok düşük düzeyde istatistiki olarak anlamlı ve ters yönlü bir ilişki tespit edilmiştir.
- İşten zevk alma ve işe güdülenme arasında pozitif yönlü, istatistiki olarak anlamlı ve orta düzeyde bir ilişki tespit edilmiştir.
- İş-aile çatışması ve aile – iş çatışması arasında ise orta düzeyde istatistiki olarak anlamlı ve pozitif yönlü ilişki olduğu tespit edilmiştir.

  Korelasyon analizi sonucunda işkoliklik ve iş-aile çatışması arasında düşük düzeyde ters yönlü ilişkilerin olduğu görülmektedir.

  Tablodan elde edilen bilgiler doğrultusunda, H_2 hipotezi ret edilirken H_1, H_3 ve H_4 hipotezleri kabul edilmiştir.

4.3. İşkolikliğin İş-Aile Çatışması Üzerine Etkisi

Tablo 7. İşkolikliğin İş-Aile Çatışması Üzerine Etkisi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,290[a]	,084	,076	1,00002
a. Predictors: (Constant), işegüdülenme, iştenzevkalma				

İşkoliklik düzeyinin iş-aile çatışması üzerinde meydana getirdiği etkinin şiddetinin belirlenmesi için yapılan regresyon analizinin sonucunda; iş güdülenme ve işten zevk alma boyutlarının iş-aile çatışması üzerinde %8,4 etkiye sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 8. İşkolikliğin İş-Aile Çatışması Üzerine Etkisinin Anlamlılık Değerleri

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	df	Ort. Square	F	Sig.
1	Regression	20,109	2	10,054	10,054	,000[b]
	Residual	219,010	219	1,000		
	Total	239,119	221			
a. Dependent Variable: işaileçatışması						
b. Predictors: (Constant), işegüdülenme, iştenzevkalma						

İşe güdülenme ve işten zevk alma boyutlarının iş-aile çatışması üzerindeki meydana getirdiği %8,4'lük etkinin anlamlılığının ölçülmesi için tablo da yer alan Significant değeri incelenmektedir. Elde edilen değer 0,050'den düşük (0,000) olduğu için elde edilen %8,4 etki geçerlidir.

Tablodan elde edilen bulgular doğrultusunda H_5 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 9. İşkolikliğin İş-Aile Çatışması Üzerine Etkisinin Açıklama Değerleri

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,741	,391		7,016	,000
	iştenzevkalma	-,454	,113	-,309	-4,015	,000
	işegüdülenme	,505	,131	,296	3,851	,000
a. Dependent Variable: işaileçatışması						

İşten zevk alma ve işe güdülenme boyutlarının iş-aile çatışması üzerinde meydana getirdiği %8,4 düzeyindeki anlamlı etkinin etki yönün belirlenmesi için tablo incelenmektedir. Tablo 9'da yer alan bilgiler incelendiğinde; iş güdülenme ve iş aile çatışması arasında, 505 düzeyinde anlamlı bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Elde edilen değerin 0,000 düzeyinde anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir.

İşten zevk alma ve iş-aile çatışması arasında -,454 düzeyinde olumsuz yönde bir ilişki olduğu görülmektedir. Elde edilen değer 0,000 düzeyinde anlamlı olarak görülmektedir.

Tablo 10. İşkolikliğin Aile-İş Çatışması Üzerine Etkisi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,206[a]	,042	,034	,93398
a. Predictors: (Constant), işegüdülenme, iştenzevkalma				

İşe güdülenme ve işten zevk almanın aile-iş çatışması üzerinde meydana getirdiği etkinin ölçülebilmesi için yapılan regresyon analizi sonucunda elde edilen sonuç tablo 10'da yer almaktadır. Tablo 10'dan hareketle işe güdülenme ve işten zevk alma boyutlarının aile-iş çatışması üzerinde %4,2'lik düzeyde etkiye sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 11. İşkolikliğin Aile-İş Çatışması Üzerine Etkisinin Anlamlılık Değerleri

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	df	Ort. Square	F	Sig.
1	Regression	8,446	2	4,223	4,841	,009[b]

	Residual	191,039	219	,872		
	Total	199,485	221			
a. Dependent Variable: aileişçatışması						
b. Predictors: (Constant), işegüdülenme, iştenzevkalma						

İşe güdülenme ve işten zevk alma boyutlarının aile-iş çatışması üzerinde meydana gelen etkinin geçerliliğini incelemek için Anova[a] bulgulara bakılmaktadır. Significant değerinin 0,009 olması elde edilen değerin geçerliliğini göstermektedir.

İşe güdülenme ve işten zevk alma boyutlarının aile-iş çatışması üzerinde meydana getirdiği etkinin incelenmesi için tablo incelenmektedir. Tabloda yer alan bilgiler incelendiğinde işe güdülenme boyutunun aile-iş çatışması boyutu üzerinde meydana getirdiği etkinin istatistiki olarak anlamsız olduğu görülmektedir. İşten zevk alma boyutunun aile-iş çatışması üzerinde meydana getirdiği etki ise istatistiki olarak anlamlı ve ters yönlü olarak görülmektedir.

Tablo 12. İşkolikliğin Aile-İş Çatışması Üzerine Etkisinin Açıklama Değerleri

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,528	,365		9,668	,000
	iştenzevkalma	-,237	,106	-,177	-2,245	,026
	işegüdülenme	-,073	,122	-,047	-,598	,551
a. Dependent Variable: aileişçatışması						

Tablodan elde edilen bilgiler doğrultusunda H_6 hipotezi kabul edilmiştir.

5. SONUÇ ve ÖNERİLER

Araştırma sonucunda, işten zevk alma boyutu ile iş-aile çatışması boyutu arasında çok düşük düzeyde, işten zevk alma boyutu ile aile-iş çatışması boyutu arasında düşük düzeyde, işe güdülenme ile aile-iş çatışması arasında ters yönlü düşük düzeyde anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir.

Elde edilen sonuçlar doğrultusunda avukatların kendilerini işkolik ve iş-aile çatışması yaşayan bireyler olarak tanımlamadıkları görülmektedir. Bununla birlikte çalışılan yer, eğitim düzeyi gibi değişkenlere bağlı olarak işkoliklik ve iş-aile çatışması yaşayabildikleri görülmektedir.

Avukatların çalışma düzeni düşünüldüğünde, standart mesai tanımlarının olmamasına rağmen, düşük düzeyde iş – aile çatışması yaşadıkları görülmektedir. Benzer şekilde sürekli çalışma içerisinde olmalarına rağmen kendilerini işkolik olarak da değerlendirmedikleri görülmektedir. Bundan sonra yapılacak olan araştırmalarda, işkoliklik üzerine yapılacak çalışmalar için; işkolikliğin stres, kişilik özellikleri gibi durumlarla olan ilişkilerinin incelenmesi işkoliklik ile ilgili farklı bulguların ortaya çıkmasını sağlayabilir. Ayrıca iş-aile çatışması konusunda

yapılacak çalışmalar için ise genel olarak iş sürelerinin çalışanların zamanlarının çoğunu aldığı ve iş durumunun özel hayatı etkilediği diğer çalışma kollarında yapılması, elde edilecek sonuçların farklılaşmasını sağlayabilir.

KAYNAKÇA

Akdağ, F. ve Yüksel, M. (2010). İnsan Kaynakları Yönetimi Açısından İşkoliklik ve Algılanan Stres İlişkisinde Kontrol Odağının Rolü. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi,* 2, 1, 47-55.

Bardakçı, S. (2007). Eğitim Yöneticilerinin İnternet Kullanımına İlişkin Tutumlarının İşkoliklik Eğilimleri Üzerine Etkilerinin Belirlenmesi. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi,* Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tokat.

Burke, J. R. (2001). Workaholism In Organizations: The Role Of Organizational Values, *Personel Review*, 30, No:6, 637-645.

Burke, J. R., Mattiesen, S. B. ve Pallesen, S. (2006). Personality Correlates of Workaholism. *Personality and Individual Differences*, 40, 1223-1233.

Çarıkçı, İ. H., Çiftçi, M. ve Derya, S. (2010). İş - Aile Yaşam Çatışması: Türkiye'deki Kadın Yöneticiler Üzerinde Bir Uygulama. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 2(2), 53-65.

Hemp, P. (2004). Presenteeism: At Work-But Out Of it. *Harward Business Review*.

Kart, M. E. (2005). Reability and Validity of The Workaholism Battery (Work-Bat): Turkish Form. *Social Behavior and Personality*, 33 (6), 609-618.

Kılıç, R. ve Sakallı, S. Ö. (2013). Örgütlerde Stres Kaynaklarının Çalışanların İş-Aile Çatışması Üzerine Etkisi. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi,* 6 (3), 208-237.

Önderoğlu, S. (2010). Örgütsel Adalet Algısı, İş Aile Çatışması ve Algılanan Örgütsel Destek Arasındaki Bağlantılar. *Yüksek Lisans Tezi,* Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Porter, G. (1996). Organizational Impact Of Workaholism: Suggestions For Researching The Negative Outcomes Of Excessive Work. *Journal of Occupational Health Psychology,* 1, 70-84.

Robinson, E., B. (2000). Workaholism: Bridging The Gap Between Workplace, Soicocultural and Family Research. *Journal of Employment Counseling,* 37, 31-47.

Snır, R. ve Harpaz, I. (2004). Attitudinal And Demographic Antecedents of Workaholism. *Journal Of Organizational Change Management,* 17,520-536.

Spence, J. T. ve Robbins, A. S. (1992). Workaholism: definition, measurement and preliminary results. *Journal of Personality Assessment,* 58, 160-178.

Turunç, Ö. ve Çelik, M. (2010). Algılanan Örgütsel Desteğin Çalışanların İş-Aile, Aile-İş Çatışması, Örgütsel Özdeşleşme Ve İşten Ayrılma Niyetine Etkisi: Savunma Sektöründe Bir Araştırma. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14 (1), 209-232.

Zincirkıran, M. ve Mete, M. (2014). İşkoliklik İle İş-Aile Çatışması İlişkisinin Yapısal Eşitlik Modeli İle İncelenmesi: Sağlık İşletmelerinde Bir Uygulama. *Finans, Politik & Ekonomik Yorumlar*, 51, 590, 103-114.

Türk Kurtuluş Savaşı'nda İstihbarat Çarkı*

Assoc. Prof. Dr. Serdar YURTSEVER
Akdeniz Karpaz University
serdar.yurtsever@akun.edu.tr

ÖZET

Bir savaşı kazanabilmeniz için güçlü bir ordu tek başına yeterli değildir. Düşmanın kuvvet yapısı, konuşlandırılması, sahip olduğu araç, gereç ve silahların durumu, eğitim seviyesi, morali, komutanlarının şahsi özellikleri gibi ana hususların tam olarak ortaya konulması gerekir. Aksi halde, kendi harekât tarzınızı belirlemeniz mümkün olamaz. Söz konusu bilgi ihtiyaçlarının giderilebilmesi için istihbarat faaliyetlerini icra etmeniz, aynı zamanda, düşmanın istihbarat çalışmalarına da karşı koyabilmeniz gerekmektedir. Çünkü düşman hakkında haber toplamak kadar, düşmanın sizin hakkınızda haber toplamasının engellenmesi de önem arz etmektedir. İstihbarat çarkı; istihbarat ihtiyaçlarının tespiti ve haber toplama gayretlerinin yönlendirilmesi, haberlerin toplanması, toplanan haberlerin işleme tabi tutulması ve değerlendirilmesi, elde edilen istihbarat sonuçlarının yayımı ve kullanılması, şeklinde dört aşamadan oluşmaktadır. Gözden geçirilen ve değerlendirilen öncelikler çerçevesinde, yeni istihbarat ihtiyaçları tespit edilerek, tekrar birinci aşamaya geçilir ve bu süreç bir çark gibi dönmeye devam eder. Bu nedenle istihbarat çarkı olarak adlandırılmaktadır. Bu çalışmada, Türk Kurtuluş Savaşı'nın cereyan ettiği 1919-1922 yılları arasında istihbarat çarkının işletilip işletilemediği konusu araştırılmıştır. Bu kapsamda, Askeri Tarih ve Stratejik Araştırmalar Enstitüsü'nün arşiv belgelerinden faydalanılmıştır.

Anahtar Kelimeler: İstihbarat, İstihbarat Çarkı, Türk Kurtuluş Savaşı, Haber Toplama, Haber Değerlendirme.

Intelligence Cycle in Turkish National Struggle

ABSTRACT

A powerful army alone is not enough to win a war. The main issues such as the force structure, deployment of the enemy, the status of the vehicles, equipment and weapons, the level of education, morale, personal characteristics of the commanders must be fully examined. Otherwise, you cannot determine your own course of action. You need to be able to perform intelligence activities in order to eliminate these information needs, but also to counter the enemy's intelligence work. Because it is important to counter the enemy from collecting information about you as well as collecting information about the enemy. Intelligence cycle consists of four stages: determination of intelligence needs and directing of information gathering efforts, collecting information, processing and evaluating the collected information, dissemination and use of the obtained intelligence results. Within the framework of the priorities reviewed and evaluated, new intelligence needs are identified and the first stage is revised and this process continues to turn as a cycle. This is why it is called the intelligence cycle. In this study, it was investigated whether the intelligence cycle could be operated between the years 1919-1922 when the Turkish National Struggle took place. In this context, the archives of the Military History and Strategic Research Institute were used.

Keywords: Intelligence, Intelligence Cycle, Turkish National Struggle, Information Collection, Information

1.Giriş

* Bu çalışma, Yurtsever Serdar. (2008). Milli Mücadele Dönemi İstihbarat Faaliyetleri Örnek Olay İncelemeleri (1919-1922), Atatürk Araştırma Merkezi Yay., Ankara (Yüksek Lisans tezimdir.) ve Yurtsever Serdar. (2015). Milli Mücadele İstihbaratında İstanbul'da Gizli Bir Grup: Felah, Berikan Yay., Ankara (Doktora tezimdir.) yayınlarında yer alan bilgi ve belgelerden faydalanılarak hazırlanmıştır.

Osmanlı Devleti, Almanya'nın müttefiki olarak girdiği Birinci Dünya Savaşı'nı kaybetmiş, Mondros Mütarekesi'nin imzalanmasıyla girilen belirsizlik ortamının yol açacağı sonuçları bekler hale düşmüştür. İttihat ve Terakki Dönemi'nde kurulan istihbarat örgütü Teşkilat-ı Mahsusa ile kurumsal bir istihbarat yapılanmasına geçiş sağlanmak istenmiş, ancak, Mütareke'nin imzalanmasıyla teşkilat dağılmıştır. Teşkilatın bazı elemanları varlıklarını sürdürmüşlerdir. Ama organize olmayan ve belirlenmiş hedeflere hizmet etmeyen ferdi teşebbüslerin bir sonuca varamayacağı da ortadadır.

İşgal Devletleri'nin saldırgan tavrı ve azınlıkların taşkınlıkları karşısında, Anadolu insanı devletini, kendi mal ve canını korumak amacıyla bir refleks ortaya koymuştur. Bunun sonucunda ortaya çıkan çeşitli grup ve cemiyetler, zamanla organize olmuş, başlangıçta Anadolu'nun, silah, cephane ve personel ihtiyacını karşılamış, istihbarat istekleri için de haber temin edilebilecek yerlere nüfuz etmeye çalışmışlardır.

Anadolu'ya geçtiğinde istihbarat sahasındaki eksikliği hisseden Mustafa Kemal Paşa, Millî Mücadele Hareketi içinde yer alan veya Harekete yakın görülen şahsiyetlerin, İstanbul içerisinde önemli görevlere getirilmeleri yönünde gayret sarf etmiştir. Böylece, hem bu şahsiyetler hem de bu şahsiyetlerin gizli gruplara vereceği örtülü yardımlarla elde edebilecek istihbarattan faydalanmayı düşünmüştür.

Mütareke sonrasında, İttihatçılara karşı girişilecek bir kıyım harekâtının beklentisi, İttihatçıların ve eski Teşkilat-ı Mahsusacı'ların bir araya gelmesine neden olmuş, Karakol Cemiyeti ortaya çıkmıştır. İstanbul'un yanı sıra Anadolu içerisinde de örgütlenme gayreti içerisine giren Cemiyet'in Anadolu teşkilatlanması sınırlı kalmıştır. Cemiyet üzerinde Enver Paşa'nın dışarıdan etkisi devam etmiştir. Bu etki paralelinde, Cemiyet yöneticilerinin eski İttihatçı alışkanlıklarını sürdürmesi, Ankara ile ilişkilerinde olumsuzluklar yaşamasına sebep olmuştur. 16 Mart 1920'de İstanbul'un resmen işgali sonrasında büyük darbe yiyen Cemiyet, Zabitan ve Yavuz Grubu isimleri altında çalışmalarına devam etme gayretinde bulunduysa da başarılı olamamıştır.

İstanbul'daki gizli grupların birçoğu eş zamanlı olarak faaliyet göstermiştir. Gruplar arasında zaman zaman yardımlaşmaların yapıldığı görülmüş olmakla birlikte koordineli ve sürekli birlikte çalışma söz konusu olmamıştır. Bu durum bazen Grupların aynı silah ve cephane peşine düşmesine, haber toplama amacıyla aynı hedefleri takip etmelerine, dolayısıyla bir verimsizliğe yol açmıştır.

Hamza Grubu ismiyle faaliyete başlayan ve sırasıyla Mücahit, Muharip ve Felah isimlerini alan Grup ile M.M. Grubu'nun, Anadolu'ya silah, cephane ve personel sevkiyatı yapmalarının yanı sıra Anadolu'nun istihbarat ihtiyacı için de çeşitli çalışmalar yaptıkları da görülmektedir.

Anılan Grupların faaliyetlerinin İstanbul ve çevresi ile sınırlı olması, Ankara'yı, Anadolu içerisindeki istihbarat ihtiyacının karşılanabilmesi maksadıyla ilave bir teşkilat arayışına yöneltmiştir. Bu ihtiyaca binaen Askeri Polis (P) Teşkilatı kurulmuştur. Teşkilatlanmasını, bütün Anadolu çapında gerçekleştiren (P) Teşkilatı, istihbarat ve istihbarata karşı koyma faaliyetlerinde başarılı çalışmalar yapmıştır. Teşkilat personelinin bir kısmının iş disiplininden kopması ve gizliliğe riayet konusunda ortaya çıkan zafiyetler nedeniyle, TBMM tarafından faaliyetlerine son verilen Teşkilat'ın yerine Tedkik Heyeti Amirlikleri (THA) kurulmuştur. İhtiyaç duyulmayan bazı şubelerin kapatılması ve uygun olmayan personelin ayıklanması dışında, (P) Teşkilatı'nın şube ve personelini kullanmaya devam eden THA'nın da, benzer sebeplerle kaldırılması sonrasında istihbarat hizmetleri, Ordu istihbarat şubelerine devredilmiştir. Bunların dışında Emniyet-i Umumiye Müfettişlikleri, Anadolu Ajansı. Matbuat ve İstihbarat Umum Müdürlüğü de istihbarat çalışmalarına katkıda bulunmuşlardır.

İstanbul ve Anadolu'daki istihbarat faaliyetleri göz önüne alındığında, diğer İşgal Devletleri'ne nazaran İngilizlerin çalışmalarının ağırlık kazandığı görülebilecektir. Kendi İstihbarat Servisi'nin imkân ve kabiliyetleri dışında, azınlıkları da amaçları doğrultusunda ustalıkla kullanan İngilizler ile istihbarat alanında büyük bir mücadele yaşanmıştır. Kuruluşu 1530'lu yıllara dayanan İngiliz İstihbarat Servisi, kurumsal ve bölgesel tecrübesiyle en büyük rakip olarak karşımıza çıkmaktadır.

Osmanlı Devleti coğrafyasından yeterli pay alamadıklarını düşünen Fransız ve İtalyanların istihbarat çalışmaları, Anadolu'yu hedef almaktan ziyade, İngiltere'yi kontrol etmek üzerine kurulmuştur. İstanbul Grupları ve Ankara, İşgal Devletleri arasındaki bu çekişmeden azami derecede faydalanmıştır. Rusların faaliyetlerine baktığımızda, Millî Mücadele sonunda ortaya çıkacak rejimin Bolşevik olması yönünde propaganda çalışmalarına yöneldiklerini görmekteyiz. Azınlıklar vasıtasıyla yönlendirilmeye çalışılan Yunan haber toplama gayretlerinin ise cephe bölgeleriyle sınırlı kaldığını, taktik istihbarattan öteye gidemediğini, eksik istihbaratlarının ise İngilizler üzerinden tamamlamaya çalışıldığını söyleyebiliriz.

İşgal Devletleri İstihbarat Servisleri; kendi ajanları, iş birlikçi azınlıklar, bildiriler ve gazeteler aracılığıyla yoğun propaganda faaliyetlerinde bulunmuş, Türk Ordusu'nun faaliyetleri ve Ankara Hükümeti'nin çalışmalarını da dikkatle takip etmişlerdir. Yabancı İstihbarat Servisleri'nin tüm bu çalışmalarına, Anadolu'daki istihbarat teşkilatları ve İstanbul'daki gizli gruplar vasıtasıyla karşı konulmaya çalışılmıştır. Bu bağlamda, Kurtuluş Savaşı Dönemi, muharebe sahasındaki çarpışmaların yanı sıra büyük bir istihbarat mücadelesine de sahne olmuştur (Yurtsever, 2008 ve 2015).

2. İstihbarat Kavramı

Dünyadaki tüm devletler, millî güvenliğine ve devletin bekasına içten ve dıştan yönelen mevcut veya olası tehditler hakkında önceden bilgi sahibi olmak zorundadırlar. Alınacak karşı tedbirler yönünden bu gelişmeleri ilgili makamlara zamanında bildirmek için ulusal ve uluslararası alanda görev yapacak bir istihbarat teşkilatının varlığına ihtiyaç duymuşlardır (Çeliktepe, 2002: 9).

İstihbarat veya istihbarat servisleri elbette ki, her olayın kahramanı veya her derdin dermanı değillerdir. İstihbarat örgütlerinin, ulusların kaderini veya tarihini tek başlarına tayin etme durumunda olmadıkları da açıktır. Askeri, ekonomik, politik açıdan istihbarat, önemli olmakla birlikte, başarıda veya başarısızlıkta tek başına belirleyici değildir (Stoddard, 2003: 26).

İstihbarat, savaşta esas unsur değil, yardımcı kuvvettir. Muharebeler ve savaşlar; insanlar, silahlar, beyinler ve iradeler tarafından kazanılır. İstihbarat ise bunlara ancak hizmet eder. Gerçekten de istihbarat, bir güç çoğaltıcı, bir kumanda kolaylaştırıcıdır, ancak her zaman eksik kuvveti ve yetersiz liderlik kabiliyetini telafi edemez (Kahn, 2002: 12-13). Savaşların kazanılmasında olduğu kadar barış devrelerinin uzamasında da istihbaratın büyük bir rolü bulunmaktadır (Balcıoğlu, 1992: 24). İstihbarat, memleket müdafaasının gözü ve kulağı ise bütün diğer askerî kuvvetler de bu müdafaanın yumruğudur (Kutch, 1939).

Bir milletin varlığı ile yakından ilgili gördüğümüz istihbarat hizmeti ile düşmanın niyet ve maksadını evvelden öğrenmek ve savaş gücü hakkında yeteri kadar bir bilgiye sahip olmak suretiyle sonradan doğacak felaketleri zamanında önlemek mümkündür (Akkor, 1966: 3). Sun Tzu-Wu'nun, "*Eğer sen düşmanı ve kendini biliyorsan, yüz tane savaşın da sonucundan korkmamalısın. Eğer, kendini biliyor, fakat düşmanı tanımıyorsan, her zafere karşılık bir kere de yenilgiye uğrarsın. Eğer, hem kendini, hem de düşmanı tanımıyorsan, her savaşta yenilirsin.*" (Sun Tzu, 1976: 28) sözü bu öngörüyü karşılamaktadır.

Savaşlar, devletlerarasında süregelen mücadelelerin yüzeye çıktığı ve kan dökerek yapıldığı safhalardır. Barış ancak güçlü olmakla, güçlü kalmakla sağlanabilmektedir. Bunun için de devletler, bir taraftan dost ve düşman devletlerin zayıf taraflarını bulmak, bunlardan yararlanmak için çalışırken, öte yandan da kendi eksiklerini gizlemek, sırlarını saklamak için tedbirler almaktadırlar. "*Haber alan, hazır olur*" sözü barış ve savaş zamanlarında daima geçerlidir. Bu yüzden devletlerin kuruluşlarıyla birlikte istihbarat teşkilatlarını oluşturmaları daha da anlaşılır olmaktadır (Balcıoğlu, 2001: 102, 112).

İstihbarat, kelime manası itibariyle Arapça istihbar (Haber ve bilgi alma, duyma. İstihbar etmek, haber almak, duymak öğrenmek) (Meydan Larousse, 1971: 516) kelimesinin çoğulu olarak; haberler veya yeni öğrenilen bilgiler, haber alma demektir (Özdağ, 2002: 109 ; 2009: 17). İstihbar-at, "*savaşta düşmanın durumunu, amacı ve niyeti ile savaşılacak arazinin iklim ve*

meteoroloji durumları hakkında elde edilecek bilgileri değerlendirerek kullanılacak hale getirmek" (Okyanus, 1971: 1250) veya "*yeni öğrenilen bilgiler, haberler; duyum, haber alma, bilgi toplama*" (TDK, 1988: 989; Devellioğlu, 1988: 547) şeklinde tanımlanmaktadır.

Aslında bir ülkenin istihbarat faaliyetlerine bakışına dair en önemli ipucunu, istihbarat kelimesinin, o dilde içerdiği anlamlar vermektedir. Türkçede ihbar kelimesi "*ele verme*", muhbir kelimesi de "*ihbarcı*" gibi, toplumsal alanda olumsuz çağrışımlar barındıran sözcüklerdir. Bu yapının da işaret ettiği üzere, istihbarat kelimesi Türk halkı tarafından saygınlıkla karşılanmamış (Özkan, 2003: 24-25), korkulan, sık sık olumsuz anlamda kullanılan, uzak durulması gerektiği düşünülen bir faaliyet biçimi olarak algılanmıştır (Özdağ, 2002: 109). Öte yandan, İngilizce konuşan Anglosakson toplumlarında, istihbarat kelimesinin karşılığı "*intelligence*" kelimesidir. Bu kelime, "*zekâ*", "*akıl*", "*bilgi*" gibi anlamlara gelmektedir. Bu ülkelerde, kelimenin anlamı ile ilişkili olarak istihbarat, entelektüel bir faaliyet olarak algılanmaktadır (Özkan, 2003: 24-25). Almancada ise "*Nachrichten*" yani "*haberler*" kelimesi kullanılır. Fransızcada, "*işaret, aydınlanma, öğretme, öğrenme*" anlamlarına gelen "*reseignement*" kelimesinin bu alanda yerleştiğini görüyoruz. Ruslarda ve bazı Slav ülkelerinde "*güvenlik*" kelimesi bu alanda anahtar durumundadır. Eski Doğu Bloku ülkelerindeki bu "*güvenlik*" sözü tercihi, hep dış tehlike veya tehdit psikozu altında olduklarını, korunma içgüdüsünü gösterirse de dışa dönük yani casusluk yoluyla bilgi toplamak, istihbarat yapmak işlerinde aktif ve becerikli oldukları bilinmektedir (Girgin, 2003: 123).

Yukarıdaki bilgilerden anlaşılacağı üzere, istihbarat konusunda bilinçli toplum, istihbaratı sakınılması, uzak durulması gereken bir örgütlü dedikodu mekanizması olarak değil, zekânın ürünü bir politik gereklilik olarak görmektedir (Özdağ, 2009: 512).

İstihbaratın üretilebilmesi için sadece haberin, bilginin ve belgenin toplanması yeterli değildir. Elde edilen haberin, bilginin ve belgenin belli bir sistematik içerisinde işlenmesi gerekir. Önemli bir haber, doğru bir şekilde değerlendirilemediği takdirde, yanıltıcı sonuçlara yol açabilir (İlter, 2002: 2).

İstihbaratta olayın başlangıcında elde edilen bilgiler küçük parçacıklar şeklindedir. Bu bilgileri istihbarat haline getirerek, olayın fotoğrafını görme imkânına kavuşmak istenilmektedir. Bilgiyi toplamakla görevli olan istihbarat görevlisi, resmin tamamını görme imkânına kavuşamayabilir. Analizi yapan görevli ancak dağınık bilgileri birleştirerek resmin tamamını görebilecektir (Güven, 2006: 12; Turgud, 1954: 3-4).

İstihbarat, bilinenin ona eklenilen yeni bilginin ve sonunda bunların karışımının yorumunun tümüdür (Özdağ, 2009: 29). İstihbaratçılıkta ilk elde edilen haber ve duyum (enformasyon) "çiğ", bilgi (knowledge) ise "pişmiş" veriler olarak değerlendirilebilir (Yılmaz, 2005: 8).

Bilgiler ve haberler, parça parça toplanır ve birbirine eklenerek işe yarar bir dosya halini alır. (Turgud, 1954: 3-4). İstihbaratın üretilebilmesi için ise, sadece haberin, bilginin ve belgenin toplanması yeterli değildir. Elde edilen haberin, bilginin ve belgenin belli bir sistematik içerisinde işlenmesi gerekir. Önemli bir haber, doğru bir şekilde değerlendirilemediği takdirde, yanıltıcı sonuçlara yol açabilir (İlter, 2002: 2).

Mustafa Kemal Paşa, istihbaratın önemini, "*Yolunda yürüyen bir yolcunun yalnız ufku görmesi kâfi değildir. Muhakkak ufkun ötesini de görmesi ve bilmesi gerekir.*" ile "*Felaket başa gelmeden evvel önleyici ve koruyucu tedbirleri düşünmek ve almak gerekir. Felaket başa geldikten sonra dövünmenin faydası yoktur.*" (Tezsever, 1999: 106) sözleri ile belirtmiştir.

3. İstihbarat Çarkı

İstihbarat faaliyetleri, istihbarat toplamak için yapılan bütün eylem ve işlemleri içine alan çalışmalardır. Toplanan haberler aşağıda belirtilen dört aşamaya göre işlem gördükten sonra ilgililerin kullanımına sunulmaktadır:

-İstihbarat ihtiyaçlarının tespiti ve toplama çalışmalarının yönlendirilmesi,

-Haberlerin toplanması,

-Toplanan haberlerin işleme tabi tutulması ve değerlendirilmesi,

-Elde edilen istihbarat sonuçlarının yayımı ve kullanılması (Çınar, 1997: 129).

İstihbarat faaliyeti kesintisiz süren bir çalışmadır ve bu faaliyet, bütün istihbarat kuruluşları tarafından bir çarka benzetilmektedir. ABD'de uygulanan istihbarat çarkı beş aşamalı olarak gösterilmektedir. Bizdeki uygulamadan tek farkının işlem ve değerlendirme basamaklarının ayrı safhalarda ele alınması olduğu görülmektedir (İlter, 2002: 2, 82; Fidan, 1999: 10-11). Bu çark, siyasi ve askerî karar alıcılardan bir talep gelmese de sürekli dönen bir çarktır. Plan dışı istek diye adlandırılan istekler yapılmaya başlanır ve bilgi akışı, toplamaya odaklanarak geliştirilir (Özdağ, 2009: 373-374). İstihbarat çarkı safhalarında, nitelikli insan gücü, özel eğitim, eyleme dönük çalışmalar, ilgili kişi ve kuruluşlarla verimli koordinasyon gibi hususlar da önemli rol oynamaktadır (Çınar, 1997: 105-107; Alsancak, 2001: 18).

Çarkın birinci safhasında, istihbarat ihtiyaçları tespit edilir ve operasyon birimlerine iletilir. İkinci safhada, operasyon birimleri, belirli planlar doğrultusunda açık ve kapalı kaynaklardan haberleri toplar ve değerlendirme ünitesine aktarır. Üçüncü safhada, operasyon birimlerinden ve diğer kaynaklardan gelen haber, kıymetlendirilir, yani haberin istihbarat değerinin, haberin alındığı kaynağın güvenilirliği ve haberin doğruluk derecesi tespit edilir. Müteakiben bilgi ve belgeler analize tabi tutularak işlenir. Dördüncü safhada ise, istihbarat niteliği kazanan raporlar zamanında ve süratle ilgililere yayınlanır. ilgililer yalnız bu istihbaratı kullanmakla kalmazlar, sürekli olarak gözden geçirilen ve

değerlendirilen öncelikler çerçevesinde yeni istihbarat ihtiyaçlarını tespit ederler (İlter, 2002: 2-3; Kennedy, 1995: 1).

İşte, birbirini takip eden dört safhadan oluşan ve dördüncü safhasından sonra yeniden ilk safhaya dönülen bu faaliyete "İstihbarat Çarkı" adı verilmektedir (Şenel ve Şenel, 1969: 28-30; İlter, 2002: 3; Çınar, 1997: 129; Meydan Larousse, 1971: 516).

İstihbaratçılar tarafından elde edilip değerlendirilmeyen bilgilerin hiç bir değeri yoktur. Çünkü bilgi sadece yer değiştirmiştir. Herhangi bir amaca yönelik olarak işlenmemiş ve yerinde potansiyel olarak durmaktadır. İstihbaratta, bilgileri toplama ve bunları değerlendirme önemlidir. Çünkü istihbarattan yararlanan birimlerin yapacağı işlerde bu istihbarat hep ilk adımı oluşturmaktadır. Zira bu birimlerin politikalarına, tutumlarına hep bu bilgiler yön vermekte; bazı durumlarda ise söz konusu bilgiler kararlarının yönünü ve şeklini tayin etmektedir.

4. Türk Kurtuluş Savaşı'nda İstihbarat Çarkının İşletilmesi

Seçilmiş bir politikanın uygulanması için çalışan istihbarat, en etkili istihbarattır. Ulusal bir politika belirlenmeden önce, istihbaratın gereken bilgi ve değerlendirme alt yapısını sağlaması ve istihbaratın politika belirlemedeki rolü, ulusal güvenlik için hayatidir. Ancak, ulusal politikanın çelişkili olması ya da belirgin bir politika seçilmeden istihbaratın üretilmesi istihbaratın gücünü azaltır (Yılmaz, 2005: 114-115). Millî politikanın oluşturulmasında istihbarat ile siyasî yapı ilişkisi, bilgi-eylem ilişkisi kadar önemli bir faktördür (Özdağ, 2009: 19).

Kurtuluş Savaşı istihbaratının en net ve avantajlı yönü burada yatmaktadır. Millî hedef; hayatta kalma mücadelesi ve başarısızlık halinde yok olma tehlikesi ile karşı karşıya bulunulmasıdır. Mustafa Kemal Paşa bu hedefi "*Ya istiklal, Ya ölüm*" şeklinde ifade etmiştir. Bu net hedef, askerî ve siyasî çalışmalara yön verirken elbette istihbarata da doğrudan, açık, anlaşılır bir hedef vermiştir. Ayrıca haber toplama gayretlerinin başlatılmasında, bilgi ihtiyaçlarının belirlenmesinde ve yönlendirilmesinde ilk hareketi başlatmıştır. Belki istihbarat çalışmaları, özellikle İstanbul açısından başlangıçta kendiliğinden gelişmiş olsa da sonrasında Mustafa Kemal Paşa'nın Anadolu'ya geçişiyle birlikte inisiyatifi ele almasıyla bir anlam kazanmıştır. Çünkü bunun öncesinde toplanan haberlerin, kurtuluş yönünde bir etkisi olabilmesi için belli bir merkezde analiz ve değerlendirmeye tabi tutulması ve sonrasında üretilen istihbaratın belli bir maksat doğrultusunda harekât icra eden birimlerin planlarına yön vermesi mümkün gözükmemektedir.

Bu çalışma kapsamında incelenen kaynak ve arşiv belgelerinde, İstanbul'da faaliyet gösteren gizli gruplar ile Anadolu'daki teşkilatların Erkan-ı Harbiye-i Umumiye Riyaseti (EHUR)'ne gönderdikleri birçok haber raporu tespit edilmiştir. Yanı istihbarat çarkının haberlerin

toplanması safhası için sayısız örnek göstermek mümkündür. Ancak çalışmanın ana amacı istihbarat çarkının dört aşamasının EHUR tarafından işletilip işletilemediği olduğu için söz konusu dört aşamayı kapsadığı tespit edilebilen örneklere bu kısımda yer verilecektir.

4.1. Ankara'nın Avrupa Basınını Takibi

Avrupa'daki gelişmelere ve O'nun Anadolu hakkındaki görüşlerine büyük önem veren Ankara, Matbuat ve İstihbarat Umum Müdürlüğü'nün Roma şubesi tarafından İngiltere, Fransa ve İtalya'da çıkan gazetelerin suretlerinin çevrilmek üzere Ankara'ya gönderilmesine ilave olarak (Sonyel, 1995: 214-215), (P) Teşkilatı'nın da kadrosunda bulunan tercümanlar vasıtasıyla ulaşabildiği yabancı yayınları takip etmesini ve elde edilen bilgileri ilgililere ulaştırılmasını sağlamıştır (Pehlivanlı, 1992: 20). Açık kaynakların kullanımı, istihbaratın oluşturulmasında maliyetsiz seçeneklerden birisidir. Özellikle günümüzde, ülkelerin oluşturdukları istihbaratın büyük bir oranı açık kaynaklarda yer alan haberlerin değerlendirilmesi sonucunda ortaya çıkmaktadır. Kurtuluş Savaşı'nda Mustafa Kemal Paşa'nın Avrupa Basınını yakından takip ettiğini bu örnekte görmekteyiz.

4.2. Mustafa Kemal Paşa Tarafından, On beşinci Kolordu'ya Gönderilen Şifreler

12 Aralık 1919 tarihinde, Temsil Heyeti adına Mustafa Kemal Paşa tarafından, On beşinci Kolordu Komutanlığı'na 'Kişiye Özel' olarak gönderilen şifrede, "*Padişahın onayına sunulan ve İngiliz delegeleriyle eski başbakan Damat Ferit Paşa arasında kararlaştırılan ve imza olunan 12.9.1919 tarihli gizli antlaşma suretinin, bu kez İstanbul'dan elde edildiği, teyit ve doğrulanması için esasının ele geçirilmesine çalışıldığı*" (ATTB, 2006: 149-150) ifade edilerek, yedi maddeden oluşan anlaşmanın detayları verilmektedir.

Söz konusu anlaşmaya ilişkin daha önce bazı duyumların intikal ettiği, bu kez anlaşma suretinin ele geçirildiği, ancak konuya hassasiyet gösteren Mustafa Kemal Paşa'nın, anlaşma esasının elde edilmesi için, gerekli yerlere talimat verdiği anlaşılmaktadır. Hayati önemi haiz durumlarda, sadece duyumlara müstenit veya kopya evraklara dayanarak, kesin bir değerlendirmede bulunmak istemeyen ve konu tam olarak açıklığa kavuşturulmadan stratejik seviyede atılacak adımlarda geriye dönüşün mümkün olamayabileceğini hesaba katan Mustafa Kemal Paşa'nın, haberin kesin teyidi sonrasında, Millî Mücadele'nin tavrını belirlemeye çalıştığı düşünülmektedir. Ayrıca şifrede, konuya ilişkin bir değerlendirmenin yer almaması veya Komutanlığa bir görüş sorulmamasının nedenleri olarak da konunun netlik kazanmamış olması gösterilebilir.

29 Mart 1920 tarihinde, Temsil Heyeti adına Mustafa Kemal Paşa tarafından, On beşinci Kolordu Komutanlığı'na 'Geciktirilmesi uygun değildir' ibaresiyle gönderilen şifrede, "*İngiliz uçak gemisinin İzmit'e geldiği, Boğazların İtilâf Devletleri Yönetimi'ne verileceği, Cevat*

Paşa'nın Ankara'ya hareket ettiği, 30 Mart Salı günü çok sayıda bomba yüklü 40-50 kadar uçağın Anadolu'ya geçerek toplu halde gördükleri Millî Kuvvet birliklerine saldıracakları haberinin alındığı, Karadeniz Boğazı'nın her iki kıyısının İtalyan Yönetimi'ne ve Çanakkale Boğazı'nın, Rumeli kıyısının İngiliz ve Anadolu kıyısının Fransız birliklerinin koruyuculuğu ve yönetimi altına verileceğinin İtalyan ajansı tarafından bildirildiği, Cevat Paşa ile birlikte tutuklanan yaveri Tahir Bey'in kaçtığı ve önemli raporları alarak Ankara'ya hareket ettiği" (ATTB, 2006: 298) hususları belirtilmektedir.

Şifre birden fazla hususu içermekle birlikte, çok sayıda uçağın Anadolu'ya geçişi haberi nedeniyle, birliklerin gerekli tedbirleri acilen alabilmesine fırsat yaratabilmek amacıyla, 'Geciktirilmesi uygun değildir' ibaresiyle gönderildiği değerlendirilmektedir.

30 Mart 1920 tarihinde Temsil Heyeti adına Mustafa Kemal Paşa tarafından, On beşinci Kolordu Komutanlığı'na gönderilen şifrede, "*Bekir Sami ve Veli Beylerin İstanbul'dan Anadolu'ya hareket ettikleri, İtalyan kaynaklarından sızan bilgilere göre, ayın yirmi beşinde barış antlaşmasının İstanbul Hükümeti'ne bildirildiği ve şimdilik resmî olarak açıklanmadığının öğrenildiği ve İstanbul'dan araştırılmasına girişildiği, Temps gazetesinin açıklamasına göre, Franchet d'Esperey'in Osmanlı Avrupa'sındaki ve İngiliz Generali Milne'nin de Anadolu'daki İtilâf Devletleri Başkomutanlığı'na atandığı, İtalyanların İstanbul'da hiçbir işgal bölgesi olmadığından, işgal şeklini konferans katında protesto ettiklerinin öğrenildiği, Times'ın verdiği bilgilere göre, General Kropatkin'in Bolşevik Hükümeti'ni yönettiği, Brozilov'un da Orduyu kumanda ettiği, haberlerin bir kısmının, son Bulgar gazetelerine dayanarak ve Kırkkilise'den (Kırklareli) verildiği*" (ATTB, 2006: 298-299) belirtilmektedir.

Buradaki her üç şifre de, istihbarat çarkının son safhası kapsamında, elde edilen bilgilerin ast komutanlıklara yayımının yapıldığını görmekteyiz.

4.3. III No.lu THA'nın Raporu

III No.lu THA'nın, Garp Cephesi İstihbarat Şube Müdürlüğü'nün emri üzerine, Alpu ve Eskişehir civarındaki Yunan faaliyetlerine ilişkin yapmış olduğu araştırma sonuçlarını içeren 22 Ekim 1921 tarihli raporda; "*Düşmanın Eskişehir-Bilecik hattını tahkim etmesi nedeniyle, Eskişehir ile irtibat kurmanın ve düşman hakkında malumat elde etmenin oldukça zor olduğu, bu bakımdan Eskişehir'e 'muhbir' göndermekte teşkilatın zorlandığı, teşkilatın düşman güçleriyle beraber yerli bozgunculara da uğraşmak durumunda kaldığı, gönderilen muhbirlerin işgal altında bulunan ahali tarafından ya ihbar edildiği veyahut düşmana teslim edildiği, Beypazarı'ndan Kayılı Tevfik Efendi isimli zatın muhbir olarak Mihalıççık-Sarıköy*

istikametine gönderildiği, ancak Dinek köylülerinin anılanı düşmana teslim ettiği" (Pehlivanlı, 1993: 13) ifade edilmektedir.

Teşkilat, bütün bu zorluklara rağmen muhbirlerini Söğüt'ün kuzeyinden ormanlar arasından Bozüyük'e, oradan da Eskişehir'e ulaştırabilmektedir. Muhbirlerin düşman hakkında oldukça önemli bilgiler elde ettikleri görülmektedir. III No.lu THA'nın, 24 Ekim 1921 tarihli bir diğer raporunda; "*Düşmanın, Eskişehir'in kuzeyinde, Bozdağ-Beşkardeşler dağı hattında tertiplendiği, bu tümenin, alay karargâhlarının Aşağı Söğüdönü, Yukarı Söğüdönü'ne yerleştiği, tümende on adet sahra ve on dört adet dağ topu bulunduğu, düşmanın Eskişehir bölgesindeki zahireyi Bursa ve Kütahya'ya sevk ettiği, Eskişehir'de bir cephane deposunun infilak ettiği, bunu Yunanlıların lüzumsuz yere ateşlediği, tümen ve alay numaralarının öğrenilemediği*" (Pehlivanlı, 1993: 14) kaydedilmektedir.

İşgal edilmiş bölgede, düşmanın almış olduğu tedbirler nedeniyle haber toplamanın güçlükleri bulunmakla birlikte, bölge ahalisinin düşman hakkında bilgi edinilmesini önlemesi, başta İstanbul'daki mevki makam sahiplerinden başlayan hıyanet yarışının bazı bölgelere kadar sirayet ettiğini ve aynı zamanda düşman propagandasının halk üzerinde tesir ettiğini göstermektedir.

THA'nın hazırladığı bu haber raporlarına bakıldığında, görev öncesinde haber isteklerinin çok iyi belirlendiğini, raporu düzenleyenin ne hakkında haber toplayacağını iyi bildiğini, dolayısıyla haber toplama gayretinin iyi seviyede sevk ve idare edildiğini söyleyebiliriz.

4.4. İtalyan Tüccar Martino'dan Alınan Bilgiler

Batı Cephesi Komutanlığı İstihbarat Şubesi'nin, 23 Haziran 1921'de Eskişehir'den İsmet Paşa imzası ile EHUR'a gönderilen yazısında, Martino ismindeki İtalyan tüccarın Yunanlı bir Albay'dan aldığı belirtilen ve Yunanlıların Bursa ve Eskişehir bölgesindeki konuş/kuruluşuna ilişkin bilgiler bulunmaktadır. İstihbarat Şubesi, İtalyan tüccarın sızdırdığı bilgileri tümüyle inandırıcı bulmamakta ve bazı noktalara çekince koymaktadır. Ancak bazı yönlerin dikkat çekici olduğu da açıklanmaktadır (Hiçyılmaz, 1994: 126-127).

İsmet Paşa, rapor hakkında, "*Verdiği kuruluş, numaraları bakımından bildiğimiz şekilde değilse de, teşkilatı bakımından pek yabana atılacak bilgiler değildir. Komutanların isimleri büyük ihtimalle gerçeğe yakındır. Bu Albay, ya durumu bilmiyor ya da kasten bu bilgileri veriyor." yorumunda bulunmakta*", ayrıca *"İtalyan casus Martino'nun bu bilgileri ücret karşılığında verdiğini ve kendisine (Martino) istihbarat ödeneğinden iki bin lira ödendiğini, ihtiyatla karşılanan bilgilere karşın bağlantıyı kesmemeyi ve kaptırılan iki bin liraya karşılık en fazla yararın sağlanması gerektiğini, anılana bundan sonra para verilmeyeceğini, fakat verilme sözü*

ile oyalanacağını, teklif ettiği Ordu şifre anahtarı ile diğer bilgilerin elde edilmesine çalışacağını" (HTVD, 1974: 1546) ifade etmektedir.

Haber toplamada yabancılardan da faydalanıldığı gösteren örnekte, elde edilen bilgilere ilişkin, önce Garp Cephesi Komutanlığı'nda, bilahare EHUR'da değerlendirmelerde bulunulduğu, intikal eden bilgilerde dikkati çeken yeni hususların bulunmasıyla birlikte mevcut bilgilerle bazı tutarsızlıklar içerdiği, dezenformasyon olma ihtimalinin göz ardı edilmediği anlaşılmaktadır. Bilgilerin bir kısmının gerçek duruma aykırı bulunması ve iki bin lira ödemesinden söz edilmesinden, bilginin bir aracı vasıtasıyla Cephe karargâhına iletildiği sonucuna varılabilir. Direkt olarak gelmiş olsa, Cephe'nin tamamı hakkında genel duruma hâkim olan değerlendirme ünitelerinin, bilginin kıymeti konusunda bir kanaat vereceği, böylelikle iki bin liralık bir meblağ yerine, kaynağın sonradan getirebileceği bilgilerin önünü kesmemek açısından daha küçük bir ödeme yapılmasının mümkün olabileceği düşünülmektedir.

4.5. Hilafet Ordusu Planlarının Ele Geçirilmesi

Yüzbaşı Galip (Vardar) tarafından, Hilafet Ordusu'nun kuruluş hazırlıklarının Topkapılı Cambaz Mehmet Bey'e, oradan da Ankara'ya Mustafa Kemal Paşa'ya duyurulmasının ardından, Ankara'dan, "*Kuva-yı İnzibatiye'nin tertip ve teşkiline dair emirlerin suretleriyle, Anzavur'a Paşalık payesi verilerek millî kuvvetlerimize karşı bir çete teşkil etmesi yolundaki talimatlar, Bolu-Düzce kesiminde padişah taraftarı bir kuvvetin teşkili ve bütün bunların Hilafet Ordusu bünyesinde toplanmaları konusunda verilen bilgilerin alındığı, her ne şekilde olursa olsun bu orduların harekât planlarının elde edilmesine kesin zaruret bulunduğu*" hususlarını içeren talimatın alınmasıyla, M.M. Grubu, Yüzbaşı Galip (Vardar)'den konu üzerinde çalışmasını talep etmiştir. İstihbarat ihtiyacını belirleyen Ankara, gönderdiği talimat ile haber toplama gayretlerinin yönlendirilmesini sağlamıştır.

İki gün sonra, Üsküdar arabacılar kâhyası Etem Pehlivan İzmit üzerinden; İtalyan Ballon Bourg gemisine ateşçi olarak yerleştirilen Başgedikli Ihsan Efendi, deniz yoluyla İnebolu üzerinden; Beykoz'dan portakal sandıkları içerisinde İnebolu'ya silah taşıyan Hıdır Reis, ayrı ayrı yönlerden Ankara'ya gönderilerek, "Hilafet Orduları Harekât Planı"nın kopyaları, Mustafa Kemal Paşa'ya ulaştırılmıştır (Salışık, 1999: 35-36).

Hilafet Ordusu'nun kuruluşun önceden bildirilmesi ve harekât planlarının öğrenilerek ona göre tedbirlerin alınabilmesi, istihbarat çarkının bir bütün olarak başarılı bir şekilde işletilmesine örnektir.

4.6. Garp Cephesi (P) Teşkilatı Raporu

Garp Cephesi (P) Teşkilatı'nın, 13 Ekim 1920 tarihinde, Cephe Komutanlığı'na verdiği raporda; "*29 Eylül 1920'de Uşak çevresini işgale başlayan Yunanlıların, Uşak istasyonunun 2-3 km. güneyinden başlayarak, tren hattının 2-5 km. doğusundaki sırtları ele geçirdiği, Kuyucak (Uşak'ın güneyinde) mevkiinin 3 km. güney doğusundaki tepelerde, üç makineli tüfek ve 150 Yunan piyadesinin mevzilendiği, Uşak istasyonunun 2,5 km. güneydoğusuna ise 7,5'luk bir topun yerleştirildiği, istasyon ile şehir arasındaki mezarlık karşısında ise, tahminen 300 kadar katırın bulunduğu, ancak, bu katırların hangi sınıf askere ait olduğunun tespit edilemediği, Uşak içerisinde şapkalarında 34 rakamı bulunan birçok askerin bulunduğu, Uşak merkezinde İkinci Fırka Komutanı Tuğgeneral Suluhopolos'un bulunduğu, Yunanlıların, ekonomik ve idari bazı uygulamalarda bulunduğu, Uşak'tan dışarıya hububat sevkinin yasaklanarak, tamamının askere tahsis edildiği, savaş yılları içinde Türk parasının değerinin, Yunan drahmisine göre iyi durumda olduğu, halk ve tüccarın, Türk parasına daha çok değer verdiği, Yunanlıların, şehirde ele geçirdikleri bütün hayvanlara el koyduğu, sadece Uşak'tan değil, civar köy ve kasabalardan da dışarıya hayvan sevkinin yasaklandığı, aksine hareket edenlerin cezalandıracaklarının bildirdiği, Uşak'ta bulunan bütün kahvehanelerin meyhaneye çevrildiği, 29 Eylül 1920'den itibaren Uşak'a giriş için belge istenmeye başlandığı, çevre köy ve kasabalardan gelenlerin, Uşak'a girebilmek için 'hüviyet ilmühaberi' getirmek zorunda olduğu*" (Pehlivanlı, 1991: 155-156) ifade edilmektedir.

Askeri bilgilerle birlikte ekonomik istihbarata yönelik bilgileri de içeren yukarıdaki raporun, mükemmel bir haber raporu olduğunu söyleyebiliriz. Raporun niteliğinden, istihbarat ihtiyacının iyi belirlendiği ve haber toplayıcının ne tür bilgileri tespit edeceği konusunda eğitimli olduğu sonuçları çıkarılabilir.

4.7. Hava Keşif Raporu

Turgut Özakman, Ağustos 1921 tarihleri arasında gerçekleştirilen bir hava keşfine ilişkin şunları aktarmaktadır: "*Tek kişilik avcı uçağı ile sağlıklı keşif yapılabilmesi için pilotların gözlem eğitimi almış olmaları gerekirdi. Bu konuda en yetişkin pilot Fazıl'dı, O uçacaktı. Akşam keşfi için Albatros D-III hazırlandı. Bu güzel uçağa İzmir adını vermişlerdi. Fazıl, keşif uçuşundan iki saat sonra döndü. Alkışlarla karşılandı. Raporunu telefonla Binbaşı Tevfik Bey'e yazdırdı. Hava keşif raporu, Paşaları rahatlattı. Fazıl, demiryolu kuzeyinde bir tümen, Sakarya'nın kolları arasında dört-beş, Sakarya'nın güneyinde üç tümen saptamıştı. Bu durumda düşmanın ağırlık merkezi ortadaydı. Kuzeyden gelmeyeceği anlaşılıyordu. Ya merkezden saldıracaktı ya da merkezde zayıf bir kuvvet bırakıp güneye sarkacaktı. Askerlik sanatınca doğru olan güney kanada yönelmesiydi. Ama bunun için güneye çark etmesi, Sakarya'yı aşması, yayılarak güney kanada yanaşması gerekiyordu. Bu bir hafta demekti. Bu*

amatörce plan, Türk ordusuna en çok ihtiyacı olduğu şeyi, zamanı kazandıracaktı. Bir hafta, bu kritik dönemde, büyük bir nimetti. Hemen iki tümen güneye kaydırıldı. Ertesi gün bu kanatta inceleme yapmaya karar verdiler. Güney (sol) kanat büyük önem kazanmıştı. Savaş burada düğümlenecekti." (Özakman, 2005: 318-319).

Düşmanın arazide nasıl tertiplendiğinin tespiti, Ordu harekât tarzlarının belirlenmesinde önemlidir. Kurtuluş Savaşı'nda Ordu'nun sahip olduğu sınırlı hava kuvvetinin, diğer görevlerinin yanı sıra keşif maksatlı olarak da kullanıldığını bu örnekte görmekteyiz. Bir istihbarat ihtiyacı ile başlayan, keşif ile düşman tertibatının belirlenmesi, komutanların, pilotun tespitlerinden yola çıkarak, duruma ilişkin değerlendirme yapmaları ve kendi harekât tarzlarını tespit etmeleri ile devam eden süreci içeren bu örnek olayda, istihbarat çarkının tam bir döngüsünü görmek mümkündür. Verilen karar sonrasında, gelişen durumla bağlantılı olarak, istihbarat sürecinin kesintiye uğratılmadan, sürekli olarak devam ettirildiği düşünülmektedir.

4.8. Ankara'nın Eskişehir-Afyon Hattındaki Düşman Durumu Hakkındaki Bilgi Talebi

Kurmay Binbaşı Tevfik Bey imzasıyla Felah Grubu'na gelen şifreli telgrafta, "*Batı Anadolu'da, Eskişehir-Afyon hattına çekilerek yerleşen ve burada esaslı tahkimata giriştiği anlaşılan Yunan Ordusu hakkında kesin bilgi edinilmesi lüzumu hâsıl olmuştur.*" denmektedir.

Ankara'nın bu talebi üzerine, Grup sorumlusu Ekrem (Baydar) Bey'in, Yunan Ordusu'nun son durumu hakkında bilgi edinmek için Felah Grubu içinde kime görev vereceği konusunda muhakeme yaptığını görüyoruz. Bu muhakemede, Ekrem Bey İngiliz karargâhında görevli Pandikyan, Mısırlı Han'da faaliyet gösteren Hüseyin Nail Bey, Hilal-i Ahmer Cemiyeti Başkanı Hamit Bey ve Fransız Karargahı'nda irtibat subayı olan Yüzbaşı Kemal Bey arasında haberin karşı tarafa hissedilmeden elde edilebilmesi yönünde bir değerlendirme yapmış ve görev için en uygun personelin Yüzbaşı Kemal Bey olduğuna karar vermiştir (Baydar, 27.10.1970).

Haber toplayıcıların imkân ve kabiliyetlerinin değerlendirilmesi soncunda seçilen Yüzbaşı Kemal Bey, Fransız istihbarat subayı ile olan arkadaşlığının avantajını da kullanarak, Yunan Ordusu konuşlanmasını gösterir bir harita elde etmiştir. Harita üzerinde, Yunan Ordusu'nun Batı Anadolu'daki en ileri hatlarına kadar bütün mevzileri, topçu gözetleme yerleri, tahkimat ve gelişme yönleri, büyük birliklerin yerleri ile Yunan Başkomutanlığınım ihtiyatının yeri gösterilmektedir. Harita fotokopisi, hemen o gece bir kurye ile Ankara'ya gönderilmiş, şifre ile de istenilen bilginin kurye ile gönderildiği bildirilmiştir (Baydar, 28.10.1970).

Talep edilen bilginin hassasiyetine göre tüm haber toplayıcıları harekete geçirilmeyebilir. Birden fazla ajanın araştırmaya yöneltilmesi sonucunda, gayretlerin farkına varabilecek karşı taraf istihbaratının alacağı ilave tedbirler, haberi elde etmeye daha yakın olanın da faaliyette

bulunmasına engel olacaktır. Burada, Ekrem Bey'in, Ankara'nın istihbarat isteği ve Grup kabiliyetleri konusunda yaptığı iyi tahlil neticesinde isabetli bir seçim yaptığını görmekteyiz.

Yunan birliklerine dair haritanın fotokopisinin içerdiği ayrıntılar nedeniyle bu denli teferruatlı istihbarat raporu olamayacağını düşünen İsmet Paşa ve kurmayları, yanıltma için tertiplenmiş olabileceği kuşkusuna kapılmıştır. Kuşkuları akla yatkın bulan Mustafa Kemal Paşa, Felah Grubu'na bilgilerin kaynağını sorar, ancak kaynağın herhangi bir vasıta ile açıklanmasında mahzur gören Grup, sadece bilgilerin kesin doğru olduğunu bildirmiştir (Baydar, 28.10.1970).

Mustafa Kemal Paşa, Batı cephesindeki denetlemeleri esnasında, Sapanca'da, Ekrem Bey ile yüz yüze bir görüşme gerçekleştirmiştir (Baydar, 29.10.1970). Görüşmede, bilginin nasıl elde edildiğini Ekrem Bey anlatmıştır. Mustafa Kemal Paşa'nın görüşme öncesindeki gelişmelere ilişkin olarak, "*haritanın elde edildiği kaynağın, telgraf üzerinde tüm ısrarlara rağmen bildirilmemesinden, kaynağın esaslı olduğuna kanaat getirdiğini, Yunan Ordusu hakkında Erkan-ı Harbiye'deki mevcut bilgilerle bu haritadaki bilgilerin karşılaştırılmasını istediğini, güçlü ve uzak mesafeye sızabilecek iki keşif kolu tertip edildiğini, Yunan cephesinde haritada mevcut gösterilen güçlü birlik noktalarını bu keşif kolları vasıtasıyla yoklayarak düşmanın açacağı ateşin şiddetine göre, Grubun temin ettiği bu harita fotokopisinin değerlendirilmesi emrini verdiğini*" ifade ettiği belirtilmektedir.

Haritada yer alan bilgiler sayesinde, "*Yunan topçusunun gözetleme yerleri, Türk topçu birliklerine verilerek, öncelikle Yunan topçu gözetlemesinin tahrip edilmesi, Yunan topçusunun gözleri körleştirilerek, Yunan piyade birliklerinin kendi topçularının desteğinden mahrum bırakılması, Topçu desteğinden yoksun kalan Yunan mevzilerinin, Türk topçusu tarafından kısa zamanda çökertilmesi ve Türk piyadelerinin topçu ateşi altında kalmadan Yunan ileri mevzilerine kadar sokulması*" faydalarını sağlamış ve Büyük Taarruz'un kazanılmasına büyük katkı sağlamıştır (Baydar, 30.10.1970).

Yunan Ordusu'nun tertiplenmesi hakkındaki bilgileri içeren haritanın, gerçekliğinin sorgulanması ve kaynağının öğrenilmeye çalışılması doğaldır. Doğruluğundan emin olunduğu takdirde, harekât planlarının bu haritadaki bilgiler çerçevesinde revize edilmesi gerecektir. Gene bilgiyi gönderen Grubun, kaynağı telgraf haberleşmesi üzerinden açıklamak istememesi de olağan karşılanmalıdır. Mustafa Kemal Paşa'nın, harekât planlarını söz konusu bilgiler üzerine çatmadan önce, yüz yüze bir görüşme gerçekleşinceye kadar bilgilerin teyit veya tekzibi konusunda talimat vermesi isabetli bir karar olarak görülmelidir.

EHUR'nin de, 24 Eylül 1922 tarihinde göndermiş olduğu Yunan kuvvetlerine ilişkin bilgi talebinin ayrıntılı sorular içermesi, ne yönde bilgi talep ettiğini daha net ve açık olarak ortaya koyduğunu göstermektedir (ATASE Arş., İSH, K.1716, G.52, B.52-1/2.). EHUR ayrıca

haberlerin tek bir havuzda toplanarak daha sıhhatli istihbaratın üretilmesi amacıyla, istihbaratın yalnızca kendisine bildirilmesini istemiştir (ATASE Arş., İSH, K.1708, G.64, B.64-1.). Bu örnekte, istihbarat çarkının dört aşamasını da görmekteyiz.

5. Sonuç

İstanbul'da birden fazla grubun olması, koordinasyon açısından bir zorluk olarak gözükse de, Kurtuluş Savaşı'nın ihtiyaçları açısından bu durumun bir dinamiklik getirdiği söylenebilir. Teşkilat-ı Mahsusa örgütünün ve birçok muharebe yaşamış komutanların tecrübelerinden faydalanılmasıyla istihbarat çalışmalarında yabancı istihbarat servislerinin faaliyetlerine başarıyla karşılık verildiği görülmektedir.

Dönemin istihbarat faaliyetlerinde, istihbarat ihtiyacının belirlenmesi, haber toplama gayretlerinin yönlendirilmesi, toplanan haberlerin analize tabi tutulmasıyla değerlendirmenin ortaya konması ve ilgililere yayınlanması safhalarının başarıyla uygulandığını görmekteyiz.

Düzenlenen haber raporlarına bakıldığında, haber isteklerinin çok iyi belirlendiği, raporu düzenleyenlerin ne hakkında haber toplayacağını iyi bildiği, dolayısıyla haber toplama gayretlerinin iyi seviyede sevk ve idare edildiği anlaşılmaktadır.

Çalışma içerisinde incelenen olaylara bakıldığında, muharebe alanında olduğu gibi istihbarat alanında da üstün gözüken düşmana karşı, eldeki tüm imkânlar sonuna kadar kullanılarak başarılı istihbarat çalışmaları gerçekleştirildiği görülecektir. İşgal Devletleri'nin tüm aktif mukavemetine rağmen askeri başarıların tamamlayıcısı olan istihbarat faaliyetleri, Ankara Hükümeti'nin kontrolünde bulunan istihbarattan sorumlu tüm birimler tarafından en üstün şekilde yerine getirilmiştir.

Çarkın son safhası olan yayım ve kullanmasında ürün, ihtiyaç duyan ilgili kişi ve kuruluşlarla paylaşılır. Bu bağlamda, Türk Kurtuluş Savaşı için üretilen tüm istihbaratın da tek bir merkeze (EHUR) aktığı, bu süreç esnasında askerî ve siyasî karar alıcının bir olduğu dikkate alındığında, olağanüstü durumlar için askerî ve siyasî gelişmelerin tek elden sentezlenmesi suretiyle doğru sonuçların yaratılabileceği görülmüştür. Elbette burada üretilen istihbaratın isabetli, zamanında ve uygun hedeflere yönelik olarak kullanılması çok önemlidir. Bunda da yönetici kadroların yetenek ve kapasitesi ön plana çıkacaktır. Türk Kurtuluş Savaşı'na bakıldığında, muharebe alanında olduğu gibi istihbarat alanında da Mustafa Kemal Paşa faktörü ortaya çıkmış ve bu faktör, Türk milleti için bir şans, rakip/düşmanlar için Anadolu macerasında yolun sonu olmuştur.

KAYNAKÇA

Atase Arş., İSH, K.1716, G.52, B.52-1/2. (EHUR tarafından Felah Grubu'na 24.09.1922 tarihinde gönderilen ve gruba 26.09.1922 tarihinde ulaşan telgraf).

Atase Arş., İSH, K.1708, G.64, B.64-1. (EHUR tarafından 17.03.1922 tarihinde Felah Grubu'na gönderilen yazı).

Akkor, Feridun. (1966). *Casuslar Çarpışıyor,* Kardeş Matb., Ankara.

Alsancak, Hasan. (2001). *İstihbarat Kavramının Yeni Görünümü ve Türkiye'deki Uygulamaları,* (Gazi Ün. Yüksek Lisans Tezi), Ankara.

Atatürk'ün Tamim, Telgraf ve Beyannameleri (ATTB). (2006). Haz: Mehmet Akif TURAL, Ali SEVİM, İzzet ÖZTOPRAK, ATAM Yay., Ankara.

Balcıoğlu, Mustafa. (2001). *Teşkilat-ı Mahsusa'dan Cumhuriyete,* Nobel Yay., İstanbul.

Balcıoğlu, Mustafa. (1992). "Kendi Belgeleriyle Teşkilât-ı Mahsûsa Yahut Umur-u Şarkiye Dairesi", *Türk Dünyası Tarih Dergisi,* S.67, İstanbul.

Baydar, Ekrem. (1970). "Mustafa Kemal'in Gizli Teşkilatını Ben İdare Ediyordum", *Cumhuriyet Gazetesi***,** 27-30 Ekim 1970.

Çeliktepe, Atilla. (2002). *Teşkilat-ı Mahsusa'nın Siyasi Misyonu***,** IQ Kültür Sanat Yay., İstanbul.

Çınar, Bekir. (1997). *Devlet Güvenliği, İstihbarat ve Terör,* Sam Yay., Ankara.

Devellioğlu, Ferit. (1988). *Osmanlıca-Türkçe Ansiklopedik Lugat,* Aydın Kitabevi, Ankara.

Fidan, Hakan. (1999). *Intelligence and Foreign Policy: A Comparison of British, American and Turkish Intelligence Systems,* (Bilkent Ün. Basılmamış Yüksek Lisans), Ankara.

Girgin, Kemal. (2003). *Modern İstihbarat ve Türkiye,* Okumuş Adam Yay., İstanbul.

Güven, Ertuğrul. (2006). *Stratejik İstihbarat,* ASAM Yay., Ankara.

Harp Tarihi Vesikaları Dergisi (HTVD**).** (1974). S.71, Ves. No. 1546, ATASE Yay., Ankara.

Hiçyılmaz, Ergun. (1994). *Osmanlıdan Cumhuriyete Gizli Teşkilatlar,* İstanbul.

İlter, Erdal. (2002). *Millî İstihbarat Teşkilatı Tarihçesi,* Ankara.

Kahn, David. (2002). "İstihbaratın Tarihsel Teorisi" Avrasya Dosyası, *Uluslararası İlişkiler ve Stratejik Araştırmalar Dergisi*, İstihbarat Özel Sayısı, S.2, Ankara 2002, s.12-13. (Bu makale, Intelligence and National Security Dergisi'nin 2001 yılı sonbahar sayısındaki "An Historical Theory of Intelligence" adlı makaleden çevrilmiştir.).

Kennedy, William V. (1995). *İstihbarat Savaşı,* Çev: Gülşah UNCU-Cengiz AYDIN-Nejat KAYINOVA, Ankara.

Kutch, Ruth. (1939). "İngiltere'nin Dördüncü Silahı Gizli Teşkilat", *Ulus Gazetesi,* 13.3.1939.

Meydan Larousse, (1971). c.VI, Haz: Safa KILIÇOĞLU, Nezihe ARAZ, Hakkı DEVRİM, Meydan Yay., İstanbul.

Okyanus Türkçe Sözlük. (1971). C.II., Haz.: Pars TUĞLACI, Pars Yay., İstanbul.

Özakman Turgut. (2005). *Şu Çılgın Türkler,* Bilgi Yay., İstanbul.

Özdağ, Ümit. (2002). "Stratejik İstihbarat" Avrasya Dosyası, *Uluslararası İlişkiler ve Stratejik Araştırmalar Dergisi*, İstihbarat Özel Sayısı, S.2, Ankara.

Özdağ, Ümit. (2009). *İstihbarat Teorisi,* Kripto Yay., Ankara 2009.

Özkan, Tuncay. (2003). *MİT'in Gizli Tarihi,* Alfa Yay., İstanbul.

Pehlivanlı, Hamit. (1991). "Askeri Polis Teşkilatı İstihbarat Raporlarında Batı Cephesi'nde Yunan Askeri Harekatı ve Zulmü", *ATAM Dergisi,* Cilt VIII, S.22, Kasım, Ankara.

Pehlivanlı, Hamit. (1992). *Kurtuluş Savaşı İstihbaratında Askeri Polis Teşkilatı,* Genkur. Basm., Ankara.

Pehlivanlı, Hamit. (1993). Kurtuluş Savaşı İstihbaratında Tetkik Heyeti Amirlikleri, Genkur. Basm., Ankara.

Salışık, Selahattin. (1999). *Kurtuluş Savaşı'nın Gizli Örgütü M.M. Grubu,* Kaynak Yay., İstanbul.

Sonyel, Salahi R.(1995). *Kurtuluş Savaşı Günlerinde İngiliz İstihbarat Servisi'nin Türkiye'deki Eylemleri,* TTK Yay., Ankara.

Stoddard, Philip H. (2003). *Teşkilat-ı Mahsusa,* Çev:Tansel Demirel, Arma Yay., İstanbul..

Sun Tzu-Wu. (1976). *Harp Sanatı,* Çev: Lionel GILES, İngilizceden Türkçeye Çev: Mert BAYAT, Harp Akademileri Yay., İstanbul.

Şenel, Muazzez ve Şenel A.Turhan (1969). *Ana Hatları ile İstihbarat Casusluk-Propaganda Sabotaj-Yıkıcı Faaliyetler Bunlara Karşı Koyma ve Polis,* E.G.M. Yay., Ankara.

Türk Dil Kurumu (TDK) Türkçe Sözlük. (2005). TDK Yay., Ankara.

Tezsever, Serhat. (1999). *Millî Güvenliğimiz İçinde İstihbarat,* İ.Ü. Yay., İstanbul.

Turgud, Hüseyin. (1954). *Gizli Düşman Faaliyeti, Casusluk, Propaganda, Bozgunculuk,* Ankara.

Yılmaz, Sait. (2005). *Ulusal Güvenlik ve İstihbarat: Türkiye ve ABD Üzerine Kavramsal Bir Çerçeve,* (Gazi Ün. Basılmamış Doktora Tezi), Ankara.

Yurtsever Serdar. (2008). Milli Mücadele Dönemi İstihbarat Faaliyetleri Örnek Olay İncelemeleri (1919-1922), Atatürk Araştırma Merkezi Yay., Ankara.

Yurtsever Serdar. (2015). Milli Mücadele İstihbaratında İstanbul'da Gizli Bir Grup: Felah, Berikan Yay., Ankara.

3rd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 28-30 June 2019, Lefkosa

Sivil Toplum Kuruluşlarının Bölgesel Kalkınmadaki Rolünün Değerlendirilmesi

Prof. Dr. Mehtap ÖZDEĞER
Faculty of Economics, Department of Economics, Istanbul University, Istanbul/TURKEY

Asst. Prof. Dr. Suna Muğan ERTUĞRAL
Faculty of Economics, Department of Economics, Istanbul University, Istanbul/TURKEY

Merve DÖLEK
Social Sciences Institute, Department of Economics, Istanbul University, Istanbul/TURKEY

ÖZET

Dünyada yaşanan ekonomik ve toplumsal gelişmeler doğrultusunda önem kazanan sivil toplum kuruluşları, toplumların sosyo-ekonomik ve kültürel kalkınmışlık sorunlarının çözülmesi ve toplumun temel ihtiyaçlarının giderilmesi ve demokratik haklarının değerlendirilmesi konularında, toplumlardaki değişim ve gelişim sürecini hızlandırıcı bir fonksiyonu üstlenen önemli kuruluşlardır. Bölgelerarasındaki gelişmişlik farkının giderilmesi yönünde geliştirilen kalkınma politikalarında devletin etkin rolü son derce önem arz etmektedir. Ancak kar amacı taşımayan ve özerk kuruluşlar olan sivil toplum kuruluşları gönüllülük esasına dayanan çalışmaları ile merkezi hükümetin çalışmalarının paralellerinde bölgenin ekonomik, sosyal ve kültürel açıdan kalkınması için önemli çalışmalar yürütmektedirler. Tarihsel süreçte incelediğimizde vakıflar, dernekler, kooperatifler, meslek örgütlenmeleri köklü kuruluşlar olarak bu konuda toplumsal yararlılıklar sağlamışlardır. Bu çalışma kapsamında tarihsel süreçte etkili olan bu sivil toplum kuruluşlarının gelişimi, bölgesel kalkınmaya olan etkilerinin değerlendirilmesi ele alınacaktır. Çalışmanın amacı sivil toplum kuruluşlarının ekonomik ve sosyal yaşamı düzenleyen ve bölgesel kalkınmanın sağlanmasındaki etkin rolünün değerlendirilmesidir. Bu çalışma literatür taraması, istatistiki verilerin değerlendirilmesi ve bölgesel kalkınmada sivil toplum kuruluşlarının öneminin incelenmesiyle sonuçlandırılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Sivil toplum Kuruluşları, Bölgesel Kalkınma, Vakıflar, Dernekler, Kooperatifler, Meslek örgütlenmeleri

ABSTRACT

Non- Government Organizations, which have gained importance in line with the economic and social developments in the world, are important organizations that assume a function to accelerate the process of change and development in societies in order to solve socio-economic and cultural development problems of societies and to fulfill basic needs of society and to evaluate democratic rights. The effective role of the state in the development policies developed to eliminate the development disparities between regions is of utmost importance. However, non-profit and autonomous non-governmental organizations carry out important works for the economic, social and cultural development of the region in parallel with the activities of the central government through their voluntary works. When we examined the historical process, foundations, associations, cooperatives, professional organizations have provided social benefits in this regard as rooted organizations. In this study, the development of these non-governmental organizations which are influential in the historical process and their effects on regional development will be discussed. The aim of the study is to assess the effective role of non-governmental organizations in regulating economic and social life and ensuring regional development. This study will be concluded by analyzing the literature, evaluating statistical data and examining the importance of non-governmental organizations in regional development.

Keywords: Non-Governmental Orgaznizations, Regional Devolopment, Foundations, Associations, Cooperatives, Professional Organizations

GİRİŞ

Ülke ekonomisinin bir parçası olan bölge ekonomisinin sosyo-ekonomik gelişimi kalkınmanın temel unsurudur. Bölgesel kalkınmanın sağlanması amacını taşıyan makroekonomik bir değerlendirme bölgelerarası dengesizlik ve eşitsizliklerin ortadan kaldırılması bakımından önemlidir.

Makro planlar ve değerlendirmeler geniş kapsamlı olup, sosyal kazançların azami kılınması ve sosyal kayıpların mümkün olan en düşük düzeyde tutulması amacını taşımaktadır(Öney, 1977: 49). Bu temel amaç ise bölgelerarası gelişmişlik farkının azaltılması ve bölgesel kalkınmanın sağlanması bakımından önem arz etmektedir. Bölgelerarasındaki gelişmişlik farkının giderilmesi yönünde geliştirilen kalkınma politikalarında devletin etkin rolü son derece önem arz etmektedir. Ancak süreç içinde devletin kaynakların dağılımının sağlanması ve dengesiz gelişmeyi önlemek için doğrudan destek sağlanması yönündeki yaklaşım çok merkezi bir müdahale olarak kabul edildiğinden yönlendirici ve destekleyici bir yaklaşım daha fazlaca kabul görmektedir. Bu kapsamda doğrudan müdahale bölgesel kalkınmada devletin sorumluluğu kamu ve özel kurumların birlikte sorumluluğuna doğru evrilmiştir. Kamu ve özel aktörlerin etkinliği, bölgelerarası dengesizliğin giderilmesinde ve bölgesel kalkınmanın sağlanmasında asli bir rol oynar.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Kalkınma kavramı ve olgusu genel hatlarıyla, toplumsal ve iktisadi yapıda meydana gelen niceliksel ve niteliksel önemli bir değişim süreci olarak tanımlanmaktadır(Mıhçı, 2001: 152). II. Dünya Savaşı sonrasında yaygınlaşan ulusal kalkınma arayışları ve kalkınmayı sağlayacak yöntemlere artan ilgi, gelişmişlik ve azgelişmişlik tartışmaları içerisinde bir kalkınma yöntemi olarak plânlamanın öne çıkmasıyla kalkınma ve plânlama kavramlarının da sıklıkla kullanılmasına sebep olmuştur (Ekiz, 2005: 99). II. Dünya Savaşının sonunda ilk kalkınma planları oluşturulduğunda, temel amaç kamu sektöründeki öncelikleri belirlemeye yönelik olmuştur (Lewis, 1966: 14).

1990'lı yıllardan itibaren artan küreselleşme eğiliminin sonucu olarak devletin rolünün ekonomide giderek azalması gerektiği anlayışı, bölgesel kalkınma politikalarının oluşturulmasında da etkisini göstermiş ve yeni yönetişim anlayışları ortaya çıkmıştır. Bu yeni anlayışın esası; yerel yönetimlerin bölgelerin oluşturacağı politikalarda etkinliğinin artırılması, idari birimler, özel sektör, sivil toplum kuruluşları ve üniversitelerarası işbirliğinin artırılarak, kalkınma politikalarının o yöreyi bilen kurum ve aktörler tarafından oluşturulması, yönlendirilmesi ve uygulanmasını içermektedir (Işık, 2010: 2). Sürdürülebilir sosyo-ekonomik

kalkınmanın sağlanmasında beşeri ve sosyal sermayenin önemini ortaya koyan büyüme ve kalkınma teorileri çerçevesinde bölgesel işbirlikleri ve kurumsal yapılar önem kazanmıştır. Bu kapsamda sosyal, ekonomik ve çevreyi kapsayan çalışma alanları olan örgütlü yapılar gelişme göstermiştir.

Toplumlar örgütlü ve organize olarak ekonomik, sosyal, kültürel ve siyasal özellikli ihtiyaçların karşılaması amacıyla dernek, vakıf, menfaat birliği, baskı grubu, oda, inisiyatif grubu, güç birliği v.s. adıyla bir teşkilatlanma yolunu tercih etmektedirler. Hızla gelişen bu tür organizasyonlarla donatılmış toplumlara sivil toplum, ve organizasyonların kendisine de sivil toplum kuruluşları (STK) adı verilmektedir (Talas, 2011: 398).

Sivil Toplum Kuruluşları

Son yıllarda, gönüllü kuruluşlar olan sivil toplum kuruluşlarının toplumda ekonomik, sosyal, siyasal ve kültürel yaşamda üstlendikleri görevler ve bu kapsamdaki gelişme yönünde katkı sağlamayı amaçlayan faaliyetleri büyük önem kazanmıştır.

Sivil toplum, küçük çaplı gönüllü kuruluşların devletin kamusal sorunlar hakkında ürettiği çözümleri denetleyen ve bu çözümleri açıkça tartışarak katkıda bulunan ve bu anlamda çoğulculuğu esas alan bir yapıdır (Kaya, 2008: 16-17). Sivil toplum kavramı, batı toplumlarının gelişim süreci ve siyasal geleneğinin içinde doğup gelişmiştir (Özer, 2008: 87). Sivil toplum kavramının bugünkü modern dünyada kazandığı anlam itibariyle kullanımının Batı'da 12. yüzyıl ile 19. yüzyıl arasında yaşanan değişim ve dönüşümlerin sonucu olarak bir zaman diliminde geliştiği ifade edilmektedir (Kaypak, 2012: 35).

Sivil toplum kavramı, son yıllarda hükümet dışı kuruluşların toplum yaşamında üstlendikleri rollerin analizinde genel bir çerçeveyi tanımlamaktadır. Bu örgütler Birleşmiş Milletler Ana Sözleşmesinde "Non Governmental " olarak adlandırıldığından, uluslararası literatürde de NGO kavramı daha yaygın olarak kullanılmaktadır (Saltık, 2008: 37). Sivil toplum, gönüllü, kendi kendini oluşturan, kendi desteklerine sahip, devletten bağımsız, özel alan ile devlet arasında aracı niteliğindeki örgütlü sosyal yapısı ile hem devlet iktidarını sınırlayıcı, hem de o iktidarı hukuka dayandığı sürece meşrulaştırıcı bir gücü oluşturmaktadır (Akçadağ, 2010: 2).

Tüm dünyada sivil toplum konusuna artan ilgi, sosyal teorideki popüler bir konusu haline gelmesi yönünde bir gelişime evrilmiştir. Günümüzde sivil toplum örgütleri toplumları yönlendiren, adeta bir itici güç olarak önemli rol bir üstlenmektedirler. Hükümet dışı organizasyonların Dünyadaki olumlu yöndeki gelişiminden Türkiye de etkilenmiştir. Sivil toplum kavramının canlanması ve toplumsal dönüşümler, sivil toplumun daha katılımcı politika oluşturma sürecinde dinamik ve duyarlı olması yönünde bir süreci başlatmıştır.

Sivil toplum kuruluşlarının toplumsal ve siyasal hayatta, kamuoyu oluşturmak, bireylerin taleplerinin dile getirilmesine yardımcı olmak, çoğulcu toplum yapısının sağlanmasına katkıda bulunmak, siyasal partiler üzerine baskı kurmak ve devlet aygıtının gerçekleştirdiği uygulamalar ile pazar ekonomisinin dayattığı bazı mekanizmalara karşı koruyucu tampon işlevi görmek gibi çeşitli işlevleri bulunmaktadır (Emini, 2013: 52-53).

Sivil toplum kuruluşları yapı, faaliyet ve tür açısından çok çeşitlilik göstermektedir. Bunlar arasında din, eğitim, hayır işleriyle uğraşan kuruluşlar, bilimsel, edebi kuruluşlar, özel-kamu vakıflar, çeşitli yurttaşların oluşturduğu cemiyetler, sosyal yardım kuruluşları, ticaret ve sanayi odaları, işçi, işveren, tarımsal vb. kuruluşlar yer almaktadır. Bu tür kuruluşlar kar amacı gütmemekte ve ortaklarına kar payı dağıtmamaktadırlar (Kaya, 2008: 23). Devletin müdahalesi olmaksızın sosyal grup ve kategorilerin kendi geleceklerini ve stratejilerini tayin etme hakkına ve önceliğine sahip olmaları gerekir. Böyle bir hak ve öncelik oluşmazsa sivil toplum söz konusu değildir (Kaypak, 2012: 45).

Ancak kar amacı taşımayan ve özerk kuruluşlar olan sivil toplum kuruluşları gönüllülük esasına dayanan çalışmaları ile merkezi hükümetin çalışmalarının paralellerinde bölgenin ekonomik, sosyal ve kültürel açıdan kalkınması için önemli çalışmalar yürütmektedirler.

Sivil Toplum Kuruluşlarının Bölgesel Kalkınmadaki Rolü

Ekonomik, sosyal ve kültürel yönden bölgeler arası gelişmişlik farkını ortadan kaldırmak amacıyla uygulanan politikalara bölgesel kalkınma politikaları denmektedir. Devletler, kalkınmayı sağlamak amacıyla, başta iktisadi alanda olmak üzere, birtakım kalkınma politikaları geliştirmişlerdir. Günümüzde toplumsal, ekonomik ve kültürel sorunların hız kazanması ile etkili çözüm önlemlerinin alınması bir zorunluluk olmuştur. Bu sebeple, ülkemizde de toplumun değişimini hızlandıran ve kalkınmaya yön veren bütünleşik çalışmalar ve kurumlar son derece etkin olmaktadır.

Özellikle 1990'lı yıllarından sonundan itibaren sivil yapılanmalar ve kuruluşlar oluşmaya başlamıştır. Bu organizasyonlar, gönüllülüğü ve kalkınmayı temel amaç edinerek, önemli çalışmalar gerçekleştirmişlerdir. Avrupa Birliği'ne uyum süreci kapsamında yapılan yasal düzenlemeler ve küreselleşme olgusunun gelişmesi ülkemizde sivil toplum kuruluşlarının sayılarının ve işlevlerinin artması için gerekli ortamı hazırlamıştır (Kahraman, 2016: 175). Bu nedenle sivil toplum demokratikleşme ve kalkınmanın aracı olarak görülmeye başlamıştır. Günümüzde birçok alanda önemli faaliyetleri sürdüren sivil toplum kuruluşları, kamu ve özel sektör ile birlikte adeta üçüncü bir sektör gibi etkin olmaktadır. Bu organizasyonların etkinlikleri ve faaliyetleri tarihsel süreç itibariyle değerlendirdiğimizde uzun bir geçmişe dayanmaktadır.

Türkçe yazınlarda sivil toplum kuruluşları eskiden “cemaat”, “cemiyet”, “tarikat”, “lonca”, “vakıf” gibi kavramlarla adlandırılırdı. Oysa tarihsel süreçte sivil toplum kuruluşlarını tanımlamak için ülkemizde daha farklı kavramlar da kullanılmıştır. Bunlar, vakıf, dernek, sendika, oda, kooperatif, kulüp, platform gibi, değişik amaçlar için oluşturulan sivil toplum kuruluşlarını ifade etmek üzere STK, NGO, üçüncü sektör, gönüllü kuruluşlar vb. gibi kavramlar şeklinde literatürde yer almıştır (Özdemir ve diğerleri, 2009, s. 156). Tarihsel süreçte incelediğimizde sivil toplum kuruluşlarının başlangıcı sayabileceğimiz vakıflar, dernekler, kooperatifler, meslek örgütlenmeleri köklü kuruluşlar olarak bu konuda toplumsal yararlılıklar sağlamışlardır.

Vakıflar- Dernekler- Meslek Örgütleri- Kooperatifler

Tarihsel süreçte bölgesel kalkınmanın sağlanmasında vakıflar önemli görev yüklenmiş bulunmaktadır. Vakıflar, Osmanlı Devleti’nde, sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel faaliyet alanı kapsamında teşkilatlanmış sivil toplum kuruluşlarının ilk örnekleri olmuş kuruluşlardır. Osman Devleti bu bağlamda «vakıf medeniyeti» olarak vasıflandırılmıştır. Vakıflar, zenginden fakire kaynak dağılımını sağlamak bakımından da önem arz eden yardımlaşma kurumları fonksiyonunu yürütmektedir. Eğitim, sağlık, din hizmetleri, ilmi faaliyetler, bayındırlık işleri gibi sosyal bir devletin yapması gereken işler Osmanlı'da vakıflar kanalıyla yerine getirilmiştir. Vakıflar, Osmanlı Devleti’nde kurulmuş oldukları bölgenin iktisadi ve sosyal kalkınmasında önemli ve aktif şekilde rol üstlenmiştir. Osmanlı Devleti’nin şenlendirme, imar ve iskân etme politikası olarak adlandırılan bu görev içinde henüz yerleşim yeri olmayan veya eski canlılığını kaybetmiş, bölgede bir cami etrafında medrese, aşhane, misafirhane (tabhane), hastane (tımarhane, darüşşifa), hamam ve kervansaray gibi din, kültür ve sosyal yardım kuruluşları ile bu tesislerde görev yapacak olan memur ve hizmetliler için yapılacak ikametgahlar, su şebekesi, kanalizasyon gibi beledi tesisler, bu tesislere sürekli bir gelir sağlamak ve her biri sanat ve ticaret erbabına tahsis edilmek üzere inşa edilen çarşı, han, hamam ve dükkanlar ile mumhane, sabunhane, boyahane gibi imalathaneler, bayram ve pazar yerler yeni kurulacak bir şehrin veya eski bir şehrin yeniden canlandırılmasında temel alt yapı tesislerini teşkil ediyordu. “İmâret Sitesi” veya “Külliye” denilen bu yapı grupları yeni kurulacak şehirlerin çekirdeğini teşkil ediyordu. Bu tesislerin kuruluş ve işletme sermayesi ise servet sahibi kişilerin kurdukları vakıflardan veya devlete ait olan arazilerin temlikname yoluyla belirli kişi ve kuruluşlara verilmesinden meydana geliyordu (Barkan, 2000: 996-998)

19. yüzyılda Osmanlı Devleti’nin Batılılaşma teşebbüsleri kapsamında başlayan yenileşme hareketleri vakıflar alanında da görülmüş ve vakıflar merkezi devletin inisiyatifi altına girmiştir

(Yediyıldız, 2012: 485). Vakıf emlak ve akarının devletin kontrolüne geçmesi ile sivil inisiyatifin alanı giderek daralmıştır.

Tarihsel süreçte bölgesel kalkınmanın sağlanmasında etkin rol oynayan diğer bir kuruluş da ahi teşkilatı ve esnaf loncalarıdır. Ahilik teşkilatı Osmanlı merkezi devletin güçlenmesinden sonra esnaf loncaları halini almış meslek örgütleridir. Aynı nevi malı üreten esnafın sosyal ve iktisadi yardımlaşma esası altında birleşmesiyle oluşan bu birlikler üretilen malın nevi ve özelliklerine göre tanzim edilmiş kurallarla idare edilmektedir. Esnaf birlikleri hem kendi kendilerinin hem de devletin sıkı kontrolü altındadır. Burada asıl amaç tüketicinin aşırı kar etmek isteyen muhtekirlerden korunmasıdır (Kala, 1995: 426). Sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel faaliyet alanı kapsamında örgütlü bir yapıda sivil dayanışma örnekleri bu yapılar Cumhuriyet döneminde de varlığını hızlanarak sürdürmektedir. Ancak sayı ve etkinlik alanı bakımından sınırlı olmaları sebebiyle kuruluş yılları itibariyle net bir değerlendirme çok mümkün olmamıştır. Özellikle 1990'lı yıllardan itibaren sayılarının artması ile toplumsal hayatta düzenleyici bölgesel kalkınmanın sağlanmasında etkin rol üstlenmişlerdir.

Tablo 1. Vakıfların Yıllara Göre Dağılımı (1980-17.07.2018)

Yıllar	Adet (Sayı)
1980	604
1990	2.356
2000	4560
2010	4.504
2017	5.099
2018	5.158

Kaynak: T.C. Vakıflar Genel Müdürlüğü, https://www.vgm.gov.tr/vak%C4%B1f-i%C5%9Flemleri/vak%C4%B1f-istatistikleri/yeni-vak%C4%B1flar, Erişim Tarihi 15.06.2019

Vakıflar; sosyal yardım, hayır işleri, eğitim, kültür ve sağlık alanında etkin olmaları sebebiyle bölgesel kalkınmanın sağlanmasında önemli kurumlar olmaktadır.

Sivil örgütlenme adına önemli yapılardan birisi olan dernekler; hukuki bir varlık olarak birçok yükümlülüklere sahiptirler. Derneklerin sorumluluklarının asli tarafı yasalarla, tali tarafı ise dernek tüzükleri ile düzenlenmektedir (Şimşek, 2017: 1). Dernekler mesleki, kültürel, sosyal, ekonomik ve hukuki yönlerden hak ve menfaatleri araştırmak, korumak, dayanışmayı ve yardımlaşmayı sağlama amacı taşıyan önemli sivil toplum kuruluşları olarak bölgesel gelişmişliğe katkı sağlayan yapılar olarak kabul edilmektedirler.

Tablo 2. Derneklerin Bölgelere Göre Dağılımı (%)

Bölgeler	(%)
Marmara Bölgesi	% 34.69
İç Anadolu Bölgesi	% 18.72

Ege Bölgesi	%13.17
Karadeniz Bölgesi	%11.81
Akdeniz Bölgesi	%10.21
Güney Doğu Anadolu Bölgesi	%6.43
Doğu Anadolu Bölgesi	%5.46

Kaynak:T.C. İç İşleri Bakanlığı, Sivil Toplumla İlişkiler Genel Müdürlüğü, https://www.siviltoplum.gov.tr/derneklerin-bolgelere-gore-dagilimi, Erişim Tarihi 15.06.2019

Altyapı ve üstyapı bakımından gelişmiş bölgelerin sivil toplum kuruluşlarının yoğunlaştığı coğrafi dağılım itibariyle değerlendirildiğinde batı bölgelerinde STK'ların sayısal olarak daha ağırlıklı oldukları görülmektedir.

Ticaretin gelişmesine paralel olarak 15. yy'da ortaya çıkan esnaf örgütlenmeleri Osmanlı'da Lonca ismini ile mensubu olan sanatkar, esnaf arasında sosyal eşitliği ve dayanışmayı sağlamak, mesleki faaliyetlerin uygulanışını düzenlemek ve denetlemek görevini uygulayarak ekonominin ve sosyal hayatın gelişimine katkı sağlamışlardır. Bugün de meslek örgütlerinin benzeri şekilde faaliyetlerini sürdürmektedirler.

Yurtdışında ve yurtiçinde eğitim görerek mezun olan mühendislerin Türkiye'deki ilk örgütlenmeleri 1908 yılında kurulan Osmanlı Mühendis ve Mimar Cemiyeti olmuştur. Cemiyetin amaçlarının başında; "Osmanlı mühendis ve mimarlarının hukukunu muhafaza etmek" gelir. Bu örgütlenme ve sonrasında kurulan kimi birlik ve dernekler, 1954 yılında kurulacak Türk Mühendis ve Mimar Odaları Birliği'nin (TMMOB) öncüsü olmuştur. 6235 sayılı yasayla kurulmuş olan TMMOB, T.C. Anayasası (1982) 135. maddesinde tanımlanmış "Kamu Kurumu Niteliğinde Meslek Kuruluşu" dur. Daha sonra çok sayıda birlik kurularak bu gelişimi izlemiştir (Dursun, 2013: 34). Meslek örgütlenmeleri, mesleki dayanışma örgütleri olarak çok yönlü hizmetler sunabilmektedirler. Mesleki kuruluşlar; üyelik temelli özel amaçla kurulan kuruluşlardır.

Meslek kuruluşları, üyeliğin gönüllü olduğu, sivil toplumun değerlerine, demokratik esaslara ve serbest piyasa sistemine uygun olarak "kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşu ve üst kuruluşu" şeklindeki kamusal tipteki mesleki örgütlenme modeli ekonomik ve sosyal kalkınmışlığın sağlanmasında önemli işlevleri yerine getirebilme kapasitesine sahip kurumlardır.

Bir diğer sivil toplum kuruluşu olan Kooperatifler ise, sanayi devrimi ile anlam kazanmıştır. Kooperatifler, ortak ekonomik sosyal ve kültürel ihtiyaç ve menfaatleri çerçevesinde gönüllü olarak bir araya gelmiş kişilerin demokratik olarak kontrol ettiği özerk organizasyonlardır. Bunlar, yalnızca kar elde etme amacıyla değil belirli ilke ve değerler etrafında çalışan özellikleri kaynaklı olarak gelişmişlik ve kalkınmanın sağlanmasında önemli ve etkin kuruluşlar olmuşlardır.

Türkiye'de kooperatifçilik hareketi, Osmanlı Devleti döneminde Mithat Paşa'nm "Memleket Sandıkları" ile başlamış ve daha sonraki yıllarda dönemin koşullarına göre aşama aşama ilerlemesini sürdürmüştür. Mithat Paşa ile atılan ilk adım, II. Meşrutiyet yıllarında, Cumhuriyet döneminde hem düşünsel hem de eylemsel açıdan gelişmiştir (Kocabaş, 2003:16). Türkiye kooperatifçilik hareketinde 1969 yılında 1163 sayılı Kooperatifler Kanunu'nun yürürlüğe girmesi önemli bir gelişmedir.

Kooperatifler demokrasiyi ve bireysel girişimciliği geliştiren ve tekelci yapılanmaları engelleyen sistematik bir oluşumdur. Bu anlayış ile içinde bulunduğu ekonomik sistemde rekabeti arttırıcı ve kaynakların verimli dağılmasına olumlu katkısı olan kooperatifler bir işbirliği kapsamında sosyo-ekonomik kalkınmayı etkilemektedir (Çetin, 2009: 36). Kooperatifçiliğin tarihi gelişme sürecinde hükümetlerin desteği ve verdiği teşviklerin kooperatiflerin gelişmesinde önemli rol oynadığı görülmüştür. Bu teşvikler, kooperatiflerin büyümesine ve sayısal olarak artmasına neden olmuştur. Devlet destekleri, devlet güdümlü kooperatifleri ortaya çıkarmıştır. Devletin kooperatiflere olan desteği anayasa ve beş yıllık planlara da yansıyarak, uzun yıllar devam etmiştir. Türkiye'de kooperatifçilik tabandan gelen bir hareketten ziyade, tepeden gelen yani devlet öncülüğünde oluşmuştur. Bu durum ise kooperatifçiliğin gelişmesini engellemiştir. 1990'lı ve 2000'li yıllarda küreselleşmenin de etkisiyle kooperatiflerde devlet desteklerinin azalması ve devlet öncülüğün kalktığı bir dönem olmuştur (Bilgin, 2008: 137). Bu sebeple sayısal olarak bir gerileme söz konusudur. Ancak birliklerin oluşması finansal ve toplumsal krizlerin aşılmasında ve kalkınmanın sağlanmasında önemli kuruluşlardır.

Kooperatif	Sayı 2014	Sayı 2016
Kooperatif sayısı	12.099	13.128
Kooperatif Birlik sayısı	115	
Birliklere üye kooperatif sayısı	2.200	
Kooperatif ortak sayısı	1.952.307	

Birlik üyesi kooperatif ortak sayısı	1.264.131

Tablo 3. Kooperatif Sayısı (2014-2016)

Kaynak: T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü. http://koop.gtb.gov.tr/data/5331a0e7487c8eb1e43d72a5/kooperatif%20istatistikleri%20b%C3%BClteni.pdf, Erişim Tarihi 15.06.2019.

2014-2016 yılları arası kooperatiflerin sayı itibariyle artmış olduğu görülmektedir. 2016 Verileri itibariyle, Kooperatiflerin % 16.7'si birliklere üye olup, birlik üyesi kooperatiflerin ortak sayısı, toplam ortak sayısının % 64.7'sidir (http://koop.gtb.gov.tr).

Kooperatifleri tarımsal kooperatifler ve tarım dışı kooperatifler şeklinde sınıflandırmak mümkündür. Özellikle tarımsal ve tarımsal kalkınma kooperatifleri bölgesel kalkınmanın sağlanmasında önemli rol oynamaktadırlar. Hazırlanan 5 Yıllık Kalkınma Planlarında kooperatifçiliğin geliştirilmesi önemle ele alınmış ve le tarımsal kooperatifçilik, kalkınma politikasının önemli araçlarından kabul edilmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışma kapsamında tarihsel süreçte etkili olan bu sivil toplum kuruluşlarının gelişimi, bölgesel kalkınmaya olan etkilerinin değerlendirilmesi ele alınmıştır. Dünyada ve Türkiye'de sivil toplum kuruluşları toplumsal kalkınmanın sağlanmasında farklı yapılanmalarla ve temel işlevleri aynı olan farklı adları alan örgütlerle son derce etkin rol oynamaktadırlar. STK'ları toplumsal, ekonomik ve sürdürülebilir kalkınma konularından oluşan geniş bir alanda etkili olmalarının yanı sıra, barışın sağlanması, insani yardım ve insan haklarının korunması gibi konularda etkilidirler. Aynı zamanda kendilerine mali destek sağlayan kurumlara karşı hesap verme zorunlulukları mevcuttur.

Kendi çıkarları ve karlarının maksimizasyonu dışında gönüllülük ilkesi çerçevesinde çalışan STK'ların bulundukları bölge itibariyle bölgesel kalkınmaya katkıları son derece önemlidir. Ekonomiye dayalı bir kalkınma ilkesinden öte kendileri ve toplumun tatminine, huzuruna, gelişimine ve insan yaşamının koşullarının iyileştirilmesine etki eden bir anlayışın ekonomik kalkınmadaki etkisi sürdürülebilirlik ilkesi ile örtüşen bir kalkınmaya sebep olmaktadır. İnsanı merkeze alan kalkınma/ gelişme anlayışı STK'ların işlevleri ve önemleri bakımından önem arz etmektedir.

Dünyada yaşanan toplumsal gelişmeler paralelinde gönüllülük esasına dayanan bir anlayışla bu gelişme kolay ayak uydurabilme yetenekleri bu kuruluşları bölgesel kalkınmanın sağlanmasında önemli kılmaktadır.

Ekonomik ve sosyal yaşamın düzenleyicisi olan etkin olarak kamu ve özel sektörün bölgesel kalkınma ve ekonomik kalkınmadaki etkinliğine üçüncü bir bakış açısı ve toplumsal destek anlayışı ile yaklaşan sivil toplum kuruluşları sayıları ve çalışma alanları çeşitlendikçe son derece etkin rol oynamaktadırlar. Bu sebeple bölgesel kalkınmanın sağlanmasında önem arz etmektedirler. Bu sebeple yerel, ulusal ve uluslararası boyutta değerlendirilen politikalar sivil toplum kuruluşlarını dikkate alan ve önem veren özellikler içermelidir. Bölgesel kalkınmanın ve toplumsal kalkınmanın sağlanmasında ele alınan makroekonomik politikalar içinde sivil toplum kuruluşlarının değerlendirilmesi gerekmektedir. Çünkü gönüllülük esasına dayanan ve temel amacı toplumsal kalkınma, huzur ve demokratik ve insani yaşam standartlarının sağlanması olan bu kuruluşların ekonomiye maliyet yüklememektedir. Bu sebeple kamu ve özel sektöre destek sağlayan sivil toplum kuruluşları bölgesel kalkınmanın sağlanmasında öncelikle göz önünde bulundurulması gereken toplumun temel tesisleri olmalıdırlar. Özellikle bölgesel kalkınmanın sağlanmasında ve makroekonomik dengelerin gelişiminde yerel ve merkezi hükümetlerin sivil toplum kuruluşları ile işbirlikleri önem arz etmektedir.

KAYNAKÇA

Akçadağ, E. (2010), Avrupa Birliği Sürecinde Kamu Diplomasisi Faaliyetlerinde Sivil Toplum Kuruluşlarının Rolü, www.kamudiplomasisi.org/pdf/ siviltoplumkuruluslari.pdf., Erişim tarihi: 11.07.2019.

Barkan, Ö.L., (2000), "Şehirlerin Teşekkül ve İnkişafı Tarihi Bakımından: Osmanlı İmparatorluğu'nda İmâret Sitelerinin Kuruluş ve İşleyiş Tarzına ait Araştırmalar", *Osmanlı Devleti'nin Sosyal ve Ekonomik Tarihi*, Hz. Hüseyin Özdeğer, C. 1, İstanbul.

Bilgin, N , Tanıyıcı, Ş . (2008). Türkiye'de Kooperatif ve Devlet İlişkilerinin Tarihi Gelişimi. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 2008 (2), 136-159. Retrieved from http://dergipark.org.tr/kmusekad/issue/10221/125644

Çetin, H. (2009). Kalkınma Sürecinde Kooperatifçiliğin, Sosyal, Ekonomik ve Demokratik Etkileri Üzerine Genel Bir Değerlendirme. Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, Cilt 4, Sayı 2, Aralık, http://girisim.comu.edu.tr/dergiall/eskisyilr/4in2/cetin.pdf

Ekiz, C.& Somel,A., (2005), Türkiye'de Planlama ve Planlama Anlayışının Değişimi, A.Ü. SBF-GETA Tartışma Metinleri, No 81, Ocak 2005, 97-136.

Emini, F . (2013), "Sivil Toplum Kuruluşlarının Politika Belirleme Sürecindeki Rolü: TÜSİAD Örneği", *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (36), . Retrieved from http://dergipark.org.tr/dpusbe/issue/4778/65835, 43-56., Erişim Tarihi 15.06.2019.

Dursun, O., (2013), "Örgütlenme ve Meslek Örgütü", https://dergi.bmo.org.tr/bmo-tmmob/orgutlenme-ve-meslek-orgutu, Erişim Tarihi 15.06.2019.

Işık, N., Duygu B., Onur C., (2010), "Bölgesel Kalkınma Farklılıklarının Giderilmesinde Bir Politika Aracı Olarak Kalkınma Ajansları", *Niğde Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi*, Cilt: 3, Sayı: 2, 2010, s. 1-18.

Kahraman, M. & Tamer, M. (2016), "Bölgesel Kalkınmada Sivil Toplum Kuruluşlarının Rolü", *International Journal of Academic Value Studies*, 2 (4) : 170-178. (ISSN:2149-8598), http://www.javstudies.com

Kaya, Ö., (2008), "Sivil Toplum Kuruluşları Ve Kalkınma", *Politika Dergisi*, Şubat-Ankara, http://www.politikadergisi.com/sites/default/files/kutuphane/sivil_toplum_kuruluslari_ve_kalkinma.pdf

Kala, A.,(1995), "Esnaf", *TDV İslam Ansiklopedisi*, Cilt 11, İstanbul.

Kaypak, Ş., (2012). "Devletten Yerel Yönetime Değişim Sürecinde Sivil Toplumun Yeni Yüzü", BEU *SBE Dergisi*, 1(1), 34-57.

Kocabaş Ö. Y., (2003), Türkiye"de Kooperatifçilik DüĢüncenin GeliĢimi, Tarım Ekonomisi Derneği, Tarım Ekonomisi Dergisi, Cilt: 8, 15- 24

Lewis, A.W., (1966), *Development Planning (The Essentials of Economic Policy*), 1. Baskı, Harper&Row Publishers, New York, USA.

Mıhçı, H. (2001), "Göreli Geri Kalmışlıktan Kurtulma 'Hamlesi' ve Türkiye'de Planlı Kalkınma Deneyimi (1963-1983)", *Mülkiye Dergisi*, Kasım-Aralık 2001, 231/25, 149-196.

Öney, E., (1977), *İktisadi Planlama*, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayın No: 406, Ankara Üniversitesi Basımevi, Ankara.

Özdemir, S , Başel, H , Şenocak, H . (2010). "Sivil Toplum Kuruluşları (STK)'nın Artan Önemi ve Üsküdar'da Faaliyet Gösteren Bazı STK'lar Üzerine Bir Araştırma", *Journal of Social Policy Conferences*, 0 (56), 155-234, Retrieved from http://dergipark.org.tr/iusskd/issue/886/9847,

Özer, M. (2008). "Günümüz İtibariyle Sivil Toplum Kuruluşlarının İktisadi ve Sosyal Fonksiyonları", *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (26), 86-97. Retrieved from http://dergipark.org.tr/esosder/issue/6140/82382

Saltık A., (2008). "Çağdaş Toplumlarda Gönüllü Kuruluşların Sosyo-Ekonomik Temelleri", In SÜRKAL (Ed.). *Kırsal Kalkınma Önderlerinden Dr. Ahmet Saltık'a Armağan*. 1. Baskı, (37-48). Nisan, Ankara: SÜRKAL, http://www.surkal.org.tr.

Şimşek, M. (2017), Derneklerin Yönetim Kurullarının Görev Yetki ve Sorumlulukları Nelerdir?, 10. Şubat. 2017, http://www.alomaliye.com/2017/02/10/dernek-yonetim-gorev-yetki-ve-sorumluluklari/, Erişim Tarihi, 12.07.2019.

Talas, D. (2011). "Sivil Toplum Kuruluşları ve Türkiye Perspektifi", *Türklük Bilimi Araştırmaları,* (29), 387-401. Retrieved from http://dergipark.org.tr/tubar/issue/16970/177312

T.C. İç İşleri Bakanlığı, Sivil Toplumla İlişkiler Genel Müdürlüğü, https://www.siviltoplum.gov.tr/derneklerin-bolgelere-gore-dagilimi,Erişim Tarihi 15.06.2019.

T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü. http://koop.gtb.gov.tr/data/5331a0e7487c8eb1e43d72a5/kooperatif%20istatistikleri%20b%C3%BClteni.pdf, Erişim Tarihi 15.06.2019.

T.C. Ticaret Bakanlığı, Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü, https://koop.ticaret.gov.tr/bilgi-bankasi/istatistiki-veriler/turkiye-geneli-kooperatif-ve-birlik-sayilari, Erişim Tarihi 10.07.2019.

T.C. Vakıflar Genel Müdürlüğü, https://www.vgm.gov.tr/vak%C4%B1f-i%C5%9Flemleri/vak%C4%B1f-istatistikleri/yeni-vak%C4%B1flar, Erişim Tarihi 15.06.2019.

Yediyıldız, B. (2012), "Vakıf", *TDV İslam Ansiklopedisi*, C. 42, İstanbul.

Mutluluk Ekonomisi: Türkiye Açısından Bir Değerlendirme

Asst. Prof. Dr. Süheyla ERİKLİ
Ankara Yıldırım Beyazıt University
serikli@ybu.edu.tr

ÖZET

Mutluluk ekonomisi en genel anlamı ile bir ülkedeki ekonomik göstergelerin ve uygulanan kamu politikalarının söz konusu ülke vatandaşlarının mutluluğu üzerindeki etkilerini incelemektedir. Davranışsal iktisadın alt dalı oluşturan bu alan ampirik araştırmalar ile gelişmektedir. Bu çalışmanın amacı mutluluk ekonomisinin Türkiye'de oldukça yeni bir çalışma alanı olması nedeniyle konuya dikkat çekilmesini sağlayarak bu alanın sosyal politika ile ilişkisini kurmaya çalışmaktır. Bu amaçla öncelikle mutluluk ekonomisi kavramı açıklanarak sosyal politika ile mutluluk ile ilişkili olan yerel düzeyde Türkiye İstatistik Kurumu'nun Yaşam Memnuniyeti araştırması, uluslararası düzeyde Mutlu Gezegen Endeksi ve Daha İyi Yaşam Endeksi hakkında bilgi verilmektedir. Daha sonra söz konusu endekslerde Türkiye'nin durumu incelenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Mutluluk ekonomisi, Bireyin iyi olma hali, Mutluluk endeksi

Happiness Economy: In Terms Of Turkey

ABSTRACT

Happiness economy examines the effect of economic indicator and public policies by citiziens of a country. This field is being developed by empricial researches and the sub-branch of behavioral economics.The aim of this study draw attention to happiness economy for that new study field in Turkey and establish the relationship of this field with social policy.In this study, The concept of happiness economy is explained and information about life satisfaction research of Turkish Statistical Institute, Happy Planet Index and Better Life Index. Then, the situation of Turkey is examined in these indices.
Keywords: Happiness Economy, Well-being, Happiness Index

1. Giriş

İktisat ile psikoloji biliminin kesişimini oluşturan mutluluk ekonomisi, genel anlamda ekonomik faktörlerin bireyin mutluluğu üzerindeki etkisini incelemektedir. Mutluluk ekonomisi ile ilgili yapılan çalışmalarda mutluluk kavramı ile eş anlamlı olarak yaşam memnuniyeti, öznel iyilik durumu, yaşam doyumu, özsaygı, sağlık, yaşamın önemi ve yaşam kalitesi kavramlar kullanıldığı görülmektedir (Kahyaoğlu, 2008: 21; Şık, 2016: 25).

Richard Easterlin'in 1974 yılında yaptığı çalışmada ulaştığı sonuçlar bu alanın gelişmesinde büyük rol oynamıştır. Zira söz konusu çalışmaya kadar neo-klasik iktisadın oluşturduğu gelir ile fayda arasında doğrusal bir ilişki olduğu varsayımı geçerliliğini koruyordu. Easterlin ise zenginlerin yoksullardan daha mutlu olduğunu ve fakat belirli bir düzeyden sonra gelir artışının daha fazla mutluluğa yol açmadığını tespit etmiştir (Gül, 2017: 73). Daha sonraki dönemlerde gelir ile mutluluk arasındaki ilişkiyi incelen pek çok çalışma yapılmış ve birbirinden farklı sonuçlar elde edilmiştir. Yakın dönemde ise gelir dışındaki faktörlerin bireyin mutluluğu üzerindeki etkilerini araştıran çalışmaların yoğunluk kazandığı görülmektedir. Örneğin

literatürde istihdamda olma yada işsiz olma durumunun mutluluk üzerindeki etkileri araştırıldığı görülmektedir (Crost, 2010; Latif, 2010; Carroll, 2007; Winklemann and Winklemann, 1998).

Makro düzeyde, mutluluk ile gelir dışı faktörler arasında ilişkinin araştırılması sosyal politika ile mutluluk ekonomisi çalışmalarının yakınlaşmasına yol açmıştır. Bir diğer ifade ile eğitim, sağlık, güvenlik, sivil katılım, çevre vb gibi pek çok alanda uygulanan politikalardan bireylerin memnun olup olmadığı tespit edilmektedir. Nitekim ülkeler ve uluslararası kuruluşlar, bireylerin refahını arttırmaya yönelik politikaların ne kadar etkili olduğunu veya yararlanıcıların memnuniyet düzeyini ölçmeye ve uluslararası düzeyde karşılaştırmaya yönelik veri tabanları oluşturmaktadır. Bu alanda yapılan çalışmalar uygulanan politikaların etkin olup olmadığının tespit edilmesi ve uygulanan politikaların sonuçlarının orta ve uzun vadede gerek yerel gerekse uluslararası düzeyde karşılaştırma imkanı sunması nedeniyle önem taşımaktadır.

2. MUTLULUK EKONOMİSİ

Tarihsel süreç incelendiğinde ilk ekonomist ve ilk filozofların (Aristo, Jeremy Bentham, John Stuart Mill ve Adam Smith) bireyin mutluluğa ulaşması konusunda çalışmalar yaptıkları görülmektedir. Örneğin Aristo'ya göre insanın kendini gerçekleştirmesinin sonucu olan mutluluk, bütün insanların, her şeyden çok peşine düştükleri bir hedeftir. Kendisini "en büyük mutluluk ilkesi yazarı" olarak tanımlayan Bentham'a göre ise insan, doğası gereği yalnızca mutluluğunu arttırmayı amaçlamaktadır ve mutluluk tek değerli insani araçtır. Bu noktada Bentham'a göre eylemler ve politikaların sonuçları, toplum için ne kadar mutluluk ürettiği ile değerlendirilebilir (Özalp, 2018: 14). Yew-Kwang Ng, mutluluğu refah olarak tanımlarken; Oswald mutluluğu zevk ve memnuniyet olarak tanımlamış, Easterlin ise öznel iyi oluş, mutluluk, memnuniyet, fayda ve refah gibi kavramların birbiri yerine kullanılabileceğini ifade etmiştir (Gül, 2017: 21-22).

Mutluluk ekonomisi ise ampirik çalışmalarla gelişen bir alan olarak mutluluğun ekonomik belirleyicilerine, mutluluğu arttırmaya yönelik iktisat politikalarına (ve politikaların mutluluk üzerindeki etkilerine) odaklanmaktadır (Veenhoven ve Dumludağ, 2015: 8). Mutluluk ekonomisi ile ilgili yapılan çalışmalarda mutluluk kavramı ile eş anlamlı olarak yaşam memnuniyeti, öznel iyilik durumu, yaşam doyumu, özsaygı, sağlık, yaşamın önemi ve yaşam kalitesi kavramlar kullanılmaktadır (Kahyaoğlu, 2008: 21; Şık, 2016: 25).

Mutluluk ekonomisi ile ilgili çalışmaların 1970'li yıllardan itibaren yoğunluk kazandığı görülmektedir. Bu tarihe kadar geri planda kalmasının nedeni neo-klasik iktisadın bireyin faydasının (refahının) ana göstergesini gelir ile sınırlı tutmasıdır. Daha açık ifade etmek

gerekirse neo-klasik iktisatta birey rasyoneldir. Bu nedenle faydasını maksimize edecek kararlar verecektir. Bu durumda "rasyonel" bireyin geliri arttıkça ihtiyacını daha fazla düzeyde karşılayacağı için faydası/mutluluğu da artacaktır. Bu bakış açısı iktisat biliminin daha katı ve matematiksel olma yolunda ilerlemesine ve refahı dar kapsamda ele alınmasına yol açmıştır (Veenhoven ve Dumludağ, 2015: 11).

Mutluluk ekonomisi ise mutluluğu/refahı daha geniş anlamda tanımlayarak parasal göstergelerin yanı sıra sosyal göstergeleri de kulanmaktadır (Graham, 2005: 42). Zira insanlar yaşamlarının sağlık, çevre, boş zaman vb. yönlerini parasal değerlere göre daha çok önemsiyorlarsa daha yüksek gelir daha yüksek mutluluk anlamına gelmeyecektir (Di Tella ve MacCulloch, 2006: 32).

Bu noktada Richard Easterlin'in (1974) yapmış olduğu çalışma literatüre büyük bir katkı sağlamıştır. Easterlin, "Does Economic Growth Improve The Human Lot? Some Emprical Evidence" adlı araştırma sonucunda belirli bir gelir seviyesinin üzerinde, ortalama gelir artmasına rağmen ortalama mutluluk düzeyinin artmadığını tespit etmiştir (Veenhoven ve Dumludağ, 2015:10). Söz konusu çalışma literatüre Easterlin Paradoksu olarak girmiştir. Bu çalışmanın ardından ekonomik göstergelerin mutluluk üzerindeki etkisini inceleyen çalışmalar artmıştır (Kawachi ve Kennedy, 1997; Kaplan er. ve diğ., 1996; Blanchflower ve Oswald, 2003; Wilkinson ve Pickett 2010).

3. SOSYAL POLİTİKA İLE MUTLULUK EKONOMİSİ İLİŞKİSİ

1789 Fransız devrimi ile ortaya çıkan hukuk devleti ve doğal düzen anlayışı bireyi esas almakta iken sanayi devriminin ortaya çıkartmış olduğu toplumsal sorunlar sosyal devlet anlayışının gelişmesini sağlamıştır. Sivil ve siyasal haklar ile sosyo-ekonomik hakların buluşmasını sağlayan bir araç konumunda bulunan sosyal devlet (Koray ve Temiz, 2014: 16); bireyin hukuk önünde eşit olmasının yanı sıra bireyin sosyal ve ekonomik fırsatlara sahip olmadaki eşitliğini ön plana çıkartmaktadır. Bir diğer ifade ile sosyal devlet, sosyal refahı sağlamak amacıyla ekonomiye aktif ve kapsamlı müdahalelerde bulunan devlet anlayışını ifade etmektedir (Yay, 2014: 148). Bir diğer ifade ile sosyal politika üreten devlet anlamına gelen sosyal devletin temel amaçlarından biri, toplumun refahını[39] sağlamaktır. Bu noktada günümüzde sosyal politika bireylerin ekonomik refahını sağlamanın yanı sıra manevi refahını sağlamak ile de

[39] A.C. Pigou'nun (1920) Economics of Welfare (Refah Ekonomisi) adlı çalışması refah iktisadının alt yapısını oluşturmaktadır. Refah ekonomisi, piyasanın veya çeşitli politika uygulamalarının insan refahı (ekonomik açıdan "iyi olma hali") üzerindeki etkilerini inceleyen veya toplumun yapabileceği farklı tercihleri değerlendiren iktisadın normatif alanıdır (Özalp, 2018: 7).

yakından ilgilenmektedir (Taşçı, 2012: 18). Bu noktada mutluluk araştırma sonuçları, politika üreticileri açısından kaynakların hangi yönde kullanılması gerektiğine ilişkin yol gösterici olması ve uygulanan politikaların devam ettirilmesi yada revize edilmesine ilişkin bir fikir vermesi sebebiyle önem taşımaktadır.

Diğer yandan siyasi gruplar hükümet politikalarını söz konusu sonuçlara göre yönlendirerek mevcut konumlarını güçlendirmekte yada vatandaşların oy verme sürecinde diğer siyasi gruplar üzerinde rekabet sağlamaktadırlar (Frey ve Stuzer, 2012: 664). Dolayısıyla son dönemlerde siyasetçiler ve politika üreticilerin mutluluk araştırması sonuçlarına yönelik ilgilerinde bir artış görülmektedir.

4. MUTLULUĞUN ÖLÇÜLMESİ

Mutluluk kavramının içeriğinin genişlemesi mutluluğun ölçümünü de etkilemiştir. Önceleri bir devletin topluma sağlamış olduğu refah, Gayri Safi Yurt İçi Hasıla (GSYİH) yada milli gelir ile ölçülürken; günümüzde toplumsal refahın ölçülmesinde sıklıkla mutluluk yada yaşam memnuniyeti araştırılmaktadır (Masur, Buccafusco ve Bronsteen, 2009: 6).

İnsanların ne kadar refah içerisinde yaşadıklarını tespit etmeye yönelik iki yaklaşımdan bahsedilmektedir. Bunlar; tahmini yaklaşım (Presumed approach) ve belirgin yaklaşım (Apparent approach)'dır. Tahmini yaklaşım bir ülkede yaşayan vatandaşların söz konusu ülkedeki bireylere sunulan sağlık, eğitim, gelir, mal ve hizmetlere erişim gibi konulara ilişkin toplumsal çıktıyı göstermektedir. Belirgin yaklaşım ise bireylere sunulan olanaklar karşısında bireylerin memnuniyet düzeylerini tespit eden yaklaşımdır.

Mutluluk ekonomisi yada iyi oluş hali tahmini ve belirgin yaklaşımları içine alarak kalkınmaya yeni bir yaklaşım getirmiştir. Bu ölçümler Gökdemir ve Veenhoven (2014: 343) tarafından yapılan çalışmada; objektif yaklaşım, sübjektif yaklaşım ve karma yaklaşım olarak 3 bölümde ele alınmıştır; kalkınmada kullanılan objektif ölçüte örnek olarak, Gayrisafi Yurtiçi Hasıla, Ekonomik Refahın Ölçümü, Sürdürülebilir Ekonomik Refah Endeksi, Gerçek İlerleme Göstergesi, Ekonomik İyi Oluş Endeksi, İnsani Gelişme Endeksi, Sosyal İlerleme Endeksi Ve Ağırlıklı Sosyal İlerleme Endeksi, Sosyal Sağlık Endeksi, Sosyal Gelişme Endeksi gösterilebilir. Subjektif yöntem ise doğrudan bireylere sorular yöneltilmesi ile gerçekleştirilmektedir (Di Tella ve MacCulloch, 2006: 36).

Mutluluk ekonomisi araştırmaları ise hem objektif hem de sübjektif göstergeleri içine alan karma göstergeler ise Gayri Safi Mutluluk Endeksi, Mutlu Yaşam Beklentisi ve Mutlu Gezegen Endeksi ve OECD tarafından üretilen İyi Yaşam Endeksi (Better Life Index), olarak sıralanabilir.

Sosyal politika yalnızca objektif (ekonomik) göstergeler ile değil aynı zamanda sübjektif göstergeler ile ilgilenmektedir. Zira sübjektif göstergeler hem politika belirleme süreci açısından hem de uygulanan politikaların değerlendirilmesi açısından politika üreticilere bir fikir sunmaktadır. Halbuki objektif göstergeler bütünün yalnızca bir parçası (genellikle gelir) hakkında bilgi sunmaktadır (Veenhoven, 2001:8). Dolayısıyla sosyal politika açısından hem sübjektif hem de objektif göstergelerin sonuçları önem taşımaktadır. Bu nedenle çalışmanın diğer başlığında karma göstergelerden kısaca bahsedilecektir.

4.1. Sosyal Politika ile İlgili Mutluluk Ekonomisi Endeksleri

Mutluluk ölçümleri arasında en eski tarihli endekslerden biri 1972 yılında Bhutan Krallığı tarafından ortaya atılan Gayrisafi Milli Mutluluk Endeksidir. Endekste belirli bir zamanda bir ekonomide üretilen mal ve hizmetlerin toplam piyasa değerlerini ölçmek yerine sosyal refaha odaklanmak gerektiği savunulmaktadır. Bu nedenle Gayri Safi Yurtiçi Hasıla yerine Gayrisafi Milli Mutluluk Endeksinin kullanılması gerektiği önerilmekte ve mutluluğu ekonomik kalkınmanın bir göstergesi olarak ele aldıkları görülmektedir. Gayrisafi Mutluluk Endeksi göstergeleri psikolojik iyilik hali, sağlık, eğitim, kültürel çeşitlilik ve esneklik, zaman kullanımı, iyi yönetişim, toplumsal canlılık, ekolojik çeşitlilik ve esneklik ve yaşam standardı değişkenlerinden oluşmaktadır (Chen, 2015: 68-71). Dolayısıyla Gayrisafi Mutluluk Endeksi'nin vatandaşların mutluluğu ve refahı ile daha çok ilgilenerek daha bütüncül ve sürdürülebilir yaklaştığı belirtilebilir.

Sosyal politika ile ilgili bir diğer mutluluk endeksi ölçümü, Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD) tarafından 2011 yılında geliştirilen, ekonomik ve sosyal göstergelerden oluşan İyi Yaşam Endeksi (Better Life Index- BLI) dir (OECD 2011). Yaklaşımın çerçevesi Amartya Sen (1985) yapabilirlik yaklaşımına dayandırılmış olup; refahın ölçümü bireyleri, hanehalkı ve toplumsal seviyedeki bir dizi farklı gösterge sonuçlarını ve kaynak stoklarını kapsar. Bir diğer ifade ile refahın sürdürülebilirliği gerek birey gerekse toplum açısından önemli görülmektedir. Diğer yandan söz konusu endeks Birleşmiş Milletler 2030 sürdürülebilir kalkınma hedefleri ile uyumlu bileşenlerden oluşmaktadır.

İyi Yaşam Endeksi bileşenleri iki kavramı barındırmaktadır. Bunlar maddi koşullar ve yaşam kalitesidir. Söz konusu iki kavrama bağlı olarak 11 temel bileşen oluşturulmuştur; Yaşam koşulları olarak; gelir, iş ve konuta incelenirken, yaşam kalitesinde iş-yaşam dengesi, sağlık, eğitim, toplumsallaşma, sivil ilişkiler, çevre, güvenlik ve yaşam memnuniyeti kavramları incelenmektedir.

Grafik 1: OECD Refah Yaklaşımı



Kaynak: OECD. (2015). How's Life? Measuring Well-Being, OECD Publishing Paris

Grafik 1 'de görüldüğü üzere refah, yaşam kalitesi ve maddi koşullar[40] olmak üzere iki boyutta ele alınmıştır. Yaşam kalitesi; sağlık durumu, iş-yaşam dengesi, eğitim ve beceriler, sosyal iletişim, sivil katılım ve yönetim, kişisel güvenlik ve kişisel refah değişkenlerini içerirken; maddi koşullar, refah ve gelir, iş ve kazanımlar ve konut başlıklarını içermektedir.

Refahın sürdürülebilirliği ise Doğal sermaye; (iklim, okyanus, biyo çeşitlilik ve sürdürülebilir üretim), ekonomik sermaye; (enerji, düzgün iş ve ekonomi, alt yapı ve sürdürülebilir üretim), beşeri sermaye (eğitim ve sağlık) ve son olarak sosyal sermaye (kurumlar) değişkenlerine bağlanmıştır. Endekste OECD'ye üye 35 ülkenin yanı sıra Brezilya, Rusya ve Güney Afrika için de refah ölçümleri hesaplanmaktadır.

Ülkeler arası mutluluk farklarını karşılaştırmak amacıyla oluşturulan bir diğer ölçek Yeni İktisat Vakfı (New Economics Foundation–NEF) tarafından geliştirilen Mutlu Gezegen Endeksi (The Happy Planet Index-HPI) dir. 2006 yılından itibaren yaklaşık her üç yılda bir açıklanan bu Endekste, ülkelerin uzun ve mutlu yaşamı konusundaki başarılarını incelemektedir. Endeks, mutluluk (iyi olma hali), yaşam beklentisi, çıktıların eşitsizliği ve ekolojik ayak izi değişkenlerinden oluşmaktadır. Bu araştırmada ülkelerin uzun, mutlu ve

[40] Her bir başlık çeşitli alt başlıklardan oluşmaktadır. Buna göre Konut (konut harcamaları, temel donanımdan yoksun konutlar, kişi başına düşen oda), Gelir (hane halkı net kullanılabilir gelir, hane halkı mali zenginlik), İstihdam (işgücü piyasası güvensizliği, istihdam oranı, uzun dönem işsizlik oranı, kişisel kazanç), Toplum (toplumsal bağların kalitesi), Eğitim (eğitime katılım, öğrenci becerileri, eğitimde geçen yıl), Çevre (hava kirliliği, su kalitesi), Sivil katılım (geliştirilen düzenlemeler için seçmen katılımı, seçmen katılımı), Sağlık (yaşam beklentisi, sağlık beyanı), Yaşam Memnuniyeti, Güvenlik (cinayet oranı, gece yalnız yürürken güvende hissetme) ve İş Yaşam Dengesi (çok uzun saat çalışanlar ve boş vakit ve kişisel bakıma ayrılan zamandır) oluşmaktadır.

sürdürülebilir yaşamı başarmadaki başarıları incelenmektedir. Söz konusu indeksi diğerler endekslerden ayıran en önemli fark ekolojik maliyetleri (çevresel faktörler) de bir değişken olarak ele almasıdır. Ortalama yaşam memnuniyeti ile beklenen yaşam süresi çarpılmakta; ortaya çıkan sonuç ekolojik ayak izine bölünmektedir. Ekolojik ayak izi; bir insanın tüketim alışkanlıkları doğrultusunda kaç metrekare su ve kara parçası büyüklüğüne ihtiyaç duyduğunu gösteren ölçü birimidir ve bu ölçüm için doğal hayatı koruma vakfı (World Wildlife Foundation –WWF) verilerinden yararlanılmaktadır.

Türkiye'de ise Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından 2003 yılından itibaren düzenli olarak Yaşam Memnuniyeti Araştırması gerçekleştirilen veriler kullanılmaktadır. Söz konusu araştırmada, bireylerin genel mutluluk algısını, toplumsal değer yargılarını, temel yaşam alanlarındaki genel memnuniyetini ve kamu hizmetlerinden memnuniyetini ölçmek ve memnuniyet düzeylerinin zaman içindeki değişimini takip etmek amaçlanmaktadır. Araştırma aynı zamanda bireyin genel mutluluk düzeyinin yanı sıra kamu hizmetlerinin ihtiyaç ve isteklerini karşılamasından doğan memnuniyet düzeyini ölçmektedir.

4. 2. Çeşitli Endeksler Açısından Türkiye'de Mutluluk Ekonomisine İlişkin Göstergeler

Türkiye İstatistik Kurumu'nun 2003 yılından itibaren uygulanan araştırma 5'li likert ölçeğine göre düzenlenmiştir. Buna göre araştırmaya katılan vatandaşlara ne kadar mutlusunuz? Sorusu yöneltilerek "hiç mutlu değilim," "mutlu değilim," "kararsızım," "mutluyum," ve "çok mutluyum," seçeneklerinden birini işaretlemeleri istenmektedir.

Tablo 1: Yıllar İtibariyle Bireylerin Çeşitli Kurum Hizmetlerinden Memnuniyeti (%)

Kurumlar		**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**
Sosyal Güvenlik	Memnun	56,1	59,7	69,6	58,4	58,7	67,9	62,5	63,1
	Memnun değil	7,0	9,9	9,6	11,5	9,8	7,5	8,6	9,1
Sağlık hizmetleri	Memnun	75,9	74,8	74,7	70,6	72,3	75,4	71,7	70,4
	Memnun değil	12,2	12,0	14,7	16,7	14,5	12,3	14,7	15,1
Eğitim hizmetleri	Memnun	64,2	64,6	69,7	58,9	59,0	65,1	54,6	56,7
	Memnun değil	16,6	17,2	16,9	19,0	17,1	15,3	22,5	20,8
Adil hizmetler	Memnun	38,9	44,7	52,8	50,8	50,4	57,9	54,1	56,3
	Memnun değil	9,6	9,9	9,5	12,2	10,8	9,0	10,1	11,2
Asayiş hizmetleri	Memnun	79,4	79,4	79,4	69,1	69,8	75,7	74,4	75,2
	Memnun değil	9,0	8,8	11,1	13,2	9,8	8,5	9,1	8,7
Ulaştırma hizmetleri	Memnun	71,8	72,7	76,4	71,8	74,0	75,4	72,3	74,8
	Memnun değil	11,0	12,7	12,6	14,6	13,0	10,9	14,9	12,7

Kaynak: TÜİK, 2018 Yaşam Memnuniyeti Araştırması.

Tablo 1'de bireylerin sosyal güvenlik, sağlık hizmeti, eğitim hizmeti, adil hizmetler ve ulaştırma hizmetlerinden memnuniyet durumları incelenmiştir. 2018 yılı verilerine göre toplumun kamu hizmetleri içerisinde en yüksek oranda memnun olduğu kamu hizmeti asayiş hizmetleri iken; en düşük oranda memnun olduğu kamu hizmeti adil hizmetler olmuştur. Diğer yandan 2011- 2018 yılları arasında kamu hizmetlerinden memnuniyet düzeyinin artış yada azalış olduğu alanlar incelendiğinde sosyal güvenlik kurumu, adil hizmetler ve ulaştırma hizmetlerinden memnun olanların oranında artış görülürken; sağlık hizmetleri, eğitim hizmetleri ve asayiş hizmetlerinden memnun olanların oranında azalış görülmektedir.

Tablo 2: Seçilen Göstergelere Göre Seçilen Daha İyi Yaşam Endeksi Sonuçları (%), 2019

Ülke	**Konut**	**Gelir**	**İş**	**İletişim**	**Eğitim**	**Çevre**	**Sağlık**	**Yaşam memnuniyeti**	**Güvenlik**	**İş yaşam dengesi**
	Konut harcamaları	**Ortalama hanehalkı kullanılabilir gelir, (dolar)**	**İş güvencesizliği**	**Destek ağının kalitesi**	**Eğitime erişim**	**Hava kirliliği**	**Yaşam beklentisi**	**Yaşam tatmini**	**Cinayet oranı**	**Uzun çalışma saatleri**
İngiltere	26	28 715	4,5	94	81	11	81,2	6,8	0,2	12.15
Danimarka	23	29 606	4,2	95	81	9	80,9	7,6	0,6	2.34
Yunanistan	23	17 700	29,8	80	73	18	81,5	5,4	0,8	6,42
İsviçre	22	37 466	-	93	88	15	83,7	7,5	0,6	0,37
İspanya	21	23 999	23,1	93	59	11	83,4	6,3	0,6	4,01
Avustralya	20	32 759	5,4	95	81	5	82,5	7,3	1,1	1.04
Almanya	20	34 294	2,7	90	87	14	81,1	7	0,5	4.26
Türkiye	20	-	12,5	86	39	20	78	5,5	1,4	32,64
ABD	19	45 284	7,7	91	91	10	78,6	6,9	5,5	11,09
OECD	20	33 604	7	89	78	14	80,2	6,5	3,7	11,01

Kaynak: Better Life Index, www.stats.oecd.org

Türkiye'nin Daha İyi Yaşam Endeksinde ülkeler 11 kriter üzerinden 0 ile 10 puan aralığında bir puan almaktadır. 2019 yılına ait Daha İyi Yaşam Endeksi Sonuçlarına göre Türkiye'nin endekste konut 4.7, gelir 1.6, iş 5.0 iletişim 3.8, eğitim 3.0, çevre 2.7, sivil katılım 5.9, sağlık 7.2, yaşam memnuniyeti,2.6, güvenlik 7.0 ve iş-yaşam dengesi 3.1 puan aldığı görülmektedir (www.oecdbetterlifeindex.org).

OECD ülke ortalaması ile kıyaslandığında bazı değişkenlerin daha olumlu bazı değişkenlerin ise olumsuz olduğu görülmektedir. Dolayısıyla Türkiye'nin karışım (Hybrid) bir refah profili çizdiği belirtilmektedir. Örneğin istihdama katılma oranı %52 ile OECD ortalamasının (%68) altında kaldığı, iş güvencesizliği ve uzun çalışma saatleri ile OECD ortalamasının oldukça üzerinde yer almaktadır ve fakat uzun süreli işsizlik oranı açısından OECD ülke ortalamasının altında yer aldığı görülmektedir. Endekste yaşam memnuniyeti sıralaması incelendiğinde ise

ilk sıralarda Danimarka, Finlandiya, İzlanda, Norveç ve İsviçre yer alırken, Türkiye 5.5 puan ile 37.sırada yer aldığı görülmektedir.

Tablo 3: Seçilen Ülkelerin Mutlu Gezegen Endeksi Sıralaması, 2016

İndeks sıralaması	Ülke	Mutlu gezegen endeksi	Mutluluk puanı	Yaşam beklentisi	Çıktıların eşitsizliği (%)	Ekolojik ayak izi
1	**Costa rica**	44,7	7,3	79,1	15	2,8
2	**Meksika**	40,7	7,3	76,4	19	2,9
3	**Kolombiya**	40,7	6,4	73,7	24	1,9
8	**Bangladeş**	38,4	4,7	70,8	27	0,7
15	**İspanya**	36,0	6,3	82,2	10	3,7
32	**Danimarka**	32,7	7,5	79,8	7	5,5
34	**İngiltere**	31,9	6,9	80,4	9	4,9
36	**Pakistan**	31,5	5,1	65,7	40	0,8
37	**Finlandiya**	31,3	7,4	80,4	6	5,9
44	**Fransa**	30,4	6,6	81,8	9	5,1
49	**Almanya**	29,8	6,7	80,6	8	5,3
58	**Japonya**	28,3	6,0	83,2	9	5
60	**İtalya**	28,1	5,8	82,7	12	4,6
66	**Etiyopya**	26,7	4,6	62,8	36	1,0
67	**Irak**	26,5	4,7	69,0	27	1,9
68	**Türkiye**	26,4	5,3	74,7	19	3,3
85	**Kanada**	23,9	7,4	81,7	9	8,2
86	**Mısır**	23,8	4,2	70,7	23	2,2
116	**Rusya**	18,7	5,6	69,5	16	5,7
139	**Lüksemburg**	13,2	7,0	81,1	7	15,8
140	**Çad**	12,8	4,0	50,8	51	1,5

Kaynak: Happy Planet Index, www.happyplanetindex.org

2016 yılı verilerine göre 140 ülke içerisinde 1. Sırada Costa Rica, 2. Sırada Meksika 3. Sırada ise Kolombiya yer almaktadır. İlk 3 sırada G8 ülkelerinin yer almaması büyüme ile kalkınma arasında farklılık olduğunun somut bir göstergesi durumundadır.

Türkiye ise 2006 yılında 98.sırada iken 2016 yılında 68.sırada yer almıştır. Bu süreçte en başarılı değişiklik yaşam beklentisi süresinde görülmüştür. Buna göre 2006 yılında yaşam beklentisi 68,7 yıl iken 2016 yılında 74,7'ye yükselmiştir. Ancak ekolojik ayak izi puanında ise

yükselme olduğu görülmektedir. Buna göre 2006 yılında 2,0 iken, 2016 yılında 3,3 puana yükselmiştir.

5. Sonuç

2000'li yıllardan itibaren ulusal veri tabanlarında ve OECD ve Birleşmiş Milletler gibi uluslararası kuruluşlarda bireylerin mutluluğunun tespit etmeye yönelik endeksler geliştirildiği görülmektedir. Bu çalışmada incelendiği üzere hem sübjektif hem objektif yaklaşımları içerisinde barındıran endekslerin sosyal politika alanı ile ilgili olduğu ve kendisini sosyal devlet olarak tanımlayan ülkelerde söz konusu endeks sonuçlarının politikaların yönlendirilmesinde önemli bir bilgi kaynağı olması gerektiği düşünülmektedir. Bir diğer ifade ile uygulanan sosyal politikalardan vatandaşların memnun olma(ma) durumu, politikaların geliştirilmesi veya yeniden düzenlemesi açısından önem taşımaktadır.

Örneğin TÜİK verilerine göre 2011- 2018 yılları arasında kamu hizmetlerinden memnuniyet düzeyinin artış yada azalış olduğu alanlar incelendiğinde sosyal güvenlik kurumu, adil hizmetler ve ulaştırma hizmetlerinden memnun olanların oranında artış görülürken; sağlık hizmetleri, eğitim hizmetleri ve asayiş hizmetlerinden memnun olanların oranında azalış görülmektedir. Dolayısıyla bu sonuç politika yapıcılara memnuniyetsizliğin arttığı kamu hizmetlerinden neden memnun olunmadığını araştırma ve düzenleme imkanı sağlamaktadır.

KAYNAKÇA

Alesina, A., Tella, R.D., MacCulloch, R. (2004). Inequality and Happiness: Are Europeans and Americans Different? Journal of Public Economics 88 (9-10): 2009-2042.

Bedir, E. (2014). Sosyal Politikaya İlişkin Genel Bilgiler ve Sosyal Politikanın Araçları, ss.2-27, Sosyal Politika kitabı içinde, (ed) Abdurrahman İlhan Oral ve Yener Şişman, Anadolu Üniversitesi Yayını N0 2628.

Chen, H. (2015). An Analysis Of Bhutan's Gross National Happiness, Seven Pillars Institute Moral Cents Vol. 4 Issue 2, Summer/, pp.66-74.

Crost, B. (2011). "The Effect of Subsidized Employment on Happiness", SOEP paper No. 384, The German Socio-Economic Panel Study at the German Institute of Economic Research, DIW Berlin, pp. 1-41.

Dumludağ, D. (2014). Fayda, Mutluluk ve Refah, ss. 365-387, Yay. Haz .Ahmet Faruk Aysan ve Devrim Dumludağ "Kalkınmada Yeni Yaklaşımlar, İmge Kitabevi, Ankara.

Easterlin, R.(1974). Does Economic Growth Improve the Human Lot? Some Empirical Evidence. In Nations and Households in Economic Growth: Essays in Honour of Moses Abramowitz, ed. P. David and M. Reder. Academic Press

Frey B.S., Stutzer, A. (2010). Happiness and Economic Policy, Happiness: A New Approach In Economics, CESifo DICE Report 2/2010.

Frey, B.S., Stutzer, A. (2012). The Use Of Happiness Research For Public Policy, Sos Choice Welf (2012) 38: 659-674.

Frey, B. S., Stutzer, A. (2002). "What Can Economists Learn From Happiness Research?", Journal of Economic Literature, 402-435.

Gökdemir, Ö., Veenhoven, R. (2014). Kalkınmaya Farklı Bir Bakış: İyi Oluş, ss. 337-365, Yay. Haz .Ahmet Faruk Aysan ve Devrim Dumludağ "Kalkınmada Yeni Yaklaşımlar, İmge Kitabevi, Ankara.

Gül, S. (2016). Mutluluk Ekonomisi ve Göç Üzerine Bir İnceleme, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi.

Happy Planet Index, www.happyplanetindex.org

Hoeller, P., Journard, I., Pisu, M., Bloch, D. (2012). Less Income Inequalıty And More Growth - Are They Compatıble? Part 1. Mappıng Income Inequalıty Across The Oecd, Economıcs Department Workıng Paper No. 924.

Kalmjin, W., Veenhoven, R. (2005). Special Issue On "Inequality of Happiness In Nations", Journal Of Happiness Studies, vol. 6, ss. 357-396.

Koray, M., Temiz, H.E. (2014). Merkezi Yönetimle İlişkiler, Kısıtlar ve Harcamalar Çerçevesinde Sosyal Belediyecilik ve Dört Büyükşehir Belediyesi Açısından Uygulamalar, Çalışma ve Toplum, 2014/3, syf. 11-60.

MacCulloch, R. Di Tella, R. (2006). Some Uses Of Happiness Data in Economics, Journal Of Economic Perspectives, Volume 20 (1), pp. 25-46.

Masur, J., Buccafusco, C., Bronsteen, J. (2009). Welfare As Happiness, John M. Olin Program in Law and Economics Working Paper No. 468.

Özalp, L.F. A. (2018). Refah İktisadı ve Refah Devletinin Analizi?, Efil yayınevi, Ankara.

Serdar, A. B. (2014). Sosyal Politika Kavramı, Tarihsel Gelişimi ve Türkiye'de Sosyal Politika, ed. Aysen Tokol ve Yusuf Alper, Ankara, Dora Yayıncılık, Genişletilmiş 5. Baskı.

Şeker, Ç., Çetin, M. (2012). Faydacı Refah Ekonomisi: Amartya Sen'in Eleştirisi, Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi, Cilt 12, sayı 24, ss. 277-304.

Şık, A. (2016). Zonguldak Karabük Bartın İllerinde Mutluluk Ekonomisinin Karşılaştırmalı Analizi, Bülent Ecevit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi.

Tomes, N. (1986). Income Distribution, Happiness And Satisfaction: A Direct Test Of The İnterdependent Preferences Model. Journal Of Economic Psychology, 7(4), 425-446.

Türkiye İstatistik Kurumu, www.tuik.gov.tr

Veenhoven, R., Dumludağ, D. (2015). İktisat ve Mutluluk: Bugun daha mutlu muyuz? ss. 201-230. Dumladag, D., Gokdemir, O., Neyse, L ve Ruben, E. (Eds) 'Iktisatta davranissal yaklasimlar (Behavioral approaches in economics)', Ankara, Imge Kitabevi.

Veenhoven, R. (2001). Why Social Policy Needs Subjektive Indicators, WZB Discussion Paper, No. FS III01-404.

Çalışanların Öz Yeterlilik Algılarının ve Başarı İhtiyacının İç Girişimcilik Eğilimleri Üzerindeki Etkisi: X ve Y Kuşakları Arası Karşılaştırma

Ress. Assist. Taha Yusuf ÇAKAREL
Istanbul Kültür University
t.cakarel@iku.edu.tr

Prof. Dr. Deniz ELBER BÖRÜ
Marmara University
denizboru@marmara.edu.tr

Prof.Dr.Mahmut PAKSOY
Istanbul Kültür University
m.paksoy@iku.edu.tr

ÖZET

Günümüz küresel dünyasında sürekli değişen ve farklılaşan çevresel koşullar ile birlikte, örgütlerin varlıklarını sürdürebilme ve rekabet avantajı elde etmesinde önem vermesi gereken unsurların başında iç girişimcilik gelmektedir. Yeni bir örgüt kurulması veya kurulu olan bir örgüt ortamının bir takım özellikleri, girişimcilik süreçlerinin farklılaşmasına yol açmaktadır. Kurulu örgütler içerisinde, kurumsallaşmış olan dinamikler karşısında yenilikçi ve değişimci bir dengenin oluşturulmasında örgüt içerisindeki iç girişimcilerin büyük bir rolü vardır. Bu bağlamda iç girişimciler, örgüt içerisindeki girişimci ruhu cesaretlendiren, çalışanlarda yenilikçi potansiyelin ortaya çıkmasına yardımcı olan ve sahip olduğu yetenekler ile birlikte, kurumsal örgütleri girişimci olmaya yönelten en büyük dinamiklerin başında gelmektedir. Sosyal ve bilişsel kuram içerisinde temel bir kavram olarak ifade edilen öz yeterlilik, bireyin çevresinde gerçekleşen olaylar üzerinde etkili olabilecek biçimde bir süreci başlatıp sonuçlandırıncaya kadar sürdüreceğine olan inancı olarak tanımlanmıştır. Bu amaçla bu çalışmada iç girişimcilik süreçlerinin temelinde olan bireylerin kişilik özelliklerini niteleyen öz yeterliliğin ve başarı ihtiyacının iç girişimcilik eğilimleri üzerindeki etkisi kuşaklararası karşılaştırma yapılarak incelenecektir. X ve Y kuşakları arasında karşılaştırmalı gerçekleştirilen bu çalışmada çalışanların öz yeterlilik algılarının ve başarı ihtiyaçlarının iç girişimcilik eğilimleri üzerindeki etkisi ortaya konmaktadır. Gerçekleştirilen bu araştırmada kuşak farklılıklarının bu ilişki üzerinde bir farklılık göstermediği araştırma sonucunda tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Öz Yeterlilik, İç Girişimcilik, Başarı İhtiyacı.

The Moderating Role of Need for Achievement in Self-Efficacy Perceptions of Employees in the Effect on the Intrapreneurship Tendency: The Evaluation of the X and Y Generations

ABSTRACT

In today's global world, with the ever-changing and differentiating environmental conditions, intrapreneurship is one of the factors that should give importance to the organizations to sustain their assets and to gain a competitive advantage. The establishment of a new organization or a set of characteristics of an organizational environment leads to differentiation of entrepreneurship processes. The intrapreneurship in the organization have a big role in the establishment of an innovative and changeable balance in the established organizations against the institutionalized dynamics. In this context, intrapreneurs are one of the biggest dynamics that encourage the entrepreneurial spirit within the organization, help the employees to develop the innovative potential and lead the corporate organizations to be entrepreneurs. Self-efficacy, which is expressed as a basic concept in social and cognitive theory, has been defined as the belief that the individual will continue until he or she initiates and finalizes a process that can affect the events taking place in his / her environment. For this purpose, in this study, the effects

of self-efficacy and need for success on intrapreneurship tendencies, which characterize the personality traits of individuals who are the basis of intrapreneurship processes, will be examined by intergenerational comparison. In this comparative study between the X and Y generations, the effect of self-efficacy perceptions and success needs of employees on intrapreneurship tendencies is revealed. In this study, it has been determined that generation differences do not show a difference on this relationship.

Keywords: Self-Efficacy, Intrapreneuship, Need for Achievement.

9. GİRİŞ

Yeni ekonomik düzen ile birlikte günümüz küresel dünyasında girişimciliğin önemi çok daha fazla artmıştır. Girişimciliğin artan önemi ile birlikte günümüzde artık işletmeler için rekabet koşulları çok daha şiddetli boyutlara erişmiştir. İşletmelerin öncelikle varlıklarını sürdürebilmeleri, pazar paylarını yükseltmeleri ve başarıya ulaşması adına daha fazla yaratıcı ve yenilikçi fikirlere sahip olmaları gerekmektedir. Bu hususta işletmeler kendi bünyelerinde gerçekleştirdikleri ve başarıya ulaşan örgüt içi girişimcilik faaliyetleri ile pazar içerisinde daha aktif ve büyük roller üstlenmektedir

Kendi girişimlerini hayata geçiren ve kendileri için çalışma arzusu içerisinde olan birçok birey bu arzuyu gerçekleştirmek adına harekete geçmiş ve bunu başlatmış olsa da, uzun vadede çok azının varlığını sürdürebildiği gerçekleştirilen araştırmalar ve incelemeler sonucunda ortaya çıkmıştır. Bu başarısızlıkların sebepleri arasında yer alan faktörlerin başında bireylerin öz yeterlilik algılarının düşük olması ve bireyde başarı ihtiyacının sürekliliğini kaybetmiş olması gösterilmektedir (Bird, 1988).

İç girişimcilik faaliyetlerinin temelinde yer alan bireylerin girişimcilik faaliyetinin gerçekleştirmesinde kişilik özelliklerinin çok önemli etkilerinin bulunduğu belirtilmektedir. Bireylerin öz yeterlilik algılarının ve başarı ihtiyaçlarının rolü belirtilen noktada gerçekleştirdiğimiz çalışmada inceleme konusu yapılmıştır.

Bireyler için bir girişimde bulunmak belirsizlikler ile dolu bir süreçtir (Burke ve Miller, 1999). Girişimci olan bireylerin psikolojik, sosyal ve kişisel riskleri üstlenmeye istekli olması gerekmekte (Lumpkin ve Dees, 1996) ve dahası, belirsizlikler ve zorluklar ile karşı karşıya kaldıklarında mevcut çabalarında ısrarcı olmaları gerekmektedir (Hatch ve Zweig, 2000). Özellikle organizasyona karşı sorumluluğun yüksek olduğu iç girişimcilik faaliyetlerinde iç girişimci bağımsız girişimciye göre belirtilen davranışları daha fazla sergilemek zorundadır.

Literatürde iç girişimciliği etkileyen faktörlerin başında başarı ihtiyacı, kontrol odağı, iletişim becerileri gibi birçok değişken incelenmiş olup, öz yeterlilik algıları ile ilgili çok fazla çalışmaya rastlanılmamıştır. Gerçekleştirilen çalışmalarda bireylerin belirtilen kişilik özelliklerinden öz yeterlilik algıları ve başarı ihtiyacı ile girişimcilik faaliyetleri arasında

anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişkinin var olduğu belirlenmiştir. Gerçekleştirilmiş olan bu araştırmada kuşak farklılığının nasıl bir etki yarattığı karşılaştırmalı olarak incelenmiştir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Girişimci kavramının geniş kapsamlı, karışık olması ve girişimci kişilik özelliği gösterenlerin çoğu zaman ne yaptıklarını tam olarak ifade edememelerinden dolayı literatürde çok farklı tanımlamaların mevcut olduğu görülmektedir (Cornwall ve Periman, 1990). Couger'e göre girişimci, işin bütün risklerini ve sorumluluklarını göze alan, bunları yöneten, koordine eden ve örgütleyen kişi olarak tanımlanmıştır. Bu bağlamda girişimciler yeni pazarlar, süreçler, ürünler yaratan, yaratıcı ve yenilikçi bakış açılarıyla risk alan bireylerdir (Bulut ve Alpkan, 2006). Maranville (1992) girişimciliği, doğru yerde ve zamanda, uygun koşullar altında yenilik yapmak olarak tanımlamıştır. Kısacası girişimci bir bireyi, girişimcilik ise birey tarafından yürütülen süreci ifade etmektedir.

Rekabet koşullarının gittikçe sertleşmesi ve ihtiyaçların hızla değişmesiyle birlikte, işletmeler içerisinde iç girişimcilik faaliyetleri çok daha önem kazanmıştır. En kısa tanım olarak iç girişimcilik, mevcut olan bir işletme içerisindeki girişimcilik faaliyetleridir (Pinchot, 1983, Jeffrey vd., 2002). Zahra (1993) iç girişimciliği örgütsel yenilenme süreci olarak tanımlamaktadır. İç girişimciliğin temelinde iç girişimci yer almaktadır ve bu anlamda organizasyon süreci içerisinde girişimcilik dünyası ile organizasyon dünyasını bir araya getiren kişidir (Naktiyok, 2004). Lumpkin ve Dess (1996) iç girişimciliğin davranışsal boyutlarını belirtmiştir ve söz konusu boyutları *yenilikçilik, özerklik, risk alma, proaktiflik* ve *bireysel ağları genişletme* olarak tanımlamıştır.

Yenilikçilik, yeni bir fikir ya da düşüncenin organizasyonun bütün süreçlerine ve faaliyetlerine aktarılması, uygulanması olarak tanımlanmaktadır (Arslan, 2001). Özerklik, takımın veya takım içerisindeki bireyin amacını, fikrini ya da vizyonunu belirleme ve uygulamada bağımsız bir şekilde hareket etmesidir (Lumpkin ve Dess, 1996). Risk alma, organizasyonların sonuçların belirsiz olduğu durumlarda iş girişimi veya stratejilere girişmesindeki istekliliği ve arzusudur (Ahmad vd., 2008). Proaktiflik, rakiplerin takip edilmesi yerine onların önünde olma çabası olarak tanımlanmaktadır (Miller ve Freisen, 1983). Bireysel ağları genişletme ise, bireylerin gerçekleştirdikleri faaliyetlerde önlerine çıkan engelleri aşmasını kolaylaştıracak sosyal ağlarını kullanması ve bu yönde geliştirmesi olarak tanımlanabilmektedir (Relnolds, 1991; De Noble vd., 1999; Burt, 1992).

İç girişimcilik farklı ancak birbirleri ile ilişkili davranışlardan oluşan çok boyutlu bir yapıda incelenmektedir. Bu boyutlar tek tek incelendiğinde, bireyin yeterlilik algısının ve bunun

sonucu olarak da başarı arzusunun varlığı görülmektedir. Bu davranışların bir sonucu olarak mutlak başarı arzulanmaktadır.

İlk defa Bandura (1977) tarafından kullanılan öz yeterlilik kavramı, kişinin gerçekleştirmek istediği işler için ihtiyacı olan yeteneği ve becerilere dair sahip olduğu inanç olarak tanımlanmaktadır (Bandura, 1982; Zimmerman, 2000; Lorig vd., 1989; Schwarzer vd., 1997; Hackett ve Betz, 1981). Salas ve Cannon-Bowers (2001)'e göre öz yeterlilik, bireyin belirli görev ve davranışları gerçekleştirebileceğine dair inancıdır.

Öz yeterliliği yüksek olan bireylerin zorlu görevler karşısında kaçmak yerine, bunların üstesinden gelme yönünde çaba harcadıkları belirtilmektedir (Usluel ve Seferoğlu, 2003). Öz yeterlilik algısı bireylerde görev performanslarını olumlu yönde etkilemekte ve öz yeterliliği yüksek olan bireylerin performansları da yüksek olmaktadır (Gist, 1989; Smith vd., 2006). Bu bağlamda bireylerin öz yeterlilik algıları girişimcilik faaliyetlerinde ve süreçlerinde yüksek olarak göstermeleri gereken performans için açıklayıcı bir faktör olarak görülebilir (Çetin, 2011).

McCelland (1976)'ın "İhtiyaçlar Teorisi" içerisinde tanımladığı başarı ihtiyacı iyi iş yapma, kusursuz olma ve rekabetin önemli olduğu işlere yönelme olarak tanımlanmaktadır (Sagie ve Elizur, 2006). McCelland (1976)'a göre yüksek başarı ihtiyacına sahip olan bireylerin özellikleri şu şekildedir:

- *Ne büyük ne de küçük risk alır. Başarılarını hesaplanan riskler almak şartıyla göstermek ister.*
- *Hedefine hangi düzeyde ulaştığını anlamak için hızlı geri bildirim almak ister.*
- *Başarı ile motive olur ve başarıdan büyük haz duyar.*
- *Zihnini devamlı olarak hedeflenen iş ile meşgul eder.*
- *Kişisel sorumluluklar alma hususunda son derece kararlı ve isteklidir.*

Johnson (2001) başarı ve rekabet motivasyonunun girişimci davranış ve tutumlar içerisinde en net olarak ortaya çıkanlar olduğunu belirtmiştir. İç girişimcilik faaliyetlerinde örgüte karşı sorumluluk yüksek seviyede olduğu için başarı ihtiyacı da girişimciye oranla çok daha fazladır. (Şeşen, 2010).

İlgili literatür incelendiğinde bireylerin öz yeterlilik puanlarının üzerinde cinsiyet ve yaşın anlamlı bir etkisinin var olduğu tespit edilmiştir. Yıldırım ve İlhan (2010) gerçekleştirdikleri çalışmasında cinsiyet ve yaşın bireylerin öz yeterlilik algıları üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğunu tespit etmiştir.

Bu noktadan hareketle gerçekleştirilen çalışmada çalışanların öz yeterlilik algılarının ve başarı ihtiyacının iç girişimcilik eğilimleri üzerindeki etkisinde kuşak farklılıklarının belirtilen model üzerinde nasıl bir etki yarattığı araştırılmaya çalışılmıştır.

3. YÖNTEM

Bu çalışmada nicel araştırma yöntemlerinden anket metodu kullanılmıştır. Toplam 400 anket farklı sektör ve kademede çalışanlara gönderilmiş olup, bunlardan geçerli 350 tanesi değerlendirmeye alınmıştır. Ankete geri dönüş oranı % 875'dir. Kolayda örnekleme metodunun kullanıldığı çalışmada anket formu dört kısımdan oluşmaktadır. Ön kısımda anketin amacının açıklandığı ve katılımcıların demografik özelliklerinin sorulduğu bilgi formu bulunmaktadır. İkinci kısımda örgüt içi girişimcilik ölçeği, üçüncü kısımda öz yeterlilik ölçeği ve dördüncü kısımda başarı motivasyonu ölçeği yer almaktadır.

Örgüt içi girişimciliği ölçmek için Şeşen (2010) tarafından geliştirilen "Örgüt İçi Girişimcilik" ölçeği kullanılmıştır. Öz yeterliliği ölçmek için Sherer ve arkadaşları (1982)'nın geliştirdiği, Yıldırım ve İlhan (2010)'ın Türkçe'ye çevirdiği 23 ifadeden oluşan "Genel Öz Yeterlilik Ölçeği" kullanılmıştır. Başarı ihtiyacını ölçmek için ise M.Emre Erdem'in (2004) "Contribution of Motivational Needs on the Internet Usage" isimli tezinde geliştirdiği toplam 16 ifadeden oluşan ölçek kullanılmıştır.

Araştırmanın örneklemini Türkiye'de farklı firma ve farklı sektörlerde çalışmakta olan ve Tablo 1.'de demografik bilgileri verilen 350 kişi oluşturmaktadır. Tablo 1 incelendiğinde katılımcıların büyük çoğunluğunun 35 yaş ve altında, üniversite mezunu, özel sektörde çalışan kişilerden oluştuğu anlaşılmaktadır.

Tablo 1. Demografik Değişkenler

Demografik Değişkenler		**Sıklık**	**%**
Cinsiyet	Kadın	165	47
	Erkek	185	53
Kuşak	X Kuşağı	77	22
	Y Kuşağı	273	78
Çocuk Sahibi Olma	Var	116	33
	Yok	233	66
Medeni Durum	Evli	133	38

	Bekar	223	61
Eğitim	Lisans ve Öncesi	193	55
	Lisansüstü	157	45
İş Hayatı Kıdem	1-9 Yıl	214	61
	10 Yıl ve Üzeri	126	36
Çalışma Hayatı Kıdem	1-9 Yıl	273	78
	10 Yıl ve Üzeri	63	18
Çalıştığı İşletme Türü	Kamu	91	26
	Özel	259	74
Pozisyon	Yönetici	98	28
	Uzman	91	26
	Memur	49	14
	Diğer	112	32

4. BULGULAR

Çalışmanın başlangıcında öncelikle ölçeklerin güvenilirliğine cronbach alpha ile bakılmış ve üç ölçek de güvenilir bulunmuştur. Ölçeklerin altında yer alan boyutlara ilişkin güvenilirlik, aritmetik ortalama ve açıklayıcılık oranları Tablo 2. , Tablo 3. Ve Tablo 4.' de sunulmaktadır. İç girişimciliğe ait orijinal ölçekte 5 boyut yer almaktadır. Ancak gerçekleştirilen faktör analizi sonucunda "Özerklik" ve "Risk Alma" faktörleri tek faktör altında toplanmıştır. Yine orijinal ölçekte yer alan "Proaktiflik" boyutu ise faktör analizi sonucunda çıkmamıştır. Gerçekleştirilen analiz sonuçları Tablo 2.' de gösterildiği gibidir.

Tablo 2. İç Girişimcilik Faktör Analizi Sonuçları

FAKTÖR ADI	**Güvenilirlik (α)**	**Aritmatik Ortalama**	**Açıklayıcı Varyans Oranı**
Bireysel Ağları Genişletme	,844	3,810	%22,387
Yenilikçilik	,748	4,2475	%22,122

Özerklik Ve Risk Alma	,816	3,8242	%21,680
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy : ,883			
Approx. Chi-Square : 1334,735 d : 78 Sig. : ,000			

Tablo 2. incelendiğinde üç boyutun da açıklayıcılığının yakın olduğu olduğu, en yüksek aritmetik ortalamanın "Yenilikçilik" boyutunda olduğu görülmektedir. Üç boyutun da güvenilir olduğu ve en yüksek güvenilirliğin "Bireysel Ağları Genişletme" boyutunda olduğu görülmektedir.

Öz yeterlilik ölçeğinin faktör analizi sonrasında üç boyut altında toplandığı tespit edilmiştir. Analiz sonuçları Tablo 3.' de gösterildiği gibidir.

Tablo 3. Öz Yeterlilik Faktör Analizi Sonuçları

FAKTÖR ADI	**Güvenilirlik (α)**	**Aritmatik Ortalama**	**Açıklayıcı Varyans Oranı**
Başlama	,904	3,9945	%26,388
Sosyal Öz Yeterlilik	,739	3,7244	%16,201
Yılmama Ve Sürdürme Çabası (Israr)	,740	3,7991	%16,051
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy : ,884			
Approx. Chi-Square : 1499,381 d : 120 Sig. : ,000			

Tablo 3. incelendiğinde boyutlara ilişkin ortalamaların birbirine yakın olduğu, en yüksek açıklayıcılığın "Başlama" boyutunda olduğu görülmektedir. Boyutların güvenilirliğine cronbach alpha ile bakılmış olup "Başlama" boyutunun güvenilirliği mükemmel seviyededir (Durmuş vd., 2013).

Başarı ihtiyacının faktör analizi sonucunda ölçeğin iki boyut altında toplanığı, "Risk Alma ve Başarma Hırsı" boyutunun ise analiz kapsamında çıkmadığı görülmektedir. Gerçekleştirilen faktör analizine ilişkin bulgular Tablo 4.' de gösterildiği gibidir.

Tablo 4. Başarı İhtiyacı Faktör Analizi Sonuçları

FAKTÖR ADI	**Güvenilirlik (α)**	**Aritmatik Ortalama**	**Açıklayıcı Varyans Oranı**
Rekabet	,904	4,4657	%32,251
Sorumluluklar Ve Hedefe Ulaşma	,740	5,0651	%26,064

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy : ,851

Approx. Chi-Square : 1052,540 d : 45 Sig. : ,000

Tablo 4. incelendiğinde en yüksek ortalamanın "Sorumluluklar ve Hedefe Ulaşma" boyutunda olduğu, en yüksek açıklayıcılığın ise "Rekabet" boyutunda olduğu ve ilgili boyutun güvenilirliğinin mükemmel seviyede olduğu görülmüştür.

İkinci aşamada değişkenler arasındaki ilişkiyi incelemek adına değişkenler ve ortaya çıkan boyutlar arasında korelasyon analizi yapılmıştır. Korelasyon analizine ilişkin bulgular Tablo 5.' de gösterildiği gibidir.

Tablo 5. Değişkenler Arası Korelasyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	**İç Girişimcilik**	**Öz Yeterlilik**	**Başarı İhtiyacı**	**Bireysel Ağları Genişletme**	**Yenilikçilik**	**Özerklik ve Risk Alma**	**Başlama**	**Sosyal Öz Yeterlilik**	**Israr**	**Rekabet**	**Sorumluluklar ve Hedefe Ulaşma**
İç Girişimcilik	**1**										
Öz Yeterlilik	,384**	**1**									
Başarı İhtiyacı	,578**	,540**	**1**								
Bireysel Ağları Genişletme	,784**	,268**	,470**	**1**							
Yenilikçilik	,807**	,423**	,541**	,508**	**1**						
Özerklik ve Risk Alma	,513**	,362**	,436**	,562**	,619**	**1**					
Başlama	,132*	,521**	,329**	,035	,253**	,138*	**1**				
Sosyal Öz Yeterlilik	,161*	,740**	224**	,176*	,230**	,155*	,226**	**1**			
Israr	,446**	,620**	,546**	,304**	,429**	,394**	,497**	,200*	**1**		

Rekabet	,572**	,417**	,488**	,428**	,353**	,368**	,236**	,160*	,418**	**1**	
Sorumluluklar ve Hedefe Ulaşma	,488**	,521**	,513**	,365**	,573**	,368**	,345**	,226**	,418**	,572**	**1**

Tablo 5.'de görüldüğü üzere değişkenler ve boyutlar arasında bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Üçüncü aşamada çalışmanın modelini test etmek üzere regresyon analizi uygulanmıştır. Regresyon analizinde bağımlı değişken "İç Girişimcilik" üzerinde bağımsız değişkenler "Öz Yeterlilik" ve "Başarı İhtiyacı"nın katkısı incelenmiştir. Gerçekleştirilen analize ilişkin bulgular Tablo 6.'da göstedilmektedir.

Tablo 6. Değişkenler Arası Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımlı Değişken	**Bağımsız Değişken**	**Beta**	**t değeri**	**P değeri**	**R**	**R^2**	**F değeri**	**p değeri**
İç Girişimcilik	**Başari Motivasyonu**	,577	9,793	,000	,577	,330	95,895	,000
	Öz Yeterlilik	,384	5,758	,000	,384	,143	33,156	,000

Tablo 6.'da belirtildiği üzere "İç Girişimcilik" üzerinde "Öz Yeterlilik" ve "Başarı İhtiyacı"nın pozitif yönde ve anlamlı bir katkısının olduğu tespit edilmiştir.

Daha sonra "İç Girişimcilik"in alt boyutları üzerinde "Öz Yeterlilik" ve "Başarı İhtiyacı"nın alt boyutlarının katkısını incelemeye yönelik regresyon analizi uygulanmış olup, analiz sonuçlarına ilişkin bulgular Tablo 7.'de gösterilmiştir.

Tablo 7. Boyutlar Arası Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişken: Öz Yeterlilik ve Başarı İhtiyacı Faktörleri	Bağımlı Değişken: İç Girişimcilik Faktörleri	Beta	t değeri	p değeri	R	R^2	F Değeri	p değeri
Rekabet		,331	4,257	,000				
Sorumluluklar ve Hedefe Ulaşma	**Bireysel Ağları Genişletme**	,211	2,788	,006	,504	,240	18,236	,000
Başlama		-,276	-3,492	,001				
Sosyal Öz Yeterlilik		,249	3,285	,001				
Sorumluluklar ve Hedefe Ulaşma	**Özerklik ve Risk Alma**	,474	7,393	,000	,592	,344	57,466	,000
Israr		,189	2,945	,004				
Rekabet	**Yenilikçilik**	,231	3,418	,001	,446	,192	26,379	,000
Israr		,298	4,410	,000				

Tablo 7. incelendiğinde iç girişimciliğin "Bireysel Ağları Genişletme" boyutu üzerinde öz yeterliliğin "Sosyal Öz Yeterlilik" boyutunun pozitif yönde ve anlamlı bir katkısının olduğu tespit edilirken, "Başlama" boyutunun ise negatif yönlü bir katkısının olduğu tespit edilmiştir. Başarı ihtiyacı boyutlarının da "Bireysel Ağları Genişletme" üzerinde pozitif ve anlamlı bir katkısı vardır. Gerçekleştirilen analiz sonucunda bağımsız değişkenlerin alt boyutlarının tamamının bağımlı değişken iç girişimcilik boyutlarından "Bireysel Ağları Genişletme" üzerinde bir katkısı vardır. İç girişimciliğin "Özerklik ve Risk Alma" boyutu üzerinde öz yeterliliğin "Israr" ve başarı ihtiyacının "Sorumluluklar ve Hedefe Ulaşma" boyutlarının, "Yenilikçilik" boyutu üzerinde ise öz yeterliliğin "Israr" ve başarı ihtiyacının "Rekabet" boyutlarının pozitif yönde bir katkısı tespit edilmiştir.

Modeli test etmeye yönelik olarak gerçekleştirilmiş olan regresyon analizinden sonra örneklemin demografik dağılımına göre regresyon analizi yapılmıştır. Cinsiyet, yaş, eğitim

durumu, çalışma hayatı kıdemi, iş yeri kıdemi, çalışılan işletme türü ve çalışılan pozisyona göre yapılan regresyon analizi sonuçlarında anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir.

Son olarak modele yönelik olarak kuşaklararası farklılık gösterip göstermediğine dair Dummy (Kukla) Test uygulanmıştır. Ancak diğer demografik değişkenlerde olduğu gibi anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir.

Regresyon analizi sonuçlarından tüm modellerin yüksek derecede açıklayıcılığa sahip olmadığı, ancak istatistiksel olarak anlamlı olduğu anlaşılmaktadır. Aynı zamanda demografik değişkenler ve kuşak farklılıklarına göre de model farklılık göstermemektedir.

5. SONUÇ, TARTIŞMA, SINIRLILIKLAR VE ÖNERİLER

Elde edilen sonuçlara göre öz yeterlilik ve başarı ihtiyacının iç girişimcilik üzerinde pozitif ve anlamlı bir katkısı bulunmaktadır. İç girişimciliğin "Bireysel Ağları Genişletme" boyutu üzerinde başarı ihtiyacının "Rekabet", "Sorumluluklar ve Hedefe Ulaşma" ile öz yeterliliğin "Sosyal Öz Yeterlilik" boyutları pozitif yönde öz yeterliliğin "Başlama" boyutu ise negatif etkiye sahiptir. İç girişimciliğin "Özerklik ve Risk Alma" boyutu üzerinde başarı ihtiyacının "Sorumluluklar ve Hedefe Ulaşma" ve öz yeterliliğin "Yılmama-Sürdürme Çabası(Israr)" boyutları pozitif yönde etkiye sahiptir. İç girişimciliğin "Yenilikçilik" boyutu üzerinde başarı ihtiyacının "Rekabet" ve öz yeterliliğin "Yılmama-Sürdürme Çabası(Israr)" boyutları pozitif yönde etkiye sahiptir.

X ve Y kuşakları ayrımına göre gerçekleştirilen ve kukla (dummy) yöntemi uygulanan regrasyon analizi sonucuda bir farklılık tespit edilememiştir. Diğer demografik değişkenlerde de bir farklılık ortaya çıkmamıştır. Bu sonuçlara göre literatürde iç girişimcilik üzerinde öz yeterliliğin ve başarı ihtiyacının etkisinin var olduğuna yönelik çalışmalar desteklenmektedir. Başarı ihtiyacı ve öz yeterliliğin iç girişimcilik üzerindeki etkisinde demografik değişkenlerden yaşın bir farklılık yaratmadığı tespit edilmiştir. Bu anlamda literatürde yer alan ve yaş değişkeninin etkisinin olduğuna dair çalışmalardan (Çetin, 2011; Yıldırım ve İlhan, 2010) farklı bir sonuç tespit edilmiştir.

KAYNAKÇA

Ahmad, N., & Hoffmann, A. (2008). A framework for addressing and measuring entrepreneurship.

Arslan, M. (2001). *İş ve meslek ahlakı*. Nobel yayın dağıtım.

Bandura, A. (1977). Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological review*, *84*(2), 191.

Bandura, A. (1982). Self-efficacy mechanism in human agency. *American psychologist*, *37*(2), 122.

Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of management Review*, *13*(3), 442-453.

Boolos, G. S., Burgess, J. P., & Jeffrey, R. C. (2002). *Computability and logic*. Cambridge university press.

Bulut, Ç., & Alpkan, L. (2006). Behavioral Consequences of an Entrepreneurial Climate within Large Organizations: An Integrative Proposed Model. *South East European Journal of Economics & Business (1840118X)*, (2).

Burke, L. A., & Miller, M. K. (1999). Taking the mystery out of intuitive decision making. *Academy of Management Perspectives*, *13*(4), 91-99.

Cornwall, J. R., & Perlman, B. (1990). *Organizational entrepreneurship*. McGraw-Hill/Irwin.

Çetin, F. (2011). Örgüt içi girişimcilikte öz yeterlilik algısı ve kontrol odağının rolü. *Business and Economics Research Journal*, *2*(3), 69-85.

De Noble, A. F., Jung, D., & Ehrlich, S. B. (1999). Entrepreneurial self-efficacy: The development of a measure and its relationship to entrepreneurial action. *Frontiers of entrepreneurship research*, *1999*(1), 73-87.

Gist, M. E., & Mitchell, T. R. (1992). Self-efficacy: A theoretical analysis of its determinants and malleability. *Academy of Management review*, *17*(2), 183-211.

Hackett, G., & Betz, N. E. (1981). A self-efficacy approach to the career development of women. *Journal of vocational behavior*, *18*(3), 326-339.

Haslam, D. M., Pakenham, K. I., & Smith, A. (2006). Social support and postpartum depressive symptomatology: The mediating role of maternal self-efficacy. *Infant mental health journal*, *27*(3), 276-291.

Hatch, J., & Zweig, J. (2000). DEPARTMENTS-ENTREPRENEURS-What is the stuff of an entrepreneur?. *Ivey Business Journal*, *65*(2), 68-72.

Johnson, D. (2001). What is innovation and entrepreneurship? Lessons for larger organisations. Industrial and commercial training, 33(4), 135-140.

Lorig, K., Chastain, R. L., Ung, E., Shoor, S., & Holman, H. R. (1989). Development and evaluation of a scale to measure perceived self-efficacy in people with arthritis. *Arthritis & Rheumatism: Official Journal of the American College of Rheumatology*, *32*(1), 37-44.

Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of management Review*, *21*(1), 135-172.

Maranville, S. (1992). Entrepreneurship in the business curriculum. *Journal of Education for Business*, *68*(1), 27-31.

McClelland, D. C., Atkinson, J. W., Clark, R. A., & Lowell, E. L. (1976). The achievement motive.

McClelland, J. L. (1976). Preliminary letter identification in the perception of words and nonwords. Journal of Experimental Psychology: Human Perception and Performance, 2(1), 80.

Miller, D., & Friesen, P. H. (1983). Strategy-making and environment: the third link. *Strategic management journal*, *4*(3), 221-235.

Naktiyok, A. (2004). İç girişimcilik. *İstanbul: Beta Yayınları*.

Nanus, B. (1992). *Visionary Leadership: Creating a Compelling Sense of Direction for Your Organization*. Jossey-Bass Inc., 350 Sansome Street, San Francisco, CA 94104-1310.

Pinchot, G. (1983). Intrapreneurship: How Firms can Encourage and Keep Their Bright Innovators'. *International Management: Europe*, *38*(1), 11-12.

Reynolds, P. D. (1992). Sociology and entrepreneurship: Concepts and contributions. *Entrepreneurship theory and practice*, *16*(2), 47-70.

Sagie, A., Elizur, D., & Yamauchi, H. (1996). The structure and strength of achievement motivation: A cross- cultural comparison. Journal of Organizational Behavior, 17(5), 431-444

Salas, E., & Cannon-Bowers, J. A. (2001). The science of training: A decade of progress. *Annual review of psychology*, *52*(1), 471-499.

Schwarzer, R., Bäßler, J., Kwiatek, P., Schröder, K., & Zhang, J. X. (1997). The assessment of optimistic self-beliefs: comparison of the German, Spanish, and Chinese versions of the general self-efficacy scale. *Applied Psychology*, *46*(1), 69-88.

Sherer, M., Maddux, J. E., Mercandante, B., Prentice-Dunn, S., Jacobs, B., & Rogers, R. W. (1982). The self-efficacy scale: Construction and validation. *Psychological reports*, *51*(2), 663-671.

Şeşen, H. (2010). Öncülleri ve sonuçları ile örgüt içi girişimcilik: Türk savunma sanayinde bir araştırma. Yayımlanmamış Doktora Tezi, KHO Savunma Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Usluel, Y., & Seferoğlu, S. S. (2003). Eğitim fakültelerindeki öğretim elemanlarının bilgisayar kullanımı ve öz-yeterlik algıları. *Bilişim Teknolojileri Işığında Eğitim Konferansı ve Sergisi*, 21-23.

Yıldırım, F., & İlhan, İ. Ö. (2010). Genel özyeterlilik ölçeği Türkçe formunun geçerlilik ve güvenilirlik çalışması. *Türk Psikiyatri Dergisi*, *21*(4), 301-308.

Zahra, S. A. (1993). Environment, corporate entrepreneurship, and financial performance: A taxonomic approach. *Journal of business venturing*, *8*(4), 319-340.

Zimmerman, B. J. (2000). Self-efficacy: An essential motive to learn. *Contemporary educational psychology*, *25*(1), 82-91.

Tele Çalışma Ve Ortaya Çıkan Sorunların Çalışanlar Üzerindeki Etkisi

Tuğba İNCENACAR
Hasan Kalyoncu University – Gaziantep University
kayar_tugba@hotmail.com

ÖZET

Bilgi teknolojilerinin gelişimi, iş gücü piyasalarında da esnekleşmeyi arttırmış, bu durum iş hayatına esnek çalışma olarak yansımıştır. Çalışma şekilleri değişerek, çalışma ortamları merkez iş yeri ofislerinin dışında, iş yerine uzakta bir yerde örneğin; ev esaslı tele çalışma veya tele merkez esaslı tele çalışma yapılabilir hale gelmiştir. Bu durum çalışanlar açısından bazı olumlu gelişmeleri olsa da, önemli olumsuz sonuçları da beraberinde getirmiştir.
Bu çalışma, bilgi ve iletişim teknolojilerinin yoğun olarak kullanıldığı tele çalışmanın ortaya çıkarmış olduğu sorunları ele almayı amaçlamıştır. Ayrıca, sorunlardan birisi olan "emeğin yabancılaşması" kavramı ayrıca açıklanacaktır. Çalışmanın sonunda, çalışanların ortaya çıkan sorunlara neden tepkisiz kaldığı sorunsalına cevap aranmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Tele Çalışma, Tele Çalışmanın Dezavantajları, Yabancılaşma, Emeğin Yabancılaşması

Tele-working and Effects of Problems on Employees

ABSTRACT

The development of information technologies has also increased the flexibility in the labor market and this has been reflected in the business life as flexible working. Working conditions have changed and working environments have been moved out of the offices. For example a place far away from work; home based tele work or tele center based tele work has become possible. Although this situation has some positive developments for the employees, it has also brought important negative results.
This study aims to address the problems raised by teleworking, where information and communication technologies are used extensively. The concept of alienation of labor, one of the problems, will also be explained. At the end of the study, it is sought to answer the problem of why employees remain unresponsive to the problems that arise.

1. GİRİŞ

Bilgi ve iletişim teknolojilerinde ki gelişmelerin çalışma hayatına büyük etkileri olmuştur. Çalışma şekillerinin yeniden düzenlenmesine yol açarak, geleneksel iş bürolarında çalışma anlayışından farklı bir çalışma biçimine dönüşmüştür. Çalışanlar işlerini merkez ofisin dışında, bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanarak uzaktan yapabilmeye başlamıştır. Tele çalışma olarak adlandırılan bu çalışma şekli ortaya çıkışından beri araştırmalara konu olmuş yeni bir kavramdır.

Tele çalışma, çalışanlara bazı imkanlar yaratsa da, bilgi ve iletişim teknolojilerinin de yoğun olarak kullanılmasına bağlı olarak olumsuz sonuçları da beraberinde getirdiği açıktır.

Bu çalışma, tele çalışmanın bireyler üzerindeki olumsuz etkilerini analiz ederek çalışanların bu sorunlara neden tepkisiz kaldığı sorunsalına cevap arayacaktır. Öncelikle çalışmaya zemin hazırlamak bakımından tele çalışma kavramına ait tanımlar yapılarak tele çalışmanın da kendi

içerisinde oluşan şekilleri anlatılacaktır. Daha sonra, bireyler üzerinde yarattığı sorunlardan bahsedilerek çalışmanın ana amacı olan sorunsaldan bahsedilecektir.

2. TELE ÇALIŞMA KAVRAMI VE ÇEŞİTLERİ

2.1. Tele Çalışma

Tele çalışma; tele işe gidip gelme, uzak çalışma, elektronik ev işi, esnek iş gibi benzer iş tiplerini tanımlamak için kullanılan esnek çalışma biçimidir.

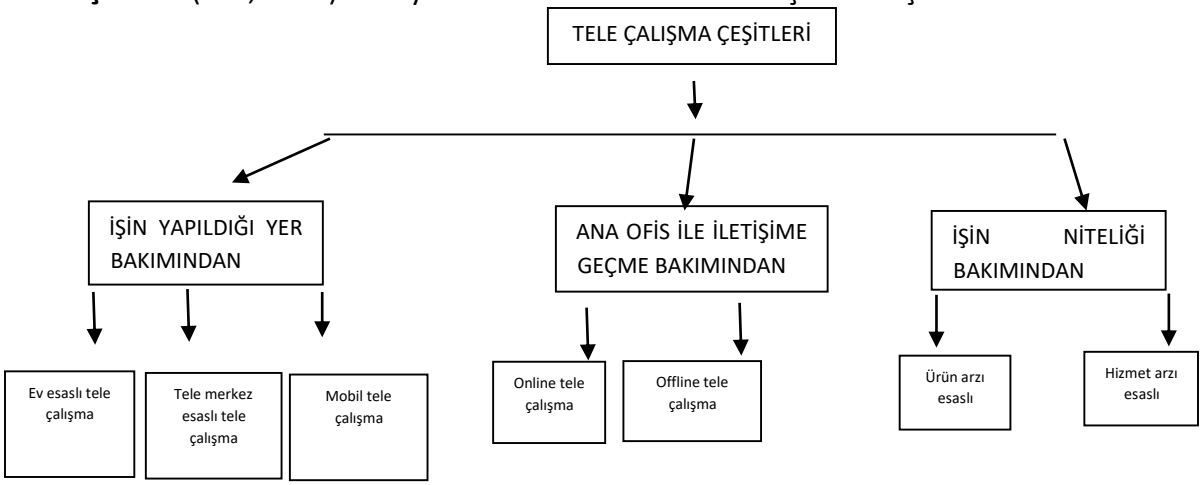
Tele çalışma; çoğu zaman işletmenin bulunduğu yerin dışında yapılan, evde ya da yerel bir büroda çalışılabilen, bilgi teknolojilerine ait araç ve gereçleri kullanarak işletme ile iletişime geçilen, çalışan açısından iş yerine tabiiyetinin az olduğu, işverenin ise işçi üzerinde denetlemesinin minimum seviyede olduğu bir esnek çalışma şeklidir. (Tozlu, 2011)

İş merkezinden uzakta çalışmak manasına gelen tele çalışma; aslında yeni bir kavram olmasına rağmen geçmişi eskiye dayanan evde çalışmanın değişen bir çeşididir. Ancak tele çalışma evde çalışabilmenin dışında gezerek çalışabilmeye de imkan sağlar. Buradan yola çıkarak tele çalışma, işin merkezinin bulunduğu yerden uzaktan yapıldığı için, çalışanlar diğer çalışanlar ile kişisel olarak bir iletişimde bulanamayacaktır. Onlar ile ancak teknolojik iletişim araçları ile iletişim kurabilecektir. (Dı Martıno & Wirth, 1990)

2.2. Tele Çalışma Çeşitleri

Çalışma hayatına esneklik getirmiş olan çalışma şekillerinden birisi de tele çalışmadır. Kendi içerisinde çeşitli şekillerde uygulanabilen bu çalışma şeklinin daha iyi tanımlanabilmesi için bölümlendirmeler yapılmaktadır. Bunlar; işin yapıldığı yer bakımından, ana ofis ile iletişime geçme bakımından ve işin niteliği bakımından sınıflandırılmaktadır. (Tan, 2007)

Şekil 6: (Tan, 2007) 'dan yararlanılarak tarafımızca oluşturulmuştur.



2.2.1. İşin Yapıldığı Yer Bakımından Tele Çalışma

İşin yapıldığı yer açısından tele çalışma tipleri şu şekilde sıralanmaktadır. (Tan, 2007)

- Ev esaslı tele çalışma
- Tele merkez esaslı tele çalışma
- Mobil tele çalışma

Ev Esaslı Tele Çalışma (Evde Çalışma)

Sanayi devrimi esnasında ulaşım teknolojileri sisteminde gözlenen gelişmeler sayesinde çalışma ortamları evden, fabrika veya ofise doğru yönelmiştir. Bilişim teknolojilerinin günümüzde gelişmesi ile tekrar eve dönerek çalışanların çalışma hayatlarını bir kez daha değiştirmiştir (Alkan Meşhur, 2007). Ev esaslı çalışmanın olacağı bilim adamları tarafından 1970'lerin başından bu yana tahmin edilmiş olup ilk defa Toffler "elektronik ev" kavramını ortaya atmıştır. Ev esaslı tele çalışmanın (evde tele çalışma), detaylı ve herkes tarafından kabul görmüş tek bir tanımı bulunamamaktadır (Berkün, 2013a). Genel olarak ev esaslı tele çalışma; çalışanın, telefon, faks, elektronik posta gibi iletişim teknolojilerini kullanarak çalışmalarını işverene iletmesi ve işlerini evden yürütmesi olarak tanımlanabilir (Berkün, 2013b). Yapılan araştırmalarda *"ev esaslı tele çalışmayı tercih edenlerin sayısında bir artış olduğu tespit edilmiştir. Evde çalışanların, evde haftalık ortalama çalışma zamanları 1987 yılında 14,2 saat iken, 1988 yılında 19,8 saate yükselmiştir"* (Berkün, 2013a). Ev esaslı tele çalışmaya olan ilginin artmasına etkiye sahip olan, nedenlerden en önemlileri, şu şekilde sayılabilir;

- özerklik arzusu,
- iş ve aile yaşamında daha fazla esneklik,
- işe gidip gelmenin azalması,
- alternatif çalışma seçenekleri.

Ev esaslı tele çalışmanın, bazı avantajlarına rağmen, eleştirilen tarafları da bulunmaktadır (Berkün, 2013a).

Bireyler üzerindeki dezavantajları ise şunlardır:

- Aidiyet hissinin azalması ya da olmaması.
- Ücret ve sosyal haklarda gerileme olması.
- Sosyal izolasyonun olması.
- İş ve ev arasındaki ayrımın ortadan kalkması.
- İşkolik olma durumu.
- Profesyonel destek alınamaması.
- Kariyer gelişimi imkanlarının daha zor olması.
- Yasal belirsizliklerdir.

Tele Merkez Esaslı Tele Çalışma

Tele köyler olarak da adlandırılan tele merkezler, firmanın ana ofisinden ya da temel hizmet birimlerinden uzakta çalışılabilen bilgi ve iletişim teknolojileri ile teçhiz edilen merkezlerdir. Çalışanlar burada fiziki olarak aynı alanda çalışabilmektedir. Bu çalışma şekli de tele çalışmanın uygulanabilir diğer bir türünü oluşturmaktadır. (Tan, 2007)

Ofis ortamında çalışma ile ev esaslı çalışmanın arasında bir mutabakat olarak görülen bu alanlar, işe ulaşım zamanı konusunda tasarruf sağlayabilmek, sosyal izolasyonu engelleyebilmek gibi bazı avantajları sağlayabilmektedir. (Alkan Meşhur, 2007)

Tele merkezler (tele köyler), şehir merkezinin dışında kurulan işin yapıldığı yer bakımından sınıflandırılan tele çalışmanın bir şeklidir. Şehir merkezinin dışında genellikle köylerde kurulduğu için tele köyler denilen bu çalışma şekline, ayrıca tele merkez ifadesi, geniş anlamda tele merkezleri telaffuz etmek için kullanılır. Bununla beraber tele merkez olgusu kimi zaman, geniş anlamda tele merkezleri açıklamaktadır. Tele merkezlerin ilk örnekleri *"İskandinav ülkeleri, Almanya, İrlanda, İskoçya, İngiltere, Fransa, Portekiz, İspanya ve Brezilya'da"* kurulmuştur. (Berkün, 2013a) Tele merkezlerde çalışanlar, genellikle evde çalışmayı istemeyen veya ev içerisinde ekipmanları olmayan, organizasyon ortamında çalışmayı isteyen, bu merkezlere yakın bir mesafede oturan kişiler olup bu gibi sebeplerden dolayı tele merkezlerde çalışmayı tercih etmektedirler.

Mobil Tele Çalışma

Seyahat etmeyi gerektiren çalışmalarda merkez ofis ile elektronik posta, veri tabanlarına erişim vs. gibi teknolojik iletişim olanaklarını kullanarak bağlantı kurabilen kişilere mobil tele çalışan denmektedir. (Tan, 2007) Bu çalışanlar ev de çalışmanın da mümkün olması üzerine, tren, uçak, otel, müşterilerin büroları gibi çoğu yerin birisinde çalışma yapabilirler. Mobil tele çalışanlar, hareketli çalışanlar olarak da tanımlanabilir. Üst kademe yöneticiler, satış personelleri, sağlık görevlileri ve eğitim uzmanları gibi kamu ve özel sektörde değişik işlevlerinde çalışanları içerir. (Alkan Meşhur, 2007)

2.2.2. Ana Ofis İle İletişime Geçme Bakımında Tele Çalışma

Tele çalışanların, on-line ve off-line olarak iki şekilde merkez ofis ile iletişime geçmeleri mümkündür. (Tan, 2007)

On-line Tele Çalışma

Tele çalışanlar, çalışma esnasında merkez ofise direkt ve sürekli bilgisayar bağlantısı (on-line bağlantı) yaparak on-line tele çalışmaları mümkündür. On-line çalışmada, işveren ve çalışan arasında bağımlılık fazladır. Bunun sebebi, direk ve sürekli bilgisayar bağlantısı olduğundan işverenlerin çalışanlar üzerinde ki denetiminin fazla olmasıdır. (Tan, 2007)

Off-line Tele Çalışma

Merkez ofise sürekli bağlantının olmadığı tele çalışma ise, off-line tele çalışma olarak adlandırılır. Bu çalışma da süre kısadır ve sürekli bağlantı olmadığından işverenin çalışan üzerinde denetimi az olacak bununla birlikte ikisi arasında zayıf bir bağımlılık ilişkisi söz konusu olur (Tan, 2007).

2.2.3. Yapılan İşin Niteliği Bakımından Tele Çalışma

Yapılan işin niteliği bakımından tele çalışmayı ürün arzı esaslı tele çalışma ve hizmet arzı esaslı tele çalışma olarak iki ayrı şekilde belirtmek olasıdır (Tan, 2007).

Ürün Arzı Esaslı Tele Çalışma

Ürün arzı esaslı tele çalışanlar satış personelleridir. Bu kişiler mobil tele çalışma yapabilecekleri gibi, evden çalışma yaparak ürünü pazarlamaya çalışırlar. Her iki şekilde de tele çalışan satış personeli olarak isimlendirilir. (Tan, 2007)

Hizmet Arzı Esaslı Tele Çalışma

Hizmet arz ederek tele çalışanlar ya belli bir yerde çalışırlar ya da mobil (hareketli) olarak çalışırlar. Bu kişilere en iyi örnek ise, sağlık görevlileri verilebilir. (Tan, 2007)

3. ORTAYA ÇIKAN SORUNLARIN ÇALIŞANLAR ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

3.1. Tele Çalışmanın Çalışanlar Açısından Ortaya Çıkardığı Sorunlar

Bilgi teknolojileri ile yeniden şekillenen çalışma yaşamı, gerek çalışma biçimlerinde gerekse çalışma sürelerinde esneklik anlayışı ile birçok değişimi de beraberinde getirmiştir.

Tele çalışma gibi iletişim teknolojilerinin yoğun olarak kullanıldığı çalışma şekillerin de çalışanlar işlerini teknolojiyi kullanarak uzaktan yürütebilme imkanı elde edebilmektedir. Çalışanlar, çalışma sürelerinde esnek oldukları için boş zaman etkinlikleri ayarlayabilecek ve işlerini yürütebileceği yerin kısıtlanması durumu da bir miktarda azaltılmış olacaktır. Bunların yanı sıra ev esaslı tele çalışanlara evde uygun bir çalışma ortamı gerekmekte, telefon, ısınma, aydınlatma gibi giderler de artış olmaktadır. Bu giderler çalışanlara maliyet olarak kalmaktadır. Bu sebeple, çalışanların perspektifinden bakıldığı zaman işverenlere daha çok imkan sağlamaktadır. (Aksoy, 2012) Görüldüğü üzere, tele çalışma çalışanlara bazı imkanlar sunmasına rağmen ortaya çıkardığı sorunları da görmezden gelmek mümkün olmayacaktır.

İşverenler, tele çalışma yapan çalışanlarına iş yerinde çalışanlara nazaran daha az ücret vermektedir. İşverenler bu çalışanlara, sosyal yardım ve güvenlik açısından da bazı kısıtlamalar yaparak onların bu haklardan yararlanmalarına engel teşkil eden uygulamalar yapabilmektedirler. Ayrıca işyerine olan bağlılığın az olması ile çalışan kişilerin sendikasızlaştırılması kolaylaşmakta ardından işçiyi işten kolayca çıkarmak mümkün olmaktadır. Yine çalışanlar, iş yerinden uzakta çalıştığı için kariyer planlaması yapamamakta

bu durumda iş yerinde çalışanlar ve uzaktan çalışanlar arasında fırsat eşitsizliği oluşmaktadır. (Kavi & Koçak, 2010/2:82-83)

Diğer dezavantajlar ise, takım çalışmasını güçsüzleştirmesi, terfi sorunları, psikolojik problemler, sosyal izolasyon ve işkolikliğe eğilim sayılabilir. (Aksoy, 2012:405)

Kadınların ve engellilerin tele çalışmayı tercih etmesi sonucunda merkez iş yerinde çalışanlardan ayrı olarak çalışmasına sebep olacağından ayrımcılığa yol açtığı belirtilmektedir. Evde tele çalışmanın kadınların yükünü arttırmak ile beraber sosyal izolasyona da yol açtığı, kariyer fırsatlarının önünü tıkanmasına sebebiyet verdiği açıktır. (Aksoy, 2012:405)

Tele çalışma gibi uygulamada esneklik anlayışı bulunduran çalışma şekilleri iş hayatını kuralsızlaştırmakla birlikte, emeğin ucuz kullanımına yol açarak sonucunda emeğin yabancılaşması sorununu ortaya çıkarmaktadır. Çalışmanın bu bölümünde, tele çalışmanın işçiler açısından yarattığı olumsuz sonuçlardan birisi olan emeğin yabancılaşması kavramı açıklanacaktır. Çalışanların bu sorunlara neden tepkisiz kaldığı sorunsalı ayrıca incelenecektir.

3.1.1. Emeğin Yabancılaşması Sorunu

Yabancılaşma, insanı hayatın öznesi konumundan çıkararak nesnesi konumuna getirmesi sürecidir.

Çalışma hayatı ile yabancılaşma kavramını ilişkilendiren düşünür Marx'dır. (Göktürk, 2007:210) Sanayi Devrimi etkileri ile Marx'ın yabancılaşma düşüncesi şekil bulmaya başlamıştır. Sanayileşmenin İngiltere'de başlamasıyla üretimin tam anlamıyla değiştiği bir dönem oluşmuş, fabrikalar kurulmuş ekonomik bir dönüşüm meydana gelmiştir. İşçi ve işveren sınıfı oluşmuş, seri üretime geçilmiş kapitalist anlayış ile işçilerin sömürüsü kendini göstermeye başlamıştır. Madde ve nesne insan hayatına girerek insanı yabancılaştırmıştır. Marx bu dönem ile yabancılaştırma kavramını birbirinin uzantısı olarak açıklar. İnsanın kendi emeği ile ürettiği malın sahibinin bir başkası olması, insanı o mala karşı yabancılaştırdığını düşünür. (Marx 2007: 12; Aktaran: Yüksel, 2014: 168). Dolayısıyla, Marx'a göre yabancılaşmanın sebebi çalışan sınıfın emeğine karşın nesne üzerinde hakimiyet kuramaması nesneye karşı yabancılaşmaya başlamasının alt yapısını oluşturur.

Marx, yabancılaşmayı birbiri ile bağlantılı dört ilişki biçimi ile açıklar (Edgell, 2006; Grint, 2008; Aktaran: Yıldız, 2010: 153). Bunlar:

" Ürün Yabancılaşması: Bir işçi, kendi emeğine yabancılaşır: İşçi, kendi emeğinin karşılığı olan ürünü yabancı bir meta ile ilişkilendirir. Marx'ın ise bunu emeğin yabancılaştırması olarak ele almaktadır. Marx, yabancılaşmanın göstergesi olarak işbölümü ve özel mülkiyete örnek verir. İşbölümü ve özel mülkiyet arasındaki ilişki geliştikçe, emek ve emeğin oluşturduğu katma değerli ürünler giderek insandan ve insana olan iradenin, isteklerinden bağımsızlaşır.

Emeğin ürettiği farklılaşmış ürün, emeğin karşısına yabancı bir şey, kendini kendini yenileyen bağımsız bir güç olarak karşımıza çıkar ve nihai ürüne dönüşen emek, bundan böyle işçinin bir parçası olmaktan uzaklaştığı için işçiye yabancılaşmaya başlamış olacaktır."

"Faaliyet Yabancılaşması: İşin kendi içinde oluşan faaliyetinde yabancılaşır. Çünkü bu oluşan faaliyet işçinin istem dışı, işçinin yaratıcı potansiyelini geliştirmede konusunda başarısız bir dönüt sağlar: "Bu durum zorunlu bir iş, halini almıştır. Örneğin fiziksel ya da diğer dış baskılar oluşmadığı müddetçe işten vebaymışcasına kaçınılır" Marx'a göre işçi, üretim eyleminden uzaklaşır. Bu bağlamda kapitalist ekonomide iş hayatı işçi açısından bir tatmin düzeyi sağlamayan ve kendi içerisinde bir amaç olmaktan çıktığı zaman yabancı bir faaliyet haline gelebilmektedir.

" Tür Yabancılaşması: Ürün ve faaliyet yabancılaşması sonucunda, ortaya çıkann farklı bir durumda söz konusudur. Bu durumda işçilerin onları insan yapan asıl doğalarına yabancılaşmış olması durumudur. "İnsanlığın doğasında uzaklaşan üretiminin ana hedefi, yani, uzaklaşılan iş onu kendi içerisinde, kendi türünün yaşam, yine kendi türünün mensubu olarak kendi doğasında var olan gerçek nesnelliğinden koparır ve onun hayvanlar üzerindeki avantajını cansız vücudunun, doğasının, kendinden koparıldığından dezavantaja dönüştürür."

"Sosyal Yabancılaşma: Yukarıda bahsi geçen konulara ek olarak, işçiler kendilerine yabancılaşırlar: "İnsanın emeğinden oluşan ürünün, yaşam faaliyeletrinden, kendi türünden uzaklaştırılması gerçeğinin elde edilmesi sonucunda insanın, insandan olan mesafeli uzaklaşmasıdır".

Sanayi devrimi sonrasında başlayan endüstrileşme ile kapitalist sistemin bir uzantısı olarak ortaya çıkan emeğin yabancılaşması kavramı, sanayileşme evresinden sonra bilgi teknolojilerinde ki gelişim, emeğin yabancılaşmasına sebep olan bir diğer gelişmedir (Yüksel, 2014: 179). Genel değerlendirmeler sonrasında yabancılaşmayı çalışma hayatı açısında bakarak tanımlamak gerekirse, "*insanın yönettiği araçların ve üretim yapısındaki sistem kontrolü altına girerek, sosyal değerlerden, kendi öz benliğinden ve insani değerlerinden uzaklaşması"* şeklinde bir tanım yapılabilir. Ahmet İnam'ın deyimiyle, insanın yabancılaşması "*gönlüyle bağını koparması, gönlünü unutması*" şeklidir (İnam:1993; Aktaran: Göktürk, 2007: 212).

Çalışmanın konusu olan tele çalışma şekli ise, çalışanların yabancılaşmasına etki edici sonuçlar doğurabilmektedir. Tele çalışmayı daha çok kadınların ve engellilerin tercih etmesi ile ayrımcılığın getirmiş olduğu güçsüzlük duygusu ortaya çıkacak kişilerin yapmış olduğu işe karşı yabancılaşması mümkün olabilecektir. Merkezi iş yerinden uzakta çalışarak bilgi ve iletişim teknolojilerini yoğun olarak kullanan çalışanların ağa giren her bilgi hem çalışanın hizmette bulunduğu tüzel kişiler tarafından, hem de diğer bilgi kontrolü sağlayan birimler

tarafından kayıt altına alınmaktadır. Kişilerin mahremiyetini ihlan eden bu durum onlar da yine güçsüzlük duygusunu ortaya çıkararak yabancılaştırmaya itebilecektir(Göktürk, 2007: 214-215) . Ayrıca, düşük ücret uygulamaları, sosyal haklardan yararlanamama, kariyer gelişiminin önünde engellerin olması, yasal mevzuattaki eksiklikler gibi sorunlarda yabancılaşmaya sebep olabilecektir.

3.2. Tele Çalışmanın Yarattığı Sorunlara Çalışanların Tutumu

Tele çalışma, çalışanlar açısından birçok sorun teşkil etmesine rağmen, bireylerin sorunlar karşısında tepkisiz tutumlarının sebebi nelerdir? Olumsuzluklara katlanılması, bir nevi göz ardı edilmesinin nedenleri nelerdir? Soruları akla gelmektedir. Genel değerlendirmeler göz önünde bulundurularak sorunsala cevap verilmeye çalışılmıştır.

Çalışma, kıt kaynakların ortaya çıkardığı sorunlara çözüm olması için insanların başvurduğu yöntemlerdendir. Çalışma, insanların gittikçe artan sorunlarına çözüm olabilmek için elzem bir gereklilik olmuştur. 18 yy.'dan itibaren sanayi devrimi ile beraber çalışma düşüncesi yaygınlaşmıştır.

İktisatçılara göre, maaş, ücret ve gelir çalışmanın odak noktasını oluşturmaktadır. Çalışmayı, " kişilerin ücret karşılığı yaptığı aktiviteler olarak" tanımlar. Para ise, bireylerin çalışmalarında ki temel sebep olarak gösterilmekle beraber kişilerin yeteneklerini kullanma arzu ve istekleri, itibar isteği, saygı ve değer hissi duymak istemesi gibi gerekçelerin varlığının göz önünde bulundurulması gerekir. (Yıldız, 2010: 131-135) Spinoza'ya göre, *"her şeyin var olduğu sürece, kendi varlığını sürdürme çabasına "conatus" adını"* verir. Conatus'u eylemde bulunarak, enerji harcayarak varolma gücü olarak tanımlar. Bu ise, arzunun enerjisinden gelmektedir. (Lordon, 2013: 19). Çalışanların, sorunlar karşısında tepkisiz kalabilme sebeplerini Spinoza arzunun enerjisi ile açıklamaktadır. Başka güçleri kendi arzusunun peşinden koşturma isteğine gelince, bunun aslında bir özgürlük olmadığını açıklamaktadır. Kollektif bir temel üzerine kurulan iş bölümünün, mal üretimine yönelik arzuları peşinden gitme ihitiyacını doğurması ile ücretli-emek ilişkisi ortaya çıkmış üretme arzusunu gerçekleştirmek isteyenler kendi arzularını da başkalarını dahil etmek ister. Ücretli emek ilişkisinin özü bu nokta da başlamaktadır.

(Lordon, 2013: 22)'ye göre;*"bir efendi isteklerinin, hizmete alınanların etkime gücünü seferber edip kendi girişiminin hizmetini devreye almasını sağlayan menfaat ilişkisine genel açıdan bakıldığında patronluk adını "* vermektedir. En genel anlamıyla patronluğu *"esir almak"* olarak tanımlar. Kapitalist patron , kendine göre yöntemler uygular. Bu yöntemlerden önceliği "para" dır.

Arzu nesnesinin bir başka adı da çıkar ilişkisidir. Genel itibariyle arzu (Lordon, 2013: 25) *"açık seçik ekonomik çıkardan (para birimleriyle hesaplanma kılığına bürünen çıkarın tarihsel olarak oluşmuş ifadesi) tutum, stratejik biçimlere bürünmüş ve insanın kendisine az çok itiraf ettiği çıkarlara, oradan da ekonomiyle en az ilgili olan, hatta ekonomiye karşıt olan ahlaki, simgesel ve ruhsal çıkarlara varıncaya kadar- her tür çıkarı bünyesinde toplar."* Bütün bu arzular , paradan yola çıkar. Ücretli emek ilişkisinde de hayatın maddi idamesindeki arzunun ön koşulunun para olduğu belirtilmektedir. Paranın ön koşul olması, parayı tedarik edene bağımlı olmasının da ön koşulunu oluşturur. Böylece, arzu nesnesini elinde tutan kapitalist emeği kendine bağımlı kılar (Lordon, 2013: 37). Özetle ücretli emekçiler bazı duygularla, arzu ve isteklerle, çıkar uğruna, maddi ve biyolojik yaşamın idamesi için gerekli olan para için işverene bağımlı hale gelir. Bu yüzden bazı olumsuzluklar yaşasa da onlara itaat etmeye devam etmektedir.

4. SONUÇ

Bilgi teknolojilerinin hayatın her alanına girmesi bilgi toplumunun bir özelliği olmuştur. Çalışma hayatını da etkilemesi kaçınılmaz bir sonuç olmuştur. Tele çalışma, günümüzde giderek artan bilgi teknolojilerine bağlı bir çalışma şekli olarak da çalışanlara bazı imkanlar yarattığından tercih edilen bir çalışma biçimi olmuştur. Yalnız yaratılan imkanların ardında bazı sorunlar da gündeme gelmiştir.

Teknolojinin yoğun bir şekilde kullanılması çalışanlarda yabancılaşma kavramının ortaya çıkmasına sebep olan etmen olmuştur. Dolayısıyla emeğin yabancılaşması sorunu ortaya çıkmıştır. Emeğin yabancılaşması kavramı Marxsist anlayışın çalışma yaşamı ile yabancılaşmayı ilişkilendirmesi ile ortaya çıkmıştır. Aslında emek sömürüsünün bir sonucudur. İşinde yabancılaşan ve kendi işinden uzaklaşan kişinin de işinde verimli olamayacağı aşikar bir gerçektir. Bu sorunun çözülebilmesi için, işçinin sosyal güvenlik, ücret gibi temel haklarında düzenlemeler yapılarak iyileştirilmelidir. İşverenler, işçinin üretim sürecinde önemli bir değer olduğunu unutmamalıdır. Onlara değerli oldukları hissettirilmeli, emeklerinin karşılığını alabilmeleri sağlanmalıdır.

Çözülmeyen sorunlara rağmen işçi bunlara tepki göstermeden çalışmaya devam edebilir. Birbiri ile sürekli bir döngü içerisinde olan bu durumun sebeplerine farklı bir çerçeveden ama yine aynı sonuca vararak açıklamak mümkün olmuştur. Patron olarak isimlendiren işverenlerin özellikle parayı bir arzu nesnesi haline getirmesi, elinde tutması çalışanlara karşı bir koz niteliği taşır. Ücretli emekçiler olarak adlandırdığımız bu kişilere karşı baskıcı tutumları, maddi ve biyolojik idame için paranın sermayedarın elinde bulunması çalışanları işverene bağımlı hale getirebilmektedir. Bunlar, emekçilerin tepkisiz kalmalarına neden olarak sayılabilir. Buradan

yola çıkarak, yine işçi-işveren arasındaki ilişkinin sonucunda olumsuzluklar doğurmadan işçinin refah içinde çalışmasını sağlayacak, hak ve özgürlüklerini koruyacak düzenlemelerin yapılması. İşçinin işveren karşısında korunması önemlidir.

Tele çalışma da ise, bazı öneriler ve düzenlemeler yapıldığı takdirde sorunların önüne geçmek mümkün olabilecektir. Bunlar(Alkan Meşhur, 2007: 270);

- Ev esaslı tele çalışmada kurumlar tele çalışanların evlerine gerekli alt yapıyı kurmalıdır. Bu işverenlerin bir sorumluluğu olmalıdır.
- İş yerinde çalışanlar gibi tele çalışanlara da eşit istihdam şartları sağlanmalıdır.
- Tele çalışanların sosyal izolasyon sorununun önüne geçebilmek için işverenler şirkette çalışanlar ile yüz yüze diyalog kurabilmelerini sağlamalıdırlar. Bunu haftalık ya da aylık şirket toplantıları yaparak sağlayabilirler.
- Tele çalışanların ücretlerinde iyileştirmeler yapılmalıdır. Sosyal hak ve güvenliklerinin korunması için yasal düzenlemeler şarttır.

KAYNAKÇA

Aksoy, B. (2012). Bilgi Teknolojileri ve Yeni Çalışma İlişkileri. *Ege Akademik Bakış Dergisi, 12*(3), 401-414.

Alkan Meşhur, H. F. (2007). Geleceğin Çalışma Biçimi Tele Çalışmaya İlişkin Yaklaşımlar. *Akademik Bilişim 07-09 Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri*, 265-272.

Berkün, S. (2013b). Ev Esaslı Uzaktan Çalışma: Bursa'da Engelli Belediye Çalışanlarının Algıları. *İnsan Hakları Yıllığı, 31*, 15-61.

Berkün, S. (2013a). Özürlülerin İstihdamında Ev Esaslı Tele Çalışma (Evde Tele Çalışma): Bursa İli Belediyelerinden Örnekler. *Çalışma ve Sosyal Güvenlik Eğitim ve Araştırma Merkezi Yayınları*, 1-184.

Dı Martıno, V., & Wirth, L. (1990). Telework: A new way of working and living. *International Labour Review, 5*, 529-554.

Göktürk, M. (2007). Sosyo-Psikolojik Sorunlar Çerçevesinde Bilgi Teknolojileri ve Yeni Çalışma Biçimleri. *Selçuk Üniversitesi Karaman İ.İ.B.F. Dergisi*(12), 207-220.

Kavi, E., & Koçak, O. (2010/2). Bilgi Toplumunda Evden Çalışmanın Etik Boyutu, *Sosyal Siyaset Konferansları*(59), 69-88.

Lordon, F. (2013). *Kapitalizm Arzu ve Kölelik Marx ve Spınoza'nın İş Birliği.* (T. Akın, Çev.) İstanbul: Metis Yayınları.

Tan, G. (2007). Atipik İş Sözleşmelerinden Evde Çalışma ve Tele Çalışma. *Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi*, 38-61.

Tozlu, E. (2011). Genel Olarak Esnek Çalışma Sistemleri ve Tele Çalışma ve Sıkıştırılmış İş Haftasını Karşılaştırılması. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, 3*(4), 99-116.

Yıldız, H. (2010). Çalışma Üzerine Sosyolojik Perspektif. *İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi Dergisi*, 129-161.

Yüksel, H. (2014). Yabanclaşma Kavramı Paralelinde Emeğin Yabancılaşması ve Sonuçları. *AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 14*(2), 159-188.

BİST' de İşlem Gören Lokanta Ve Otel İşletmelerinin Finansal Performans İncelemeleri: ÇKKV Araştırması

Asst. Prof. Dr. Umut Tolga GÜMÜŞ
Adnan Menderes University
ugumus@adu.edu.tr

Erkan ÇIBIK
Adnan Menderes University
erkancibik16@gmail.com

Ress. Assit. Hatice Can ÖZİÇ
Adnan Menderes University
hatice.ozic@adu.edu.tr

ÖZET

Birçok ülkede olduğu gibi ülkemizde de işletmeler finansal performanslarına dikkat etmeyi önemli görmektedirler. Çünkü finansal performansları firmaların sürdürülebilirlikleri ve gelişmeleri açısından önem teşkil etmektedir. Bu durumda çalışmalarda finansal performans ölçümleri için birçok farklı alternatif kullanılabilmektedir. İşletmeler kendileri için bu çalışmaları yaparken ayrıca araştırmacılar ve sektörlerde yatırım yapan yatırımcılar bu analizleri yaparak sonuçları ile kararlar alabilmektedirler. Oluşan rekabet ortamında herkesin karar alabilmeleri için alternatifler arasından belirli ölçeklerde seçim yapmaya olanak tanıyan çok kriterli karar verme yöntemleri sıklıkla kullanılmaktadır. Finansal performans analizleri birçok alanda birçok yöntemle gerçekleşebileceği gibi çok kriterli karar verme yöntemleri ile de bu analizler ve sıralamalar yapılabilmektedir.

Bu çalışmada çok ölçekli karar verme yöntemlerinde TOPSIS, MOORA ve VIKOR yöntemleri kullanılarak finansal performans analizleri ve sıralamaları oluşturulmaya çalışılmıştır. Çalışma kapsamında verileri süreklilik arz eden Borsa İstanbul'da işlem gören Lokanta ve Otel sektöründeki işletmelerin finansal rasyoları 2016, 2017, 2018 finansal tabloları kullanılarak hesaplanmış, uygulama için sıralamalar TOPSIS, MOORA ve VIKOR yöntemleri kullanılarak yapılmıştır. Sıralama sonuçları karşılaştırılmış ve uygulanan yöntemlerin bir birlerine uyumlu çalışıp çalışmadıkları ve benzer yönleri tartışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: BİST, TOPSIS, MOORA, VIKOR, Lokanta Ve Otel Firmaları

Financial Performance Investigations of Restaurants and Restaurants in BİST: ÇKKV Research

ABSTRACT

As in many countries, businesses in our country also consider it important to pay attention to their financial performance. Because their financial performance is important for the sustainability and development of the companies. In this case, many different alternatives can be used for financial performance measurements. While the companies make these studies for themselves, investors who invest in researchers and sectors can make these analyzes and make decisions with their results. Multi-criteria decision-making methods are often used, which allow people to make decisions in a competitive environment in order to make decisions on specific scales. Financial performance analyzes can be performed by many methods in many areas, and these analyzes and rankings can be made with multi-criteria decision making methods.

In this study, financial performance analyzes and rankings are tried to be formed by using TOPSIS, MOORA and VIKOR methods in multi-scale decision making methods. The financial ratios of the enterprises in the Restaurant and Hotel sector, which are traded in Borsa İstanbul, were calculated using the 2016, 2017, 2018 financial statements. Sequence results were compared and similar methods were discussed and their similar aspects were discussed.

Keywords: BIST, TOPSIS, MOORA, VIKOR, Restaurant and Hotel Firms

1. GİRİŞ

İşletmeler faaliyetlerini sürdürebilmek açısından her dönem kaydetmiş oldukları finansal tabloları incelemeye almakta büyüme seviyelerini ve potansiyellerini test etmektedirler.

Firmalar bu finansal tablolara önem vererek gelecek beklenti ve planlarını bu yönde şekillendirmekte karar almada bu yapmış oldukları analizlerden faydalanmaktadırlar. İşletmeler dönemler itibari ile durumlarını görebilmek adına finansal performans ölçüm araçlarını sıklıkla kullanmaktadırlar. Finansal durum ölçümleri için birçok yöntem ve teknik kullanılmasına rağmen firmalar tarafından sıklıkla başvurulan en çok kullanılan oran rasyo analizlerine bakılmasıdır. Bu teknik işletmelerin finansal durum tablosu ve gelir tablosu kalemlerinin ilişkili veriler ile bir birleri ile oranlanması ve çıkan oranların sektörel baz da veya genel itibari ile yorumlanması aşamalarını içermektedir. Bazen finansal oran analizleri işletmelerin durumları hakkında yeterli bilgiler veremeyebilirler. Bu yüzden farklı ölçüm araçları geliştirilmiş olup, finansal oran analizlerinin toplu olarak finansal performans vermeleri sağlayabilmek için bazı yöntemler geliştirilmeye gerek duyulmuştur. Bu yöntemler birçok alanda kullanılan ve finans alanına da yönlendirilebilen çok ölçekli karar verme yöntemleridir. Bu yöntemler belirli kriterler ve ölçekler durumunda alternatifler arasından optimal çözümü bulmaya yarayan yöntemlerdir.

Çok kriterli karar verme yöntemleri birçok alanda kullanıldığı gibi bazı teknikler finansal işletme performanslarını ölçmek ve sıralamalar elde etmek için de kullanılabilmektedir. Bu tarz kullanımlarda işletmelerin finansal rasyo oranları kullanılarak işletmeler arasında sıralama sonuçları elde edilmeye çalışılmaktadır. Haliyle kriterler belirlendiği için bütün finansal oranlar alınamamakta sadece önceden belirlenen kriterler eşliğinde finansal performans sıralamaları gerçekleştirilmektedir. Durum böyle olunca farklı kriterlerde farklı sonuçlar elde edilebilmektedir. Fakat standart oluşturulan ve o sektörde kullanılan en yaygın finansal oranlar kullanılarak yapılan çalışmalar olumlu sonuçlar verdiği gözlemlenmiştir.

Bu çalışmada hisse senetleri Borsa İstanbul' da işlem görmekte olan lokanta ve otel sektöründe faaliyet gösteren işletmeler finansal performans ölçümleri için ele alınmıştır. Bu sektör içerisinde verileri süreklilik arz eden on adet işletme olduğu tespit edilmiştir. Bu işletmelerin 2016,2017 ve 2018 yıllarının son döneme ait finansal tablolarından yararlanarak rasyo oran analizleri yapılmış yapılan oran analizleri ile çok ölçekli karar verme yöntemleri için karar matrisi bu şekilde oluşturulmuştur. Çalışma kapsamında sektörde yaygın olarak kullanılan on adet finansal oran belirlenmiş belirlenen bu kriter olarak kullanılan finansal oranlar Microsoft Excel paket programı ile hesaplanmıştır. Daha sonra her yıl ayrı ayrı olmak üzere işletmelerin performans sıralamalarını yapmak için çok ölçekli karar verme yöntemlerinden TOPSIS, MOORA ve VIKOR yöntemleri kullanılmıştır. Bu yöntemler ile firmaların finansal sıralama sonuçları belirlenmeye çalışılmıştır. Bazı yıllarda uygulamalar neticesinde benzer sonuçlar çıkarken bazı yıllarda farklı sonuçlar elde edildiği gözlemlenmiştir. Çalışmanın yapılmasının

en önemli amaçlarından bir tanesi ise işletmelerin finansal performanslarının farklı ölçüm yöntemlerinde ve farklı yıllarda benzerliklerin olup olmayacağını tespit etmek yöntemler arasında uyumlu olan yılları ve yöntemleri belirlemeye çalışmaktır.

2. TEORİK ÇERÇEVE

TOPSIS Yöntemi Kullanan Çalışmalar;

Dumanoğlu ve Ergül (2010), İMKB'de İşlem Gören Teknoloji Şirketlerinin Mali Performans Ölçümü; Uygurtürk, H. ve Korkmaz, T. (2012), Finansal Performansın TOPSIS Çok Kriterli Karar Verme Yöntemi İle Belirlenmesi: Ana Metal Sanayi İşletmeleri Üzerine Bir Uygulama; Ksenija, Boris, Snežana and Sladjana (2017), 2007-2014 yılları arasında Sırbistan'da sigorta sektöründe faaliyet gösteren tüm şirketler AHP ve TOPSIS ile incelenmesi; Karaoğlan S. (2018), BİST XKMYA İşletmelerinin Finansal Performanslarının Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri İle Ölçümü ve Yöntemlerin Karşılaştırılması; Hoe, Din, Siew and Wai (2018) Malezya'daki arasındaki kahve tedarikçilerinin TOPSIS yöntemi ile mali performanslarının değerlendirilmesi; Orçun ve Eren (2017),BİST'de işlem gören 13 teknoloji firmasının Finansal performanslarının TOPSIS ile belirlenmesi çalışmaları TOPSIS yöntemi ile yapılan belli başlı çalışmalardır.

MOORA Yöntemi Kullanan Çalışmalar;

Ömürbek ve Özcan (2016), BİST'de işlem gören sigorta firmalarının MOORA yöntemi ile incelenmesi; Özbek (2015), Akademik birim yöneticilerinin MOORA yöntemi ile seçilmesi; Tepe ve Görener (2014), Analitik hiyerarşi süreci ve MOORA yöntemlerinin personel seçiminde uygulanması; Özdağoğlu (2014), Farklı normalizasyon yöntemlerinde tercih sıralaması; Yıldırım ve Önay (2013), Teknoloji firmalarının bulanık AHP ve MOORA yöntemleri kullanılarak sıralanması; Kalibatas ve Turskis (2008), binalarda iç iklimi ve çeşitli yönlerden inceleyerek sorun çözümü için MOORA yöntemini kullanmışlardır.

VIKOR Yöntemi Kullanan Çalışmalar;

Ertuğrul ve Özçil (2014), TOPSIS ve VIKOR yöntemi ile klima seçimi; Uygurtürk (2014), Bütünleşik AHS ve VIKOR yöntemiyle otel seçimi; Karaatlı vd.(2014), TOPSIS ve VIKOR yöntemleri ile futbolcu performanslarının değerlendirilmesi; Hamurcu ve Eren (2017), Kent İçi Ulaşım İçin VIKOR Yöntemi İle Proje Seçimi; Ju ve Wang (2013), Doğal afet durumunda acil eylem planı seçiminde VIKOR yönteminin kullanılması; Kim ve Chung (2013), İklim değişikliği ve değişkenliğinde su açığını belirlemek için bulanık VIKOR yapılan çalışmalar arasındadır.

Literatürde yapılan çalışmalara bakıldığında çok ölçekli karar verme yöntemleri kullanılarak daha birçok çalışma yapıldığı görülmektedir. Yukarıda belirtilenler sadece bir kısmı olup

yapmış olduğumuz çalışmaya örnek teşkil etmesi açısından yol gösterici olarak kullanılmış çalışmalardır.

3.YÖNTEM

3.1.TOPSIS Yöntemi

TOPSIS, 1981 yılında Hwang ve Yoon tarafından ilk olarak bir konferansta ortaya konulmuş çok ölçekli karar verme yöntemlerinden birisidir (Pawlakk, 1982: 341). TOPSIS yöntemi genel itibari ile alternatifler arasından optimal olan alternatifi seçmeye olanak tanıyan bir dizi basit matematiksel işlemden oluşmaktadır. Günlük yaşantımızda her alanda birçok karar vermek durumunda kalmaktayız. TOPSIS yöntemi de her alanda kullanılabilmekle birlikte bu karar vermede yardımcı olan yöntemler arasında yer almaktadır (Özdemir, 2015: 133,134).

TOPSIS yöntemiyle belirlenen kriterler doğrultusunda alternatifler arasından pozitif bir ideal çözüme en yakın ve negatif bir ideal çözüme en uzak alternatifi belirleme yaklaşımıdır (Qin et al., 2008:2166). Bu doğrultuda TOPSIS ile finansal performans değerlendirmeleri yapmak adına sıralamalar belirlenebilmektedir.

3.2. MOORA Yöntemi

MOORA yöntemi çok yeni geliştirilen bir yöntem olmakla birlikte ilk defa Brauers ve Zavadskas tarafından geliştirilmiş ve kullanılmaya başlanmıştır. Çok ölçekli karar verme yöntemlerine bir alternatif olarak kullanıma sunulmuş bir yöntemdir. MOORA yöntemi genel itibari ile iki veya daha fazla bir birleriyle çelişen amacı, belirli ölçekler altında eş anlı olarak en iyiyi bulma sürecidir. Bu yöntem literatürde uygulanan karar verme süreci uygulamalarına destek amaçlı geliştirilmiştir. Yöntem matematiksel olarak oldukça basit yapılabilen beş adet yaklaşımdan oluşmaktadır (Brauers ve Zavadskas, 2012).

MOORA yönteminin genellikle uygulamalarda kullanılan metotları; MOORA oran metodu, Referans Nokta Yaklaşımı, Önem Katsayısı Yaklaşımı, Tam Çarpım Metodu ve MULTI – MOORA yöntemleridir (Ersöz ve Atav, 2011: 79). Çalışmada yukarıda belirtilen yöntemlerin dört tanesi kullanılarak analizler yapılmıştır.

3.3.VIKOR Yöntemi

VIKOR yöntemi de diğer yöntemler gibi bazı koşullarda belirlenen kriter ağırlıkları ile alternatiflerin optimum sıralama sonuçlarını bulmaya çalışan bir karar verme yöntemidir. Her bir alternatifin bütün değerlerini kullanan bu yöntem karar vericileri en uygun çözümü bulmaya yakınlaştırır. VIKOR yöntemi ilk defa Opricovic ve Tzeng tarafından geliştirilmiş bir yöntemdir. Karar verme sürecinde birçok alanda VIKOR yöntemi kullanılabilmektedir (Opricovic ve Tzeng, 2004).

VIKOR yöntemini diğer yöntemlerden ayıran en temel özelliklerden bir tanesi 0 ile 1 değeri arasında anlamlılık dereceleri vererek sıralamaların yapılması yer almaktadır. VIKOR yöntemi verilen anlamlılık derecelerine göre sıralama sonuçlarını belirler. Bu yüzden farklı anlamlılık derecelerinde farklı sonuçlar çıkabilmektedir.

3.4. Çalışmanın Veri Seti

Çalışma için BİST'de işlem gören Lokanta ve Otel işletmeleri kullanılmıştır. 2016-2018Q4 yılları arasında verileri süreklilik arz eden 10 şirket tespit edilmiş ve analiz kapsamında yer alan şirketler Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1: Çalışmada Kullanılan Şirketler

Sıra	BİST Kodu	Şirket Unvanı
1	**AYCES**	Altın Yunus Çeşme Turistik Tesisler A:Ş.
2	**AVTUR**	Avrasya Petrol ve Turistik Tesisler Yatırımlar A.Ş.
3	**ETILR**	Etiler Gıda ve Ticari Yatırımlar Sanayi ve Ticaret A.Ş.
4	**KSTUR**	Kuştur Kuşadası Turizm Endüstrileri A.Ş.
5	**MAALT**	Marmaris Altınyunus Turistik Tesisler A.Ş.
6	**MERIT**	Merit Turizm ve Yatırım İşletme A.Ş.
7	**METUR**	Metemtur Otelcilik ve Turizm İşletmeleri A.Ş.
8	**PKENT**	Petrokent Turizm A.Ş.
9	**TEKTU**	Tek-Art İnşaat Ticaret Turizm Sanayi ve Yatırımlar A.Ş.
10	**UTPYA**	Ütopya Turizm İnşaat ve İşletmecilik A.Ş.

Çalışmada kullanılmak üzere işletmelerin yılsonu finansal durum ve gelir tablolarından elde edilen 10 adet geleneksel finansal rasyo oranı tespit edilmiştir. Yapılan finansal oranlar Tablo 2'de gösterilmektedir.

Tablo 2: Çalışmada Kullanılan Finansal Oranlar

No.	Finansal Oran Kodu	Finansal Oranlar
1.	FO1	Dönen Varlıklar/Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar
2.	FO2	Hazır Değerler /Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar
3.	FO3	Net Satışlar (Hasılat)/ Aktif Toplam
4.	FO4	Net Satışlar (Hasılat)/ Kısa Vadeli Ticari Alacaklar
5.	FO5	Net Satışlar (Hasılat)/ Dönen Varlıklar – Kısa Vadeli Yabancı Kaynak
6.	FO6	Öz Kaynaklar / Toplam Borçlar
7.	FO7	Toplam Borçlar / Aktif Toplam
8.	FO8	Net Dönem Karı / Net Satışlar (Hasılat)
9.	FO9	Öz Kaynaklar /Net Satışlar (Hasılat)
10.	FO10	Aktif Toplam / Net Satışlar (Hasılat)

Çalışma için belirlenen şirketler ile baz alınacak kriterler doğrultusunda yıllar itibari ile her yıl ayrı ayrı olacak şekilde karar matrisleri oluşturulmuştur. Çok ölçekli karar verme yöntemlerini

uygulayabilmek adına ilk olarak karar matrisi aşaması gelmektedir. 2016 -2017 ve 2018 yılları alındığı için her yılın karar matrisi oluşturulmuş oluşturulan bu karar matrisleri ile çok kriterli karar verme yöntemlerinden TOPSIS, MOORA ve VIKOR yöntemleri kullanılarak analizler yapılmış yıllar itibari ile sıralama sonuçları belirlenmiştir.

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Araştırmanın bu bölümünde kriterler ve alternatifler arasından seçim yapmak için çok ölçekli karar verme yöntemleri kullanılmış olup yıllar bazında TOPSIS, MOORA ve VIKOR yöntemleri kullanılarak sıralama sonuçları elde edilmiştir. Elde edilen sıralama sonuçları bazı yıllarda bir birleri ile benzerlik gösterdikleri gözlemlenmiştir. İlk olarak 2016, 2017 ve 2018 yılları ile yapılan TOPSIS sonuçları sıralaması elde edilmiştir. Yıllar için oluşturulan TOPSIS sonuçları tablosu Tablo 3'de gösterilmektedir.

Tablo 3: 2016,2017 ve 2018 TOPSIS Sonuçları Tablosu

		2018		2017		2016	
No.	Şirketler	SONUÇLAR	SIRALAMA	SONUÇLAR	SIRALAMA	SONUÇLAR	SIRALAMA
1	AYCES	0,52499403	5	0,470482141	6	0,396983994	9
2	AVTUR	0,59223149	2	0,389579107	9	0,502830599	4
3	ETILR	0,49827809	6	0,461961304	7	0,494361397	5
4	KSTUR	0,54824821	4	0,559503073	3	0,543779011	1
5	MAALT	0,6284562	1	0,634353069	1	0,472830942	6
6	MERIT	0,55450376	3	0,563450151	2	0,518625472	3
7	PKENT	0,38417849	10	0,445090025	8	0,428744191	8
8	TEKTU	0,48906732	9	0,551577447	4	0,524366769	2
9	UTPYA	0,49104646	8	0,472297753	5	0,433094132	7
10	METUR	0,49120771	7				

Yıllar itibari ile yapılan TOPSIS analizi sonuçlarına göre belirlenen ölçeklerde finansal performans açısından ilk sırada yer alan işletme 2018 ve 2017 yıllarında Marmaris Altınyunus Turistik Tesisleri A.Ş. olarak gerçekleşmiştir. 2016 yıllında ise ilk sırada yer alan işletmenin

Kuştur Turizm işletmesi olduğu görülmektedir. Yıllar bazında bakıldığında ikinci ve üçüncü sıradaki işletmeler her yıl farklılık gösterdiği gözlemlenmiştir. Fakat Merit Turizm ve Yatırım işletmesinin 2018 ve 2016 yıllarında üçüncü sırada yer alması, 2017 yılında ikinci sırada yer alması dikkat çekmektedir. TOPSIS yöntemine göre finansal performans açısından son sırada yer alan işletmeler 2018 yılında Petrokent Turizm A.Ş. olurken, 2017 yılında Avrasya Petrol ve Turistik Tesisler, 2016 yılında ise Altınyunus Çeşme Turistik Tesisler işletmeleri olarak belirlenmiştir.

Çalışmada Metem Turizm işletmesinin 2017 ve 2016 finansal tablolarındaki eksiklikler sebebiyle bu yıllardaki TOPSIS analizleri yapılamamıştır. Yapılan TOPSIS analizleri neticesinde her yıl farklı sonuçlar elde edildiği gözlemlenmiştir. Fakat TOPSIS sonuçlarının değerleri birbirlerine çok yakın değerler oldukları tespit edilmiştir.

Çalışma için bir sonraki aşamada çok ölçekli karar verme yöntemlerinden MOORA yöntemi kullanılmıştır. MOORA yönteminde dikkate alınan ve sıklıkla kullanılan dört temel yaklaşım uygulanmıştır. Bu yaklaşımlar oran metodu, referans nokta yaklaşımı, önem katsayısı metodu ve tam çarpım metotlarından oluşmaktadır. Çalışmada yıllar bazında her yıl ayrı ayrı olacak şekilde bu dört yöntem uygulanmıştır. 2018 yılı MOORA yöntemi sonuçları Tablo 4'de gösterilmiştir.

Tablo 4: 2018 Yılı MOORA Yöntemi Sonuçları

		ORAN METODU		REFERANS NOKTA METODU		ÖNEM KATSAYISI METODU		TAM ÇARPIM METODU	
No	Şirketler	SONUÇLAR		SONUÇLAR		SONUÇLAR		SONUÇLAR	
1	AYCES	0,561257	5	0,975354	3	0,056126	5	-4,5E-05	7
2	AVTUR	1,275661	2	0,979147	5	0,127566	2	0,206945	1
3	ETILR	0,264284	6	0,979418	6	0,026428	6	0,003058	3
4	KSTUR	0,785708	4	0,778656	2	0,078571	4	0,000241	5
5	MAALT	1,788073	1	0,776515	1	0,178807	1	0,000404	4
6	MERIT	0,916714	3	0,979475	7	0,091671	3	0,179651	2
7	METUR	0,240025	7	1,007868	8	0,024003	7	-5E-05	8
8	PKENT	-1,20618	10	1,062136	9	-0,12062	10	-0,00105	9
9	TEKTU	0,188488	9	1,242281	10	0,018849	9	-0,41078	10
10	UTPYA	0,195586	8	0,978603	4	0,019559	8	0,000127	6

Çalışma için yapılan 2018 yılı MOORA analizi sonuçlarına göre finansal performansı en iyi olan işletme, oran metodu, referans nokta metodu ve önem katsayısı metotlarına göre Marmaris Altınyunus Turistik Tesisleri işletmesi olduğu tespit edilmiştir. Yapılan analizlerde tam çarpım

metodunda ilk sırada yer alan işletmenin Avrasya Turizm işletmesi olduğu görülmektedir. Uygulanan metotlar arasında sıralama sonuçlarının çok farklı olduğu gözlemlenmiş fakat bu metotlarda son sırada yer alan işletmelerin hep aynı işletmeler oldukları tespit edilmiştir. Bu işletmeler Petrokent Turizm ile Tek-Art İnşaat Ticaret Turizm Sanayi ve Yatırımlar A.Ş. firmalarıdır. Bu firmalar yöntemler için finansal performans açısından olumsuz firmalar olarak tespit edilmişlerdir.

Çalışma için yapılan 2017 MOORA analizi sonuçları ise Tablo 5'de gösterilmektedir.

Tablo 5: 2017 MOORA Yöntemi Sonuçları

		ORAN METODU		REFERANS NOKTA METODU		ÖNEM KATSAYISI METODU		TAM ÇARPIM METODU	
No.	Şirketler	SONUÇLAR		SONUÇLAR		SONUÇLAR		SONUÇLAR	
1	AYCES	-0,057	6	0,866618	3	-0,0057	6	0,002818	5
2	AVTUR	-1,01339	9	1,133501	9	-0,10134	9	0,428673	1
3	ETILR	-0,08756	7	0,946528	5	-0,00876	7	0,000449	7
4	KSTUR	0,99723	2	0,768295	2	0,099723	2	0,000827	6
5	MAALT	1,476532	1	0,669766	1	0,147653	1	0,003192	4
6	MERIT	0,940996	3	0,962903	7	0,0941	3	0,021297	2
7	PKENT	-0,44868	8	0,94334	4	-0,04487	8	-8,4E-06	9
8	TEKTU	0,835955	4	0,963561	8	0,083596	4	0,010575	3
9	UTPYA	0,058288	5	0,956618	6	0,005829	5	0,000154	8

Çalışmada yapılan 2017 MOORA analizi sonuçlarına göre 2018 yılı ile benzerlik göstererek finansal performans açısından ilk sıradaki işletme oran metodu, referans nokta metodu ve önem katsayısı metotlarına göre Marmaris Altınyunus Turistik Tesisleri firması olduğu görülmektedir. Yine aynı şekilde tam çarpım metodun da ilk sırada Avrasya Turizm işletmesi yer aldığı gözlemlenmektedir. Yapılan analizlerde Metem Turizm işletmesi finansal tablolarındaki eksikler sebebiyle çıkartılmıştır. 2017 yılı MOORA sonuçlarında tam çarpım metodunda Avrasya Turizm işletmesi yer alırken diğer metotlarda bu işletmenin son sırada yer alması gözden kaçmamaktadır. Bu açıdan Tam çarpım metodu diğer metotlar ile uyumlu çalışmamakta oranların sadece çarpımlarını dikkate aldığı için doğru sonuçlar vermediği gözlemlenmektedir.

Çalışma için yapılan 2016 yılı MOORA yöntemi sonuçları Tablo 6'da gösterilmiştir.

Tablo 6: 2016 MOORA Yöntemi Sonuçları

		ORAN METODU	REFERANS NOKTA METODU	ÖNEM KATSAYISI METODU	TAM ÇARPIM METODU

No.	Şirketler	SONUÇLAR		SONUÇLAR		SONUÇLAR		SONUÇLAR	
1	AYCES	-0,23792	9	1,239875	9	-0,02379	9	0,013562	2
2	AVTUR	0,955841	3	0,894779	3	0,095584	3	-0,02651	9
3	ETILR	0,714255	5	0,933487	5	0,071425	5	0,000771	5
4	KSTUR	1,576147	1	0,927757	4	0,157615	1	0,000663	6
5	MAALT	0,699558	6	0,781068	1	0,069956	6	0,000377	7
6	MERIT	0,910718	4	0,940803	7	0,091072	4	0,055422	1
7	PKENT	0,036823	8	0,937648	6	0,003682	8	9,26E-05	8
8	TEKTU	1,313392	2	0,894187	2	0,131339	2	0,006832	3
9	UTPYA	0,143199	7	0,975841	8	0,01432	7	0,001863	4

MOORA yönteminde 2016 yılı sonuçlarına göre finansal performans için yapılan sıralamalarda oran metodu ve önem katsayısı metoduna göre ilk sıralarda yer alan firma Kuştur Kuşadası Turizm işletmesi iken referans nokta yaklaşımına göre Marmaris Altınyunus Turistik Tesisleri firması, tam çarpım yöntemine göre ise Merit Turizm ve Yatırım firması yer aldığı görülmektedir. 2016 yılında diğer yapılan yıllara göre daha farklı sıralama sonuçları elde edilmiştir. Ama yapılan üç yöntemde son sırada yer alan işletmenin Altınyunus Çeşme Turistik Tesisleri firması olması dikkat çekmektedir. Ayrıca Tek-Art İnşaat Ticaret Turizm Sanayi ve Yatırımlar A.Ş. işletmesinin ikinci sırada istikrarlı olduğu görülmektedir.

Araştırmanın son aşamasında çalışma için VIKOR yöntemi analizleri yapılmıştır. VIKOR yöntemine göre şirketlerin sıralamaları anlamlılık derecelerine göre 2016,2017 ve 2018 yılları ile belirlenmiştir. Çalışma için yapılan 2018 yılına ait VIKOR analizi sonuçları Tablo 7'de gösterilmektedir.

Tablo 7: 2018 VIKOR Yöntemi Sonuçları

		Qi (0,00)	Qi (0,25)	Qi (0,50)	Qi (0,75)	Qi (1,00)
1	AYCES	6	7	6	6	6
2	AVTUR	4	3	3	3	2
3	ETILR	5	9	9	9	9
4	KSTUR	1	1	1	2	3
5	MAALT	2	2	2	1	1
6	MERIT	6	6	5	5	5
7	METUR	6	8	7	7	7
8	PKENT	6	10	10	10	10
9	TEKTU	6	4	4	4	4
10	UTPYA	3	5	8	8	8

VIKOR yöntemi ile yapılan 2018 yılı sonuçlarına göre 0,00-0,25 ve 0,50 anlamlılık derecelerinde ilk sırada Kuştur Kuşadası Turizm işletmesi yer aldığı görülürken, 0,75 ve 1 anlamlılık derecelerinde Marmaris Altınyunus Turistik Tesisleri firması yer aldığı tespit

edilmiştir. Marmaris Altınyunus işletmesinin diğer anlamlılık derecelerinde ikinci sırada yer aldığı görülmüştür. VIKOR yöntemine göre finansal performans açısından bu iki işletmenin en iyi işletmeler oldukları belirlenmiştir.

Çalışma için yapılan 2017 yılı VIKOR yöntemi sıralamaları Tablo 8'de gösterilmektedir.

Tablo 8: 2017 VIKOR Yöntemi Sonuçları

		Qi (0,00)	Qi (0,25)	Qi (0,50)	Qi (0,75)	Qi (1,00)
1	AYCES	4	9	9	9	9
2	AVTUR	4	8	8	7	6
3	ETILR	3	6	7	8	8
4	KSTUR	4	2	2	2	1
5	MAALT	1	1	1	1	2
6	MERIT	4	4	4	4	4
7	PKENT	4	7	5	5	5
8	TEKTU	4	3	3	3	3
9	UTPYA	2	5	6	6	7

VIKOR yönteminin 2017 yılı sonuçlarına göre ise 0,75 anlamlılık derecesine kadar olan bütün anlamlılık derecesinde ilk sırada Marmaris Altınyunus Turistik Tesisleri işletmesinin finansal performans olarak ilk sırada yer aldığı görülmüştür. Sadece 1 anlamlılık derecesinde ilk sırada Kuştur Kuşadası Turizm işletmesi yer aldığı görülmektedir. 2017 yılında diğer sıralama sonuçlarının farklılık gösterdiği gözlemlenmiştir. Ama ilk iki sırada yer alan işletmelerin 2018 yılı ile aynı işletmeler oldukları dikkat çekmektedir. Sıralamalarda 2017 ve 2016 yıllarında finansal tablolarındaki eksiklikler sebebiyle Metemtur Otelcilik ve Turizm işletmesi alınamamıştır.

Son olarak VIKOR yönteminin 2016 yılı sıralama sonuçları ise Tablo 9'da gösterilmiştir.

Tablo 9: 2016 VIKOR Yöntemi Sonuçları

		Qi (0,00)	Qi (0,25)	Qi (0,50)	Qi (0,75)	Qi (1,00)
1	AYCES	3	9	9	9	9
2	AVTUR	3	7	7	7	7
3	ETILR	2	3	5	5	5
4	KSTUR	3	2	2	1	1
5	MAALT	1	1	1	2	4
6	MERIT	3	5	4	4	3
7	PKENT	3	6	6	6	6
8	TEKTU	3	4	3	3	2
9	UTPYA	3	8	8	8	8

VIKOR yönteminin 2016 yılı sıralama sonuçlarına göre ise 0,00-0,25 ve 0,50 anlamlılık derecelerinde Marmaris Altınyunus Turistik Tesisleri firmasının finansal oranlarının ve performansının iyi olduğu görülmüş, 0,75 ve 1 anlamlılık derecelerinde ise ilk sırada Kuştur Kuşadası Turizm işletmesinin yer aldığı tespit edilmiştir. VIKOR yöntemine göre yapılan üç yılda da yaklaşık aynı işletmelerin ilk sırada yer alması bu işletmelerin belirlenen kriterlerde finansal açıdan iyi durumda olduklarının bir göstergesidir. VIKOR 0,00 anlamlılık derecesinde bütün işletmelerde aynı sonuçların çıkması doğaldır. VIKOR yönteminde yapılan analizlerde kabul koşullarının hepsi sağlanmış olup doğru sonuçlar test edilmiştir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüzde gelişme gösteren teknolojiler ile birlikte üretim sektörlerinin yanı sıra hizmet sektörlerin de faaliyet gösteren işletmelerinde önemi gittikçe artmaktadır. Artış gösteren hizmet sektöründeki faaliyetler bu sektörlerde işlem gören işletmelerin başarıları ve performansları ile doğru orantılıdır. Dolayısıyla işletmelerin finansal performans analizlerini yapmak önem arz eder. Bu çalışmada işletmelerin oran analizleri çok ölçekli karar verme yöntemlerinden TOPSIS, VIKOR ve MOORA yöntemleri kullanılarak analiz edilmiş, sıralama sonuçları oluşturulmuştur. Sonuçlar neticesinde yıllar itibariyle yapılan uygulamalarda genellikle Marmaris Altınyunus Turistik Tesisleri firması ve Kuştur Kuşadası Turizm işletmesinin finansal performansları diğer işletmelere göre iyi oldukları tespit edilmiştir. Belirlenen finansal ölçek kriterlerinde bu işletmelerin finansal performanslarının ilk sıralarda yer aldığı görülmüştür. Bu çalışma ile Lokanta ve otel sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin performansları ortaya konulmuştur. Çalışmanın karar almada okuyuculara katkı sağlaması beklenmekte diğer çalışmalara ışık tutması hedeflenmektedir.

KAYNAKLAR

Brauers, W. K. M., Zavadskas, E. K., (2012), "Robustness of Multi MOORA: A Method for Multi- Objective Optimiziation", Informatica, 23(1), 1-25.

Dumanoğlu S.ve Ergül N., (2010), İMKB'de İşlem Gören Teknoloji Şirketlerinin Mali Performans Ölçümü, Marmara Üniversitesi MYO, Dergi park Dergisi, Cilt 1, Sayı 48

Ertuğrul İ., Özçil A., (2014), "Çok Kriterli Karar Vermede TOPSIS ve VIKOR Yöntemleriyle Klima Seçimi'', Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt 4, Sayı 1, s.267-282

F. Ersöz ve A. Atav, (2011) "Çok Kriterli Karar Verme Problemlerinde MOORA Yöntemi", YAEM Yöneylem Araştırması Ve Endüstri Mühendisliği 31.Ulusal Kongresi, Sakarya Üniversitesi, 2011, s. 79.

Hamurcu M., Eren T.,(2017), "Sürdürülebilir Kent İçi Ulaşım İçin Bulanık AHP Tabanlı VIKOR Yöntemi İle Proje Seçimi'', International Conference on Advanced Engineering Technologies (ICADET 2017),

Hoe, L. W., Din, M. A., Siew, L. W., and Wai, C. J. (2018), "Evalation on The Performance of Supplier in Malaysia with TOPSIS Model", Journal of Fundamental and Applied Sciences, 10(6), 406-415.

Ju, Y., Wang, A., (2013), "Extension of VIKOR Method for MultiCriteria Group Decision Making Problem With Linguistic Information", Applied Mathematical Modelling, Cilt 37, Sayı5, s.3112–3125

Kalibatas, D. & Turskis, Z., (2008). "Multicriteria Evaluation of Inner Climate by Using Moora Met-hod", Journal of Information Technology and Control, 37 (1): 79-8

Karaatlı M., Ömürbek N., Köse G.,(2014), "Analitik Hiyerarşi Süreci Temelli TOPSIS ve VIKOR Yöntemleri İle Futbolcu Performanslarının Değerlendirilmesi'' Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt:29, Sayı:1, Yıl:2014, s. 25-61

Karaoğlan S. (2018), BİST XKMYA İşletmelerinin Finansal Performanslarının Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri İle Ölçümü ve Yöntemlerin Karşılaştırılması, Ege Akademik Bakış Dergisi, Cilt 18, Sayı 1

Kım, Y., Chung, E.S., (2013), "Fuzzy VIKOR Approach For Assessing The Vulnerability of The Water Supply To Climate Change And Variability in South Korea", Applied Mathematical Modelling, 37(22), 9419-9430.

Ksenija, M., Boris, D., Snežana , K. and Sladjana, B. (2017), "Analysis of The Efficiency of Insurance Companies in Serbia Using The Fuzzy AHP and TOPSIS Methods", Economıc Research, 30(1), 550-565.

Orçun, Ç. ve Eren, B.S. (2017), "TOPSIS Yöntemi ile Finansal Performans Değerlendirmesi: XUTEK Üzerinde Bir Uygulama", Muhasebe ve Finansman Dergisi, 75, 139-154.

Opricovic, S., Tzeng, G. H. (2004). "Compromise Solution by MCDM Methods: A Comparative Analysis of VIKOR and TOPSIS," European Journal of Operational Research, vol. 156, p. 445-455

Ömürbek N., Özcan A.,(2016) "BIST'de İşlem Gören Sigorta Şirketlerinin Multımoora Yöntemiyle Performans Ölçümü", Uluslararası İşletme, Ekonomi ve Yönetim Perspektifleri Dergisi, Yıl: 1, Sayı: 2, Mart 2016, s. 64-75

Özbek A., (2015), "Akademik Birim Yöneticilerinin MOORA Yöntemiyle Seçilmesi: Kırıkkale Üzerine Bir Uygulama'', Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Sayı:38 Yıl: 2015/1 s. 1-18

Özdağoğlu, A. (2014), "Normalizasyon Yöntemlerinin Çok Ölçütlü Karar Verme Sürecine Etkisi–MOORA Yöntemi İncelemesi", Ege Akademik Bakış, Cilt 14, Sayı 2, s. 283-294

Özdemir M., (2015) "Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri'' Dora Yayıncılık 2. Baskı s:133

Pawlakk, Z., (1982), **'**Rough Sets' International Journal of Computer & Information Sciences, Vol 11, No 5, pp. 341-356.

Qin, X., Huang, G., Chakma, A., Nie, X., and Lin, Q. (2008). "A MCDM-Based Expert System for Climate-Change Impact Assessment and Adaptation Planning – A Case Study for the Georgia Basin, Canada", Expert Systems with Applications, 34(3), 2164-2179.

Tepe S., Görener A.,(2014), "Analitik Hiyerarşi Süreci Ve MOORA Yöntemlerinin Personel Seçiminde Uygulanması'', İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi, Sayı: 25, s.1-14

Uygurtürk H.,(2014), "Bütünleşik AHS-VIKOR Yöntemi İle Otel Seçimi'', Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt 10, Yıl 10, Sayı 2, s. 103-116

Uygurtürk, H. ve Korkmaz, T. (2012), "Finansal Performansın TOPSIS Çok Kriterli Karar Verme Yöntemi İle Belirlenmesi: Ana Metal Sanayi İşletmeleri Üzerine Bir Uygulama", Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, 7(2), 95-115.

Yıldırım B. F., Önay O.,(2013), "Bulut Teknolojisi Firmalarının BULANIK AHP – MOORA Yöntemi Kullanılarak Sıralanması'', İ. Ü. İşletme Fakültesi İşletme İktisadi Enstitüsü Yönetim Dergisi, Sayı 24, s. 60-81

BİST-100 ve BİST-Tüm Endekslerinde Güç Oranı Yöntemiyle Ocak Ayı Anomalisinin Test Edilmesi

Asst. Prof. Dr. Umut Tolga GÜMÜŞ
Adnan Menderes University
ugumus@adu.edu.tr

Ress. Assit. Hatice Can ÖZİÇ
Adnan Menderes University
hatice.ozic@adu.edu.tr

Erkan ÇIBIK
Adnan Menderes University
erkancibik16@gmail.com

ÖZET

Etkin Piyasalar Teorisi, menkul kıymet fiyatlarının mevcut tüm bilgiyi yansıttığını ve piyasada işlem yapan yatırımcıların herhangi bir bilgileri kullanarak diğer yatırımcılarda fazla getiri sağlayamayacağını ileri sürmektedir. Daha sonra Etkin Piyasalar Hipotezi ile ilgili yapılmış olan çalışmalarda, bu hipoteze uygun olmayan sonuçlar elde edilmiş ve bu sonuçlar normalden sapma yani anomali olarak adlandırılmıştır. Ocak ayı anomalisi de literatürde yer edinmiş önemli anomalilerden biridir. Piyasalarda herhangi bir anomalinin varlığının tespit edilmesi yatırımcılar açısından önem taşımaktadır. Anomalinin varlığı durumunda; yatırımcılar fiyatların düştüğü dönemde alıp, farklı bir dönemde daha yüksek bir fiyattan satarlarsa kar elde edebilecektirler. Bu çalışmanın amacı, 2008-2018 döneminde BİST-100 ve BİST-Tüm endekslerinde Ocak ayı anomalisinin varlığının güç oranı yöntemiyle tespit edilmesidir. Yapılan analiz sonuçları ve Ocak ayı anomalisinin sebepleri açıklanmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Ocak Ayı Anomalisi, Güç Oranı Yöntemi, BİST100, BİST Tüm

TESTING THE ANOMALY OF JANUARY WITH THE POWER RATE METHOD IN BIST-100 AND BIST-ALL INDEXES

ABSTRACT

Efficient Market Theory suggests that securities prices reflect all available information, and that traders who are traded in the market will not be able to generate much return in other investors by using any information. Then, in studies conducted on the Efficient Markets Hypothesis, unsatisfactory results were obtained and this results were named as anomalies. January anomaly is one of the most important anomalies in the literature.It is important for investors to determine the presence of any anomalies in the markets. In case of presence of anomaly; investors will be able to make a profit if they buy at a lower price and sell at a higher price.The aim of this study is to determine the existence of January anomaly in BİST-100 and BIST-All indices by the power ratio method in the period of 2008-2018. The results of the analysis and the reasons for the anomaly of January were tried to be explained.

Keywords: January Anomaly, Power Ratio Method, BIST 100, BIST All

1.GİRİŞ

Finans literatürün de menkul kıymet fiyatlarının hareketleri ve yatırımcı davranışlarının açıklanmasında Fama (1965) tarafından geliştirilmiş olan önemli hipotezlerden biri de "Etkin Piyasalar Hipotezi" dir. Bu çalışmasında Fama, piyasada işlem yapan yatırımcıların herhangi bir bilgi kullanarak diğer yatırımcılarda fazla getiri sağlayamayacağını öne sürmektedir. Etkin Piyasalar Teorisi, piyasalarda işlem gören menkul kıymetlerin fiyatlarının ve onu ihraç eden

şirkete ait bütün bilgilerin tamamen yansıtıldığı kabul etmekte ve bu piyasaları etkin olarak nitelendirmektedir(Atakan, 2008: 99).

Fama, bilgi çeşitliliğine göre piyasa etkinliğinin; zayıf formda etkin piyasalar, yarı güçlü formda etkin piyasalar ve güçlü formda etkin piyasalar olarak üç grup altında sınıflandırmıştır. Zayıf form yapısına sahip piyasalardaki etkinliğine göre, geçmiş dönemlerdeki fiyat hareketlerinden ve işlem bilgilerinden faydalanarak hisse senetleri getirilerini tahmin etmek mümkün değildir."Rastsal Yürüyüş Modeli" olarak da tanımlanan zayıf formdaki bu piyasalarda, önceden öngörülemeyen bilgi akışına bağlı fiyatlar rastsal olarak oluşmaktadır. Yarı-güçlü formda etkin bir piyasada, geçmiş dönem fiyat hareketleri ve şirketlerin makroekonomik değişkenlere bağlı kamuya açıklanan bilgilerini kullanılarak hisse senedi fiyatlarını tahmin etmek mümkün değildir. Güçlü formda etkin piyasalarda ise, geçmiş dönem fiyat hareketleri, kamuya açıklanan bilgilerini ve sınırlı sayıda yatırımcının sahip olduğu özel bilgiler fiyatlara yansıtılmaktadır. Bu nedenle, bu bilgilerden de yararlanılarak fiyatlardaki değişimi öngörmek ve daha yüksek getiri elde etmek mümkün değildir(Konak ve Kendirli,2014:276)

Etkin Piyasalar Hipotezi ortaya atıldıktan sonra yapılmış olan çalışmalarda, bu hipoteze uygun olmayan sonuçlar elde edilmiştir. Bu sonuçlara literatürde normalden sapma yani anomali adı verilmiştir.

Menkul kıymet piyasalarında herhangi bir anomalinin varlığının tespit edilmesi yatırımcıların açısından önem taşımaktadır. Eğer yatırımcı anomali etkisini kullanarak; fiyatların düştüğü dönemde düşük fiyattan alıp, farklı bir dönemde daha yüksek bir fiyattan satarak kar elde edebilecektir. Piyasalarda gözlemlenen anomaliler dönemsel ve dönemsel olmayan olarak iki gruba ayrılmaktadır. Dönemsel anomaliler zamana dayalı gözlenebilen belirli ay, gün, hafta ve tatil sapmalarıdır. Dönemsel olmayan anomaliler ise fiyat/kazanç oranı, piyasa değeri/defteri değeri gibi kesitler anomalilerden ve fiyat anomalilerinden meydana gelmektedir(Yiğiter ve Ilgın,2015:173). Ocak ayı anomalisi üzerinde çok çalışılma yapılmış ve de literatürde yer edinmiş önemli anomalilerden biridir.

Ocak ayı anomalisi, Ocak ayının ortalama ham getirisi, yılın diğer on bir ayının ortalama getirisinden önemli ölçüde daha yüksek olduğunu ortaya koyan sistematik bir modeldir. Etkin piyasa teorisi, ardışık fiyat değişikliklerinin zaman içinde rastgele olduğunu ve bu nedenle hisse senedi getirilerinde aylık sistematik bir düzen içerisinde olmamasını gerektiğini savunmaktadır. Bu nedenle, Ocak ayının borsa getirisindeki etkisinin varlığı, piyasa etkinliği teorisi ile tutarlı değil(Patel,2016:317).

Ocak ayı anomalisi görülmesinin farklı sebepleri olabilir. Yatırımcılar, vergi matrahını düşürmek amacıyla Aralık ayında zarar ettikleri hisse senetlerini satarak zararlarını gidermeye çalışmaktadırlar. Ocak ayında piyasadaki düşük fiyatlardan faydalanmak için bu hisse senetlerini yeniden satın alıp ortalamanın üzerinde, bir getiri elde etmektedirler. Ocak ayı anomalisinin ortaya çıkmasındaki diğer bir neden ise yılbaşlarında piyasada para hacminin artması ve buna bağlı olarak piyasalarda değeri düşük firmaların pay senetleri üzerinde talebin artmasıyla parasal politikalara bağlılık durumu oluşmaktadır. Ayrıca yatırımcıların Ocak ayı anomalisine ait bilgi ve haberler doğrultusunda işlem yapması da Ocak etkisini kuvvetlendirmektedir(Ege vd.,2012:177).

Bu çalışmada 2008-2018 döneminde BİST-100 ve BİST-Tüm endekslerinde Ocak ayı anomalisinin varlığının güç oranı yöntemiyle (power ratio method) tespit edilmiştir. Her iki endeks içinde belirtilen dönemlerde Ocak ayı anomalisinin varlığını tespit etmek için gerekli analizler yapılmıştır. Yapılan analiz sonuçları ve Ocak ayı anomalisinin olası sebepleri açıklanmıştır.

2.TEORİK ÇERCEVE

Finans literatüründe Ocak ayı anomalisi ile ilgili uluslararası ve ulusal alanda birçok çalışma yapılmıştır. Yapılan çalışmalar; yapıldığı ülke, seçilen endeks, kullanılan yöntem ve çalışmanın kapsadığı dönemler bakımından farklılık göstermektedir. Literatürde yer alan bazı çalışma örnekleri ile teorik çerçeve ortaya konulmuştur.

Ocak ayı anomalisi İlk kez 1942'de Watchel tarafından ileri sürülmüştür.1927-1942 yılları arası **Dow Jones'** da yaptığı araştırmada hisse senetlerinin getirilerinin Ocak ayında diğer aylara göre daha fazla olup Aralık ayında ise diğer aylara göre daha düşük olduğunu ortaya koymuştur.

Gu (2003), ilk defa güç oranı yöntemini (*power ratio method)* geliştiren ve Russell, Dow ve S&P 500 endekslerinde bu yöntemi kullanarak Ocak ayı anomalisini araştırmıştır. Ele aldığı dönemde genel olarak Ocak ayı anomalisinin görüldüğü sonucuna ulaşmıştır.

Gu ve Simon (2003), Ocak ayı etkisinin İngiltere borsasında FT30 ve FT700 endekslerini 1976 ile 2000 dönemleri arasını incelemiştir ve Ocak ayı anomalisne rastlamıştır.

Asteriou ve Kavetsos (2006), Çek Cumhuriyeti, Macaristan, Litvanya, Polonya, Romanya, Rusya, Slovakya ve Slovenya'nın Ocak anomalisinin varlığını araştırmıştır. Özellikle, Macaristan, Polonya ve Romanya borsalarında Ocak etkisinin varlığına dair daha güçlü kanıtlar bulurken, diğer ülkelerin borsalarında Ocak etkisinin varlığına dair sonuçlar elde etmişlerdir.

Ege ve diğerleri (2012), İMKB-30 ve İMKB-50 endekslerinde 2001- 2011 dönemlerinde Ocak ayı anomalisinin varlığını Güç Oranı Yöntemini test etmişlerdir. Elde edilen bulgulara göre her iki endeks için de incelenen dönemler içerisinde Ocak ayı etkisine rastlanmıştır.
Küçüksille (2012), çalışmasında İMKB 100, XUGIDA, XUMALI, XUSIN ve XUHOLD endekslerini için 1988-2010 yılları arasında Ocak ayı etkisini Güç Oranı Yöntemi kullanarak test etmiştir. Çalışmanın sonucunda İMKB 100 ve XUSIN endekslerinde Ocak ayı anomalisi olduğunu ortaya koymuştur. Diğer XUGIDA, XUMALI ve XUHOLD endekslerinde ise Ocak ayı etkisine rastlayamamıştır.

Aytekin ve Sakarya (2014), çalışmalarında XUTUM, XU100, XU30, XUSIN, XGIDA, XTAST, XMESY, XUHIZ, XUMAL ve XHOLD endekslerinde Ocak ayı anomalisini araştırmışlardır. Bu on endeksin için 1999-2013 dönemini güç oranı yöntemi ve tek yönlü varyans(ANOVA) analizi kullanarak test etmişlerdir. Sonuçlarına göre güç oranı yöntemi kullanılarak yapılan analizlerde, tüm endekslerde Ocak ayı anomalisine rastlanmıştır.
Turaboğlu ve Topaloğlu(2017), çalışmalarında. BİST 100 ve BİST Tüm endeksleri için Ocak, Haziran ve Eylül ayları anomalilerinin varlığı araştırmışlardır. 1989-2015 dönemlerini bu iki endeks için Güç Oranı Yöntemi ile analiz etmişlerdir. Elde edilen bulgulara göre her iki endeks içinde Ocak, Haziran ve Eylül ayı anomalilerinin olduğunu tespit etmişlerdir.
Ege ve Topaloğlu(2017), çalışmalarında 2005-2015 dönemlerini için E7 ülkeleri olan Çin, Hindistan, Brezilya, Meksika, Rusya, Endonezya ve Türkiye'de Ocak ayı anomalisinin varlığını Güç Oranı Yöntemi kullanarak analiz etmişlerdir. Elde edilen sonuçlarına göre Çin, Hindistan, Meksika ve Türkiye'de Ocak ayı anomalisine rastlanılmıştır. Brezilya, Rusya, Endonezya' da Ocak ayı anomalisine rastlanmamıştır.

3.ÇALIŞMANIN AMACI, KAPSAMI VE YÖNTEMİ

Çalışmada 2008-2018 dönemini kapsayan 11 yıllık dönemde BİST-100 ve BİST-Tüm endekslerinde Ocak ayı anomalisinin olup olamadığı güç oranı yöntemi kullanılarak araştırılmıştır. 11 yılı kapsayan aylık kapanış fiyatları Borsa İstanbul'un resmi internet sitesi yardımıyla elde edilmiştir. Endekslere ait getirileri hesaplamak için aşağıdaki formül kullanılmıştır.

$$G=In(P_{t/}\ P_{t-1)} \qquad (1)$$

G=Getiri oranı

$P_{t=}$ Endeksin t ayındaki kapanış değeri

P_{t-1} = Endeksin t-1 ayındaki kapanış değeri

Anomalilerin tespit edilmesi için yapılan analizlerde ARCH –GARCH, ANOVA gibi birçok yöntem kullanılmaktadır. Çalışmada Gu(2003) tarafından literatüre kazandırılan güç oranı yöntemini (power ratio method) kullanılmıştır.

Güç oranı yöntemi; Ocak ayı getirisinin yılın geri kalan getirisine etkisinin ölçümlenebilmesi için geliştirilmiştir. Ocak ayı etkisinin ölçümlenmesi, ölçüldüğü yılın ve diğer ay getirilerinin zıt işaretli olmaları halinde oldukça zorlaşmaktadır. Güç oranı yöntemi bu sorunu gidermek için, Ocak ayı ve diğer aylarını getirileri endeks değerlerinin doğal logaritması alınarak ölçümlemektedir.

$Rj=(1+ \text{Ocak ayı getirisi})^{12}$ (2)

$Ry=(1+ \text{Yılın getirisi})$ (3)

Rj/Ry= Güç oranını ifade etmektedir.

Eğer oran 1'e eşitse; Ocak ayı ve diğer ayların getirilerinin ortalamasının eşit olduğunu,

Eğer oran 1'den büyükse; Ocak ayı getirisinin diğer ayların getirilerinin ortalamasından daha büyük olduğu,

Eğer oran 1'den küçükse; Ocak ayı getirisinin diğer ayların getirilerinin ortalamasından daha küçük olduğunu göstermektedir.

Ayrıca endekslerde Ocak ayı anomalisinin varlığından söz edebilmek için incelenen dönemlerinde Rj/Ry oranının yarısından fazlasının 1'den daha büyük olması gerekmektedir (Bilir,2018:153).

4.ANALİZ BULGULARI

BİST-100 ve BİST-Tüm endekslerinin 2008-2018 dönemini kapsayan aylık ve yıllık getirileri hesaplanmış ve Ocak ayı anomalisinin varlığının tespiti için analizler güç oranı yöntemi yardımıyla yapılmıştır.

Tablo 1:BIST 100 Endeksinin Güç Oranı Analiz Sonuçları

BIST 100			
YIL/ENDEKS	**Rj**	**Ry**	**Rj/Ry**
2008	1,746	0,950	**1,837**
2009	0,385	1,075	0,358
2010	0,302	1,022	0,296
2011	0,677	0,994	0,681
2012	2,018	1,024	**1,971**
2013	1,087	0,977	**1,112**
2014	1,143	1,032	**1,107**
2015	0,504	0,988	0,511
2016	1,447	1,012	**1,430**
2017	1,176	1,028	**1,144**
2018	0,943	0,988	0,955

Tablo 1'de BIST 100 endeksinin 2008-2018 dönemleri arası güç oranı sonuçları verilmiştir.BIST100 endeksinin; 2008, 2012, 2013, 2014, 2016, 2017 yıllarında güç oranlarının 1'den büyük olduğu görülmektedir. Ocak ayı anomalisinin varlığından söz edebilmek için incelenen dönem sayısının %50'sinden fazlasında Rj /Ry oranının 1'den büyük olması koşulunun sağlanması gerekmektedir. BIST100 endeksinde ilgili dönemler için Ocak ayı anomalisinin varlığından söz edilebilir.

Tablo2: BIST TUM Endeksinin Güç Oranı Analiz Sonuçları

BIST TUM			
YIL/ENDEKS	**Rj**	**Ry**	**Rj/Ry**
2008	1,721	0,952	**1,808**

2009	0,433	1,074	0,403
2010	0,341	1,022	0,334
2011	0,664	0,994	0,668
2012	2,034	1,023	**1,989**
2013	1,072	0,979	**1,095**
2014	1,172	1,031	**1,136**
2015	0,529	0,989	0,535
2016	1,430	1,012	**1,414**
2017	1,180	1,028	**1,148**
2018	0,968	0,987	0,981

Tablo 2'de BISTTUM endeksinin; 2008, 2012, 2013, 2014, 2016, 2017 yıllarında güç oranlarının 1'den büyük olduğu görülmektedir. Ocak ayı anomalisinin varlığından söz edebilmek için incelenen dönem sayısının %50'sinden fazlasında Rj /Ry oranının 1'den büyük olması koşulunun sağlanması gerekmektedir. BISTTUM endeksinde ilgili dönemler için Ocak ayı anomalisinin varlığı söz konusudur.

5.SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışmada 2008-2018 dönemleri BIST100 ve BISTTUM endekslerinde Ocak ayı anomalisi güç oranı yöntemi ile incelenmiştir. Analiz sonuçlarına göre her iki endeks de 2008, 2012, 2013, 2014, 2016, 2017 yıllarında Ocak ayı anomalisine rastlanmıştır. İncelenen dönemlerde her iki endeks için en yüksek güç oranı 2012 yılında, en düşük güç oranın BIST100 için 2014,BISTTUM için ise 2013 yılı olduğu görülmektedir.

Etkin Piyasa Hipotezi, finansal piyasalarda gerçekleşen alım satım işlemlerinde fazla getiri elde edilemeyeceğini varsaymaktadır. Makalede amaçlandığı gibi, BIST100 ve BISTTUM endekslerinin Ocak ayı anormal getirisi test edilmiştir. Testlerin sonuçları, piyasalardaki mevcut yatırımcılarının, pozitif(fazla) getiri elde etme fırsatına sahip olduğunu göstermektedir.

Endekslerde görülen Ocak ayı anomalisine sebep olan etkenlerin başında vergi matrahını düşürmek amacıyla yapılan işlemler yer almaktadır. Ayrıca yılbaşında piyasadaki para

hacminin artması ve hisse senetlerinin fiyatlarına etki eden haberlerin Ocak ayında piyasaya gelmesiyle birlikte yatırımcılar işlem yapmaları da Ocak etkisini kuvvetlendirmektedir.

Çalışma sonuçları, son yıllarda BIST100 ve Borsa İstanbul endeksleri ile ilgili yapılan çalışmaları destekler niteliktedir. Ayrıca çalışmada 2018 verilerini de kapsayan güncel aylık fiyat ve getiriler kullanılmıştır ve literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

Atakan, T. (2008). "İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda Haftanın Günü Etkisi Ve Ocak Ayı Anomalilerinin ARCH-GARCH Modelleri İle Test Edilmesi". İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, 37(2), 98-110.

Asteriou, D. ve Kavetsos, G. (2006). "Testing for the existence of the 'January effect' in transition economies", Applied Financial Economics Letters, 2:6, 375-381, DOI: 10.1080/17446540600706817

Aytekin, S., ve Sakarya, Ş. (2014), "Ocak Ayı Anomalisi: Borsa İstanbul Endeksleri Üzerine Bir Uygulama", Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, 10(23), 137-155.

Bilir, H. (2018), "Ocak Ayı Etkisinin Türk Sermaye Piyasalarında Farklı BIST Endekslerine Göre Analizi", Sosyoekonomi, Vol. 26(36), 145-160.

Ege, İ., Topaloğlu, E. E., Coşkun, D. (2012), "Davranışsal Finans ve Anomaliler: Ocak Ayı Anomalisinin İMKB'de Test Edilmesi", Muhasebe ve Finansman Dergisi, Ekim, 175-189.

Ege, İ. ve Topaloğlu T.N.(2017). "Hisse Senedi Piyasalarında Ocak Ayı Anomalisi ve E7 Ülkeleri Üzerine Ampirik Bir Uygulama". I. Uluslararası Al Farabi Sosyal Bilimler Kongresi, Mayıs 11-14,Gaziantep,515-528.

Fama, E. F. (1970). "Efficient Capital Markets: A Review Of Theory And Empirical Works" , The Journal of Finance, 25 (2), 383-417

Fama, E. F. (1965). "Random Walks İn Stock Market Prices", Selected Papers,16

Gu, A. Y. (2003). " The Declining January Effect: Evidences From The U.S. Equity Markets". The Quarterly Review of Economics and Finance, 43, 395-404

Gu, A.Y. and Simon J.T. (2003). "Declining January Effect - Experience İn The United Kingdom" American Business Review; West Haven, Vol.21.

Konak, F. ve Kendirli, S. (2014). "Küresel Finansal Kriz Sürecinde Bist 100 Endeksi'nde Haftanın Günleri Etkisinin Analizi", Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 19(2), 275-286.

Küçüksille, E. (2012). “İMKB Endekslerinde Ocak Ayı Etkisinin Test Edilmesi”, Muhasebe ve Finansman Dergisi, S.53, ss. 129-138.

Patel, J.B.(2016). “The January Effect Anomaly Reexamined In Stock Returns”, The Journal of Applied Business Research , January/February ,Vol.32, Number 1.317-324.

Turaboğlu, T.T. ve Topaloğlu, T.N.(2017). “Bir Etkin Piyasa Hipotezi Kavramı Olarak Anomaliler: Borsa İstanbul (BİST) Üzerinden Aylara İlişkin Anomalilere Yönelik Bir Araştırma”, Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 26, Sayı 1, Sayfa 216-230.

Yiğiter Ş. ve Ilgın K. (2015). “BİST-100 Endeksinde Ocak Ayı Anomalisinin Güç Oranı Yöntemiyle Test Edilmesi, Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 2, 171-187.

Wachtel, S. (1942). “Certain Observations On Seasonal Movement İn Stock Prices”. Journal of Business,15,184-193.

Piyasa Değeri/Defter Değeri Oranı ve Tobin's Q Oranı Yöntemleri İle Lokanta ve Otel İşletmelerinde Entelektüel Sermayelerin Karşılaştırılması

Asst. Prof. Dr. Umut Tolga GÜMÜŞ
Adnan Menderes University
ugumus@adu.edu.tr

Erkan ÇIBIK
Adnan Menderes University
erkancibik16@gmail.com

Aygül ÖZTÜRK
Adnan Menderes University
aygulozturk27@gmail.com

ÖZET

İşletmelerin günümüzün gelişen bilgi teknolojileri çağında önemli gelişmiş farklar gösterebilmesi ve değişime ayak uydurabilmeleri büyük ölçüde sermayelerini etkin kullanabilmelerine bağlıdır. Durum böyle olunca işletmelerin finansal tablolarında var olmayan ancak entelektüel sermaye kavramı içerisinde yer alan insan sermayesi, yapısal sermaye ve müşteri sermayesi gibi kavramlar tüm işletmelerde var olan sermaye yapılarıdır. Bu kavramlar ölçülebildikleri sürece, işletmelere piyasada rekabet üstünlüğü sağlayabilecek somut olmayan varlıklar bütünüdür. İşletmelerin bu bileşenlerden yararlanma düzeyleri, piyasada rekabet üstünlüğünü sürdürmeleri bakımından oldukça önem arz etmektedir.

Entelektüel sermaye yönetimi işletmelerin geleceği için önemli görülmektedir. Soyut olan bu varlıkların görünür hale getirilebilmesi için, çeşitli entelektüel sermaye ölçüm yöntemlerinin kullanılması gerekmektedir. Bu çalışmada, piyasa değeri/defter değeri oranı ve Tobin's Q yöntemi kullanılarak, entelektüel sermayenin işletmeler üzerindeki etkisinin tespit edilmesi amacıyla Borsa İstanbul bünyesinde faaliyet gösteren lokanta ve otel işletmelerinin 2016, 2017 ve 2018 yıllarına ait finansal tablolar içerisinden bilanço ve gelir tabloları seçilerek alınan veriler ile yıl ve yöntem bazında bir çalışma yapılmaya çalışılmıştır. Çalışma kapsamında işletmelerin entelektüel sermaye yöntemleri ile analiz edilmiş, uygulamaların uyumluluk dereceleri yorumlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Entelektüel Sermaye, Lokanta ve Otel İşletmeleri, Tobin's Q Yöntemi

Comparison of Market Value / Book Value Rate and Tobin Ents Q Ratio Methods and Intellectual Capitals in Restaurants and Hotel Companies

ABSTRACT

The fact that enterprises can show significant differences in today's advanced information technology age and keep up with the change depends on their ability to use their capital effectively. In this case, the concepts such as human capital, structural capital and customer capital, which do not exist in the financial statements of the enterprises but are included in the concept of intellectual capital, are the capital structures existing in all enterprises. As long as these concepts can be measured, it is the total of the intangible assets that can provide enterprises with a competitive advantage in the market. The level of utilization of these components is very important in terms of maintaining their competitive advantage in the market.

Intellectual capital management is considered important for the future of enterprises. In order to make these abstracts visible, a variety of intellectual capital measurement methods must be used. In this study, by using the market value / book value ratio and Tobin's Q method, in order to determine the effect of intellectual capital on the enterprises, the balance sheet and income statements of the restaurants and hotel enterprises operating within Borsa Istanbul in the financial statements of 2016, 2017 and 2018 year and method based on a study. Within the scope of the study, the intellectual capital methods of the enterprises were analyzed and the degree of compatibility of the applications was interpreted.

Keywords: Intellectual Capital, Restaurant and Hotel Management, Tobin Ens Q Method

1. GİRİŞ

Hızla gelişen ve değişen teknolojik yenilikler ile artan bilginin globalleşmesi, işletmelerde maddi olan varlıkların dışında maddi olmayan varlıkların daha önemli bir unsur olarak değerlendirilmesi, zamanla entelektüel sermaye kavramının oluşmasına ve gelişmesine olanak

tanımıştır. Entelektüel sermaye genel itibariyle işletmelerin finansal tablolarında maddi olarak görülmeyen ama bazı yöntemler ile tespit edilebilen varlıkların tümünü kapsamaktadır. Entelektüel sermaye bu açıdan işletmelere rekabet üstünlüğü yaratan ve yönetildikçe değeri artan, firmaların dinamik yapılarını güçlendiren bir kavramdır. Özellikle teknoloji ve bilgi odaklı faaliyet gösteren sektörler, hizmet sektöründeki işletmeler piyasa değerlerinin defter değerlerinden fazla oldukları bilinmektedir. Kısacası bir işletmenin piyasa değeri maddi ve maddi olmayan varlıkların tümünü kapsamaktadır. Bu açıdan maddi olan varlıklar finansal sermaye olarak, maddi olamayan varlıkları ise entelektüel sermaye olarak değerlendirmeye tabi tutulmaktadır.

Firmaların bütün alanlarda finansal üstünlüklerini ve rekabet gücünü gösteren entelektüel sermaye kavramı yerine getirilmesi için başka bir unsuru bulunmayan önemli bir kavramdır. Bunun için gelişen teknoloji ve yenilikler ile işletmeler arasında oluşan rekabet ortamında işletmelerin maddi olmayan varlıklarına da bakılarak entelektüel sermayelerinin incelenmesi işletmelerin rekabet açısından üstün yönlerinin belirlenmesi önemli görülmektedir. Bir işletmenin entelektüel sermayesini faaliyetleri doğrultusunda gerçekleştirdikleri yapısal sermaye, işletmelerin satış yaptığı müşterileri için müşteri sermayesi, ve işletme bütün faaliyetlerini gerçekleştiren işçileri dâhil bütün kavramlar insan sermayesi adı altında incelenebilmektedir. Firmalar her zaman entelektüel sermayelerinin gelişmesine katkı sağlamadıkları sürece devamlılıklarının mümkün olması zordur. Bu açıdan firmaların geçmiş ve geleceklerine yönelik değerlerini belirleyebilmeleri ve verimliliklerini görünür hale getirebilmeleri için kendilerine yapılabilecek en uygun yöntem ile entelektüel sermayelerinin belirlenmesi ve sonuçların yorumlanması gerekmektedir.

Çalışmanın amacı, işletme içinde ve çevresinde bulunan tüm bilgi kullanıcıları açısından oldukça önem arz eden entelektüel sermaye değerinin ölçümüne yönelik literatürde mevcut olan farklı yaklaşımları değerlendirerek işletmelerin entelektüel sermayeden faydalanma seviyesini uygulamalı bir biçimde ortaya koyarak genel bir çıkarım yapmaktır.

Bu çalışma ile Borsa İstanbul'da faaliyet gösteren lokanta ve otel işletmeleri sektöründe faaliyet gösteren firmaların 2016,2017 ve 2018 yılsonu finansal tabloları ve borsa fiyatları kullanılarak entelektüel sermaye analizleri yapılmıştır. Sektörde faaliyet gösteren on iki adet işletme yer almasına rağmen bazı yıllarda birkaç işletmenin verileri süreklilik arz etmediği ve eksik veri yer aldığı için çalışmadan çıkartılmak durumunda kalınmıştır. Çalışma için entelektüel sermayenin belirlenmesine yönelik piyasa değeri/ defter değeri yöntemi ile Tabin Q yöntemi kullanılarak çalışma yapılmıştır. Sonuç olarak yapılan bu iki yöntem ile sektörde ki işletmelerin

entelektüel sermaye değerleri belirlenmeye çalışılmış çıkan sonuçlar literatür çerçevesinde yorumlanmış ve karşılaştırmalar yapılmıştır.

2. TEORİK ÇERÇEVE

Literatürde entelektüel sermayenin ölçümüne yönelik yapılan çalışmalar doğrultusunda entelektüel sermaye kavramının yazarlar tarafından farklı teoriler ve yöntemler ile açıklandığı, fakat entelektüel sermayenin ise farklı yıllar, sektörler, işletmeler ve yöntemler kullanılarak ölçülmeye çalışıldığı görülmektedir. Literatürde entelektüel sermayenin piyasa değeri/ defter değeri oranı yöntemi ile Tobin q oranı yöntemi kullanılarak ölçülmesine yönelik yapılan çalışmalardan bazıları aşağıdaki gibidir:

Topaloğlu ve Karakozak (2017), Entelektüel Sermayenin İşletmelerde Bir Bütün Olarak Ölçülmesi: BİST 30 Uygulaması; Kendirli ve Diker (2016), Kâğıt ve Ambalaj Sanayi İşletmelerinde Entelektüel Sermayenin Finansal Performansa Etkisi; Zor ve Cengiz (2013), Entelektüel Sermaye ile Firma Değeri Arasındaki İlişki: Borsa İstanbul'da Bir Araştırma; Yıldız (2010), Entelektüel Sermayenin Ölçümü Üzerine Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma; Koçyiğit (2009), Havayolu İşletmelerinin Performansının Tobin q Oranı İle Ölçülmesi; Wolfe (2003), Tobin Q yönteminin şirket olarak performans göstergesi; Uzay ve Orhan (2003), Entelektüel Sermayenin Ölçülmesi: Mobilya Sektöründe Karşılaştırmalı Bir Uygulama Örneği; Demirkol (2007), Entellektüel Sermayenin Firma Değerine Etkisi ve İMKB'de Sektörel Uygulamalar; Acar ve Dalğar (2005), Entelektüel Sermayenin Ölçülmesinde Muhasebe Bilgi Sisteminin Katkısı; Çalışkan ve Tuncer (2015), Bilgi ekonomisinde entelektüel sermaye: Borsa İstanbul'da bankacılık sektörü uygulaması; Çetin (2005), Entelektüel Sermayenin Ölçülmesi; Çıkrıkçı ve Daştan (2002), Entelektüel Sermayenin Temel Finansal Tablolar Aracılığıyla Sunulması; Hejazi ve diğ.(2016), Fikri, İnsani Ve Yapısal Sermaye, Tobin'in Q'su İle Ölçülen Şirket Performansına Etkileri; Şahin ve Ayas (2015), Entelektüel Sermaye İle Yenilikçi İş Davranışının İşletme Performansına Etkisi: Bilişim Sektörü Uygulaması; Özevren ve Yıldız (2010), Entelektüel Sermayenin Ölçüm Yöntemleri ve Kriterlerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma; Terzi (2012), Entelektüel Sermayenin Raporlanmasına İlişkin Yöntemler: Karşılaştırmalı Değerlendirme; İnce ve diğ. (2004), Değişim Sürecinde Entelektüel Sermayenin Stratejik Yönetimi Açısından Eğitime Yüklenen Fonksiyonlar; isimli çalışmalar literatürde belirli başlı entelektüel sermaye çalışmaları olarak yer almaktadır.

3.YÖNTEM

3.1. Entelektüel Sermaye Kavramı

Entelektüel sermaye kavramı, gelişen bilgi toplumu ekonomisinde ilk kez Thomas Stewart aracılığıyla 1991 yılında araştırmalara konu olan 'Beyin Gücü' makalesinde, entelektüel

sermayenin tanımını, 'işletmeye piyasada rekabet avantajı sağlayan, işletme çalışanlarının bildiği her şeyin toplamı' şeklinde yapmıştır. Ayrıca Stewart entelektüel sermayeyi 'buluşçuluk ve yenilenmenin kaynağı olan bireyin bilgi ve know-how birikimi' , bir diğeri 'insan beyinlerinde gömülü olan yetenek, beceri, uzmanlık ' bir diğeri ise 'elde edilmiş kullanılmış bilgi' şeklinde farklı tanımlamalarda bulunmuştur (Stewart, 1991:47; Stewart, 1994:30; Stewart, 1997:7).

3.2. Entelektüel Sermayenin Bileşenleri

Maddi olmayan varlık olarak değerlendirilen entelektüel sermayeyi iyi kavrayabilmek, bileşenlerinin oluşumuna ve bunlar arasındaki ilişkilerine bağlı olmaktadır. Bu bileşenler; İnsan sermayesi, yapısal sermaye ve müşteri sermayesi şeklinde üçe ayrılmaktadır (Pereira ve Santos, 2017:352).

-İnsan Sermayesi

-Yapısal Sermaye

-Müşteri Sermayesi

3.3. Entelektüel Sermayenin Ölçüm Yöntemleri

Entelektüel sermayenin ölçüm yöntemleri iki başlık altında incelenmektedir. Bunlar finans temeline dayalı ölçüm yöntemleri ve işletmeyi bir bütün olarak ele alan işletme bazında ölçüm yöntemleridir. Çalışmamızda genel itibariyle finansal olarak ölçüm yöntemleri dikkate alınmıştır. Finansal olarak ölçüm yöntemleri şu şekildedir.

-Piyasa Değeri – Defter Değeri Yöntemi

-Piyasa Değeri / Defter Değeri Yöntemi

-Tobin Q Oranı Yöntemi

-Hesaplanmış Maddi Olmayan Değer Yöntemi

-Ekonomik Katma Değer (EVA) Yöntemi

3.4 Çalışmanın Veri Seti

Çalışma için BİST'de işlem gören lokanta ve otel sektöründeki işletmelerden yararlanılmıştır. Çalışmada 2016, 2017 ve 2018 yıllarında verileri süreklilik arz eden 12 adet işletme tespit edilmiştir. Fakat bazı yıllarda birkaç şirketin verilerindeki eksiklikler sebebiyle çalışmadan çıkartılmak durumunda kalınmıştır. Çalışmada yer alan şirketler Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1: Çalışma Kapsamında Yer Alan Şirketler Ve BİST Kodları

Sıra	BİST Kodu	Şirket Unvanı
1	**AYCES**	Altın Yunus Çeşme Turistik Tesisler A:Ş.
2	**AVTUR**	Avrasya Petrol ve Turistik Tesisler Yatırımlar A.Ş.
3	**ETILR**	Etiler Gıda ve Ticari Yatırımlar Sanayi ve Ticaret A.Ş.
4	**KSTUR**	Kuştur Kuşadası Turizm Endüstrileri A.Ş.

5	**MAALT**	Marmaris Altınyunus Turistik Tesisler A.Ş.
6	**MARTI**	Martı Otel İşletmeleri A.Ş.
7	**MERIT**	Merit Turizm ve Yatırım İşletme A.Ş.
8	**METUR**	Metemtur Otelcilik ve Turizm İşletmeleri A.Ş.
9	**PKENT**	Petrokent Turizm A.Ş.
10	**TEKTU**	Tek-Art İnşaat Ticaret Turizm Sanayi ve Yatırımlar A.Ş.
11	**ULAŞ**	Ulaşlar Turizm Yatırımları ve Dayanıklı Tüketim Malları Ticaret Pazarlama A.Ş.
12	**UTPYA**	Ütopya Turizm İnşaat ve İşletmecilik A.Ş.

Çalışmada işletmelerin yılsonu finansal tabloları ele alınarak bazı finansal verileri tespit edilmiş bu veriler ile entelektüel sermaye unsurları ve oranları belirlenmeye çalışılmıştır. Bu entelektüel sermayeleri belirlemek adına piyasa değeri/ defter değeri yöntemi ile Tobin Q oranı yöntemleri ayrı ayrı yıllara uygulanmıştır.

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Araştırmanın bu bölümünde yukarıda kısaca belirtildiği gibi Borsa İstanbul'da işlem gören lokanta ve otel sektöründeki işletmelerin Maddi olmayan ve görünmeyen varlıklarının durumlarını belirlemek adına entelektüel sermayeleri hesaplanmaya çalışılmıştır. İşletmelerin yıllar itibari ile piyasa değeri / defter değeri ve Tobin Q oranı yöntemleri ile entelektüel sermayeleri analiz edilmiştir. Çalışmada işletmelerin 2016, 2017 ve 2018 yılları yılsonu finansal durum tabloları ve yılsonu borsa kapanış fiyatlarından yararlanılmıştır. Elde edilen sonuçlar ve işletmelerin entelektüel sermayeleri belirlenerek literatür ışığında yorumlanmıştır. İlk olarak hesaplama kalemleri ve işletmelerin piyasa değeri / defter değeri oranları belirlenmiştir. Yıllar için oluşturulan PD/DD yöntemi 2018 yılı sonuçları Tablo 2'de gösterilmektedir.

Tablo 2: İşletmelerin 2018 Yılı PD/DD Yöntemi Hesaplama Sonuçları

	Hisse senedi fiyatı	Ödenmiş sermaye	Piyasa değeri	Toplam varlıklar	Toplam borçlar	Defter değeri	PD/DD
AYCES	4,15	16756740	69540471	191866302	45538671	146327631	0,475238139
AVTUR	1,6	45000000	72000000	101246175	16111696	85134479	0,845720804
ETILR	2,13	12352370	26310548,1	29741673	14470517	15271156	1,722891712
KSTUR	16	4244586	67913376	58108904	9120916	48987988	1,386327113
MAALT	17,56	5515536	96852812,16	151379492	80423580	70955912	1,364971705
MARTI	0,58	120000000	69600000				
MERIT	5,99	2550000	15274500	47197554	6772835	40424719	0,377850493
METUR	1,05	18000000	18900000	35473575	30937796	4535779	4,166869682
PKENT	68,7	1036800	71228160	75705850	45496268	30209582	2,35780025
TEKTU	0,85	300000000	255000000	1259291626	334591550	924700076	0,27576509
ULAŞ	1,14	11157000	12718980	34455775	8215424	26240351	0,484710742
UTYPYA	4,10	25000000	102500000	348924372	246849592	102074780	1,004165769

Belirlenen işletmelerin finansal bazı verileri dikkate alınarak entelektüel sermayelerini belirlemek adına Tablo 2'de yer alan işlemler uygulanmış ve 2018 yılı PD/DD oranları hesaplanmıştır. Bu hesaplamalar doğrultusunda 2018 yılında entelektüel sermayesi en yüksek olarak görülen işletme Metemtur Otelcilik ve Turizm işletmesi olduğu görülmektedir. İkinci sırada ise yine güzel bir oran ile Petrokent Turizm işletmesinin yer aldığı tespit edilmiştir. 2018 yılında hiçbir işletmenin entelektüel sermayesi negatif çıkmamıştır. Bazı işletmelerin sadece 1 değerinin altında çıktığı görülmektedir. Bu işletmelerin entelektüel sermayeleri vardır fakat etkin kullanamadıkları söylenebilir. Entelektüel sermayesini en verimli kullanan işletme Metem Turizm işletmesi olmuştur. Martı Otel İşletmeleri firmasının verilerindeki eksiklikler sebebiyle 2018 yılı hesaplanamamıştır.

Çalışma için yapılmış olan 2017 yılı PD/DD oranı hesaplama sonuçları Tablo 3'de gösterilmektedir.

Tablo 3: İşletmelerin 2017 Yılı PD/DD Yöntemi Hesaplama Sonuçları

	Hisse Senedi Fiyatı	Ödenmiş Sermaye	Piyasa Değeri	Toplam Varlıklar	Toplam Borçlar	Defter Değeri	PD/DD
AYCES	5,05	16756740	84621537	192227013	46293159	145933854	0,57986
AVTUR	1,68	45000000	75600000	88590149	18602489	69987660	1,08019
ETILR	4,69	12352370	57932615,3	19430015	9337471	10092544	5,74014
KSTUR	9,51	4244586	40366012,86	38092824	2455293	35637531	1,13268
MAALT	19	5515536	104795184	67989677	10282397	57707280	1,81598
MARTI	0,92	120000000	110400000	770752539	608334521	162418018	0,67973
MERIT	5,89	2550000	15019500	18730986	2202270	16528716	0,90869
METUR	1,48	18000000	26640000	37175129	23598119	13577010	1,96214
PKENT	47,48	1036800	49227264	43954319	31706962	12247357	4,01942
TEKTU	0,75	300000000	225000000	505745771	217556476	288189295	0,78074
ULAŞ	1,71	11157000	19078470	36109333	10892354	25216979	0,75657
TYPYA	4,49	25000000	112250000	300703080	193943215	106759865	1,05143

İşletmelerin entelektüel sermayelerini belirlemeye yönelik 2017 yılı piyasa değeri / defter değeri oranlarına bakılacak olursa entelektüel sermayesi en iyi olan işletmenin Etiler Gıda ve Ticari Yatırımlar Sanayi ve Ticaret A.Ş firması olduğu görülmektedir. 2017 yılında entelektüel sermayesini en etkili bu işletmenin kullandığı söylenebilir. İkinci sırada ise 2018 yılındaki gibi Petrokent Turizm işletmesinin yer aldığı görülmüştür. Petrokent işletmesinin maddi olmayan entelektüel sermaye yatırımlarına önem veren bir işletme olduğu görülmektedir. 2017 yılı sonuçlarına göre de PD/DD oranı negatif çıkan işletme bulunmamaktadır. Bu da sektörde yer alan firmaların entelektüel sermayeye verdikleri önemin bir göstergesidir.

Çalışma için yapılmış olan 2016 PD/DD oranı ve hesaplama sonuçları Tablo 4'de gösterilmiştir.

Tablo 4: İşletmelerin 2016 Yılı PD/DD Yöntemi Hesaplama Sonuçları

	Hisse Senedi Fiyatı	Ödenmiş Sermaye	Piyasa Değeri	Toplam Varlıklar	Toplam Borçlar	Defter Değeri	PD/DD
AYCES	4,00	16756740	67026960	179101224	36641884	142459340	0,470499
AVTUR	2,6	45000000	117000000	95172298	16993358	78178940	1,496567
ETILR	6,73	12352370	83131450,1	10450918	4938334	5512584	15,08031
KSTUR	7,25	4244586	30773248,5	34820006	1775862	33044144	0,931277
MAALT	19,1	5515536	105346737,6	62777693	7504228	55273465	1,905919
MARTI	0,36	120000000	43200000	770752539	608334521	162418018	0,26598
MERIT	4,05	2550000	10327500	13818355	1164170	12654185	0,816133
METUR	1,42	18000000	25560000	17595076	2170985	15424091	1,657148
PKENT	44	1036800	45619200	42489414	32249401	10240013	4,454994
TEKTU	0,6	300000000	180000000	425009682	143641058	281368624	0,63973
ULAŞ	1,17	11157000	13053690	38606873	29884986	8721887	1,496659
UTYPYA	4,1	25000000	102500000	244248126	154006783	90241343	1,135843

Firmaların 2016 yılı PD/DD oranı yöntemine göre entelektüel sermayesi en yüksek olarak belirlenen işletme 2017 yılı ile aynı olan Etiler Gıda ve Ticari Yatırımlar Sanayi ve Ticaret A.Ş işletmesi olmuştur. Bu işletme 2016 ve 2017 yıllarında entelektüel sermaye yatırımlarına ciddi önem verdiği ve maddi olmayan varlıklarını kullanmada ciddi bir etkinlik gösterdiği tespit edilmiştir. 2016 yılında ikinci sırada 2017 yılı ile yine aynı olacak şekilde Petrokent Turizm işletmesi yer almıştır. Firmaların 2016 yılında da entelektüel sermayeleri negatif değer göstermemiş, bu durum firmaların entelektüel sermayeye verdikleri önemi ortaya koymaktadır. Çalışma için bir sonraki aşamada entelektüel sermaye belirlemeye yönelik sıklıkla kullanılan Tobin Q oranı yöntemi uygulanmıştır. Tobin Q oranı yöntemi, piyasadan sağlanan işletmenin piyasa değerinin işletmenin mevcut varlıklarının yenileme maliyetine bölünmesi ile elde edilmektedir. Bu yöntem daha çok yatırım stratejileri yapmak isteyen işletmeler için kullanılmaktadır. Yönteme göre işletmelerin Tobin Q oranlarının 1 değerinden büyük olması istenmektedir. Bu oranın 1 değerinden büyük olması işletmelerin büyüme fırsatlarının pozitif olduğu anlamına gelmektedir. Çalışmada işletmelerin 2016, 2017 ve 2018 Tobin Q oranları hesaplanmıştır. Fakat bazı işletmelerin eksik verileri neticesinde birkaç işletme çalışmadan çıkartılmıştır. Entelektüel sermaye hesaplama unsuru olan Tobin Q oranı 2018 yılı hesaplamaları ve sonuçları Tablo 5'de gösterilmektedir.

Tablo 5: İşletmelerin 2018 Yılı Tobin Q Oranı Yöntemi Hesaplama Sonuçları

	Piyasa Değeri	Maddi Duran varlıklar	Maddi olmayan duran varlıklar	Birikmiş Amortisman 257	Birikmiş Amortisman 268	İşletme Varlıklarını Yenilemenin Maliyeti	TOBİN Q ORANI
AYCES	69540471	18526674	46795	21543960	666475	6939361	10,021163
AVTUR	72000000	29117981	31815	15973075	46694	-13534176	-5,3198657
ETILR	26310548,	1112703	1372890	466451	1455895	24715912	1,0645186
KSTUR	67913376	26633416	4842	27759395	46667	-12714110	-5,3415753
MAALT	96852812	15067362	24590	67763173	624781	-68387954	-1,4162261
MARTI	69600000					6887	
MERIT	15274500		6887		33700	20731530	
METUR	18900000	18397209	2368021	2254882	300047	31027751	0,6091321
PKENT	71228160	33010577	572103	36604898	572103	820915702	0,0867667
TEKTU	255000000	85797860	114100	52492219	351560	-51946799	-4,9088683
ULAŞ	12718980	880328	16652			282975754	
UTYPYA	102500000	28289398	81770	47331280	-525165	-46806115	-2,1898848

İşletmelerin 2018 yılı Tobin Q oranlarına göre entelektüel sermayesi en yüksek olan firmanın Altın Yunus Çeşme Turistik Tesisler A.Ş. işletmesi olduğu tespit edilmiştir. Bu işletmenin Tobin Q oranının 1 değerinden büyük olması işletmenin büyüme potansiyelinin olduğunun bir göstergesidir. 2018 yılına göre bazı işletmelerin Tobin Q oranlarının negatif çıktığı görülmektedir. Tobin Q oranı 1 değerinin üzerinde çıkan bir diğer işletme Etiler Gıda ve Ticari Yatırımlar Sanayi ve Ticaret A.Ş firması olmuştur. Bazı işletmelerin Tobin Q oranları verilerindeki eksiklikler sebebiyle hesaplanamamıştır.

Çalışma için 2017 yılı Tobin Q oranı hesaplama sonuçları Tablo 6'da gösterilmektedir.

Tablo 6: İşletmelerin 2017 Yılı Tobin Q Oranı Yöntemi Hesaplama Sonuçları

	Piyasa Değeri	Maddi Duran varlıklar	Maddi olmayan duran varlıklar	Birikmiş Amortisman 257	Birikmiş Amortisman 268	İşletme Varlıklarını Yenilemenin Maliyeti	TOBİN Q ORANI
AYCES	67026960	186413692	46902	16415945	626042	14344630	4,6726168
AVTUR	117000000	31374568	12049	12538398	30638	-10127953	-11,55218
ETILR	83131450,1	1085223	1355860	198402	1406712	73377503	1,1329283
KSTUR	30773248,5	24465835	50516782	26050947	39963	-11155035	-2,758686
MAALT	105346737	14909956	25919	67262228	623452	604318004	0,1743233
MARTI	43200000	670378690	1824994	74325297	1686690	-76001690	-0,568408
MERIT	10327500		10297		33700	23011911	
METUR	25560000	20418495	2627116	217454	37523	29299263	0,8723768
PKENT	45619200	28972674	581566	34619828	581566	141680923	0,3219854
TEKTU	180000000	176821853	60464	38161716	295008	-37490088	-4,801269
ULAŞ	13053690	948458	18178			250426144	
UTYPYA	102500000	250307553	118591	37998493	-494444	-37504049	-2,733038

Firmaların 2017 yılı Tobin Q oranlarına göre ise 2018 yılı ile benzer bir şekilde entelektüel sermayesi en yüksek olan işletme Altın Yunus Çeşme Turistik Tesisler A.Ş. olduğu tespit edilmiştir. İşletmenin Tobin Q oranı bu yılda da gayet yüksek çıkarak maddi olmayan varlıklarına yapmış olduğu yatırıma ve değerine önem verdiği gözlemlenmiştir. 2017 yılında da yine aynı şekilde Etiler Gıda ve Ticari Yatırımlar Sanayi ve Ticaret A.Ş işletmesi ikinci sırada yer almıştır. Bu iki işletme dışında Tobin Q değeri 1'i geçebilen işletme görülmemektedir. Diğer işletmeler entelektüel sermayelerini verimli kullandıkları söylenemez. Ayrıca büyüme potansiyelleri de negatif olduğu söylenebilir.

Son olarak çalışma için 2016 yılı Tobin Q oranı hesaplama sonuçları Tablo 7'de gösterilmiştir.

	Piyasa Değeri	Maddi Duran varlıklar	Maddi olmayan duran varlıklar	Birikmiş Amortisman 257	Birikmiş Amortisman 268	İşletme Varlıklarını Yenilemenin Maliyeti	TOBİN Q ORANI
AYCES	67026960	173705367	62289	17967799	591008	13.860.267	4,8359068

AVTUR	117000000	32397991	21083	9462861	21604	-15579241	-7,509993
ETILR	83131450,1	1044144	1366018	109362	28696	24277888	3,424163
KSTUR	30773248,5	24415568	378	24401675	39.585	-9245828	-3,328338
MAALT	105346737,6	15180982	14450	66773562	622.803	528795251	0,199220
MARTI	43200000	596053312	138304	57033243	1254347	-58273883	-0,741326
MERIT	10327500		13707		33700	2722229	
METUR	25560000	125293	2630636	215324	34002	30002369	0,851932
PKENT	45619200	29660667	591028	32855849	591028	113078909	0,403428
TEKTU	180000000	146515088	10698	35102905	290857	-34775041	-5,176126
ULAŞ	13053690	598986	19735			199232593	
UTYPYA	102500000	198643611	588982	31353844	-457441	-30896403	-3,317538

Tablo 7: İşletmelerin 2016 Yılı Tobin Q Oranı Yöntemi Hesaplama Sonuçları

Son olarak işletmelerin 2016 yılı Tobin Q oranı hesaplamalarına göre diğer yıllarda olduğu gibi entelektüel sermaye bazında ilk sırada Altın Yunus Çeşme Turistik Tesisler A.Ş. olduğu tespit edilmiştir. İşletmenin 2016 yılında da entelektüel sermayesine önem verdiği görülmektedir. Aynı şekilde Tobin Q oranı 1 değerinin üstünde ve pozitif çıkan bir diğer işletme Etiler Gıda ve Ticari Yatırımlar Sanayi ve Ticaret A.Ş işletmesi olduğu görülmektedir. Yapılan 2016, 2017 ve 2018 yılları Tobin Q oranlarına göre aynı işletmelerin ilk sıralarda yer alması tesadüf değildir. Bu işletmeler diğer işletmelere nazaran maddi olmayan varlıklarına daha fazla yatırım yaparak önem vermektedirler. Neredeyse aynı işletmelerin hesaplanan her yılda negatif değer vermesi dikkate değer olumsuz bir unsur olarak görülmektedir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüzün rekabet ortamında ve gün geçtikçe gelişen bilgi çağında işletmelerin duran varlıkları ve sermayelerinin yanı sıra görünmeyen ölçülmesi neredeyse imkânsız olan maddi olmayan varlıklarına da değer vermesi önemli görülmektedir. Çünkü bir işletmenin gelişmesi sadece maddi sermayesinin gelişmesi ile olmamaktadır. Bu yüzden entelektüel sermaye kavramı oluşturulmuş ve zamanla işletmeler için önemi artmıştır.

Bu çalışmada işletmeler için tespiti ve ölçülmesi oldukça zor olan fakat günümüz rekabet şartlarında çok önemli bir unsur haline gelen entelektüel sermaye konusuna değinilmiştir. Entelektüel sermaye kavramı işletmelerin maddi olmayan varlıklarının önemini gösteren bir terimdir. Çalışmada Borsa İstanbul'da işlem gören lokanta ve otel sektöründeki işletmelerin 2016,2017 ve 2018 verileri ile entelektüel sermayeleri belirlenmeye çalışılmıştır. Çalışma kapsamında entelektüel sermaye hesapları için piyasa değeri / defter değeri oranı ve Tobin Q oranı yöntemleri kullanılmıştır. Yıllar itibari ile çalışma sonuçları neticesinde piyasa değeri/ defter değeri yöntemine göre entelektüel sermayesi en yüksek şirketler Etiler Gıda ve Ticari Yatırımlar Sanayi ve Ticaret A.Ş ve Petrokent Turizm işletmeleri olduğu tespit edilmiştir. Bu işletmeler yönteme göre entelektüel sermayelerine önem verdikleri söylenebilir. Yapılan

analizler sonucuyla yıllar itibari ile bir diğer yöntem olan Tobin Q oranı yönteminde ise entelektüel sermayesi yüksek olarak belirlenen işletmeler Altın Yunus Çeşme Turistik Tesisler A.Ş. ile Etiler Gıda ve Ticari Yatırımlar Sanayi ve Ticaret A.Ş işletmeleri olduğu tespit edilmiştir. Yapılan sonuçlar neticesinde iki yöntemde de ilk sıralarda yer alan işletme Etiler Gıda ve Ticari Yatırımlar Sanayi ve Ticaret A.Ş firması olmuştur. Bu işletmenin sürdürülebilirliği, büyüme potansiyeli ve rekabette üstünlüğü yadsınamaz bir gerçektir. Neticede entelektüel sermaye her işletmenin katkı yapması gereken en önemli unsurlardan bir tanesidir. Diğer işletmelerinde gelişmeleri açısından entelektüel sermayelerine önem vermeleri beklentiler arasındadır.

KAYNAKLAR

Acar D., Dalğar H., (2005). 'Entelektüel Sermayenin Ölçülmesinde Muhasebe Bilgi Sisteminin Katkısı'. Muhasebe ve Denetime Bakış Dergisi, 14, s.23-40

Çalışkan M., Tuncer M., (2015). Bilgi Ekonomisinde Entelektüel Sermaye: Borsa İstanbul'da Bankacılık Sektörü Uygulaması. Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, 13(3), s.121-137

Çetin A., (2005) "Entelektüel Sermaye ve Ölçülmesi", Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 20 (1) ,s. 359-378

Çıkrıkçı M., Daştan, A., (2002),' Entelektüel Sermayenin Temel Finansal Tablolar Aracılığıyla Sunulması' , Bankacılar Dergisi, Say :43,s. 18-32

Demirkol İ., (2007), 'Entellektüel Sermayenin Firma Değerine Etkisi ve İMKB'de Sektörel Uygulamalar', Ankara, Sermaye Piyasası Kurulu yayınları.

Hejazi R., Ghanbari M., Alipour M., (2016), 'Intellectual, human and structural capital effects on firm performance as measured by Tobin's Q', Knowledge and Process Management, 23 , s.259-273

İnce M., Alagöz S., Özpeynirci R., (2004) "Değişim Sürecinde Entelektüel Sermayenin Stratejik Yönetimi Açısından Eğitime Yüklenen Fonksiyonlar", S. Ü. Karaman İ.İ.B.F. Dergisi. Cilt 4. Sayı 1, s. 169.

Kendirli S., Diker F., (2016),'Kağıt ve Ambalaj Sanayi İşletmelerinde Entelektüel Sermayenin Finansal Performansa Etkisi', Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi, cilt.9, sayı.1, 45-50.

Koçyiğit M., (2009), 'Havayolu İşletmelerinin Performansının Tobin q Oranı İle Ölçülmesi', Muhasebe ve Finansman Dergisi, sayı.44, s.179-189

Özevren M., Yıldız S., (2010), "Entelektüel Sermayenin Ölçüm Yöntemleri ve Kriterlerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma", Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, Cilt. XXIX, Sayı.1, s.275-289

Pereira-R. G., Santos R. H., (2017), Intellectual Capital Measurements- Its Application in Practice: Literature Review. Proceedings of the 9th European Conference on Intellectual Capital, Lisbon/Portugal, April s. 351-352

Stewart, T. A., (1991), 'Brainpower ', Fortune, June 3, Vol. 127,s. 44-60

Stewart, T.A., (1994), 'Your Company s Most Valuable Asset: Intellectual Capital' , Fortune, October 3, Vol.130, no.7, s.28-33

Stewart, T.A., (1997), 'Intellectual Capital: The New Wealt of Organizations' , Double day/ Currency, New York, s. 1-15

Şahin A., Ayas S., (2015), 'Entelektüel Sermaye İle Yenilikçi İş Davranışının İşletme Performansına Etkisi: Bilişim Sektörü Uygulaması', İşletme Fakültesi Dergisi, Cilt.16, Sayı.2, s.91-116

Terzi S., (2012), "Entelektüel Sermayenin Raporlanmasına İlişkin Yöntemler: Karşılaştırmalı Değerlendirme". I. Uluslararası Entelektüel Sermayenin Ölçülmesi ve Raporlanması Sempozyumu İstanbul: İSMMMO Entelektüel Sermaye Geliştirme Platformu s.34-43

Topaloğlu E.E., Karakozak Ö., (2017), 'Entelektüel Sermayenin İşletmelerde Bir Bütün Olarak Ölçülmesi: BİST 30 Uygulaması', Akademik Araştırmalar Ve Çalışmalar Dergisi, Cilt: 9, Sayı: 16. s. 119-136

Uzay Ş., Orhan S., (2003), 'Entelektüel Sermayenin Ölçülmesi: Mobilya Sektöründe Karşılaştırmalı Bir Uygulama Örneği', Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Sayı:20.s.163-181

Wolfe J., (2003), 'The Tobın Q As A Company Performance Indıcator', Developments in Business Simulation and Experiential Learning, V. 30, s.155-159

Yıldız S., (2010), 'Entelektüel Sermayenin Ölçümü Üzerine Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma', Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt 0, Sayı 36, s. 179 – 193

Zor İ., Cengiz S., (2013), 'Entelektüel Sermaye ile Firma Değeri Arasındaki İlişki: Borsa İstanbul'da Bir Araştırma', Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt: 3, Sayı: 1, s. 37-56.

3rd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 28-30 June 2019, Lefkosa

Türkiye'de Genç İşsizliği ile Mücadelede Alternatif Bir Çözüm: Sosyal Girişimcilik

Asst. Prof. Dr. Volkan IŞIK
Hacettepe University, Social Sciences HS
volkani@hacettepe.edu.tr

ÖZET

Sosyal girişimcilik henüz Türkiye'de yasal olarak tanınmasa da Dünya'da önemi giderek artan, sosyal değer üretme odaklı bir girişimcilik türüdür. Sosyal sorunlarla mücadele etmeye odaklanan ve bu amaçlarını inovatif girişimcilik prensiplerini kullanarak gerçekleştiren sosyal girişimler; sosyal refah artışına katkıları nedeniyle önemli birer yan aktör olarak görülmektedir. Temel aldıkları sosyal sorunlar; çocuk işçiliğinden, eğitime, cinsiyet temelli ayrımcılıktan, işsizliğe, çevre sorunlarından yoksulluğa kadar oldukça geniş bir yelpazede kendisini göstermektedir. Özellikle işsizlikle mücadele konusunda sosyal girişimler; bir yandan işsizliğe karşı geliştirdikleri yaratıcı çözümlerle, diğer yandan da örgütlerinde istihdam ettikleri bireyler nedeniyle istihdama çift yönlü katkı sağlamaktadırlar. Bu çalışmanın amacı; Türkiye'nin işgücü piyasası problemleri içerisinde üst sıralarda yer alan genç nüfusta işsizlik sorunu ile mücadelede alternatif bir strateji olarak gençlerde sosyal girişimciliğin teşvikini sorgulamaktır. Bu kapsamda Türkiye'de sosyal girişimciliğin gelişimi önündeki engellerin de değerlendirildiği çalışmada; genç işsizlerin sosyal girişimci bireylere dönüşümünü destekleyici politika ve uygulama örnekleri tartışılarak, gençlere yönelik sosyal girişimcilik beceri eğitimini esas alan bir model önerisi ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Girişimcilik, Genç İşsizliği, Sosyal Sorumluluk, İnovasyon.

Social Entrepreneurship: An Alternative Solution in Combating Youth Unemployment in Turkey

ABSTRACT

Even though social entrepreneurship hasn't been legally recognised in Turkey yet, it is a social value creation oriented kind of entrepreneurship which gradually grows in importance globally. Social enterprises that focus on combating social issues and realize this mission by utilising innovative entrepreneurship principles; are regarded as significant supporting actors due to their contribution on welfare enhancement. Social issues that they ground on can be observed on a wide range from child labour, education, or gender discrimination to environmental issues, and poverty. Social enterprises that particularly tend towards combating unemployment, contribute to employment bilaterally by creating innovative solutions to unemployment in one sense, and by employing individuals within their organizations, in other. The aim of this study is; to question encouragement of social entrepreneurship within youth, as an alternative strategy in combat with unemployment within young population, which is one of major problems of Turkish labour market. While evaluating obstacles to social entrepreneurship in Turkey in this context; this study at hand reveals a model proposal that bases on social entrepreneurship skill education towards youth, by discussing policy and practice examples which support transforming unemployed youth to social entrepreneur individuals.

Keywords: Social Entrepreneurship, Youth Unemployment, Social Responsibility, Innovation.

10. Giriş

İşsizlik günümüzde sadece az gelişmiş ve/veya gelişmekte olan ülkelerin problemi olmaktan çıkmıştır. Sadece işsizlik değil; yoksulluk, çevre, eğitim, sağlık ve konut sorunları gibi temel sosyal politika problemleri artık birer küresel problem niteliği kazanmışlardır. Sosyal sorunların küreselleşmesinin ardında kuşkusuz 20.yy'ın sonlarında başladığı kabul edilen neo-liberal küreselleşme süreci vardır. Küreselleşme ile birlikte uluslararası ticaretin yaygınlaşması ve uluslararası şirketlerin dünya ölçeğindeki hakimiyeti, ülkeler arasındaki sınırların şeffaflaşmasına sebep olurken, ülkelerdeki çalışma hayatı ve diğer sosyal problemler birbirlerini çok kolay etkiler hale gelmiştir.

Sosyal sorunların çözümünü devletin asli sorumluluğu olarak gören refah devleti anlayışının 1970'ler sonrasında krize girmesi bir yandan refah devletlerinin altın çağını sona erdirirken diğer yandan sosyal sorunlarla mücadele yeni aktörlerin tartışılmaya başlamasına sebep olmuştur.

Giderek yaygınlaşan neo-liberal politikalarla başlayan dönüşüm ve 1980 sonrası küreselleşme sürecine paralel olarak yaşanan gelişmelerle devletler daha çekimser bir havaya girmiştir. Refahın sağlanması ve çalışma yaşamına ilişkin sorunlarla mücadele sorumluluğunun tek başına devletin sorumluluğu olduğu görüşü yerine, diğer aktörlerin de sorumluluğunu benimseyen refah karması modeli gündeme gelmiştir (Powell and Barrientos, 2004; Evers, 1995; Özdemir, 2004; Gökbayrak, 2010).

Küreselleşme ile birlikte neo-liberalizmin yaygınlaşmaya başlaması devletin fonksiyonları ve dolayısıyla sosyal görevleri ile ilgili bazı temel tartışmaların başlamasına neden olurken; birçok ülkede zaten yetersiz olan devletin sosyal boyutu, son yıllarda devletin küçülmesi tartışmalarıyla daha da tartışılır olmuştur. Bu tartışmalar ekseninde; gündeme gelen refah karması anlayışında; refahın sağlanmasında devlet devreden çıkartılmadan diğer sosyal politika sağlayıcı kurumlardan da yararlanma amaçlanmaktadır. Dolayısıyla devletin kendisinin hizmet üretmesi yerine bu hizmetleri kamu sektörü, özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarının yer aldığı üçüncü sektör tarafından ortak bir şekilde gerçekleştirmesi, devletin ise daha ziyade bu kesimlere finansal destek sağlaması ve hizmetlerin düzenlenmesinden sorumlu olması istenmektedir (Özdemir, 2004:347-348).

Bu tartışmalar ışığında Gilbert ve Terrell'in Sosyal Refah Sağlayan Kurumlar ve Fonksiyonlarına ilişkin yaptığı sınıflandırma içerisinde sosyal politika kurumları; aile, akraba ve kişinin sosyal çevresinden oluşan sivil sektör; din kurumları; sivil toplum örgütlerinin yer aldığı üçüncü sektör veya gönüllü sektör; yerel ve merkezi yönetimlerle kamu sektörü ile özel sektörden oluşmaktadır (Gilbert ve Terrell, 1998:3).

Refah karması yaklaşımının giderek benimsenmesi kamu sektörü, özel sektör ve sivil toplum sektörünü birbirine yakınlaştırırken bu sektörler içerisinde yeni modellerin ve yeni örgütlerin sosyal sorunlarla mücadelede ortaya çıkışına sebep olmuştur. Özellikle 21.yy. başı itibariyle özel sektörün kurumsal sosyal sorumluluk yatırımlarına yönelmesi, sivil toplum örgütlerinin Dünya genelinde hem kendi sayılarını hem de üye sayılarını arttırması, sosyal işletme ve sosyal girişimciliğin hızla yaygınlaşması sosyal sorunlarla mücadelede refah karmasının gelişimi açısından önemli yeniliklerdir.

Bu çalışmada refah karmasının bir aktörü olarak; özellikle 21.yy.itibariyle Dünya genelinde sosyal sorunlarla mücadelede ortaya koydukları yaratıcı ve yenilikçi çözüm önerileriyle dikkat çeken sosyal girişimler, Türkiye'de genç işsizliği sorununun çözümünde alternatif bir model olarak ele alınmıştır. Bu çerçevede öncelikle sosyal girişimlere ilişkin bir tanımlama yapılacak daha sonra Türkiye'de genç işsizliği sorununa ilişkin mevcut durum ele alınacak ve son olarak sosyal girişimlerin genç işsizliği ile alternatif bir mücadele aracı olarak etkinliği sorgulanacaktır.

2.Sosyal Girişim Nedir?

Kurumsal sosyal sorumluluk anlayışının gelişimiyle birlikte özel sektörün, üçüncü sektörün yaygınlaşması ile birlikte de kar amacı gütmeyen kuruluşların dahil olduğu sosyal sorunlarla mücadele sürecine daha etkin ve köklü çözümler üretme arayışı, her iki sektörü birbirine yakınlaştırmıştır. Bu bağlamda üçüncü sektörde yer alan ve sosyal alanda önemli girişimlere imza atarak buradan kar elde eden, dolayısıyla hem yaptıkları faaliyetler açısından hem de bunları paydaşlarıyla daha etkin bir şekilde paylaşabilmeleri açsından daha etkin olan sosyal kar amaçlı örgütler şeklindeki yapılanmaların ortaya çıktığı görülmektedir.

Sosyal olma ve girişim faaliyetlerinde bulunma amaçlarının birleşiminden oluşan sosyal kar amaçlı bu örgütleri ortaya çıkaran girişimciler; girişimci faaliyetleri nedeniyle üçüncü sektörden, sosyal amaca hizmet ettikleri için de geleneksel kar amaçlı girişimcilerden farklıdırlar. Kar amacı gütmeyen geleneksel hayırsever kuruluşlardan da farklı görülen sosyal girişimler; "sosyal bir amacı başarmaya çalışan, kar amacı gütmeyen kuruluşların geleneksel gelir kaynaklarının (bağış ve gönüllü katılımı) yanında, ticari kazanç (hem kurucularının öz sermayelerinden hem de kamu ve özel işletmelerden) sağlayan özel girişimler" olarak ifade edilmektedir (Mair ve Marti, 2006:39-44; Güler,2010:62).

Sosyal girişimlere ilişkin uygulamada çok sayıda örnek olmasına rağmen kavramsal olarak ortak bir ifadenin oluşturulmasında güçlük çekildiği görülmektedir. Dolayısıyla günümüzde sosyal girişimcilik-sosyal girişim-sosyal girişimci kavramlarını ya da bu kavramların altında

yatan esasları açıklayabilmek güçtür. Bu güçlük, sosyal girişim faaliyetinin çok bileşenli ve çok disiplinli bir teorik çerçeveden beslenmesinden kaynaklanır. Bu nedenle çoğu kez sivil toplum örgütleriyle ve sosyal sorumluluk sahibi geleneksel özel sektör şirketlerinin faaliyetleriyle karıştırılan sosyal girişimlere ilişkin, net bir tanımlamanın yapılması ve kuramsal bir yapının geliştirilmesi önem arz etmektedir.

Sosyal girişim kavramı ile esasen; girişim faaliyeti neticesinde elde edilen karın sosyal bir amaca yönlendirilmesi anlatılmaktadır. Bu genel tanımdan hareketle sosyal girişimlerin; sosyal ve girişimci olmanın güçlerinin birleştiği kendi kendine yetebilen ve sürdürülebilir yapılar oldukları söylenebilir.

Sosyal girişimciliğin ortaya çıkışında refah karması anlayışı ile birlikte sosyal sorunlarla mücadelede devletin dış paydaşlarla sorumluluk paylaşımının etkisi önemli bir paya sahiptir. Özellikle sivil toplum örgütlerinin güçlenmesi noktasında etkili olan bu süreç, bireysel olarak sosyal sorunlarla mücadelede yenilikçi çözümler geliştiren girişimcilerin de çoğalmasını sağlamıştır. Bu yenilikçi/inovatör girişimcilere verilebilecek en etkili örneklerden biri; mikro kredi uygulamasıyla Nobel Barış Ödülü'ne layık görülen Muhammed Yunus'dur. Yunus; yoksulluk sorunu ile mücadelede gerekli teminatları gösteremedikleri için normal kredi olanaklarına ulaşmaları imkansız olan kimselere mikro krediler sağlayarak bu bireyleri girişimci yapmak ve bu sayede yoksulluktan kurtarmak amacıyla kurduğu Grameen Bankası ile sosyal işletme ve sosyal girişimcilik literatürünün şekillenmesinde önemli bir paya sahip olmuştur.

Muhammed Yunus ve benzeri çok sayıda sosyal girişimcinin giderek artması ve Dünya genelinde sosyal sorunlarla mücadeledeki etkinlikleri; sosyal girişimlerin diğer sosyal fayda sağlayan örgütlerle sıkça karıştırılmasına sebep olmaktadır. Özellikle kar amaçlı girişimlerin kurumsal sosyal sorumluk faaliyetleri ve geleneksel olarak bağış toplama üzerine finansal varlıklarını devam ettiren vakıf ve dernek gibi sivil toplum örgütlerinin sosyal girişimlerle benzer amaçlara sahip olmaları bu kavram karmaşasında etkendir. Her şeyden önce kurumsal sosyal sorumluluk ile sosyal girişimciliği ayırmak gerekirse; kurumsal sosyal sorumluluk genellikle kar amaçlı bir şirketin, toplumda faydalı eylemler yapmak üzere kurduğu bir hayırseverlik fonunu ifade eder. Özel sektör şirketlerinin sosyal sorumluluk sahibi olması, bu şirketlerin nihai amacı olan maksimum kar hedefini değiştirmez.

Kapitalizmin işleyişinden kaynaklanan sosyal problemlere kayıtsız kalamayan ve bu sayede sosyal sorumluluk bilincine sahip olan bu girişimler; gerek toplumda iyi ve duyarlı bir işletme algısı yaratmak için, gerekse de gerçekten sosyal sorunlara kayıtsız kalamadıkları için böyle bir sorumluluk üstlenirler ve bu durum nihai amaçlarında bir değişime sebep olmaz. Ticari

girişimcilikten farklı olarak sosyal girişimlerde kar, patrona aktarılmaz; sistemin büyümesi ve amacı doğrultusunda daha yüksek fayda sağlanması için sistemin içinde kalır. Sosyal girişimler etik veya sosyal sorumlu şirketlerden işte tam da bu noktada ayrılmaktadırlar. Şirketlerin aksine sosyal girişimlerde başarı ölçütü elde edilen kar değil, toplum üzerinde yaratılan olumlu etkidir. Bir diğer ifadeyle, kar nihai hedef olarak değil, sadece gerekli bir koşul olarak/sosyal amaca ulaşmada bir araç olarak önem taşır (Yunus ve Weber, 2012:77).

Sosyal girişimlerin içerik ve tanım itibariyle karıştırıldığı bir diğer yapılanma ise, üçüncü sektör kuruluşlarıdır. Oysa geleneksel bir girişim gibi kapitalizmin kurallarıyla faaliyet gösteren sosyal girişimler, üçüncü sektör kuruluşlarından; geleneksel bir STK'dan, vakıftan, dernekten, v.s. farklı yapılanmalardır. Üçüncü sektör kuruluşlarını sosyal girişimlerden ayıran en belirgin özellik sürdürülebilirlik konusunda ihtiyaç duyulan kaynağın temini ile ilgilidir. Örneğin bir vakıf, bağışları sayesinde sosyal yarar sağlamayı amaçlayan bir veya birden çok hibe sahibinin paralarını dağıtmak üzere kurulmuştur. Bir vakıf sosyal girişim değildir; finansal açıdan kendi kendine yeterli değildir, normal olarak işletme faaliyetleri yoluyla kendisi herhangi bir gelir yaratamaz. Ancak finansal kapasitelerini arttırmak amacıyla ticari işletmeler kurabilir ya da ticari işletmelere ortak olurlar. Dolayısıyla vakıf ve derneklerin kendileri değil kurdukları ticari işletmeleri sosyal girişim niteliğindedir. Bunula birlikte; Türkiye'de olduğu gibi sosyal girişimlere ilişkin yasal ve kurumsal altyapının olmadığı, bir diğer ifadeyle yasal olarak tanınmadığı ülkelerde sosyal girişimler vakıf, dernek veya kooperatif şeklinde yasal düzenlemenin kendilerine imkan verdiği koşullarda faaliyet gösterebildikleri için vakıf ve derneklerin iktisadi işletmeleri, kooperatifler ve kar amacı gütmeyen şirketler olarak kurulmaktadır.

Gelir getirici faaliyetlerde bulunmayan üçüncü sektör kuruluşları ise tamamen hayırsever bağışlarıyla faaliyetlerini sürdürmektedir. Bu örgütler, bağış ve yardımlara bağımlıdırlar. Hayırsever bağışlarına güvenmek ise bir teşkilatı yönetmenin sürdürülebilir şekli değildir. Günümüzde sosyal politika alanında aktif olmakla birlikte geleneksel olarak finansal varlıklarını bağışlarla sürdüren STK'lar sosyal girişimlerden farklı olarak, finansal açıdan bağımsız olmadıkları ve sürdürülebilirlikleri bağış verenlere bağımlı olduğu için hesap verdikleri merci, hizmet ettikleri kesimlerden ziyade kendilerine fon sağlayan kurum veya kişilerdir. Temel sosyal hizmetlerin böyle bir temsil yetkisi boşluğu içinde hizmet alanlara hesap verme sorumluluğu taşımaksızın yerine getirilmesi, doğal olarak sosyal hakların güçlenmesini de olumsuz etkilemektedir (Buğra, 2016:95).

Dünya'da 1970'li yıllar itibariyle sosyal değişim literatüründe kendine yer bulan sosyal girişim kavramının Türkiye'deki bilinirliği 2000'li yılların başlarına denk gelmektedir. Ancak

Türkiye'de sosyal girişimlere ilişkin özel bir yasal düzenlemenin olmayışı ve yine bu girişimlerin ayrı bir tüzel kişilik olarak kabul edilmeyişi; bireylerin sosyal teşebbüs ya da sosyal girişim olarak isimlendirilebilecek kar amacı gütmeyen bir şirket kurmalarını hukuken imkansız kılmaktadır. Dolayısıyla Dünya'daki örnekleriyle kıyaslandığında Türkiye'de tam anlamıyla bir sosyal girişim yapılanmasından bahsetmenin güç olduğu söylenebilir.

11. Türkiye'de Genç İşsizliği Sorununa Bakış

Sanayi devrimi ile birlikte modern çalışma hayatının başlaması başta işsizlik ve yoksulluk olmak üzere pek çok sosyal politika problemini ortaya çıkarmıştır. Bu problemlerin toplumsal sonuçları ise, devletin müdahale sürecini başlatmış; keynesyen ekonomi politikaları hakim ekonomik politikaları olarak benimsenirken, sosyal politikalar ve refah devleti düzenlemeleri şekillenmiştir.

1970 petrol krizi ve keynesyen politikalarla birlikte devlet güdümlü piyasa anlayışının terk edilmeye başlanmasıyla şekillenen neo-liberal dönüşüm süreci ise üretim süreçlerini ve piyasa ilişkilerini önemli ölçüde etkilemiştir. Özellikle 1980 ve sonrası küreselleşme süreci ise dönüşümün hızını arttırmıştır. Günümüzde küreselleşme süreci ve teknoloji yoğun esnek üretim biçimleri üretimde ve rekabette önemli avantajlar sağlarken işgücü piyasasına ilişkin yeni problemler ortaya çıkarmakta, sosyal politika alanı ilgili problemler ekseninde genişlemektedir. Teknolojik işsizlik, işgücüne dahil olmama, özellikle gençlerde ve kadınlarda yüksek ve kronik hale gelen işsizlik, kayıtdışı istihdam ve yoksulluk gibi problemler günümüz toplumlarının ortak sorunları haline gelmiştir. Gerçekten de günümüzde gelişmişlik düzeyi ne olursa olsun ülkeler çeşitli işsizlik türleri ile karşı karşıyadır. Bununla birlikte yaş ve cinsiyet itibariyle ele alındığında genç işsizliği ve kadınlarda cinsiyete dayalı ayrımcılık nedeniyle işsizlik gibi özel politika gerektiren durumlar yine bütün ülkelerin işgücü piyasası problemleri başında gelmektedir.

ILO'ya göre; 2018 yılında Dünya genelinde yaklaşık 172 milyon insan işsizdir, ki bu rakam %5,0 işsizlik oranına karşılık gelmektedir. Bu oranın artan işgücü ile birlikte 2019 sonunda yükselmeye devam edeceği ve 2020'ye kadar 174 milyona ulaşacağı tahmin edilmektedir. Küresel bir sorun olarak görülen genel işsizliğin sonuçlarından en çok etkilenen kesimlerin başında ise gençler gelmektedir. ILO Küresel İstihdam Eğilimleri Raporu 2019'a göre; genel olarak, yetişkinler arasında işgücüne katılım oranları son 25 yıldır düşmekle birlikte bu düşüş 15-24 yaş arası gençler arasında daha belirgindir. Kaldı ki küresel genel işsizlik oranı %5,0 civarında iken bu oran gençlerde % 10,8 civarındadır.

Gerçekten de 15 ila 24 yaş arasındaki gençlerin küresel işgücüne katılım oranı, 1993 ve 2018 yılları arasında önemli ölçüde azalmış ve bu süre sonunda 15 puan düşerek %42'ye ulaşmıştır. Bu eğilim, esas olarak gençler arasında eğitim süreçlerine doğru giderek artan yönelimle açıklanabilir. Küresel olarak, ortaöğretimdeki brüt kayıt oranı 1993'te %55'ten 2017'de %77'ye yükselmiş; yükseköğretimde ise aynı dönemde %14'ten %38'e yükselmiştir (UIS, 2018).

Gençlerin eğitim süreçlerine artan oranda dahil olması öğrencilik statüsü nedeniyle işgücüne katılım oranlarını düşürmekle birlikte ne eğitimde ne de istihdamda yer almayan önemli bir kesimin varlığı işgücü piyasası açısından endişe verici bir tablo ortaya çıkarmaktadır. Küresel tabloya bakıldığında ne eğitimde ne istihdamda ne de yetiştirme sürecinde olmamayı ifade eden NEET oranı 15-24 yaş arası kadınlarda %30 iken aynı yaş grubundaki genç erkeklerde %13 seviyesindedir. Türkiye'de ise Avrupa Birliği İstatistik Kurumu (Eurostat)'ın 2018 yılı Haziran ayında paylaştığı verilere göre araştırma kapsamındaki 34 ülke içinde "çalışmayan ve eğitim görmeyen" genç nüfusun en yüksek olduğu ülke %32 ile Makendoya iken, Türkiye %30,8 ile ikinci sırada yer almaktadır. Öte yandan Türkiye, çalışmayan ve eğitim görmeyen 18-24 yaş arası kadın nüfusun %43,6'lık oranla en yüksek olduğu ülke konumundadır.

Türkiye'nin sahip olduğu genç işgücü yoğunluğuna karşın, genel anlam-da işsizlik, özel olarak da genç işsizliği çözüm bekleyen en önemli sorunlardan birisidir. Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi (ADNKS) sonuçlarına göre; Türkiye toplam nüfusu 2018 yılı sonu itibariyle 82 milyon 3 bin 882 iken, 15-24 yaş grubundaki genç nüfus 12 milyon 971 bin 396 kişi ile toplam nüfusun %15,8'ini oluşturmaktadır. Bu oran %10,8 olan AB ortalamasının önemli ölçüde üzerindedir. Genç nüfus yoğunluğu işgücü piyasası açısından önemli bir avantajdır. Yatırım ve üretimde büyümenin ihtiyaç duyacağı insan kaynağının işgücü piyasasıda hazır olduğunun göstergesidir. Ancak bu önemli avantaj uyumsuz eğitim programları, genç işgücü ile iş piyasası eşleşmesinin sağlanamaması veya yetersiz aktif istihdam politikaları gibi nedenlerle önemli bir dezavantaja dönüşebilme potansiyeli taşımaktadır.

Hanehalkı işgücü araştırması sonuçlarına göre de; gençlerde işsizlik oranı, 2017 yılında %20,8 iken 2018 yılında %20,3 olarak gerçekleşmiştir. Aynı yıllarda genel işsizlik oranları ise 2017'de %10,9 iken 2018'de %11,0 olarak gerçekleşmiştir. Buradan hareketle Türkiye'de genç işsizliğinin genel işsizliğin 2 katı civarında olduğu söylenebilir. Genel işsizlikte olduğu gibi gençlerde de işsizlik oranlarında cinsiyet ayrımcılığı dikkat çekmektedir. Genç erkeklerde işsizlik oranı %17,6 olurken, genç kadınlarda %25,3'dür. Ne eğitimde ne istihdamda olan gençlerin oranı 2018 yılında %24,5 olmuştur. Bir diğer ifade ile Türkiye'de her 4 gençten yaklaşık 1'i ne okumakta ne de çalışmaktadır. Bu oran genç erkeklerde %15,6, genç kadınlarda ise %33,6'dır.

Bu veriler Türkiye'de genç işsizliğinin aciliyetini göstermektedir. Özellikle istihdamda yer almamakla birlikte eğitimde de yer almayan gençlerin sorunu işgücü piyasasına dahil olmama eğiliminin kronikleşmesi ve kayıtdışı istihdama yönelme riskleri nedeniyle önem taşımaktadır.

4. Türkiye'de Genç İşsizliği ile Mücadelede Sosyal Girişimcilik Desteği: Engeller ve Öneriler

Türkiye'de başta genel işsizlik özel olarak da genç işsizliğine yönelik devlet tarafından Türkiye İş Kurumu (İŞKUR) aracılığı ile aktif işgücü programları düzenlenmektedir. İlgili programlar kapsamında; istihdamın korunmasına ve artırılmasına, işsizlerin mesleki niteliklerinin geliştirilmesine, işsizliğin azaltılmasına ve özel politika gerektiren grupların işgücü piyasasına kazandırılmasına yardımcı olmak amaçlanmaktadır. Mesleki eğitim kursları, işbaşı eğitim programları, girişimcilik eğitim programları, toplum yararına programlar ve diğer kurs, program, proje ve özel uygulamalar bu kapsamda devlet eliyle yürütülen önemli ve etkin programlardır.

Daha önce de vurgulandığı gibi 21.yy'a girerken refah karması anlayışı ile birlikte sosyal refah sorumluluğu; kamu sektörü dışında özel sektör ve üçüncü sektörde yer alan kar amacı gütmeyen kuruluşlar tarafından da üstlenilmeye başlanmıştır. Bu kapsamda kar amaçlı özel sektör firmaları sosyal sorunlara ilişkin sosyal sorumluluk projeleri ile öne çıkarken, sivil toplum örgütleri üye sayılarını arttırmış dünya genelinde gönüllü sektöre yönelim yaygınlaşmıştır. Bu gelişmelerin bir sonucu olarak yeni bir girişimcilik türü olan sosyal girişimcilik sosyal sorunların çözümünde yaratıcı ve yenilikçi çözümler geliştirerek sosyal refaha katkı sağlamakla birlikte yeni bir çalışma alanının da ortaya çıkışına sebep olmuştur. Sosyal girişimlerde belli bir ücret karşılığı olmadığı için gönüllü çalışanlar bir tarafa bırakıldığında istihdam potansiyeli bakımından kayda değer rakamlara ulaştığı görülmektedir. Örneğin sosyal girişimciliğin yasal ve kurumsal olarak tanındığı ve oldukça gelişmiş olduğu bir ülke olan Birleşik Krallık'ta 2017 yılı istatistiklerine göre küçük ölçekli işletmelerin %9'u sosyal işletmedir. Ki bu oran yaklaşık 471bin sosyal işletmeye karşılık gelmektedir. Bu işletmelerin 371binininde çalışan bulunmazken 100bin sosyal işletmede yaklaşık 1.44 milyon kişiyi istihdam edilmektedir. Bunların çoğu çalışan, geri kalanı ise çalışanlar ve ortaklardır (UK,2017:8).

Türk mevzuatında ise "sosyal girişim" tanımı altında özel düzenlemelerin bulunmaması, sosyal girişimlerin vakıf, dernek gibi farklı tüzel kişilikler şeklinde kurulup işletilmesini engellememesine rağmen faaliyetlerini oldukça kısıtlamaktadır. Yasal çerçeveleri itibariyle vakıf, dernek ve kooperatif şeklinde örgütlenebilen ve bunların iktisadi işletmeleri vasıtasıyla da faaliyetlerini yürüten Türkiye'deki sosyal girişimler; ne klasik anlamda bir vakıf/dernek,

kooperatif ne de şirket şeklinde işlemediğinden kendini çoğu zaman mevcut kurumsal yapıları esnetmeye ve amaçlarına uydurmaya çalışırken bulmaktadır (British Council ve Tüsev, 2012:3).

Türkiye'de yasal ve kurumsal nedenlerle vakıf, dernek, vakıf/dernek iktisadi işletmesi ve kooperatif yapılarında kurulan sosyal girişimler mevcut engellere rağmen gerek istihdam potansiyelleri gerekse sosyal sorunların çözümüne ilişkin geliştirdikleri yaratıcı iş fikirleri ile önemli birer dolaylı sosyal politika aktörü konumundadırlar.

Türkiye'de yasal olarak tanınmamakla birlikte sosyal girişimcilik faaliyetlerini yürüten sivil toplum kuruluşları ile şirketleri tek çatı altında toplayan önemli bir örgüt olarak ASHOKA'dan bahsetmek gerekir. Sosyal girişimcilik kavramının kurumsallaşmasında önemli payı olduğu düşünülen ve 1980 yılında Bill Drayton tarafından kurulan Ashoka günümüzün ilk ve en geniş küresel sosyal girişim ağı olması nedeniyle sosyal girişimleri destekleyen uluslararası kuruluşlar arasında önemli bir yere sahiptir. Günümüzde Türkiye'nin de dahil olduğu 93 farklı ülkeden 3500'ü aşkın üyesi bulunan Ashoka; insan hakları, çevre sorunları, sağlık sorunları, eğitim ve gençlik sorunları, işsizlik ve sivil katılım gibi temel sosyal politika problemleri ile mücadele eden sosyal girişimleri çatısı altında toplamaktadır. Ashoka Türkiye, 2018 yılı itibariyle aralarında gençlerde sosyal sorumluluk bilinci ve duyarlılığını arttırmayı hedefleyen Toplum Gönüllüleri Vakfı, bireyleri Sivil toplum Kuruluşlarına yaklaştırmayı, STK'leri ise daha şeffaf ve güvenilir hale getirmeyi amaçlayan Adım Adım, tekstil sektöründe çevreye duyarlılık ve sağlıklı üretim için farkındalık yaratan ve çocuk işçi çalıştırma ve kayıtdışı istihdam ile mücadele eden Temiz Giysi gibi sosyal girişimlerin de olduğu 27 sosyal girişimci üyeye sahiptir.

Türkiye'de sosyal girişimi ve sosyal girişim sayısının oldukça sınırlı düzeyde olması kuşkusuz aşağıdaki engellere dayandırılabilir (Işık, 2016:148);

- Sosyal girişim adıyla faaliyet gösteren tüzel kişiliklerin hukuken tanınmaması ve bu nedenle vakıf, dernek, kooperatif ve bunların iktisadi teşekkülleri şeklinde kurulmak zorunda kalınması,
- Sosyal girişimlerin yasal olarak tanınmaması nedeniyle bu girişimlerin tanımlanmasına ilişkin kavram karmaşası yaşanması,
- Mevcut durumda vakıf/derneklerin iktisadi işletmeleri ve şirketleri, kooperatifler ve kar amacı gütmeyen şirketler için herhangi bir vergi istisnası bulunmaması, vergi muafiyeti/kamu yararı statüsüne sahip vakıf/derneklere sağlanan mali desteklerin de yetersiz kalması.
- Sosyal girişimlerde istihdam edilecek insan kaynağının temininde güçlük çekilmesi.

Bu engellere rağmen, sosyal girişimcilik özellikle genç işsizler için önemli bir potansiyel taşımaktadır. 15-24 yaş arası genç bireylerin kendi işlerini kurmalarına ve geliştirmelerine yardımcı olmak amacıyla devlet aracılığı ile sosyal girişimcilik eğitimlerinin düzenlenmesi ve bu eğitimi tamamlayan gençlerin kuracakları sosyal girişimlerine kuruluş desteğinin verilmesi hem gençlerde işsizlik ve atalet oranlarına önemli katkılar sağlayabilecekken hem de sosyal sorunlarla mücadelede yeni aktörlerin sürece katılmasının önünü açacaktır.

Bilindiği gibi günümüzde İŞKUR aracılığı ile uygulanan aktif işgücü programları içerisinde girişimcilik eğitim programı düzenlenmekte ve bu sayede geleneksel kar amaçlı girişimciler desteklenmektedir. İlgili girişimcilik eğitim programı kapsamında temel seviye girişimcilik eğitimi, "Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) ile İŞKUR arasındaki Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi İşbirliği Protokolünde" belirlenen esaslar çerçevesinde gerçekleştirilmektedir. Eğitim programı bitiminde, katılımcılara Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi Katılım Belgesi verilmekte; bu belge ile de bireyler KOSGEB Yeni Girişimci Desteğine başvuruda bulunabilmekte ve KOSGEB'in geleneksel girişimci destekleri ile ileri girişimci desteklerinden yararlanabilmektedirler.

Sosyal girişimcilik destek programının da girişimcilik eğitim programına benzer şekilde İŞKUR aktif işgücü programları içerisine eklenmesi ve ilgili programa yapılacak başvuru kabullerinde 15-24 yaş aralığındaki gençlerin öncelikli olması Türkiye'de sosyal girişimciliğin gelişimine önemli katkılar sağlarken, genç işsizliği ile mücadelede alternatif bir aracın şekillenmesini sağlayacaktır. Bu sayede ana amaç gençlerde işsizlik ve bunula birlikte ne istihdamda ne de eğitimde yer almama sorunları ile mücadele olurken, sosyal girişimciliğin de teşvik edilmesi sağlanacak ve bu sayede devletin sosyal sorunlarla mücadelesi desteklenecektir.

Sosyal girişimcilik destek programında 3 kurum sürecin işleyişinden sorumlu tutulmuştur. Sosyal girişimcilik eğitim programına başvuruların kabulü ve değerlendirilmesinden İŞKUR sorumlu iken, program içeriğinin belirlenmesi ve eğitim programının uygulanması İŞKUR-KOSGEB işbirliği ile gerçekleştirilecek, program sonrasında katılım sertifikası almaya hak kazanan genç sosyal girişimci adaylarına ilişkin destek süreci ise KOSGEB ve ASHOKA işbirliği ile yürütülecektir.

Başvuruların değerlendirilmesi sürecinde programın genç işsizleri hedeflemesi nedeniyle liste yöntemi kullanılacak. 1.listeye 15-24 yaş aralığındaki başvurular doğrudan dahil edilecektir. Bu yaşın üzerindeki başvurular ise kontenjan boşluğu halinde değerlendirilmek üzer 2.listeye alınacaktır. Katılımcı sayıları belirlendikten sonra eğitimin uygulanması aşamasına geçilecektir. Eğitimi verecek olan kişiler ise; sosyal girişimcilik konusunda uzman İŞKUR ve KOSGEB bünyesinden olabileceği gibi, üniversitelerden, ASHOKA bünyesinden ve tecrübeli

sosyal girişimci bireylerden de olabilecektir. KOSGEB'in halihazırda uygulanmakta olan Uygulamalı Girişimcilik Eğitim içeriğine benzer şekilde en az 32 saatlik teori ve uygulama eğitiminin verilmesi öngörülmektedir. İlgili eğitimin uygulama boyutunda sosyal girişimci adaylarından mücadele edecekleri sosyal sorunları tespit etmeleri ve bu sorunları çözmeye ilişkin yaratıcı iş fikirleri geliştirmeleri istenecektir. İlgili iş fikirlerinin sunumu ardından yapılacak değerlemede eğitimi başarı ile tamamlayan adaylara KOSGEB, İŞKUR ve ASHOKA paydaş onaylı katılım sertifikaları verilecektir.

İlgili sertifikayı alan adaylar ise sosyal girişimci faaliyetlerine başlamaları ile birlikte destek sürecinden yararlanabileceklerdir. Destek sürecinin ise 2 yönlü olması planlanmaktadır. Bunlardan ilki KOSGEB tarafından sosyal girişimcilere verilecek olan ilk kuruluş desteği iken diğeri ASHOKA tarafından verilecek olan üyelik ve danışmanlık desteğidir.

5. Sonuç ve Genel Değerlendirme

Küresel rekabetin etkisi altında, bütün dünya ülkeleri için sorun olmakla birlikte özellikle gelişmekte olan ülkelerin işgücü piyasalarında, genç nüfusta işsizlik sorunu yapısal karakteri ile ön plana çıkmaktadır. Bununla birlikte ne eğitimde ne de istihdamda yer alamama eğilimindeki sürekli artış yine en çok gelişmekte olan ülkelerde riskli seviyelere ulaşmaktadır. 21.yy.; diğer sosyal meselelerle birlikte işsizlik sorunu ile mücadelede de sosyal devletlerin mücadele araçları yanında çeşitli aktörlerin devreye girdiği bir yüzyılın başlangıcı olmuştur. Bu aktörlerden biri olan sosyal girişimciler son 20 yılda hızla yaygınlaşarak, gerek sosyal sorunlarla mücadeledeki yaratıcı çözüm önerileri, girişimcilik yoluyla sorun çözme kabiliyetleri, ülke ekonomilerine sağladıkları faydalar ve yarattıkları istihdam imkanları ile isimlerinden sıkça bahsettirir olmuşlardır.

Türkiye'deki mevcut yasal düzenleme ve tüzel kişilikler ise sosyal girişimlerin sosyal odaklı ticari faaliyetleri için ideal yapılar değildir. Dolayısıyla pek çok sosyal girişim ne klasik anlamda bir vakıf/dernek, kooperatif ne de şirket şeklinde işlemediğinden kendini çoğu zaman mevcut kurumsal yapıları esnetmeye ve amaçlarına uydurmaya çalışırken bulmaktadır. Bu durum ise Türkiye'de sosyal girişimciliğin gelişimi önündeki en büyük engellerden birini oluşturmaktadır.

Yasal ve kurumsal engellere rağmen sosyal girişimcilik Türkiye'de özellikle Ashoka ile birlikte giderek adı duyulan bir alana dönüşmektedir. Bu çerçevede bu çalışmada Türkiye'deki en önemli işgücü piyasası problemlerinden biri olan genç işsizliği ile mücadelede sosyal girişimlerin ve sosyal girişimci desteklerinin önemli bir araç olarak kullanılabileceği savunulmaktadır. Buradan hareketle gençlere yönelik halihazırda var olan İŞKUR Girişimcilik

Eğitim Programı benzeri bir desteğin KOSGEB yanında ASHOKA'nın da sürece dahil edilerek Sosyal Girişimcilik Destek Programı şeklinde uygulanması öngörülmektedir. İlgili destek programının uygulanması neticesinde ise aşağıdaki faydaların sağlanması beklenmektedir;

- Sosyal girişimciliğin Türkiye'de yaygınlaşmasına katkı sağlanması,
- Sosyal girişimciliğin potansiyelleri konusunda farkındalık yaratılması,
- Genç nüfusta işsizlik ve ne eğitimde ne de istihdamda yer almama sorunu ile mücadelenin sosyal girişimci gençler yetiştirerek gerçekleştirilmesi,
- Sosyal girişimci desteğinin gençlerde işsizlik sorunu yanında devletin sosyal sorunlarla mücadeledeki etkinliğinin de arttırılmasına katkı sağlanması.

KAYNAKÇA

British Council ve TÜSEV (2012). Sosyal Girişimcilik Projesi: Türkiye'de Sosyal Girişimlerin Yasal ve Mali Altyapısının Güçlendirilmesine İlişkin Politika Belgesi, Mart.

Buğra, A. (2016). Kapitalizm, Yoksulluk ve Türkiye'de Sosyal Politika. İletişim Yayınları, Ankara.

Evers, A. (1995). Part of The Welfare Mix: The Third Sector As An Intermadiate Area. International Journal of Voluntary and Nonprofit Organisations, 6(2), 159-182.

Gilbert, N. ve Terrell, P. (1998). Dimensions of Social Welfare Policy. Massachusetts: Allyn-Bacon Publication, Fourth Edition, 3.

Gökbakar, Ş. (2010). Türkiye'de Sosyal Güvenliğin Dönüşümü. Çalışma ve Toplum Dergisi. 11.Ulusal Sosyal Bilimler Kongresi Özel Sayısı (25), 141-162.

Güler, B.Kümbür (2010). Sosyal Girişimcilik, Elif Yayınevi, İstanbul.

Işık, V. (2016). Çalışmanın Evrimi ve Sosyal Girişim. Ekin Yayınları, 1.Baskı, Bursa.

Mair, J. Ve Marti, I. (2006). Social Entrepreneurship Research: A Source of Explanation,Prediction, and Delight. Journal of World Business, 41, 36-44.

Özdemir, S. (2004). Küreselleşme Sürecinde Refah Devleti. İstanbul Ticaret Odası Yayınları, 1.Baskı, İstanbul.

Powell, M. and Barrientos, A. (2004). Welfare Regimes and Welfare Mix. European Journal of Political Research, 43(1), 83-105.

UK Goverment Report (2017). Goverment for Digital, Culture Media&Sport; Department for Bussiness, Energy & Industrial Strategy. Social Enterprise Market Trends, September.

Yunus, M. ve Weber, K. (2012). Sosyal İşletme Kurmak. İstanbul: Doğan Kitap Yayınları.

Türkiye'deki Sağlık Kuruluşlarının İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflamasına Göre Veri Zarflama Analizi ile Etkinlik Analizi

Prof. Dr. Ahmet ERGÜLEN
Necmettin Erbakan University
aergulen@erbakan.edu.tr

İbrahim HARMANKAYA
Selçuk University
ibrahimharmankaya@selcuk.edu.tr

Inst. Zeynep ÜNAL
Nevşehir HBV University
zeynepunal@nevsehir.edu.tr

ÖZET

Ülkemizde sağlık politikalarının geliştirilmesi, uygulanması ve sağlık hizmetlerinin sunulması Sağlık Bakanlığı'nın kontrolünde gerçekleştirilmektedir. Sağlık hizmetlerinin ülke genelinde dengeli bir şekilde dağılımı, etkili ve verimli bir şekilde kullanımı, vatandaşların sağlık hizmetlerine ulaşımının sağlanmasında imkan eşitliği sağlayacak önlemleri almaya Sağlık Bakanlığı yetkilidir. Bakanlıkça ülke genelindeki sağlık hizmetlerinin takip edilmesi, etkinlik analizlerinin yapılması ve gerekli önlemlerin alınabilmesi için ülkemizdeki şehirler istatistiki bölge birimleri sınıflamasına göre oniki bölgeye ayrılmıştır. Bu faaliyetlere hiçbir işlem yapmadan sadece sayısal girdi ve çıktı değerlerine bakarak sağlık kuruluşlarının veya bölgelerin verimliliklerini ölçmek mümkün değildir. Bu nedenle yapılan bu çalışmada Sağlık Bakanlığınca yapılan bölgelendirme esasına dayanarak, bölgelerimizin kullanmış oldukları girdi (fiili yatak sayısı, toplam hekim sayısı, toplam hemşire ve diğer personel sayısı) ve çıktı (ameliyat sayısı, hastanede toplam yatış süresi, kişi başına hastanelere müracat sayısı) değerlerinin birbirlerine kıyasla ne derece etkin ve verimli çalıştıkları tespit edilmeye çalışılmıştır. Üst yönetimlere mevcut durum hakkında bilgi verebilmek ve geleceğe dair değişken faktörler hakkındaki alınacak kararlarda iç görü oluşturabilmek adına çalışma önemli bir noktadadır. Çalışma kapsamında söz konusu bölgelerin sağlık hizmetleri sunumlarına ait 2018 yılında kamuoyuna açıklanan 2017 Sağlık İstatistikleri Yıllığındaki verilerden yararlanılmıştır. Çalışma kapsamında benzer girdilerle benzer çıktılar elde ederken, benzer süreçler kullanıldığından, birbirleriyle kıyaslamayı mümkün kılmak için göreli etkinlik analizi yapmayı amaçlayan ve doğrusal programlama prensiplerinden yararlanan yönetsel mekanizmalara iç görü kazandırabilecek parametresiz bir teknik olan veri zarflama analizi kullanılmıştır. Veri zarflama analizi için kurulacak doğrusal programlama modeli için ise Lindo paket programı kullanılmıştır. Çalışmanın sonucunda bölgelerin göreceli etkinlik analizleri gerçekleştirilmiş hangi girdi ve çıktı değerleri bağlamında etkin olmadığı, etkin hale gelebilmek için izlenmesi gereken yollar ile ilgili değerlendirmeler yapılmıştır. Etkin ve mevcut etkinlik düzeyini koruyabilmek için atıl kapasite ortaya çıkmış ise, atıl kapasiteye ait değerlendirmeler yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Etkinlik Ölçümü, Sağlık Kuruluşları, Veri Zarflama Analizi, Hastaneler

Efficiency Analysis with Data Envelopment Analysis Method By Classification Of Statistical Region Units Of Health Care in Turkey

ABSTRACT

The development, implementation and delivery of health services in Turkey is under the control of the Ministry of Health. The Ministry of Health is authorized to take measures to ensure the equitable distribution of health services throughout the country, effective and efficient use of health services, and to ensure equal access to health services for citizens. The cities in our country are divided into twelve regions according to the classification of

statistical regional units so that the Ministry can monitor the health services throughout the country, conduct the effectiveness analysis and take the necessary measures. It is not possible to measure the efficiency of health institutions or regions by looking at the values of numeral inputs and outputs without performing any operations on these activities. Therefore, in this study, it has been tried to determine how efficient and efficient the regions are by their input (number of staff, budget amount, number of machinery-equipment, etc.) and output (number of patients treated, number of operations, amount of expenditure, etc.) values. It is an important point to give information to the senior management about the current situation and to create insights on the future decisions about the variable factors. In the scope of the study, the data of the 2017 Health Statistics Yearbook, which was announced to the public in 2018, related to the health services offerings of these regions were used. In the scope of the study, while similar processes are obtained with similar inputs, similar data is used, data envelopment analysis is used as a parameterless technique which can provide insight to the administrative mechanisms that aim to make relative efficiency analysis and to make use of linear programming principles in order to make comparison with each other possible. For the linear programming model for data envelopment analysis, Lindo package program was used. As a result of the study, the relative efficiency analyzes of the regions were carried out, and the evaluations were made about the ways in which the input and output values were not effective, and the ways to be effective in order to become effective. If idle capacity has emerged in order to maintain effective and current efficiency level, idle capacity assessments have been made.

Keywords: Activity Measurement, Health Institutions, Data Envelopment Analysis, Hospitals

12. Giriş

Tüm sektörlerde olduğu gibi, sağlık sektöründe de hizmetin üretilmesi, kalitesi ve sunumunda yoğun bir rekabet yaşanmaktadır (Gülcü, 2004: 50). "Hastanelerin yaşamın devamı için vazgeçilmez olduğu gerçeği sağlık kuruluşlarının performansının önemini daha da artırmaktadır" (Güler vd, 2017: 169). Etkinlik, kullanılan kaynaklarla elde edilen başarıyı, yani uygun kaynaklarla ulaşılan maksimum çıktı potansiyelini sağlayan en iyi kullanımı ifade etmektedir(Özata, Sevinç, 2010: 78). Bu bağlamda çalışmanın amacı, Sağlık Bakanlığınca yapılan bölgelendirme esasına dayanarak, bölgelerimizde ki sağlık kuruluşlarının kullanmış oldukları girdi (Fiili Yatak Sayısı, Toplam Hekim Sayısı, Toplam Hemşire ve Diğer Personel Sayısı) ve çıktı (Ameliyat Sayısı, Hastanede Toplam Yatış Süresi, Kişi Başına Hastanelere Müracaat Sayısı) değerlerinin birbirlerine kıyasla ne derece etkin ve verimli çalıştıklarını tespit etmeye çalışmaktır. Çalışma teorik ve ampirik olmak üzere iki kısımdan oluşmaktadır. Çalışmanın teorik kısmı, makale ve tezlerden yararlanılarak oluşturulmuştur. Çalışmanın ampirik kısmında ise, değişkenlere ait veriler birimlerin T.C. Sağlık Bakanlığı Sağlık İstatistikleri Yıllığı 2017 yılı verilerinden elde edilmiştir. Elde edilen veriler LINDO paket programında çözdürülerek sonuçlar değerlendirilmiştir.Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Giriş bölümünde; çalışmanın önemi, çalışmanın amacı, çalışmada izlenen yöntem ve çalışmanın organizasyonu yer almaktadır. Birinci bölümde, Veri Zarflama Analizi Yöntemi teorik çerçevede açıklanmıştır. İkinci bölümde, veri zarflama analizi yöntemiyle performans ölçümü uygulamasına yer verilmiştir. Üçüncü bölüm çalışmanın sonuç bölümüdür.

2. VERİ ZARFLAMA ANALİZİ YÖNTEMİ

Veri Zarflama Analizi (VZA) doğrusal programlamanın özel bir uygulama şekli olup, aynı amaç ve hedeflere sahip işletmelerin göreceli olarak verimliliğini ölçmede kullanılan bir yöntemdir" (Ark, 2009: 22).

2.1.Veri Zarflama Analiz Modelleri

Charnes ve arkadaşları (1978) CCR olarak bilinen ilk modeli geliştirmiştir. Bu model girdi odaklı ve çıktı odaklı olmak üzere iki sınıfa ayrılmaktadır. Girdi odaklı modeller, çıktı miktarında bir değişim olmadan girdi miktarını minimize etmeyi amaçlarken; çıktı odaklı modeller girdi miktarında bir artış olmadan çıktı miktarını maksimize etmeyi amaçlamaktadır. CCR modeli ölçeğe göre sabit getiri varsayımında hareket etmektedir. Banker, Charnes ve Cooper (1984) BCC modelini ölçeğe göre değişken getiri altında çalışacak şekilde geliştirmiştir. Bu yaklaşım girdi ve çıktı arasında oransal bir değişim olduğunu varsaymaktadır. CCR modeli ölçeğe göre sabit getiri varsayımı altında, bir kesikli programlama modelidir ve bu model doğrusal programlama modeline dönüştürülerek her karar birimi için çözüm gerçekleştirilir (Kar, 2018: 36-37). CCR Modelleri aşağıdaki gibi oluşturulur;

$$maxhk = \sum_{r=1}^{S} Urk.Yrk$$

$$\sum_{r=1}^{S} Urk.Yrj - \sum_{j=1}^{m} Vik.Xij \leq 0 \qquad ; \mathrm{j} = 1, \ldots\ldots, \mathrm{n}$$

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

Urk≥0 ;r=1,……..,s

Vik≥0 ;i=1,……..,m

Bu eşitlikler kümesinde

Urk=k'ıncı KB'nin r'inci çıktısının ağırlığı

Vik= k'ıncı KB'nin i'inci çıktısının ağırlığı

Yrk=k'ıncı KB'nin r'inci çıktı miktarı

Xik=k'ıncı KB'nin i'inci girdi miktarı

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

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

m= girdi sayısı

s= çıktı sayısı

n= karar birimi sayısı'nı ifade etmektedir(Doğan, 2010: 52).

KB= karar birimi

3. VERİ ZARFLAMA ANALİZİ İLE ETKİNLİK ANALİZİ

Çalışmada yöntem olarak bütün karar birimleri için CCR-VZA modelleri oluşturulmuş, LİNDO paket programında çözdürülmüş ve sonuçlar değerlendirilmiştir. CCR-VZA sonuçları neticesinde etkin olmayan karar birimleri için Dual CCR-VZA modelleri oluşturulmuş ve LİNDO paket programında çözdürülmüş, referans seti oluşturulmuştur. Referans seti verilerine göre etkin olmayan karar birimleri için yeni girdi değerleri değişim oranları ortaya çıkmıştır. Ölçeğe göre artan veya azalan getiri değerlerini görmek için BCC-VZA modelleri oluşturulmuş ve LİNDO paket programında çözdürülerek sonuçlar değerlendirilmiştir (Ergülen vd, 2019: 63).

3.1. Çalışmanın Kapsamı ve Veriler

Çalışma kapsamında karar birimleri 12 adet bölge düzeyinde birimler olarak ele alınmış ve Tablo 1'de gösterilmiştir. Karar birimleri olarak seçilen Birinci Düzey şehirlerdeki sağlık bakanlığı verileri esas alınmıştır. Bölgeler arası gelişmişlik farklarının azaltılmasına yönelik olarak bölgelerin sosyo-ekonomik analizlerinin yapılması ve Avrupa Birliği (AB) ile karşılaştırılabilir veriler üretilmesi amacıyla AB bölgesel sınıflandırılması olan SR kriterlerine göre tanımlanmıştır. Üç düzeyden oluşmaktadır. İlk aşamada idari yapıya uygun olarak 81 adet il 3.düzeyde bölge birimleri olarak tanımlanmıştır. Ekonomik, sosyal, kültürel ve coğrafi yönlerden benzer iller belirli bir nüfus büyüklüğü de dikkate alınarak gruplanmasa ile 26 adet 2.düzeyde bölge birimleri tanımlanmıştır. Yine aynı kritere göre 2.düzey bölge birimlerinin gruplanması sonucu 12 adet 1.düzeyde bölge birimleri tanımlanmıştır.

Tablo 1: Çalışmaya Konu Olan Karar Birimleri

	Bölgeler	**Şehirler**
A1	İstanbul	İstanbul
A2	Batı Marmara	Edirne, Kırklareli, Tekirdağ, Balıkesir, Çanakkale
A3	Ege	İzmir, Aydın, Denizli, Muğla, Afyonkarahisar, Kütahya, Manisa, Uşak
A4	Doğu Marmara	Bilecik, Bursa, Eskişehir, Bolu, Düzce, Kocaeli, Sakarya, Yalova
A5	Batı Anadolu	Ankara, Karaman, Konya
A6	Akdeniz	Antalya, Burdur, Isparta, Adana, Mersin, Hatay, Kahramanmaraş, Osmaniye
A7	Orta Anadolu	Aksaray, Kırıkkale, Kırşehir, Nevşehir, Niğde, Kayseri, Sivas, Yozgat
A8	Batı Karadeniz	Bartın, Karabük, Zonguldak, Çankırı, Kastamonu, Sinop, Amasya, Çorum, Samsun, Tokat
A9	Doğu Karadeniz	Artvin, Giresun, Gümüşhane, Ordu, Rize, Trabzon
A10	Kuzeydoğu Anadolu	Bayburt, Erzincan, Erzurum, Ağrı, Ardahan, Iğdır, Kars
A11	Ortadoğu Anadolu	Bingöl, Elazığ, Malatya, Tunceli, Bitlis, Hakkâri, Muş, Van

A12	Güneydoğu Anadolu	Adıyaman, Gaziantep, Kilis, Diyarbakır, Şanlıurfa, Batman, Mardin, Siirt, Şırnak

Çalışmada 12 karar birimi için 2017 yılına ait olmak üzere üç adet girdi (fiili yatak sayısı, toplam hekim sayısı ve toplam hemşire ve diğer personel sayısı) ve üç adet çıktı (ameliyat sayısı, hastanede ortalama yatış günü ve kişi başı hastanelere müracaat sayısı) ele alınmıştır ve aşağıda Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2: Girdi ve Çıktı Tablosu

	GİRDİLER		ÇIKTILAR
X1	Fiili Yatak Sayısı	Y1	Ameliyat Sayısı
X2	Toplam Bakım Sayısı	Y2	Hastanede Ortalama Yatış Günğ
X3	Toplam Hemşire ve Diğer Personel Sayısı	Y3	Kişibaşı Hastanelere Müracaat Sayısı

Çalışmada değişkenlere ait verilere, değişkenlere ait verilere birimlerin T.C. Sağlık Bakanlığı Sağlık İstatistikleri Yıllığı 2017 yılı verilerinden ulaşılmıştır. Veri seti aşağıda Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3: Veri Seti

İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflamasına Göre Birinci Düzey Birimler			**GİRDİLER**			**ÇIKTILAR**		
	Bölge İsimleri	**Şehirler**	**Fiili Yatak Say. (X1)**	**Toplam Hekim Say. (X2)**	**Hemşire, Ebe ve diğer personel say. (X3)**	**Ameliyat Say. (Y1)**	**Ortalama Yatış Günü (Y2)**	**Kişi Başına Hastanelere Müracaat Sayısı (Y3)**
A1	İstanbul	İstanbul	25	204	50763	61	4	5
A2	Batı Marmara	Edirne, Kırklareli, Tekirdağ, Balıkesir, Çanakkale	29	161	17070	53	4	6
A3	Ege	İzmir, Aydın, Denizli, Muğla, Afyonkarahisar, Kütahya, Manisa, Uşak	29	205	51369	63	4	6
A4	Doğu Marmara	Bilecik, Bursa, Eskişehir, Bolu, Düzce, Kocaeli, Sakarya, Yalova	25	169	35606	62	4	6
A5	Batı Anadolu	Ankara, Karaman, Konya	33	273	42972	79	4	6
A6	Akdeniz	Antalya, Burdur, Isparta, Adana, Mersin, Hatay, Kahramanmaraş, Osmaniye	29	170	49629	66	4	6
A7	Orta Anadolu	Aksaray, Kırıkkale, Kırşehir, Nevşehir, Niğde, Kayseri, Sivas, Yozgat	30	171	22352	53	4	6
A8	Batı Karadeniz	Bartın, Karabük, Zonguldak, Çankırı, Kastamonu, Sinop, Amasya, Çorum, Samsun, Tokat	31	167	26855	57	4	6
A9	Doğu Karadeniz	Artvin, Giresun, Gümüşhane, Ordu, Rize, Trabzon	33	181	16706	63	4	7
A10	Kuzeydoğu Anadolu	Bayburt, Erzincan, Erzurum, Ağrı, Ardahan, Iğdır, Kars	29	161	10590	55	4	6
A11	Ortadoğu Anadolu	Bingöl, Elazığ, Malatya, Tunceli, Bitlis, Hakkâri, Muş, Van	30	157	18813	50	4	6

A12	Güneydoğu Anadolu	Adıyaman, Gaziantep, Kilis, Diyarbakır, Şanlıurfa, Batman, Mardin, Siirt, Şırnak	23	131	32575	51	3	6

**Değişkenlere ait verilere birimlerin T.C. Sağlık Bakanlığı Sağlık İstatistikleri Yıllığı 2017 yılı verilerinden ulaşılmıştır.*

**Ameliyat Sayısı 1.000 kişiye düşen ameliyat sayısını ifade etmektedir.*

**Toplam Hekim Sayısı 100.000 kişiye düşen hekim sayısını ifade etmektedir.*

**Yatak sayısı 10.000 kişiye düşen yatak sayısını ifade etmektedir.*

**Sayısal Veriler Sağlık Bakanlığına bağlı hastanelerinin, Üniversite hastanelerinin ve Özel hastane verilerinin tamamını kapsamaktadır. Küsuratlı değerler virgülden sonraki değer 0,5 ve üzeriyse üst değere, 0,5 değerinin altındaki değerler ise alt değere yuvarlanarak tam sayı değere ulaşılarak işleme alınmıştır.*

3.2. CCR- VZA Modeli Çözümü

Tablo 3'deki veriler kullanılarak 12 bölgeye ait model oluşturulmuş ve LINDO paket programında çözümlenmiştir. Çözümlenme sonucunda elde edilen etkinlik değerleri aşağıda Tablo 4 ve Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 4: CCR-VZA Ayrıntılı Sonuç Tablosu

A1	0,042196	-	-0,000001	0,016393	-	-	1
A2	0,011623	0,004058	0,000001	-	0,249092	-	0,996
A3	0,034800	0,002487	-0,000010	-	0,133479	0,066104	0,930
A4	0,027345	-	0,000009	0,016129	-	-	1
A5	0,0212193	-	0,000007	0,012560	-	-	0,992
A6	0,011071	0,003732	0,000001	0,015152	-	-	1
A7	0,011015	0,003846	0,000001	-	0,236069	-	0,944
A8	-	0,005991	-	0,004828	0,169893	0,009217	0,974
A9	-	0,004825	0,000008	-	-	0,142857	1
A10	-	-	0,000094	-	0,250000	-	1
A11	-	0,006919	0,000003	-	0,250000	-	1
A12	0,009879	0,003974	0,000008	-	-	0,166667	1

Tablo 5: ***CCR-VZA Sonuç Tablosu***

Birim Kodu	**Etkinlik**
A1	1
A2	0,996
A3	0,930
A4	1
A5	0,992
A6	1
A7	0,944
A8	0,974
A9	1
A10	1
A11	1
A12	1

Çözümleme sonucunda elde elden değerlere bakıldığında A1, A4, A6, A9, A10, A11, A12 Karar birimlerinin etkin, A2, A3, A5, A7 ve A8 Karar biriminlerinin etkin olmadığı söylenebilir. Bu durumda A2, A3, A5, A7 ve A8 karar birimlerini etkin hale getirebilmek için dual modelde çözümleyerek, referans setlerini ve gölge fiyatlarını belirleyebiliriz. Buna göre,

yukarıdaki verilen tablo incelendiğinde çalışmada 12 bölgeden 7 tanesinin etkin değere ulaştığı 5 tanesinin tam etkin olmadığı görülmüştür. Elde edilen veriler ışığında etkin birimler ile etkin olmayan birim için referans seti oluşturularak, başka bir ifadeyle etkin olmayan karar birimi için etkin olan karar birimleri referans alınarak yeniden girdi ve çıktı değerleri hazırlanacaktır. Etkin olmayan birim için referans setini bulmak, onu etkin hale getirebilmek içinde Dual CCR-VZA modeli kurulacaktır. Kurulan, bu model, LİNDO paket programında çözümlenmiş ve aşağıdaki tabloda belirtilen referans seti tablosu oluşturulmuştur.

3.3. Dual CCR-VZA Modeli Çözümü

Tablo 6: Dual CCR-VZA Modelde Bulunan Karar Birimleri için Etkinlik Değeri ve Referans Seti

Birim Kodu	Etkinlik	Referans Seti	Karar Değişkeni
A1	1	K1	-
A2	0,996	K4, K10, K11	0,125791-0,476399-0,397810
A3	0,875	K4	1,016129
A4	1	K4	-
A5	0,992	K4, K10	1,158761-0,130124
A6	1	K6	-
A7	0,944	K4, K10, K11	0,276995-0,286774-0,436231
A8	0,974	K6, K10, K11	0,330079-0,343748-0,326173
A9	1	K9	-
A10	1	K10	-
A11	1	K11	-
A12	1	K12	-

CCR-VZA modelinde tam etkinliğe ulaşamayan A2, A3, A5, A7 ve A8 karar birimini etkin hale getirebilmek için Dual CCR-VZA modelinde çözümleyerek, yukarıdaki Tablo 6'da görüldüğü üzere, referans setleri elde edilir.

Tablo 7: Etkin Olmayan Karar Birimleri İçin Yeni Girdi Değişim Oranları Tablosu

Birim Kodu	Fiili Yatak Sayısı **X1(%)**	Toplam Hekim Sayısı **X2(%)**	Hemşire, Ebe ve Diğer Personel Sayısı **X3(%)**
A2	0,004	0,004	0,004
A3	0,12	0,16	0,30
A5	0,01	0,21	0,01
A7	0,06	0,06	0,06
A8	0,05	0,03	0,03

Dual CCR-VZA modelinde çözümlenerek referans setleri tespit edildikten sonra, göre etkin olmayan karar biriminin, çıktılarının arttırılması, girdilerinde, atıl olarak kullanılıp kullanılmadığı ya da belirlenen oranlar dâhilinde azaltmaya gidilip bu karar biriminin de etkin hale getirilmesi sağlanır.Referans setindeki karar değişkenleri kullanılarak yapılacak hesaplamaların ardından, Tablo 7'de belirtilen pozitif değerli yüzdelik değişim atıl kapasitenin

mevcut olduğu daha düşük bir seviyede olunsa bile aynı performansın sağlanacağı anlamına gelmektedir. Sonuçta negatif bir değer oluşmamakla birlikte negatif değerli yüzdelik değişimler var ise etkin olabilmek için girdi miktarının arttırılması anlamına gelmektedir.

3.4. BCC-VZA Modeli Çözümü

Tablo 8: Tüm Karar Birimleri İçin BCC-VZA Etkinlik Sonuçları

Birim Kodları	Etkinlik Değeri	U0
A1	1	0
A2	0,996	0
A3	0,930	0
A4	1	0
A5	0,992	0
A6	1	0
A7	0,944	0
A8	0,974	0
A9	1	0
A10	1	0
A11	1	0
A12	1	0

CCR-VZA modelinde karar birimlerinin sabit getirili ölçeğe tabi oldukları düşüncesi ile hareket edilmektedir. BCC-VZA modelinde ise etkinlik sınırları daha esnek olduğundan azalan, artan getirili ölçek durumları hesaba katıldığından değerler farklı çıkabilmektedir. Ancak sonuç tablomuzda CCR-VZA ve BCC-VZA sonuç değerleri aynı çıkmıştır. Tüm karar birimlerinde U0=0 çıktığından, tüm karar birimleri için ölçeğe göre sabit getiriden söz etmek mümkündür. Bu durum bize bütün karar birimleri için girdilerde meydana gelecek değişimin çıktıları aynı oranda etkileyeceğini göstermektedir. BCC-VZA amaç fonksiyon ve kısıtları doğrultusunda tüm KVB'ler için BCC-VZA modellemesi yapılarak Tablo 8'de belirtilen etkinlik sonuçları elde edilmiştir.

4. Sonuç ve Öneriler

12 bölgede uygulanan veri zarflama analizi sonuçları değerlendirildiğinde şu sonuçlara ulaşılabilmektedir:

Girdi odaklı CCR-VZA modelinin uygulanması neticesinde 12 bölgeden İstanbul, Doğu Marmara, Akdeniz, Doğu Karadeniz, Kuzeydoğu Anadolu, Ortadoğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinin etkinliği tam çıkmıştır. 12 bölgeden Batı Marmara, Ege, Batı Anadolu, Orta Anadolu ve Batı Karadeniz bölgesi tam etkinliğe ulaşamamıştır.

Tam etkinliğe ulaşamayan bu bölgelere (A2, A3, A5, A7, A8) referans seti oluşturabilmek için Dual CCR-VZA modeli oluşturulmuş ve bu modelde yine aynı bölgeler tam etkinliği yakalayamamıştır.

Referans seti kullanılarak yapılan hesaplama neticesinde tam etkinliği yakalayamayan bölgelerin girdi miktarlarını Tablo 3'te belirtildiği üzere pozitif değerler kadar atıl kapasitenin mevcut olduğu bir başka deyişle aynı etkinlik seviyesinde kalabilmek için girdi miktarlarında azaltma yapılabileceği sonucuna ulaşılmıştır. Bu değişiklikler gerçekleştirilebilirse elindeki kaynakların en verimli kullanılabilmesini niteleyen etkinlik değeri 1 olarak çıkacaktır.

Artan getiri, sabit getiri ve azalan getiri durumlarını incelemek için BCC-VZA modelleri oluşturulmuş ve neticesinde bütün birimler için U0=0 değerine ulaşıldığından bütün bölgeler için ölçeğe göre sabit getiriden bahsetmek mümkün olmuştur (Tablo-4). Başka bir ifadeyle bütün bölgelerin girdi miktarlarında oluşturacağı değişim eşit oranda çıktı değerinde karşılık bulacaktır.

Kaynak dağılımlarının şehirlerarasında farklı miktarlarda gerçekleşiyor olması şehirlerarası gelişmişlik farklılıklarının temel sebeplerinden gösterilebilir.

Tam etkinliğin yakalandığı bölgelerde yönetim işlevinin etkin bir şekilde gerçekleştirildiği söylenebilir.

Sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeyi sıralamasında daha geride kalması beklenen Kuzeydoğu Anadolu, Ortadoğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu şehirlerinin oluşturduğu bölgeler tam ekinliğe ulaşmışlardır. En üst sıralarda olması beklenen Ege bölgesi en düşük etkinlik oranına sahip olmuştur. Diğer bölgeler ise orta düzeyin üzerinde etkinlik oranına ulaşmıştır.

Çalışma neticesinde ortaya çıkan sonuçlardan hareketle geri kalmış veya gelişmekte olarak nitelendirilebilecek şehirlerin oluşturduğu bölgelerin gelişmiş bölgelerdeki sağlık hizmetlerinin etkinlik değerini yakaladığı ve hatta geçtiği görülmüştür.

Ege Bölgesindeki şehirlerarasında gelişmişlik farklılıklarının kapatılmasına yönelik yapılan politikaların kısmen de olsa başarılı olduğunu, ancak gelişmiş şehirlerdeki beklenenin aksine etkinlik seviyelerinin düşük çıktığı söylenebilir. Ancak kaynakların etkin kullanımı kadar göz önünde bulundurulması gereken bir diğer husus da kaynakların göreceli olarak şehirler bazında dağılım yoğunluğunun olduğu unutulmamalıdır. Bu noktadan hareketle bazı şehirlerarasında girdi miktarlarında önemli farklılıklar bulunmaktadır. Etkin olmayan birimlerin verimliliklerini arttırmaları yâda girdi miktarlarını arttırabilmeleri gerekmektedir.

KAYNAKÇA

Ark. O. (2009). *Bir Zincire Bağlı Sağlık Kuruluşlarının Etkinliklerinin Veri Zarflama Analizi İle Karşılaştırılması.* Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi. İstanbul.

Doğan, Z. (2010). 1992 Yılında Kurulan Devlet Üniversitelerinin Etkinlğinin Veri Zarflama Analizi ile Araştırılması. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı Yükseklisans Tezi*. Bolu, Türkiye.

Ergülen, A , Kazan, H , Ünal, Z . (2019). Yoğun rekabet ortaminda performans değerlendirme: iç anadolu bölgesindeki devlet üniversitelerinin, veri zarflama analizi yöntemiyle performans ölçümü. *EUropean Journal of Managerial Research (EUJMR)*, 3 (4), 59-64. (Erken Görünüm)

Güler, M, Doğan, Ö, Erdem, S . (2017). Sağlik kuruluşlari performansinin veri zarflama analizi ile incelenmesi ve bir uygulama. *Verimlilik Dergisi*. (4), 169-185.

Gülcü, A. (2004). Özel hastanelerin 1998-1999 yillarina ait veri zarflama analizi yöntemiyle görece verimlilik analizi. *Verimlilik Dergisi,* (3), 49-89.

Kar. İ. (2018). *Veri Zarflama Analizi İle Etkinlik Ölçümü.* Yüksek Lisans Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi. İzmir.

Özata, M, Sevinç, İ. (2011). Konya'daki sağlik ocaklarinin etkinlik düzeylerinin veri zarflama analizi yöntemiyle değerlendirilmesi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi,* 24 (1), 77-87.

Türkiye'deki Orta Öğretim Kurulumlarının Performanslarının Veri Zarflama Analizi ile Değerlendirilmesi

Prof. Dr. Ahmet ERGÜLEN
Necmettin Erbakan University
aergulen@erbakan.edu.tr

İbrahim HARMANKAYA
Necmettin Erbakan University
ibrahimharmankaya@selcuk.edu.tr

Inst. Zeynep ÜNAL
Nevşehir HBV University
zeynepunal@nevsehir.edu.tr

ÖZET

Ülkemizde eğitim politikalarının geliştirilmesi, uygulanması ve zorunlu temel öğretimle, ortaöğretim hizmetlerinin sunulması Milli Eğitim Bakanlığı'nın kontrolünde gerçekleştirilmektedir. Yükseköğretimle ilgili düzenlemeler ise Yükseköğretim Kurulu tarafından yapılmaktadır. Bakanlıkça ülke genelindeki eğitim hizmetlerinin takip edilmesi, etkinlik analizlerinin yapılması ve gerekli önlemlerin alınabilmesi için ülkemizdeki şehirler, istatistiki bölge birimleri sınıflamasına göre yirmi altı adet bölgeye ayrılmıştır. Bölgelerdeki şehirlerde orta öğretim kurumları eğitim hizmetleri sunumunu gerçekleştirmektedir. Ancak bu faaliyetlere hiçbir işlem yapmadan sadece sayısal girdi ve çıktı değerlerine bakarak eğitim kurumlarının veya bölgelerin verimliliklerini ölçmek mümkün değildir. Bu nedenle yapılan bu çalışmada Milli Eğitim Bakanlığınca yapılan yirmi altı adet ikinci düzey bölgelendirme esasına dayanarak, bölgelerimizin kullanmış oldukları girdi (okul sayısı, şube sayısı, öğretmen sayısı, derslik başına düşen öğrenci sayısı ve derslik sayısı) ve çıktı (okullaşma oranı, mezun olan öğrenci sayısı) değerlerle birbirlerine kıyasla ne derece etkin ve verimli çalıştıkları tespit edilmeye çalışılmıştır. Üst yönetimlere mevcut durum hakkında bilgi verebilmek ve geleceğe dair değişken faktörler hakkındaki alınacak kararlarda iç görü oluşturabilmek adına çalışma önemli bir noktadadır. Çalışmada söz konusu bölgelerin ortaöğretim hizmetleri sunumlarına ait açıklanan 2017 Milli Eğitim İstatistikleri Örgün Eğitim verilerinden yararlanılmıştır. Çalışma kapsamında benzer girdilerle benzer çıktılar elde ederken, birbirleriyle kıyaslamayı mümkün kılmak için göreli etkinlik analizi yapmayı amaçlayan ve doğrusal programlama prensiplerinden yararlanan, parametresiz bir teknik olan "veri zarflama analizi" yönteminden yararlanılmıştır. Oluşturulan doğrusal programlama modelinde ise Lindo paket programı kullanılmıştır. Çalışmanın sonucunda bölgelerin göreceli etkinlik analizleri gerçekleştirilmiş, hangi girdi ve çıktı değerleri bağlamında etkin olmadığı gösterilmiş, etkin hale gelebilmek için izlenmesi gereken yollar ile ilgili değerlendirmeler yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Etkinlik Ölçümü, Ortaöğretim Kurumları, Veri Zarflama Analizi,

Data Envelopment Analysis Evaluation Method for the Performance of Secondary Education Institutions in Turkey

ABSTRACT

In our country, the development, implementation and provision of secondary education services through compulsory basic education policies are carried out under the control of the Ministry of National Education. Regulations regarding higher education are made by the Council of Higher Education. In order to monitor the education services throughout the country, to conduct efficiency analyzes and to take necessary measures, the cities in our country are divided into twenty-six regions according to the classification of statistical regional units.

Secondary education institutions provide education services in cities in the regions. However, it is not possible to measure the efficiency of educational institutions or regions by looking only at the values of numeral inputs and outputs without performing any operations on these activities. Therefore, in this study, it was tried to determine how effective and productive the input (number of teachers, amount of budget, number of classrooms, number of students, etc.) and output (number of graduates, budget expenses, number of students placed by Ösys, annual education period at school, etc.) values of our regions are compared to each other based on the twenty six second level regionalization made by the Ministry of National Education. It is an important point to give information to the senior management about the current situation and to create insights on the future decisions about the variable factors. In the study, 2017 National Education Statistics Formal Education data which are explained about the secondary education services of these regions were used. In the scope of the study, while using similar inputs with similar inputs, a parameter-free technique, "data envelopment analysis" method, which aims to make relative activity analysis and to make use of linear programming principles, has been utilized. In the linear programming model, the Lindo package program was used. As a result of the study, the relative efficiency analyzes of the regions were carried out and it was shown that it was not effective in terms of input and output values, and evaluations were made about the ways to be effective in order to become effective.

Keywords: Activity Measurement, Secondary Education Institutions, Data Envelopment Analysis.

1. Giriş

Performans ölçüm ve denetim sistemleri işletme yönetiminde büyük önem taşımaktadırlar. Eğitimi de sistemiyle, kurumlarıyla, yatırımlarıyla büyük bir işletme olarak düşünebiliriz (Baysal ve Toklu, 2001: 203). İşletmelerin kaynaklarını rasyonel bir biçimde kullanmaları gerektiğinden yola çıkarak, kaynakları rasyonel bir biçimde kullanma ve bu kaynaklardan sonuna kadar yararlanabilme yeteneği olan etkinlik, performansın en önemli boyutlarından biridir. Eğitim-öğretim hizmeti sunan ortaöğretim kurumlarında etkinlik ölçümü, bu kurumların kaynaklarını etkin kullanıp kullanmadıklarını tespit etmek amacıyla gerçekleştirilir (Doğan, 2014: 3). Bu bağlamda çalışmanın amacı, Milli Eğitim Bakanlığınca yapılan yirmi altı adet ikinci düzey bölgelendirme esasına dayanarak, bölgelerimizin kullanmış oldukları girdi (okul sayısı, şube sayısı, öğretmen sayısı, derslik başına düşen öğrenci sayısı ve derslik sayısı) ve çıktı (okullaşma oranı, mezun olan öğrenci sayısı) değerlerle birbirlerine kıyasla ne derece etkin ve verimli çalıştıkları tespit edilmeye çalışılmıştır. Çalışmanın ampirik kısmında ise, değişkenlere ait veriler söz konusu bölgelerin ortaöğretim hizmetleri sunumlarına ait açıklanan 2017 Milli Eğitim İstatistikleri Örgün Eğitim verilerinden elde edilmiştir. Elde edilen veriler LINDO paket programında çözdürülerek sonuçlar değerlendirilmiştir.

2. VERİ ZARFLAMA ANALİZİ YÖNTEMİ

Veri Zarflama Analizi Veri Zarflama Analizi, ürettikleri mal veya hizmetleri birbirine benzer olan karar birimlerinin göreli etkinliklerinin ölçülmesi amacıyla geliştirilmiş, doğrusal programlama tabanlı ve parametrik olmayan bir yöntemdir (Doğan, 2014: 47).

Veri Zarflama Analizinin Uygulama Aşamaları şu şekildedir; karar verme birimlerinin seçimi, girdi ve çıktıların seçimi, verilerin elde edilmesi ve güvenilirliği, VZA modelinin belirlenmesi ve etkinlik ölçümü, etkinlik değerleri ve etkinlik sınırı, referans gruplarının belirlenmesi, etkin

olmayan karar verme birimleri için hedef belirlenmesi ve sonuçların değerlendirilmesidir (Ayna, 2018: 21)

2.1.Veri Zarflama Analiz Modelleri

Charnes ve arkadaşları (1978) CCR olarak bilinen ilk modeli geliştirmiştir. Bu model girdi odaklı ve çıktı odaklı olmak üzere iki sınıfa ayrılmaktadır. Girdi odaklı modeller, çıktı miktarında bir değişim olmadan girdi miktarını minimize etmeyi amaçlarken; çıktı odaklı modeller girdi miktarında bir artış olmadan çıktı miktarını maksimize etmeyi amaçlamaktadır. Banker, Charnes ve Cooper (1984) BCC modelini ölçeğe göre değişken getiri altında çalışacak şekilde geliştirmiştir (Kar, 2018: 36-37). "BCC ve CCR modelleri arasındaki en temel fark "w" değişkenidir. w değişkeni orijinden geçecek verimlilik sınırının daha yüksek boyutlarda bölgesinin tamamındaki hiperdüzlemi kısıtlamadığından, ölçeğe göre getiri sabitini rahatlatır" (Elçi, 2011: 23).

CCR Modelleri aşağıdaki gibi oluşturulur;

$$maxhk = \sum_{r=1}^{S} Urk.Yrk$$

$$\sum_{r=1}^{S} Urk.Yrj - \sum_{j=1}^{m} Vik.Xij \leq 0 \qquad ;j = 1, \ldots\ldots, n$$

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

Urk≥0 ;r=1,……..,s

Vik≥0 ;i=1,……..,m

Bu eşitlikler kümesinde

Urk=k'ıncı KB'nin r'inci çıktısının ağırlığı

Vik= k'ıncı KB'nin i'inci çıktısının ağırlığı

Yrk=k'ıncı KB'nin r'inci çıktı miktarı

Xik=k'ıncı KB'nin i'inci girdi miktarı

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

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

m= girdi sayısı

s= çıktı sayısı

n= karar birimi sayısı'nı ifade etmektedir(Doğan, 2010: 52).

KB= karar birimi

3. VERİ ZARFLAMA ANALİZİ İLE ETKİNLİK ANALİZİ

Çalışmada yöntem olarak bütün karar birimleri için CCR-VZA modelleri oluşturulmuş, LİNDO paket programında çözdürülmüş ve sonuçlar değerlendirilmiştir. CCR-VZA sonuçları neticesinde etkin olmayan karar birimleri için Dual CCR-VZA modelleri oluşturulmuş ve LİNDO paket programında çözdürülmüş, referans seti oluşturulmuştur. Referans seti verilerine göre etkin olmayan karar birimleri için yeni girdi değerleri değişim oranları ortaya çıkmıştır. Ölçeğe göre artan veya azalan getiri değerlerini görmek için BCC-VZA modelleri oluşturulmuş ve LİNDO paket programında çözdürülerek sonuçlar değerlendirilmiştir (Ergülen vd, 2019: 63).

3.1. Çalışmanın Kapsamı ve Veriler

Çalışmada kapsamında 26 karar birimi için 2017 yılına ait olmak üzere beş adet girdi (okul sayısı, şube sayısı, öğretmen sayısı, derslik başına düşen öğrenci sayısı ve derslik sayısı) ve iki adet çıktı (okullaşma oranı, mezun olan öğrenci sayısı) ele alınmıştır ve aşağıda Tablo 2'de gösterilmiştir. Karar birimleri olarak seçilen Milli Eğitim Bakanlığınca İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflamasına Göre İkinci Düzey Birimlerdeki milli eğitim bakanlığı verileri esas alınmıştır. Bölgeler arası gelişmişlik farklarının azaltılmasına yönelik olarak bölgelerin sosyo-ekonomik analizlerinin yapılması ve Avrupa Birliği (AB) ile karşılaştırılabilir veriler üretilmesi amacıyla AB bölgesel sınıflandırılması olan SR kriterlerine göre tanımlanmıştır. Üç düzeyden oluşmaktadır. İlk aşamada idari yapıya uygun olarak 81 adet il 3.düzeyde bölge birimleri olarak tanımlanmıştır. Ekonomik, sosyal, kültürel ve coğrafi yönlerden benzer iller belirli bir nüfus büyüklüğü de dikkate alınarak gruplanmasa ile 26 adet 2. düzeyde bölge birimleri tanımlanmıştır. Yine aynı kritere göre 2. düzey bölge birimlerinin gruplanması sonucu 12 adet 1. düzeyde bölge birimleri tanımlanmıştır. Çalışma kapsamında 26 adet 2. Düzey bölge düzeyinde birimler ele alınmıştır. Çalışmaya konu olan karar birimleri Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1: Çalışmaya Konu Olan Karar Birimleri

	Bölgeler		
A1	İstanbul	**A14**	Kırıkkale, Aksaray, Niğde, Nevşehir, Kırşehir
A2	Tekirdağ, Edirne, Kırklareli	**A15**	Kayseri, Sivas, Yozgat
A3	Balıkesir, Çanakkale	**A16**	Zonguldak, Karabük, Bartın
A4	İzmir	**A17**	Kastamonu, Çankırı, Sinop
A5	Aydın, Denizli, Muğla	**A18**	Samsun, Tokat, Çorum, Amasya
A6	Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak	**A19**	Trabzon, Ordu, Giresun, Rize, Artvin, Gümüşhane
A7	Bursa, Eskişehir, Bilecik	**A20**	Erzurum, Erzincan, Bayburt
A8	Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova	**A21**	Ağrı, Kars, Iğdır, Ardahan
A9	Ankara	**A22**	Malatya, Elazığ, Bingöl, Tunceli
A10	Konya, Karaman	**A23**	Van, Muş, Bitlis, Hakkâri
A11	Antalya, Isparta, Burdur	**A24**	Gaziantep, Adıyaman, Kilis
A12	Adana, Mersin	**A25**	Şanlıurfa, Diyarbakır
A13	Hatay, Kahramanmaraş, Osmaniye	**A26**	Mardin, Batman, Şırnak, Siirt

Çalışmada 26 karar birimi için 2017 yılına ait olmak üzere beş adet girdi (okul sayısı, şube sayısı, öğretmen sayısı, derslik başına düşen öğrenci sayısı, derslik sayısı) ve iki adet çıktı (okullaşma oranı, mezun olan öğrenci sayısı) ele alınmıştır ve aşağıda Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2: Girdi ve Çıktı Tablosu

	GİRDİLER		ÇIKTILAR
X1	Okul sayısı	**Y1**	Okullaşma oranı
X2	Şube sayısı	**Y2**	Mezun olan öğrenci sayısı
X3	Öğretmen sayısı		
X4	Derslik başına düşen öğrenci sayısı		
X5	Derslik sayısı		

Çalışmada değişkenlere ait verilere, birimlerin T.C. Milli Eğitim Bakanlığı Milli Eğitim İstatistikleri Genel Orta Öğretim 2017 yılı verilerinden ulaşılmıştır Veri seti aşağıda Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3: Veri Seti

İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflamasına Göre İkinci Düzey Birimler			GİRDİLER					ÇIKTILAR	
	Kodu	**Şehirler**	Okul Sayısı (X1)	Şube Sayısı (X2)	Öğretmen Sayısı (X3)	Derslik Başına Düşen Öğrenci Sayısı (X4)	Derslik Sayısı (X5)	Okullaşma Oranı (Y1)	Mezun Olan Öğrenci Sayısı (Y2)
A1	TR10	İstanbul	961	21588	26152	19	16522	38	79953
A2	TR21	Tekirdağ, Edirne, Kırklareli	124	2131	3294	21	1893	46	9862
A3	TR22	Balıkesir, Çanakkale	115	2256	3282	21	1828	47	10097
A4	TR31	İzmir	270	5033	8462	20	4532	45	23443
A5	TR32	Aydın, Denizli, Muğla	248	4770	7037	19	4058	50	18428
A6	TR33	Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak	215	4308	5406	20	3397	42	17844
A7	TR41	Bursa, Eskişehir, Bilecik	289	5730	8479	19	4778	43	22068
A8	TR42	Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova	244	5063	7145	23	3947	43	22697
A9	TR51	Ankara	464	9339	14075	18	8221	50	35469
A10	TR52	Konya, Karaman	162	4649	3917	19	2614	38	13950
A11	TR61	Antalya, Isparta, Burdur	257	4818	7317	20	4184	52	21122
A12	TR62	Adana, Mersin	295	7416	9188	22	5200	46	29029

A13	TR63	Hatay, Kahramanmaraş, Osmaniye	241	5592	6489	22	4088	39	23060
A14	TR71	Kırıkkale, Aksaray, Niğde, Nevşehir, Kırşehir	133	2579	3195	19	2065	43	9947
A15	TR72	Kayseri, Sivas, Yozgat	189	4317	4805	20	3110	43	16734

Tablo 3'üb devamı: Veri Seti

A16	TR81	Zonguldak, Karabük, Bartın	70	1458	1866	21	1164	46	6533
A17	TR82	Kastamonu, Çankırı, Sinop	51	947	1140	21	657	39	4139
A18	TR83	Samsun, Tokat, Çorum, Amasya	210	4782	5829	21	3416	45	18296
A19	TR90	Trabzon, Ordu, Giresun, Rize, Artvin, Gümüşhane	206	4834	5287	20	3183	43	16848
A20	TRA1	Erzurum, Erzincan, Bayburt	84	2030	2363	21	1403	41	7140
A21	TRA2	Ağrı, Kars, Iğdır, Ardahan	81	2274	2079	25	1391	34	7003
A22	TRB1	Malatya, Elazığ, Bingöl, Tunceli	149	3452	4180	22	2321	46	13364
A23	TRB2	Van, Muş, Bitlis, Hakkâri	118	3766	3125	25	2061	26	12292
A24	TRC1	Gaziantep, Adıyaman, Kilis	166	4647	5380	25	3160	41	19229

A25	TRC2	Şanlıurfa, Diyarbakır	221	5765	5901	23	4298	32	22163
A26	TRC3	Mardin, Batman, Şırnak, Siirt	154	4536	4186	23	2961	34	15017

*Değişkenlere ait verilere birimlerin T.C. Milli Eğitim Bakanlığı Milli Eğitim İstatistikleri Genel Orta Öğretim 2017 yılı verilerinden ulaşılmıştır.

3.2. CCR- VZA Modeli Çözümü

Tablo 1'deki veriler kullanılarak 26 bölgeye ait model oluşturulmuş ve LİNDO paket programında çözümlenmiştir. Çözümlenme sonucunda elde edilen etkinlik değerleri aşağıdaki tabloda verilmiştir. CCR-VZA amaç fonksiyon ve kısıtları çerçevesinde 26 birime ait veriler modellenerek LİNDO paket programında çözümlenmiş, Tablo 4 ve Tablo 5'te belirtilen değerler ortaya çıkmıştır.

Tablo 4: CCR-VZA Ayrıntılı Sonuç Tablosu

Birim Kodu	X1	X2	X3	X4	X5	Y1	Y2	Etkinlik
A1	0,000330	-	0,000016	0,002291	0,000013	-	0,000013	1
A2	-	0,000236	0,000042	0,017135	-	0,007677	0,000066	1
A3	-	0,000047	0,000055	0,019635	0,000165	0,008224	0,000061	1
A4	0,000935	0,000058	0,000030	0,009682	0,000002	0,003461	0,000036	1
A5	-	-	0,000040	0,038002	-	0,018293	0,000005	1
A6	-	0,000070	0,000081	0,013160	-	0,005372	0,000043	0,994
A7	-	0,000036	-	0,016159	0,000102	0,004575	0,000032	0,912
A8	-	0,000073	-	0,000482	0,000157	-	0,000044	1
A9	0,001269	0,000027	-0,000009	0,016286	-	0,005251	0,000021	1
A10	-	-	0,000157	0,009266	0,000080	0,004351	0,000060	1
A11	0,000566	0,000043	0,000032	0,010616	0,000048	0,004393	0,000037	1
A12	0,000260	-	-	0,009530	0,000137	0,004293	0,000028	1
A13	-	-	0,000098	0,003174	0,000073	-	0,000043	1
A14	-	-	0,000113	0,033594	-	0,015132	0,000034	0,986
A15	0,000468	-0,000004	0,000134	0,009493	0,000030	0,004159	0,000049	1
A16	0,006733	-	0,000283	-	-	0,003330	0,000130	1
A17	-	-	0,000877	-	-	0,025641	-	1
A18	-	-	0,000033	0,017527	0,000129	0,007682	0,000035	0,978
A19	-	-	0,000035	0,018753	0,000138	0,008220	0,000037	0,977
A20	0,000809	-	-	0,021421	0,000344	0,009665	0,000071	0,901
A21	0,005935	-	0,000250	-	-	0,002935	0,000114	0,899
A22	-	-	-	0,011150	0,000325	0,005265	0,000057	1
A23	-	0,000067	0,000635	0,000376		0,000081	-	1
A24	0,002597	-	0,000100	-	0,000009	0,001247	0,000049	1
A25	-	-	0,000162	0,001954	-	-	0,000045	1
A26	0,001299	-	0,000169	0,004105	-	0,002352	0,000059	0,961

Tablo 5: CCR-VZA Sonuç Tablosu

Birim Kodu	Etkinlik	Birim Kodu	Etkinlik
A1	1	A14	0,986
A2	1	A15	1
A3	1	A16	1
A4	1	A17	1
A5	1	A18	0,978
A6	0,994	A19	0,977
A7	0,912	A20	0,901
A8	1	A21	0,899
A9	1	A22	1

A10	1	A23	1
A11	1	A24	1
A12	1	A25	1
A13	1	A26	0,961

Çözümleme sonucunda elde elden değerlere bakıldığında A1, A2, A3, A4, A5, A8, A9, A10, A11, A12, A13, A15, A16, A17, A22, A23, A24, A25 Karar birimlerinin etkin, A6, A7, A14, A18, A19, A20, A21 ve A26 Karar birimlerinin etkin olmadığı söylenebilir. Bu durumda A6, A7, A14, A18, A19, A20, A21 ve A26 karar birimlerini etkin hale getirebilmek için dual modelde çözümleyerek, referans setlerini ve gölge fiyatlarını belirleyebiliriz. Buna göre, yukarıdaki verilen tablo incelendiğinde çalışmada 26 bölgeden 18 tanesinin etkin değere ulaştığı 8 tanesinin tam etkin olmadığı görülmüştür. Elde edilen veriler ışığında etkin birimler ile etkin olmayan birim için referans seti oluşturularak, başka bir ifadeyle etkin olmayan karar birimi için etkin olan karar birimleri referans alınarak yeniden girdi ve çıktı değerleri hazırlanacaktır. Etkin olmayan birim için referans setini bulmak, onu etkin hale getirebilmek içinde Dual CCR-VZA modeli kurulacaktır. Kurulan, bu model, LİNDO paket programında çözümlenmiş ve aşağıdaki tabloda belirtilen referans seti tablosu oluşturulmuştur.

3.3. Dual CCR-VZA Modeli Çözümü

Tablo 6: Dual CCR-VZA Modelde Bulunan Karar Birimleri için Etkinlik Değeri ve Referans Seti

Birim Kodu	Etkinlik	Referans Seti	Karar Değişkeni
A1	1	K1	-
A2	1	K2	-
A3	1	K3	-
A4	1	K4	-
A5	1	K5	-
A6	0,994	K11, K13 K15, K16	0,242774-0,370842-0,192580-0,144174
A7	0,912	K1, K4, K11, K12	0,052349-0,105868-0,639109-0,065499
A8	1	K8	-
A9	1	K9	-
A10	1	K10	-
A11	1	K11	-
A12	1	K12	-
A13	1	K13	-
A14	0,986	K11, K15, K16	0,241379-0,049333-0,615803
A15	1	K15	-
A16	1	K16	-
A17	1	K17	-
A18	0,978	K11, K12, K15, K16	0,114333-0,365643-0,198451-0,297864
A19	0,977	K11, K12, K15, K16	0,119331-0,211943-0,407046-0,206765
A20	0,901	K12, K16, K22, K24	0,028340-0,782908-0,063892-0,018136
A21	0,899	K16,K17,K23	0,313624-0,300690-0,301785
A22	1	K22	-

A23	1	K23	-
A24	1	K24	-
A25	1	K25	-
A26	0,961	K16, K23,K24,K25	0,263862-0,193216-0,0081183-0,422195

CCR-VZA modelinde tam etkinliğe ulaşamayan A6, A7, A14, A18, A19, A20, A21 ve A26 karar birimini etkin hale getirebilmek için Dual CCR-VZA modelinde çözümleyerek, yukarıdaki Tablo 6'da görüldüğü üzere, referans setleri elde edilir.

Tablo 7: Etkin Olmayan Karar Birimleri İçin Yeni Girdi Değişim Oranları Tablosu

Birim Kodu	Okul Sayısı X1(%)	Şube Sayısı X2(%)	Öğretmen Sayısı X3(%)	Derslik Başına Düşen Öğrenci Sayısı X4(%)	Derslik Sayısı X5(%)
A6	0,078	0,005	0,005	0,005	0,029
A7	0,090	0,090	0,110	0,090	0,09
A14	0,14	0,12	0,01	0,01	0,09
A18	0,07	0,05	0,02	0,02	0,14
A19	0,10	0,13	0,02	0,02	0,02
A20	0,10	0,18	0,12	0,10	0,10
A21	0,10	0,17	0,10	0,18	0,15
A26	-0,49	-0,33	-0,46	-0,30	-0,47

Dual CCR-VZA modelinde çözümlenerek referans setleri tespit edildikten sonra, göre etkin olmayan karar biriminin, çıktılarının arttırılması, girdilerinde, atıl olarak kullanılıp kullanılmadığı ya da belirlenen oranlar dâhilinde azaltmaya gidilip bu karar biriminin de etkin hale getirilmesi sağlanır. Referans setindeki karar değişkenleri kullanılarak yapılacak hesaplamaların ardından, Tablo 7'de belirtilen pozitif değerli yüzdelik değişim atıl kapasitenin mevcut olduğu daha düşük bir seviyede olunsa bile aynı performansın sağlanacağı anlamına gelmektedir. Negatif değerli yüzdelik değişimler ise etkin olabilmek için girdi miktarının arttırılması anlamına gelmektedir.

3.4. BCC-VZA Modeli Çözümü

Tablo 8: Tüm Karar Birimleri İçin BCC-VZA Etkinlik Sonuçları

Birim Kodları	Etkinlik Değeri	U0
A1	1	0
A2	1	0
A3	1	0

A4	1	0
A5	1	0
A6	0,994	0
A7	0,912	0
A8	1	0
A9	1	0
A10	1	0
A11	1	0
A12	1	0

Tablo 8'in devamı: Tüm Karar Birimleri İçin BCC-VZA Etkinlik Sonuçları

A13	1	0
A14	0,986	0
A15	1	0
A16	1	0
A17	1	0
A18	0,978	0
A19	0,977	0
A20	0,901	0
A21	0,899	0
A22	1	0
A23	1	0
A24	1	0
A25	1	0
A26	0,961	0

CCR-VZA modelinde karar birimlerinin sabit getirili ölçeğe tabi oldukları düşüncesi ile hareket edilmektedir. BCC-VZA modelinde ise etkinlik sınırları daha esnek olduğundan azalan, artan getirili ölçek durumları hesaba katıldığından değerler farklı çıkabilmektedir. Ancak sonuç tablomuzda CCR-VZA ve BCC-VZA sonuç değerleri aynı çıkmıştır. Tüm karar birimlerinde U0=0 çıktığından, tüm karar birimleri için ölçeğe göre sabit getiriden söz etmek mümkündür. Bu durum bize bütün karar birimleri için girdilerde meydana gelecek değişimin çıktıları aynı oranda etkileyeceğini göstermektedir. BCC-VZA amaç fonksiyon ve kısıtları doğrultusunda tüm KVB'ler için BCC-VZA modellemesi yapılarak Tablo 8'de belirtilen etkinlik sonuçları elde edilmiştir.

4. Sonuç ve Öneriler

Kaynak dağılımlarının şehirlerarasında farklı miktarlarda gerçekleşiyor olması şehirlerarası gelişmişlik farklılıklarının temel sebeplerinden gösterilebilir. Yapılan bu çalışma neticesinde bazı önemli bulgulara ulaşılmıştır. Bunlar aşağıdaki gibi ifade edilebilir;

Girdi odaklı CCR-VZA modelinin uygulanması neticesinde 26 bölgeden 18'i etkin çıkmıştır. 26 bölgeden 8'i olan TR33, TR41, TR71, TR83, TR90, TRA1, TRA2, TRC3 bölgeleri tam etkinliğe ulaşamamıştır. Tam etkinliğe ulaşamayan bu bölgelere referans seti oluşturabilmek

için Dual CCR-VZA modeli oluşturulmuş ve bu modelde yine aynı bölgeler tam etkinliği yakalayamamıştır. Referans seti kullanılarak yapılan hesaplama neticesinde tam etkinliği yakalayamayan bölgelerin girdi miktarlarını yani okul sayısı, şube sayısı, öğretmen sayısı, derslik başına düşen öğrenci sayısı ve derslik sayısı Tablo 7'de belirtildiği üzere pozitif değerler kadar atıl kapasitenin mevcut olduğu bir başka deyişle aynı etkinlik seviyesinde kalabilmek için girdi miktarlarında azaltma yapılabileceği sonucuna varılmıştır. Negatif değerli değişimler kadar da girdi miktarının arttırılması gerekmektedir. Bu değişiklikler gerçekleştirilebilirse elindeki kaynakların en verimli kullanılabilmesini niteleyen etkinlik değeri 1 olarak çıkacaktır. Artan getiri, sabit getiri ve azalan getiri durumlarını incelemek için BCC-VZA modelleri oluşturulmuş ve neticesinde bütün birimler için U0=0 değerine ulaşıldığından bütün bölgeler için ölçeğe göre sabit getiriden bahsetmek mümkün olmuştur. Başka bir ifadeyle bütün bölgelerin girdi miktarlarında oluşturacağı değişim eşit oranda çıktı değerinde karşılık bulacaktır.

Sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeyi sıralamasında daha geride kalması beklenen Kuzeydoğu Anadolu, Ortadoğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu şehirlerinin oluşturduğu bölgeler tam ekinliğe ulaşmışlardır. En üst sıralarda olması beklenen Kuzeydoğu Anadolu Bölgesinde yer alan TRA2-Ağrı, Kars, Iğdır ve Ardahan bölgesi en düşük etkinlik oranına sahip olmuştur. Diğer bölgeler ise orta düzeyin üzerinde etkinlik oranına erişmiştir. Söz konusu çalışma neticesinde ortaya çıkan sonuçlardan hareketle geri kalmış veya gelişmekte olarak nitelendirilebilecek şehirlerin oluşturduğu bölgelerin gelişmiş bölgelerdeki eğitim hizmetlerinin etkinlik değerini yakaladığı ve hatta geçtiği görülmüştür. Ortaya çıkan sonuçlar şehirlerarasında gelişmişlik farklılıklarının kapatılmasına yönelik yapılan politikaların kısmen de olsa başarılı olduğunu, ancak gelişmiş şehirlerdeki beklenenin aksine etkinlik seviyelerinin düşük çıktığı söylenebilir. Ancak kaynakların etkin kullanımı kadar göz önünde bulundurulması gereken bir diğer husus da kaynakların göreceli olarak şehirler bazında dağılım yoğunluğunun olduğu unutulmamalıdır. Bu noktadan hareketle bazı şehirlerarasında girdi miktarlarında önemli farklılıklar bulunmaktadır. Etkin çıkmayan birimlerin verimliliklerini arttırmaları yâda girdi miktarlarında azaltma ve arttırma gibi tedbirler alması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

Ark. O. (2009). *Bir Zincire Bağlı Sağlık Kuruluşlarının Etkinliklerinin Veri Zarflama Analizi İle Karşılaştırılması.* Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi. İstanbul.

Ayna. R., (2018). *İzmir'deki Ortaöğretim Kurumlarının Veri Zarflama Analizi Ve Analitik Hiyararşi Süreci Bütünleşik Yöntemi (Vzahp) Gle Etkinliklerinin Değerlendirilmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi, İzmir.

Baysal, Toklu, D. (2001). Veri Zarflama Analizi İle Bazı Orta Öğretim Kurumlarının Performanslarının Değerlendirilmesi. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 6 (2), .Retrieved from http://dergipark.org.tr/sduiibfd/issue/20849/223573

Doğan. H. (2014). *Eskişehir İlindeki Anadolu Liselerinin Göreli Etkinliklerinin Ölçümü.* Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi. Eskişehir.

Doğan, Z. (2010). 1992 Yılında Kurulan Devlet Üniversitelerinin Etkinlğinin Veri Zarflama Analizi ile Araştırılması. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı Yükseklisans Tezi*. Bolu, Türkiye.

Elçi. S., (2011). *Malatya İlindeki Liselerin Veri Zarflama Analizi İle Etkinliklerinin Ölçülmesi.* Yüksek Lisans Tezi, Cumhuriyet Üniversitesi, Sivas.

Ergülen, A , Kazan, H , Ünal, Z . (2019). Yoğun rekabet ortaminda performans değerlendirme: iç anadolu bölgesindeki devlet üniversitelerinin, veri zarflama analizi yöntemiyle performans ölçümü. *EUropean Journal of Managerial Research (EUJMR)*, 3 (4), 59-64. (Erken Görünüm)

Kar. İ. (2018). *Veri Zarflama Analizi İle Etkinlik Ölçümü.* Yüksek Lisans Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi. İzmir.

3rd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 28-30 June 2019, Lefkosa

Girişimcilik Kültürünün Gelişimine Yerel Yönetimlerin Katkısı: Türkiye'deki Büyükşehir Belediyelerinin Etkinliklerinin Veri Zarflama Analiziyle Değerlendirilmesi

Prof. Dr. Ahmet ERGÜLEN
Necmettin Erbakan University
aergulen@erbakan.edu.tr

Inst. Zeynep ÜNAL
Nevşehir HBV University
zeynepunal@nevsehir.edu.tr

İbrahim HARMANKAYA
Necmettin Erbakan University
ibrahimharmankaya@selcuk.edu.tr

ÖZET

Ülkemiz yerel yönetim sistemi içerisinde, 16 ilde yer alan Büyükşehir Belediyelerinin yanı sıra 2014 yılında kurulan on dört (14) yeni Büyükşehir belediyesi ile birlikte otuz (30) büyükşehir belediyesi yer almaktadır. Yeni kurulan büyükşehir belediyeleri sisteme süratle adapte olmuşlardır. Büyükşehir belediyelerinin idari yapılanmaları ile bütçe yapıları aynı çerçevede oluşmaktadır. Ancak faaliyetlerini gerçekleştirirken kullanılan personel kaynakları, ilin nüfus sayısı, hizmet verilen ilçe sayısı, ilçe belediyelerinin durumu, ilin mülki sınırlarının genişliği, coğrafi özellikler, bütçe miktarı, öz gelir miktarı, yapılan projeler, makine teçhizat, iş makinası sayısı vb. girdi ve çıktı değerleri doğal olarak birbirinden farklılık arz etmektedir. Büyükşehir belediyelerinin birbirinden bağımsız tüzel kişiliklerinin olması, bölgesel farklılıklar, merkezi yönetimin vermiş olduğu destek, üst yönetimlerin almış olduğu kararlar gibi nedenlerle gelişim farklılıkları oluşmaktadır. Büyükşehir belediyeleri kendi illerindeki ekonomik kalkınmaya katkı sağlamak amacıyla ve sosyal belediyeciliğin gereği olarak, girişimcilik faaliyetlerini destekleyici, özendirici faaliyetler de bulunmaktadırlar. Ancak bu faaliyetlerin sadece sayısal girdi ve çıktı değerlerine bakarak Büyükşehir Belediyelerinin etkinliklerini ölçmek mümkün değildir. Bu bağlamda çalışmada, ülkemizde farklı şehirlerde kurulmuş olan otuz (30) Büyükşehir Belediyesinin birbirlerine kıyasla ne derece etkin oldukları ve girişimcilik kültürüne yaptıkları katkılar tespit edilmeye çalışılmıştır. Üst yönetimlere mevcut durum hakkında bilgi verebilmek ve geleceğe dair değişken faktörler hakkındaki alınacak kararlarda iç görü oluşturabilmek adına çalışma önemli bir noktadadır. Çalışmada söz konusu otuz büyükşehir belediyesinin 2018 yılında kamuoyuna açıklanan 2017 resmi faaliyet raporlarındaki verilerden yararlanılmıştır. Performans ölçümünde etkinlik analiz yöntemlerinden olan "veri zarflama analizi yöntemi" kullanılmıştır**.** Veri zarflama analizi için kurulacak doğrusal programlama modelinde ise Lindo paket programı kullanılmıştır. Çalışmanın sonucunda Büyükşehir Belediyelerinin göreceli etkinlik analizleri gerçekleştirilmiş ve değerlendirme yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Yerel Yönetimler, Etkinlik Analizi, Büyükşehir Belediyeleri

Contribution of Local Governments to the Development of Culture of Entrepreneurship: Evaluation of the Effect of the Data Envelopment Analysis Metropolitan Municipalities Activities in Turkey

ABSTRACT

In addition to the metropolitan municipalities in 16 provinces, there are thirty (30) metropolitan municipalities together with fourteen (14) new metropolitan municipalities established in 2014 within the local government system. The newly established metropolitan municipalities have quickly adapted to the system. Administrative structures of metropolitan municipalities and budget structures are formed in the same framework. However, when performing their activities, personnel resources, population of province, number of districts served, the situation

of district municipalities, the width of the provincial boundaries of the province, Geographical features, budget amount, amount of own income, projects, machinery - equipment, number of work machines etc. input and output values differ from each other. Development differences occur due to reasons such as the fact that metropolitan municipalities have independent legal entities, regional differences, support provided by the central government, and decisions taken by the senior management. The metropolitan municipalities also have activities to support and support entrepreneurship activities as a requirement of social municipality in order to contribute to the economic development in their own provinces. However, it is not possible to measure the activities of Metropolitan Municipalities by looking only at the values of numeral inputs and outputs. In this context, in this study, the effects of thirty (30) metropolitan municipalities established in different cities in our country compared to each other and their contributions to entrepreneurship culture have been tried to be determined. It is an important point to give information to the senior management about the current situation and to create insights on the future decisions about the variable factors. in the study, the data from the 2017 official activity reports of the thirty metropolitan municipalities announced in 2018 were used. **Efficiency analysis method zarf data envelopment analysis method etkinlik was used in performance measurement.** In the analysis of the linear programming model for data envelopment analysis, Lindo package program was used. **At the end of the study, the relative effectiveness analysis of the Metropolitan Municipalities was carried out and evaluated.**

Keywords: Entrepreneurship, Local Governments, Activity Analysis, Metropolitan Municipalities

13. Giriş

Performans ölçümünün yapıldığı çalışmalarda en çok kullanılan performans boyutlarından birisi de etkinliktir. Etkinlik, kaynaklardan yararlanma düzeyini ya da bu kaynakların nasıl kullanıldığını ölçen bir göstergedir. Performans yönetiminin son yıllarda kamu yönetiminin temel unsurlarından birisi olmasıyla birlikte Türkiye'de de performansa dayalı yönetim anlayışı gelişmiş ve belediyelerde de uygulanmaya başlamıştır (İlkay ve Doğan, 2009: 193). "Küresel düşünüp yerel davranmak" prensibi çerçevesinde yerel kalkınmanın ülke kalkınmasını etkileyerek rekabet üstünlüğü sağlayacağı düşüncesiyle, yerel yönetimler için girişimcilik faaliyetleri son derece mühim bir konu haline gelmiştir. Çünkü yerel kalkınmanın en önemli göstergelerinden biri olan ekonomik gelişme ve sosyal paylaşım ilkelerinin "girişimcilik" ruhu ve anlayışıyla işlerlik kazanacağı ortadadır (Oktay vd., 2016: 267). Bu bağlamda çalışmanın amacı, ülkemizde farklı şehirlerde kurulmuş olan otuz (30) Büyükşehir Belediyesinin birbirlerine kıyasla ne derece etkin oldukları ve girişimcilik kültürüne yaptıkları katkılar tespit edilmeye çalışmaktır. Çalışmanın ampirik kısmında ise, değişkenlere ait veriler Büyükşehir Belediyelerinin 2017yılı faaliyet raporları ve Sayıştay 2017 yılı Mali Denetim Raporlarından elde edilmiştir.

2. VERİ ZARFLAMA ANALİZİ YÖNTEMİ

Veri Zarflama Analizi (VZA) "üretim sınırlarının tahmini için ekonometri ve yöneylemde sıkça kullanılan parametrik olmayan ve karar birimleri için göreli etkinlik kıyaslaması yapan bir metotdur"(Kabakuş, 2014: 314).

2.1. Veri Zarflama Analiz Modelleri

VZA'nın ilk kullanıldığı model, Charnes, Cooper ve Rhodes tarafından ortaya konulan ve ölçeğe göre sabit getiri varsayımı altında çalışan CCR modelidir. İlerleyen zamanlarda Banker

vd., ölçeğe göre değişken getiri varsayımı altında çalışan bir model önermişlerdir ve bu model Banker, Charnes ve Cooper'ın baş harflerini alarak BCC modeli olarak kullanılmaya başlanmıştır(Aydemir, 2015: 23). CCR Modelleri aşağıdaki gibi oluşturulur;

$$maxhk = \sum_{r=1}^{S} Urk.Yrk$$

$$\sum_{r=1}^{S} Urk.Yrj - \sum_{j=1}^{m} Vik.Xij \leq 0 \qquad ; j = 1, \ldots\ldots, n$$

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

Urk≥0 ;r=1,……..,s

Vik≥0 ;i=1,……..,m

Bu eşitlikler kümesinde

Urk=k'ıncı KB'nin r'inci çıktısının ağırlığı

Vik= k'ıncı KB'nin i'inci çıktısının ağırlığı

Yrk=k'ıncı KB'nin r'inci çıktı miktarı

Xik=k'ıncı KB'nin i'inci girdi miktarı

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

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

m= girdi sayısı

s= çıktı sayısı

n= karar birimi sayısı'nı ifade etmektedir(Doğan, 2010: 52).

KB= karar birimi

3. VERİ ZARFLAMA ANALİZİ İLE ETKİNLİK ANALİZİ

Çalışmada yöntem olarak bütün karar birimleri için CCR-VZA modelleri oluşturulmuş, LİNDO paket programında çözdürülmüş ve sonuçlar değerlendirilmiştir. CCR-VZA sonuçları neticesinde etkin olmayan karar birimleri için Dual CCR-VZA modelleri oluşturulmuş ve LİNDO paket programında çözdürülmüş, referans seti oluşturulmuştur. Referans seti verilerine göre etkin olmayan karar birimleri için yeni girdi değerleri değişim oranları ortaya çıkmıştır. Ölçeğe göre artan veya azalan getiri değerlerini görmek için BCC-VZA modelleri oluşturulmuş ve LİNDO paket programında çözdürülerek sonuçlar değerlendirilmiştir (Ergülen vd, 2019: 63).

3.1. Çalışmanın Kapsamı ve Veriler

Tablo 1: Çalışmaya Konu Olan Karar Birimleri

Büyükşehir Belediyeleri			
A1	Adana Büyükşehir Belediyesi	**A16**	Kayseri Büyükşehir Belediyesi
A2	Ankara Büyükşehir Belediyesi	**A17**	Kocaeli Büyükşehir Belediyesi
A3	Antalya Büyükşehir Belediyesi	**A18**	Konya Büyükşehir Belediyesi
A4	Aydın Büyükşehir Belediyesi	**A19**	Malatya Büyükşehir Belediyesi
A5	Balıkesir Büyükşehir Belediyesi	**A20**	Manisa Büyükşehir Belediyesi
A6	Bursa Büyükşehir Belediyesi	**A21**	Mardin Büyükşehir Belediyesi
A7	Denizli Büyükşehir Belediyesi	**A22**	Mersin Büyükşehir Belediyesi
A8	Diyarbakır Büyükşehir Belediyesi	**A23**	Muğla Büyükşehir Belediyesi
A9	Erzurum Büyükşehir Belediyesi	**A24**	Ordu Büyükşehir Belediyesi
A10	Eskişehir Büyükşehir Belediyesi	**A25**	Sakarya Büyükşehir Belediyesi
A11	Gaziantep Büyükşehir Belediyesi	**A26**	Samsun Büyükşehir Belediyesi
A12	Hatay Büyükşehir Belediyesi	**A27**	Şanlıurfa Büyükşehir Belediyesi
A13	İstanbul Büyükşehir Belediyesi	**A28**	Tekirdağ Büyükşehir Belediyesi
A14	İzmir Büyükşehir Belediyesi	**A29**	Trabzon Büyükşehir Belediyesi
A15	Kahramanmaraş Büyükşehir Belediyesi	**A30**	Van Büyükşehir Belediyesi

Çalışmada 30 karar birimi için 2017 yılına ait olmak üzere üç adet girdi (personel Giderleri, mal ve hizmet alım giderleri ve sermaye giderleri) ve üç adet çıktı (vergi gelirleri, teşebbüs ve mülkiyet gelirleri ve diğer gelirler) ele alınmıştır ve aşağıda Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2: Girdi ve Çıktı Tablosu

	GİRDİLER		ÇIKTILAR
X1	Personel Giderleri	Y1	Vergi Gelirleri
X2	Mal ve Hizmet Alım Giderleri	Y2	Teşebbüs ve Mülkiyet Gelirleri
X3	Sermaye Giderleri	Y3	Diğer Gelirler

Çalışmada değişkenlere ait verilere, söz konusu otuz büyükşehir belediyesinin 2018 yılında kamuoyuna açıklanan 2017 resmi faaliyet raporlarından ulaşılmıştır. Veri seti aşağıda Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3: Veri Seti

		GİRDİLER			**ÇIKTILAR**		
	Büyükşehir Belediyeleri	Personel Giderleri (X1)	Mal ve Hizmet Alım Giderleri (X2)	Sermaye Giderleri (X3)	Vergi Gelirleri (Y1**)**	Teşebbüs ve Mülkiyet Gelirleri (Y2)	Diğer Gelirler (Y3)
A1	Adana Büyükşehir Belediyesi	194	742	271	30	197	861
A2	Ankara Büyükşehir Belediyesi	306	2330	2854	170	143	3720
A3	Antalya Büyükşehir Belediyesi	162	605	1070	48	172	1014
A4	Aydın Büyükşehir Belediyesi	68	212	102	8	43	418
A5	Balıkesir Büyükşehir Belediyesi	88	343	351	14	37	516
A6	Bursa Büyükşehir Belediyesi	165	701	1134	31	219	1254
A7	Denizli Büyükşehir Belediyesi	41	216	492	12	124	462
A8	Diyarbakır Büyükşehir Belediyesi	82	294	258	9	44	581
A9	Erzurum Büyükşehir Belediyesi	43	193	750	4	73	469
A10	Eskişehir Büyükşehir Belediyesi	78	221	69	7	86	422
A11	Gaziantep Büyükşehir Belediyesi	59	427	503	18	82	639
A12	Hatay Büyükşehir Belediyesi	94	348	313	7	35	661
A13	İstanbul Büyükşehir Belediyesi	1022	5114	11133	125	3009	11085

A14	İzmir Büyükşehir Belediyesi	326	837	2272	38	241	3452
A15	Kahramanmaraş Büyükşehir Belediyesi	69	269	400	13	29	440

Tablo 3'ün Devamı: Veri Seti

		GİRDİLER			ÇIKTILAR		
	Büyükşehir Belediyeleri	Personel Giderleri (X1)	Mal ve Hizmet Alım Giderleri (X2)	Sermaye Giderleri (X3)	Vergi Gelirleri (Y1**)**	Teşebbüs ve Mülkiyet Gelirleri (Y2)	Diğer Gelirler (Y3)
A16	Kayseri Büyükşehir Belediyesi	71	290	501	5	81	610
A17	Kocaeli Büyükşehir Belediyesi	204	595	1055	29	178	1865
A18	Konya Büyükşehir Belediyesi	123	800	433	14	204	1074
A19	Malatya Büyükşehir Belediyesi	38	234	143	15	31	339
A20	Manisa Büyükşehir Belediyesi	54	341	730	9	79	579
A21	Mardin Büyükşehir Belediyesi	27	127	154	3	5	277
A22	Mersin Büyükşehir Belediyesi	190	675	390	26	112	995
A23	Muğla Büyükşehir Belediyesi	65	176	189	11	37	439
A24	Ordu Büyükşehir Belediyesi	39	198	256	6	107	279
A25	Sakarya Büyükşehir Belediyesi	51	174	188	8	50	328
A26	Samsun Büyükşehir Belediyesi	55	226	339	8	46	515

A27	Şanlıurfa Büyükşehir Belediyesi	88	422	504	26	107	680
A28	Tekirdağ Büyükşehir Belediyesi	88	174	289	6	34	564
A29	Trabzon Büyükşehir Belediyesi	36	203	115	7	48	304
A30	Van Büyükşehir Belediyesi	94	283	130	6	24	490

*Mali Bilgiler milyonlar basamağı yuvarlanarak verilmiştir. Yaklaşık değerler X 1.000.000 şeklindedir.
*Verilere Büyükşehir Belediyelerinin 2017yılı faaliyet raporları ve Sayıştay 2017 yılı Mali Denetim Raporlarından ulaşılmıştır.

3.2. CCR- VZA Modeli Çözümü

Tablo 3'teki veriler kullanılarak CCR-VZA amaç fonksiyon ve kısıtları oluşturularak 30 birime ait veriler modellenerek LİNDO paket programında çözümlenmiş, Tablo 4 ve Tablo 5'te belirtilen değerler ortaya çıkmıştır.

Tablo 4: CCR-VZA Ayrıntılı Sonuç Tablosu

Birim Kodu	Personel Giderleri (X1)	Mal ve Hizmet Alım Giderleri (X2)	Sermaye Giderleri (X3)	Vergi Gelirleri (Y1**)**	Teşebbüs ve Mülkiyet Gelirleri (Y2)	Diğer Gelirler (Y3)	**Etkinlik**
A1	-	0,000614	0,002008	0,026610	0,001024	-	1
A2	0,000320	0,000305	0,000067	0,003889	0,000219	0,000083	1
A3	-	0,00946	0,000400	0,015488	0,001492	-	1
A4	0,006364	0,001749	0,001926	0,013573	-	0,002133	1
A5	0,003466	0,000953	0,001049	0,007393	-	0,001162	0,702
A6	0,001191	0,000654	0,000304	0,007166	0,000866	0,000317	0,809
A7	0,002287	0,001799	0,001052	0,034025	0,004772	-	1
A8	0,006024	0,000545	0,001340	-	0,000016	0,001582	0,919
A9	0,020400	0,000636	-	-	0,000136	0,002071	0,981
A10	-	0,004288	0,000758	0,006164	0,005948	0,001055	1
A11	0,011886	-	0,000594	-	0,001104	0,001391	0,979
A12	0,005107	0,000468	0,001141	-	-	0,001347	0,890
A13	-	0,000129	0,000031	-	0,000262	0,000019	1
A14	0,000194	0,000402	0,000264	-	-	0,000290	1
A15	0,000995	0,003093	0,000248	0,034657	-	0,000626	0,725
A16	0,009946	0,000090	0,000534	-	0,000904	0,001250	0,835
A17	0,001177	0,000484	0,000447	0,002652	0,000048	0,000490	1
A18	0,006702	0,000032	0,000347	-	0,000617	0,000814	1
A19	0,004876	0,002821	0,001082	0,032900	-	0,001494	1
A20	0,015472	0,000482	-	-	0,000103	0,001571	0,917
A21	0,013693	0,001255	0,003858	-	-	0,003610	1
A22	0,001285	0,000693	0,000740	0,007699	-	0,000593	0,790
A23	-	0,004067	0,001503	0,058786	0,004986	0,000385	1
A24	-	0,003187	0,001441	-	0,009346	-	1
A25	0,005139	0,002822	0,001313	0,030923	0,003737	0,001368	0,882
A26	0,011653	0,000155	0,000956	0,00131	0,00551	0,001716	0,918
A27	0,000693	0,001573	0,000546	0,021372	0,002122	0,000254	0,955
A28	-	0,002839	0,001751	-	-	0,001773	1
A29	0,014979	0,001295	0,001720	0,004989	0,004186	0,002514	1
A30	0,004795	0,001220	0,001570	-	-	0,001782	0,873

Tablo 5: ***CCR-VZA Sonuç Tablosu***

Birim Kodu	**Etkinlik**	**Birim Kodu**	**Etkinlik**	**Birim Kodu**	**Etkinlik**
A1	1	A11	0,979	A21	1
A2	1	A12	0,890	A22	0,790

A3	1	A13	1	A23	1
A4	1	A14	1	A24	1
A5	0,702	A15	0,725	A25	0,882
A6	0,809	A16	0,835	A26	0,918
A7	1	A17	1	A27	0,955
A8	0,919	A18	1	A28	1
A9	0,981	A19	1	A29	1
A10	1	A20	0,917	A30	0,873

Çözümleme sonucunda elde elden değerlere bakıldığında A1, A2, A3, A4, A7, A10, A13, A14, A17, A18, A19, A21, A23, A24, A28, A29 Karar birimlerinin etkin, A5, A6, A8, A9, A11, A12, A15, A16, A20, A22, A25, A26, A27 ve A30 Karar birimlerinin etkin olmadığı söylenebilir. Bu durumda A5, A6, A8, A9, A11, A12, A15, A16, A20, A22, A25, A26, A27 ve A30 karar birimlerini etkin hale getirebilmek için dual modelde çözümleyerek, referans setlerini ve gölge fiyatlarını belirleyebiliriz. Buna göre, yukarıdaki verilen tablo incelendiğinde çalışmada 26 bölgeden 16 tanesinin etkin değere ulaştığı 14 tanesinin tam etkin olmadığı görülmüştür. Elde edilen veriler ışığında etkin birimler ile etkin olmayan birim için referans seti oluşturularak, başka bir ifadeyle etkin olmayan karar birimi için etkin olan karar birimleri referans alınarak yeniden girdi ve çıktı değerleri hazırlanacaktır. Etkin olmayan birim için referans setini bulmak, onu etkin hale getirebilmek içinde Dual CCR-VZA modeli kurulacaktır. Kurulan, bu model, LİNDO paket programında çözümlenmiş ve aşağıdaki tabloda belirtilen referans seti tablosu oluşturulmuştur.

3.3. Dual CCR-VZA Modeli Çözümü

Tablo 6: Dual CCR-VZA Modelde Bulunan Karar Birimleri için Etkinlik Değeri ve Referans Seti

Birim Kodu	Etkinlik	Referans Seti	Karar Değişkeni
A1	1	K1	-
A2	1	K2	-
A3	1	K3	-
A4	1	K4	-
A5	0,702	K4,K17,K19,K23	0,053036-0,119777-0,511185-0,221308
A6	0,809	K7,K10,K17,K19,K23	1,166403-0,161588-0,221305-0,551197-0,107840
A7	1	K7	-
A8	0,919	K4,K14,K21,K29	0,668114-0,023952-0,647638-0,130425
A9	0,981	K2,K7,K14	0,019269-0,463301-0,053092
A10	1	K10	-
A11	0,979	K2,K7,K18	0,092844-0,357340-0,119672
A12	0,890	K4,K14,K21	0,709853-0,010398-1,185509
A13	1	K13	-
A14	1	K14	-
A15	0,725	K2,K3,K14,K23	0,036086-0,042862-0,036381-0,311417
A16	0,835	K2,K13,K14,K18	0,006534-0,011379-0,099988-0,106513
A17	1	K17	-

A18	1	K18	-
A19	1	K19	-
A20	0,917	K2,K7,K14	0,082567-0,525515-0,008420
A21	1	K21	-
A22	0,790	K4,K10,K19,K23	0,937150-0,397686-0,739046-0,421210
A23	1	K23	-
A24	1	K24	-

Tablo 6'nın Devamı: Dual CCR-VZA Modelde Bulunan Karar Birimleri için Etkinlik Değeri ve Referans Seti

Birim Kodu	**Etkinlik**	**Referans Seti**	**Karar Değişkeni**
A25	0,882	K7,K10,K17,K19,K23	0,143589-0,188909-0,017009-0,107174-0,259426
A26	0,918	K2,K14,K18,K19,K21	0,012583-0,093601-0,097064-0,044397-0,093081
A27	0,955	K3,K7,K10,K19,K23	0,158295-0,345223-0,090192-0,854809-0,073247
A28	1	K28	-
A29	1	K29	-
A30	0,873	K4,K10,K14	0,772052-0,360971-0,004331

CCR-VZA modelinde tam etkinliğe ulaşamayan A5, A6, A8, A9, A11, A12, A15, A16, A20, A22, A25, A26, A27 ve A30 karar birimini etkin hale getirebilmek için Dual CCR-VZA modelinde çözümleyerek, yukarıdaki Tablo 6'da görüldüğü üzere, referans setleri elde edilir.

Tablo 7: Etkin Olmayan Karar Birimleri İçin Yeni Girdi Değişim Oranları Tablosu

Birim Kodu	Personel Giderleri (X1)	Mal ve Hizmet Alım Giderleri (X2)	Sermaye Giderleri (X3)
A5	0,30	0,30	0,30
A6	0,19	0,19	0,19
A8	0,08	0,08	0,08
A9	0,02	0,02	0,46
A11	0,02	0,09	0,02
A12	0,11	0,11	0,11
A15	0,27	0,27	0,27
A16	0,16	0,16	0,16
A20	0,08	0,08	0,30
A22	0,21	0,21	0,21
A25	0,12	0,12	0,12
A26	0,08	0,08	0,08
A27	0,04	0,04	0,04
A30	0,13	0,13	0,13

Dual CCR-VZA modelinde çözümlenerek referans setleri tespit edildikten sonra, göre etkin olmayan karar biriminin, çıktılarının arttırılması, girdilerinde, atıl olarak kullanılıp kullanılmadığı ya da belirlenen

oranlar dâhilinde azaltmaya gidilip bu karar biriminin de etkin hale getirilmesi sağlanır. Referans setindeki karar değişkenleri kullanılarak yapılacak hesaplamaların ardından, Tablo 7'de belirtilen pozitif değerli yüzdelik değişim atıl kapasitenin mevcut olduğu daha düşük bir seviyede olunsa bile aynı performansın sağlanacağı anlamına gelmektedir. Negatif değerli yüzdelik değişimler ise etkin olabilmek için girdi miktarının arttırılması anlamına gelmektedir.

3.4. BCC-VZA Modeli Çözümü

Tablo 8: Tüm Karar Birimleri İçin BCC-VZA Etkinlik Sonuçları

Birim Kodları	Etkinlik Değeri	U0
A1	1	0
A2	1	0
A3	1	0
A4	1	0
A5	0,702	0
A6	0,809	0
A7	1	0
A8	0,919	0
A9	0,981	0
A10	1	0
A11	0,979	0
A12	0,890	0
A13	1	0
A14	1	0
A15	0,725	0
A16	0,835	0
A17	1	0
A18	1	0
A19	1	0
A20	0,917	0
A21	1	0
A22	0,790	0
A23	1	0
A24	1	0
A25	0,882	0
A26	0,918	0
A27	0,955	0
A28	1	0
A29	1	0
A30	0,873	0

CCR-VZA modelinde karar birimlerinin sabit getirili ölçeğe tabi oldukları düşüncesi ile hareket edilmektedir. BCC-VZA modelinde ise etkinlik sınırları daha esnek olduğundan azalan, artan getirili ölçek durumları hesaba katıldığından değerler farklı çıkabilmektedir. Ancak sonuç tablomuzda CCR-VZA ve BCC-VZA sonuç değerleri aynı çıkmıştır. Tüm karar birimlerinde U0=0 çıktığından, tüm karar birimleri için ölçeğe göre sabit getiriden söz etmek mümkündür. Bu durum bize bütün karar birimleri için girdilerde meydana gelecek değişimin çıktıları aynı oranda etkileyeceğini göstermektedir. BCC-VZA amaç fonksiyon ve kısıtları doğrultusunda tüm KVB'ler için BCC-VZA modellemesi yapılarak Tablo 6 'da belirtilen etkinlik sonuçları elde edilmiştir.

4. Sonuç ve Öneriler

Kaynak dağılımlarının şehirlerarasında farklı miktarlarda gerçekleşiyor olması şehirlerarası gelişmişlik farklılıklarının temel sebeplerinden gösterilebilir. Yapılan bu çalışma neticesinde bazı önemli bulgulara ulaşılmıştır. Bunlar aşağıdaki gibi ifade edilebilir;

Girdi odaklı CCR-VZA modelinin uygulanması neticesinde 30 Büyükşehir belediyesinden 16'sı etkindir. 30 büyükşehir belediyesinden 14'ü tam etkinliğe ulaşamamıştır. Tam etkinliğe ulaşamayan bu bölgelere referans seti oluşturabilmek için Dual CCR-VZA modeli oluşturulmuş ve bu modelde yine aynı Büyükşehir belediyeleri tam etkinliği yakalayamamıştır. Referans seti kullanılarak yapılan hesaplama neticesinde tam etkinliği yakalayamayan Büyükşehir belediyelerinin girdi miktarlarının personel idgerleri, mal ve hizmet alım giderleri, sermaye giderleri Tablo 6'da görüldüğü üzere pozitif değerler kadar atıl kapasitenin mevcut olduğu bir başka deyişle aynı etkinlik seviyesinde kalabilmek için girdi miktarlarında azaltma yapılabileceği sonucuna varılmıştır. Negatif değerli değişimler kadar da girdi miktarının arttırılması gerekmektedir. Bu değişiklikler gerçekleştirilebilirse elindeki kaynakların en verimli kullanılabilmesini niteleyen etkinlik değeri 1 olacaktır.

Artan getiri, sabit getiri ve azalan getiri durumlarını incelemek için BCC-VZA modelleri oluşturulmuş ve neticesinde bütün birimler için U0=0 değerine ulaşıldığından bütün bölgeler için ölçeğe göre sabit getiriden bahsetmek mümkün olmuştur. Başka bir ifadeyle bütün bölgelerin girdi miktarlarında oluşturacağı değişim eşit oranda çıktı değerinde karşılık bulacaktır.

Sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeyi sıralamasında daha geride kalması beklenen bazı büyükşehir belediyeleri tam ekinliğe ulaşamamışlardır. En üst sıralarda olması beklenen büyükşehir belediyeleri düşük etkinlik oranına sahip olmuştur. Diğer bölgeler ise orta düzeyin üzerinde etkinlik oranına erişmiştir. Söz konusu çalışma neticesinde ortaya çıkan sonuçlardan hareketle geri kalmış veya gelişmekte olarak nitelendirilebilecek şehirlerdeki Büyükşehir belediyelerinin gelişmiş bölgelerdeki büyükşehir belediyelerinin mali etkinlik değerini yakaladığı ve hatta geçtiği görülmüştür. Ortaya çıkan sonuçlar

şehirlerarasında gelişmişlik farklılıklarının kapatılmasına yönelik yapılan politikaların kısmen de olsa başarılı olduğunu, ancak gelişmiş şehirlerdeki beklenenin aksine etkinlik seviyelerinin düşük çıktığı söylenebilir. Ancak kaynakların etkin kullanımı kadar göz önünde bulundurulması gereken bir diğer husus da kaynakların göreceli olarak şehirler bazında dağılım yoğunluğunun olduğu unutulmamalıdır. Bu noktadan hareketle bazı şehirlerarasında girdi miktarlarında önemli farklılıklar bulunmaktadır. Etkin çıkmayan birimlerin verimliliklerini arttırmaları yâda girdi miktarlarında azaltma ve arttırma gibi tedbirler alması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

Aydemir. M. (2015). Veri Zarflama Analizi ile Türkiye'deki Büyükşehir Belediyeleri'nin Mali Etkinliğinin Ölçülmesi. *Yüksek Lisans Tezi*. Uludağ Üniversitesi. Bursa.

Doğan, Z. (2010). 1992 Yılında Kurulan Devlet Üniversitelerinin Etkinlğinin Veri Zarflama Analizi ile Araştırılması. *Yükseklisans Tezi*. Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu, Türkiye.

Ergülen, A , Kazan, H , Ünal, Z . (2019). Yoğun rekabet ortaminda performans değerlendirme: iç anadolu bölgesindeki devlet üniversitelerinin, veri zarflama analizi yöntemiyle performans ölçümü. *EUropean Journal of Managerial Research (EUJMR),* 3 (4), 59-64. (Erken Görünüm)

İlkay, M , Doğan, N . (2015). Veri zarflama analizi ile kapadokya bölgesindeki belediyelerin etkinlik ölçümü: 2004 ve 2008 yıllarına ilişkin bir karşılaştırma. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 0 (32), 191-218. Retrieved from http://dergipark.org.tr/erciyesiibd/issue/5889/77907

Kabakuş, A . (2015). Türkiye'deki Büyükşehirlerin İlçe Belediyelerine Göre E-Belediye Hizmetlerinde Etkinliğinin Veri Zarflama Analizi ile Ölçülmesi. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,* 18 (3), 307-324. Retrieved from http://dergipark.org.tr/ataunisosbil/issue/2837/38712

Oktay, E , Zeren, H , Pekküçükşen, Ş . (2016). Belediyelerin sosyal girişimcilik faaliyetlerinin yerel kalkınmaya etkisi: denizli belediyesi örneği. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,* 5 (2), 267-276. Retrieved from http://iibfdergisi.ksu.edu.tr/issue/27397/126014

Bilgi Paylaşımı Üzerine Yapılan Çalışmaların İçerik Analizi Yöntemiyle İncelenmesi

Asst. Prof. Dr. M. Halit YILDIRIM
Aksaray University
yildirimmh@gmail.com

Yalçın GÜMÜŞSOY
Aksaray University
yalcin_gumussoy68@hotmail.com

ÖZET

Örgütlerin küresel değişimlere karşı esnek bir yapı sergilemeleri gerekliliği kaçınılmaz bir gerçek olarak düşünülmektedir. Bu değişimleri avantaja dönüştürebilen örgütlerin yaşamlarını sürdürebilecekleri apaçıktır. Bu bağlamda alan yazında bilgi paylaşımı olarak karşımıza çıkan kavrama göre yenilikçi olan, risk alabilen, avantaj ve dezavantajlara karşı proaktivitesi yüksek olan örgütlerin, dış etkenlerden daha az etkilenerek, daha esnek bir yapı sergileyecekleri belirtilmektedir. Bu noktada bilgi paylaşımının örgütler açısından önemli bir boyut olduğu görülecektir. Bilgi paylaşımının bu kadar önemli olmasına karşın alan yazında ilgili konu hakkında yapılmış çalışmaların oldukça sınırlı olduğu görülmektedir. Bu bağlamdan hareket edilerek bu araştırma kapsamında, bilgi paylaşımı konusunda yayımlanmış lisansüstü tezler yöntem ve içerik açısından incelenmektedir. Araştırma kapsamında irdelenen tezler, Yükseköğretim Kurulu bünyesindeki Ulusal Tez Merkezi'nden elde edilmiştir. Ulaşılan çalışmalar; kullanılan yöntem, anahtar kelime, yabancı kaynak oranı, kelime sayısı ve metin içerisinde geçen "bilgi paylaşımı" kelime sayısı açısından içerik analizi yöntemi ile incelenmektedir. Araştırma kapsamında hedeflenen gelecekte konu hakkında yapılacak çalışmalara yön verebilme düşüncesidir.

Anahtar Kelimeler: Bilgi paylaşımı, Bilgi, İçerik Analizi

Research With a Content Analysis Method of The Studies on Knowledge Sharing

ABSTRACT

It is inevitable that organizations need to exhibit a flexible structure against the constant changes in global. It is obvious that only those organizations that can transform these changes are able to survive. In this context, it is stated that organizations that are innovative according to the concept of knowledge sharing in the article, who take risk and who have high proactivity against advantages and disadvantages, will be less affected by external factors and exhibit a more flexible structure. At this point, it will be seen that knowledge sharing is an important dimension in terms of organizations. Despite the fact that knowledge sharing is so important, it seems that the studies on the subject are very limited. Based on this context, within the scope of this research, postgraduate dissertations on knowledge sharing are examined in terms of methods and content. These studies have been accessed through the official web site of National Council of Higher Education. Works reached; the method used is analyzed by content analysis method in terms of the number of keywords, foreign resources ratio, number of words, and the number of "knowledge sharing" in the text. The aim of the research is to be able to give direction to the work to be done about the subject in the future.

Keywords*:* Knowledge sharing, Knowledge, Content Analysis

1. GİRİŞ

Günümüz modern toplumlarında, ekonomik ve toplumsal hayatın bir boyutu olarak bilgi paylaşımının rolü, gelişen teknoloji ve küreselleşmeyle birlikte giderek daha fazla önem kazanmakta ve etkilerinin giderek daha fazla alana yayıldığı düşünülmektedir (Özdemir ve Sarıoğlu, 2017: 1). Örgütlerin küresel değişimlere karşı esnek bir yapı sergilemeleri gerekliliği kaçınılmaz bir gerçek olarak düşünülmektedir. Bu değişimleri avantaja dönüştürebilen örgütlerin yaşamlarını sürdürebilecekleri apaçıktır. Bu bağlamda alan yazında bilgi paylaşımı olarak karşımıza çıkan kavrama göre yenilikçi olan, risk alabilen, avantaj ve dezavantajlara karşı proaktivitesi yüksek olan örgütlerin, dış etkenlerden daha az etkilenerek, daha esnek bir yapı sergileyecekleri belirtilmektedir (Zehir vd., 2012:924-925). Bu bağlamda bilgi paylaşımı ile yeni buluş yapılabilmesinin kolay olduğu, çalışanların birbirleri ile etkileşimi sonucunda çalışma arkadaşlarının kararları hakkında daha fazla bilgi sahibi olabileceği ileri sürülmektedir. Ayrıca gönüllü olarak bireylerin birbirini etkileyen bilgi paylaşımlarının; benimsedikleri işletmedeki etik değerler, davranış kalıpları, paylaşılan değerler ve gelenekler olarak karşımıza çıkmaktadır. Böylece örgütlerde bilgi paylaşımının önemi daha da artmaktadır (Taş, 2011: 119). Bilgi paylaşımına yönelik alan yazında, bilgi paylaşımının performans ve örgütsel bağlılık algıları, bilgi paylaşımını engelleyen faktörlere ilişkin tutumlar ayrıca bilgi paylaşımının, eleştirel düşünme becerileri ve akademik başarı, gibi birçok kavramlarla ilişkilendirilen çalışmalara rastlanmaktadır (Köseoğlu, vd., 2011; Taş 2011; Ardichvili, vd., 2013).

Yapılan bu çalışma kapsamında bilgi paylaşımı konusu kapsamındaki araştırmalar içerik analizi yöntemi ile irdelenmiştir. İçerik analizi yöntemi kapsamında ulaşılmak istenen toplumsal davranışlara etki etmeden gerçekleştirilebilen bir araştırma yapılarak, metin içeriği toplama ve analiz etme tekniği kullanmak suretiyle konu hakkında bilgi toplamaktır (Cohen vd., 2007). Araştırma kapsamında öncelikle bilgi paylaşımı kavramı alan yazın çerçevesinde ele alınarak kavramsal çerçeve oluşturulmaya çalışılmaktadır. Araştırmanın metodoloji bölümü ile verilerin analizi – bulgular bölümünde araştırma kapsamına alınan çalışmalar; türlerine, yapıldığı üniversiteye ve ilgili anabilim dallarına göre, içerdikleri kelime sayılarına, bilgi paylaşımı ifadesinin ilgili çalışmalar içerisinde adet olarak kullanılma miktarı, araştırma da kullanılan yöntem, uygulanan analiz ve metotlarına, kaynakça miktarına, anahtar kelime ve sayfa adetlerine kadar detaylı bir şekilde yer verilmektedir.

2. BİLGİ PAYLAŞIMI

Bilgi paylaşımı, ‘’örgüt üyelerinin örgüt içinde ve çevresiyle oluşturduğu dinamik öğrenme süreci’’ olarak tanımlanmaktadır (Nelson ve Pack, 2000). Diğer bir ifadeye göre bilgi

paylaşımı; iş birliği kalitesinin bir belirleyicisi olarak, bilginin bir bireyden, gruptan veya örgütten diğerine aktarılması veya yayılması faaliyeti olarak nitelenmektedir (Lee, 2001:324). Argote ve Ingram (2000) bilgi paylaşımını, bir birimin diğerinin deneyiminden etkilenmesi süreci şeklinde ifade etmişlerdir. Davenport (1997) bilgi paylaşımını bilginin diğer bireyler açısından kullanılabilir hale getirilmesi eylemi olarak belirtirken, Van Der Hoof ve De Ridder (2004) bilgi paylaşımını süreç olarak görmektedir. Bu görüşe göre bilgi paylaşımı süreci bilgi bağışı ve bilgi toplama olarak ifade edilmektedir. Bilgi bağışı bireysel entelektüel sermayenin diğerlerinin iletişimine açılması, bilgi toplama ise çalışma arkadaşlarının entelektüel sermayelerini paylaşmalarının sağlanması olarak tanımlanmaktadır. Bu bağlamda bilgi paylaşımı, örgütlerde çevresel değişim ve fırsatlardan yararlanma noktasında, varolan değişimlere hızlı ve etkili bir şekilde uyum sağlamaya yönelik yenilik yapma süreci olarak görülmektedir (Zahra vd, 2000). Barutçugil, (2002:60) İşletmelerde sağlanacak güvene dayalı bir iş ortamında iletişim ve bilgi paylaşım teknolojileri daha fazla güven oluşturmakta, iletişim kanallarını açmakta, örgütsel öğrenmeyi artırmakta ve bilgi paylaşımını cesaretlendirmektedir. Böylece birbirini izleyen ve destekleyen gelişme döngüleri oluşturulmaktadır. Bu döngülerde ancak bilgi paylaşımı ilkeleri ile gerçekleştirilebilmektedir. Bu ilkeler teknolojiye değil insanlara odaklanma, düşünmeye ve değerlendirmeye zaman ayırma, olumlu bir duygusal ortam yaratılması olarak belirtilmektedir. Özdemir ve Sarıoğlu, (2017), bilgi paylaşımını, hizmet üretiminde önemi bir faktör olarak beliren bilgi; ekonomik ve ticari yaşamda olan belirsizliğin neden olduğu problemlere çözüm üretme süreçlerini daha etkin hale getirip; inovasyonu artırarak nitelikli bilginin üretimini sağlamak noktasında bir süreç olarak nitelemektedir. Yapılan birçok tanımlardan en geniş kapsamlı olan bilgi paylaşımı tanımını Szulanski (1996) yapmıştır; *"bilgi paylaşımı; olayların, görüşlerin fikirlerin, teorilerin, ilkelerin ve modellerin organizasyonun geneli boyunca bilgi göndericisi ve bilgi alıcısı arasında gerçekleşen değişim ve bilgi aktarım sürecidir.*"

Yukarıdaki tanımlardan da görüleceği üzere bilgi paylaşımının temel amacı çalışanların ihtiyaç duydukları bilgiye, olabildiğince hızlı ve kolay bir biçimde ulaşabilmelerini sağlamak, bilginin bireyler, gruplar ve örgütler arasında kolayca erişimi, aktarımı ve taşınmasını sağlamaktır (Özer, 2011). Bu bağlamda bilgi paylaşımının işletmeler için rakiplerine karşı rekabet avantajı kazandıracağı düşünülmektedir.

3. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

Araştırma kapsamında bilgi paylaşımı konusu ile ilgili ele alınan araştırmalar içerik analizi yöntemiyle irdelenmektedir. İçerik analizi hem sözlü ifadelerle hem de yazılı bir şeklide sağlanan materyallerin sistematik ve nesnel bir süreçte incelenmesiyle kullanılan bilimsel bir

yaklaşımdır (Tavşancıl ve Aslan, 2001). Cohen vd. (2007) içerik analizini, yazılı bir şeklide sağlanan verilerin içeriklerinin belirlenmesi ile bu verilerin içerdikleri mesajların belirlenerek özetlenmesi biçiminde belirtmişlerdir. Bu bağlamda araştırma kapsamında Yüksek Öğretim Kurumu resmi internet sitesinin Tez Tarama bölümünden "bilgi paylaşımı" konulu tezlere ulaşılmak suretiyle araştırma kapsamı oluşturulmuş ve ilgili çalışmalar içerik yönünden incelenmiştir. Araştırma yöntem ve modeli Karadal vd. (2014)' nden elde edilmiştir. Bu çalışmada amaçlanan, konu hakkında yapılacak ileriki araştırmalara yön verecek çerçeve oluşturabilmektir.

4. VERİLERİN ANALİZİ VE BULGULAR

Başarılı bir çalışmanın en değerli özelliği, araştırma yapılacak konu ile ilgili planlı ve sistemli şekilde uygun veriler toplamak ve bunları olaylara göre yorumlamaktır (Yin, 2003: 21-22; Karasar, 2000: 22). Bilimsel araştırmanın amacı bilinmeyen bilgiyi bilinir hale getirmek ve bu durumu bir öğrenme sürecine dönüştürmektir (Karasar, 2000: 22). Betimsel analiz uygulanışı ile araştırmacılar, alan yazından elde ettikleri verilerden hareket ederek, bu verilerin içerdikleri bilgileri ortaya çıkarma çabası içerisinde olmaktadır (Özdemir, 2010: 328).

Bilgi paylaşımı üzerine yapılan tezlerin ele alındığı bu araştırma kapsamında genel tarama modeli Karadağ (2010) esasına uygun şekilde bir örneklem üzerinde ya da belirlenen durumlarda, evrenin tamamı gözlemlenerek elde edilen veriler kullanarak, araştırma kapsamındaki materyallerin ya da deneklerin özelliklerinin betimlenmesi amaçlanmaktadır (Karadağ, 2010: 62). Bu bağlamda Yükseköğretim Kurulu Tez Merkezinden bilgi paylaşımı konusu hakkındaki lisansüstü tezlere ulaşılarak çeşitli yöntemlerle incelemeye tabi tutulmaktadır

Araştırma kapsamında ele alınan yüksek lisans ve doktora tezleri Tablo l' de yer almaktadır.

Tablo 1. Araştırmaya dâhil edilen lisansüstü tezler

Çalışmanın Adı	Çalışmanın Yazarı	Tez Türü	Üniversite	Anabilim Dalı	Yıl
Çalışma 1. The attitudes of purchasing managers working at the leading manufucturing enterprices in Turkey towards supply Chain collobration: Aproposed model based on Inter- organizational trust, information sharing and commitment *Türkiye'nin önde gelen kuruluşlarında çalışan satın alma yöneticilerinin tedarik zincirinde işbirliğine yönelik tutumları: Örgütler arası güven, bilgi paylaşımı ve ilişkiye bağlılık tabanlı ilişkiler üzerine bir*	Ahmet Hakan YÜKSEL	Doktora	Işık Üniversitesi	İşletme	2007

model önerisi					
Çalışma 2. Sanal örgütlerde bilgi paylaşımı ve insan kaynakları yönetimi etkileşimi üzerine bir araştırma	Meltem DİL ŞAHİN	Doktora	Dumlupınar Üniversitesi	İşletme	2009
Çalışma 3. Social media influence on knowledge sharing intentions: An empiricial study on electronics retail Chain in Turkey *Sosyal medyanın bilgi paylaşımı üzerindeki etkisi: Türk teknoloji perakende zincirinde deneysel bir çalışma*	Gaye Ece TÜRKALP	Yüksek Lisans	Marmara Üniversitesi	İşletme	2010
Çalışma 4. Otel işletmelerinde örgütsel öğrenme ve bilgi paylaşımının hizmet inovasyon performansına etkisi: Kuşadası 5 yıldızlı otel işletmelerinde bir araştırma	Gökhan AYAZLAR	Doktora	Adnan Menderes Üniversitesi	İşletme	2012
Çalışma 5. Sosyal sermaye ve bilgi paylaşımı davranışının yenilikçilik iklimine etkisi	Ercan TURGUT	Doktora	Gazi Üniversitesi	İşletme	2013
Çalışma 6. Örgüt kültürü ve bilgi paylaşımı ilişkisine yönelik bir araştırma	Seda AKIN GÜRDAL	Yüksek Lisans	Trakya Üniversitesi	İşletme	2013
Çalışma 7. Konaklama sektöründe faaliyet gösteren stratejik ittifaklarda örgütler arası unsurların bilgi paylaşımı aracılığıyla örgütsel yenilikçilik üzerindeki etkilerinin araştırılması üzerine bir araştırma	Nilüfer VATANSEVER TOYLAN	Doktora	İstanbul Üniversitesi	İşletme	2014
Çalışma 8. Bilgi paylaşımı perspektifinde öz yeterliliğin çalışan yaratıcılığına etkisi	Berna ULUSOY	Doktora	İstanbul Üniversitesi	İşletme	2015
Çalışma 9. Kobilerde bilgi paylaşımı: Konya ili Ereğli ilçesinde gıda işletmelerinde bir inceleme	Handan ERDEN	Yüksek Lisans	Çağ Üniversitesi	İşletme	2016
Çalışma10. Entelektüel sermayenin yenilikçi iş davranışına etkisinin bilgi paylaşımı, öz-yeterlilik ve iç denetim odağı perspektifinden incelenmesi üzerine bir araştırma	Esra TÖRE	Doktora	İstanbul Üniversitesi	İşletme	2017
Çalışma 11. Takım kültürü, yenilikçi iş davranışı ve örtük bilgi paylaşımı ilişkisi: Türkiye'de otel işletmeleri üzerine bir uygulama	Ekrem AYDIN	Doktora	Atatürk Üniversitesi	Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik	2018

Araştırma kapsamına alınan lisansüstü tezlerin (Tablo 1) genelde doktora tezi olduğu görülmektedir. Bu tezlerin 3 adedi yüksek lisans tezi ve 8 adedi ise doktora tezi olmakla birlikte ele alınan tezlerin 10 adedi işletme, 1 adedi turizm işletmeciliği ve otelcilik alanında yazılmıştır. Çalışmaların oluşturulduğu yıl kapsamında ele alındığında bütün tezlerin son yıllarda gerçekleştirildiği görülmektedir. Bu bağlamda en eski tarihli araştırmanın 2007 yılında yazıldığı görülürken en güncel çalışmanın ise, 2018 yılında yayımlanmış olduğu görülmektedir. Bu bağlamda bilgi paylaşımının son yıllarda çalışılan güncel konular arasında olduğu sonucuna

ulaşılabilmektedir. Araştırma kapsamına ele alınan tezlerin (Çalışma 5, 7, 10 ve 11) genelde bilgi paylaşımı bağlamında yenilikçilik boyutunun ele alınarak incelendiği görülmektedir. Çalışma 2**'** de bilgi paylaşımı sanal örgütler boyutunda insan kaynakları yönetimi ilişkisi incelenmiştir. Çalışma 3' de bilgi paylaşımı sanal medya ilişkisi incelenmiştir. Çalışma 4' te, bilgi paylaşımı Kuşadası 5 yıldızlı otel işletmeleri boyutunda ele alınarak hizmet inovasyon ilişkisi incelenmiştir. Çalışma 6' de bilgi paylaşımı örgüt kültürü ilişkisi incelenmiştir. Çalışma 8'de bilgi paylaşımı perspektifinde öz yeterliliğin çalışan yaratıcılığına etkisi incelenmiştir. Çalışma 9'da bilgi paylaşımı Kobilerde Konya ili Ereğli ilçesinde gıda işletmelerinde incelenmektedir. Araştırma kapsamına alınan tezlerden hepsi harici kullanıcıların erişimine açıktır. Araştırma kapsamında Tablo 2' de lisansüstü tezlerin biçimsel özellikleri gösterilmektedir.

Tablo 2. Çalışmaların biçimsel özellikleri

Çalışmanın Adı	Sayfa Sayısı	Kelime Sayısı	Bilgi Paylaşımı Sıklığı
Çalışma 1. The attitudes of purchasing managers working at the leading manufucturing enterprices in Turkey towards supply Chain collobration: Aproposed model based on Inter- organizational trust, information sharing and commitment *Türkiye'nin önde gelen kuruluşlarında çalışan satın alma yöneticilerinin tedarik zincirinde işbirliğine yönelik tutumları: Örgütler arası güven, bilgi paylaşımı ve ilişkiye bağlılık tabanlı ilişkiler üzerine bir model önerisi*	164	31.812	152
Çalışma 2. Sanal örgütlerde bilgi paylaşımı ve insan kaynakları yönetimi etkileşimi üzerine bir araştırma	236	52.278	585
Çalışma 3. Social media influence on knowledge sharing intentions: An empiricial study on electronics retail Chain in Turkey *Sosyal medyanın bilgi paylaşımı üzerindeki etkisi: Türk teknoloji perakende zincirinde deneysel bir çalışma*	104	22.383	265
Çalışma 4. Otel işletmelerinde örgütsel öğrenme ve bilgi paylaşımının hizmet inovasyon performansına etkisi: Kuşadası 5 yıldızlı otel işletmelerinde bir araştırma**.**	206	43.202	203
Çalışma 5. Sosyal sermaye ve bilgi paylaşımı davranışının yenilikçilik iklimine etkisi	216	45.648	425
Çalışma 6. Örgüt kültürü ve bilgi paylaşımı ilişkisine yönelik bir araştırma	187	39.900	413
Çalışma 7. Konaklama sektöründe faaliyet gösteren stratejik ittifaklarda örgütler arası unsurların bilgi paylaşımı aracılığıyla örgütsel yenilikçilik üzerindeki etkilerinin araştırılması üzerine bir araştırma	376	78.746	674
Çalışma 8. Bilgi paylaşımı perspektifinde öz yeterliliğin çalışan yaratıcılığına etkisi	179	35.325	353
Çalışma 9. Kobilerde bilgi paylaşımı: Konya ili Ereğli ilçesinde gıda işletmelerinde bir inceleme	91	18.817	297
Çalışma 10. Entelektüel sermayenin yenilikçi iş davranışına etkisinin bilgi paylaşımı, öz-yeterlilik ve iç denetim odağı perspektifinden incelenmesi üzerine bir araştırma	216	45.196	258
Çalışma 11. Takım kültürü, yenilikçi iş davranışı ve örtük bilgi paylaşımı ilişkisi: Türkiye'de otel işletmeleri üzerine bir uygulama	139	29.583	192

Araştırma kapsamına dâhil edilen tezlere ilişkin biçimsel özellikler Tablo 2'de belirtilmektedir. Araştırma kapsamında ele alınan tezlerin sayfa sayılarının 91 ile 376 arasında olduğu görülmektedir. Tezlerdeki toplam kelime sayısı, sözcükler tek tek sayılmak suretiyle gerçekleştirilmiştir. Buna ek olarak araştırmada yüksek lisans ve doktora tezlerindeki "bilgi paylaşımı" kelimesinin kullanım sıklığı görülmektedir. Sözcük sayılarına göre "bilgi paylaşımı" kavramının en fazla 7. çalışmada olduğu görülmektedir. Tablo 3'te tezlere ilişkin anahtar kelimeler ve uygulama alanları belirtilmektedir.

Tablo 3. Çalışmaların anahtar kelimeleri ve uygulama alanları

	Anahtar Kelimeler	**Uygulama Alanları**
Çalışma 1	Bilgi paylaşımı, tedarik zinciri, güven, tutum çözümlemeleri, örgütler arası satın alma ilişkileri.	Güven, bilgi paylaşımı ve ilişkiye bağlılık gibi kavramları kullanarak tedarik zincirinde işbirliğine giden süreçte örgütler arası ilişkilerin rolü Türkiye'nin önde gelen sanayi kuruluşlarında çalışan satın alma yöneticilerinin tutumlarını bir model çerçevesinde ele alınmaktadır.
Çalışma 2	Bilgi paylaşımı, sanal örgüt, bilgi yönetimi, bilgi toplumunda insan kaynakları, sanal örgütlerinde insan kaynakları yönetimi.	Sanal örgütlerde bilgi paylaşımı ve insan kaynakları yönetimi ilişkisi hakkında kavramsal ve ampirik çalışma yapılmıştır.
Çalışma 3	Bilgi paylaşımı, sosyal medya, bilgi yönetim sistemi, dışsal dürtüler, sosyo-psikolojik etkiler, örgüt iklim.	Sosyal medya platformlarının bilgi paylaşımını etkileyen faktörler üzerindeki rol ve etkisini insan davranışı perspektifinden ele almıştır.
Çalışma 4	Hizmet inovasyon performansı, örgütsel öğrenme, otel işletmeciliği, bilgi paylaşımı.	5 yıldızlı otel işletmelerinde, hizmet inovasyon çalışmalarının performansında örgütsel öğrenme ve bilgi paylaşımı ele alınarak ölçülmüştür.
Çalışma 5	Sosyal sermaye, bilgi paylaşımı, yenilikçilik iklimi, örtülü bilgi paylaşımı, yapısal eşitlik modeli.	Örtülü bilgi paylaşımı kavramı, çeşitleri ve boyutları hakkında teorik bilgiler verilerek yenilikçilik iklimi kavramı ilişkilendirilmektedir.
Çalışma 6	Bilgi, bilgi paylaşımı, örgüt kültürü.	Örgüt kültürü, örgüt kültürü ve türleri, bilgi türleri, bilgi yönetimi ve süreçleri imalat işletmeleri boyutunda araştırılmaktadır.
Çalışma 7	Stratejik ittifaklar, örgütler arası ilişki unsurları, bilgi paylaşımı, örgütsel yenilikçilik, otel işletmeleri.	Otel işletmelerinin özümseme kapasitesi, güven, öğrenme niyeti, bağlılık, paylaşılan vizyon ve iletişim unsurlarının stratejik ittifak ilişkisi içerisindeki otel işletmelerinin bilgi paylaşımı aracılığıyla örgütsel yenilikçiliği nasıl etkilediği tespit edilmeye çalışılmıştır.
Çalışma 8	Bilgi paylaşımı, çalışma yaratıcılığı, öz yeterlilik.	Bilgi paylaşımı ve çalışan yaratıcılığının örgütler açısından önemi incelenmiştir.
Çalışma 9	Bilgi, bilgi yönetimi, bilgi paylaşımı.	Bilgi paylaşımı kavramının türleri ve boyutları ele alınmıştır.
Çalışma 10	Yenilikçi iş davranışı, bilgi paylaşımı, entelektüel sermaye, öz yeterlilik, iç denetim odağı, turizm	Yenilikçi iş davranışı ve entelektüel sermayeyi oluşturan alt boyutlar incelenmiş; öz yeterlilik, iç denetim odağı ve bilgi paylaşımının aracı etkisi araştırılmıştır.
Çalışma 11	Örtük bilgi paylaşımı, yenilikçi iş davranışı, takım kültürü, otel işletmeleri.	Örtük bilgi paylaşımı ve takım kültürünün yenilikçi iş davranışı ile ilişkisi incelenmektedir.

Araştırma kapsamında ele alınan çalışmalarda genelde bilgi paylaşımının alt boyutları ele alınarak analiz yapılma yoluna gidilmektedir. Diğer yandan bilgi paylaşımı genel olarak yenilikçilik değişkeni ile ilişkilendirilmektedir. Bir diğer noktadan bilgi paylaşımı örgütsel güven, insan kaynakları yönetimi ve örgüt iklimi gibi değişkenlerle ilişkilendirilmektedir. Tablo 4'te tezlere ilişkin analiz yöntemi, kaynakça sayısı ve örneklem büyüklüğü belirtilmektedir.

Tablo 4. Çalışmaların analiz yöntemi, kaynakça sayısı ve örneklem büyüklüğü

	Analiz Yöntemi	**Kaynakça Sayısı**	**Kullanılan Yabancı Kaynak Sayısı Oranı (%)**	**Örneklem Büyüklüğü**
Çalışma 1	ANOVA, faktör analizi, KMO ve Bartlett testi korelasyon analizi, çoklu regresyon analizi	148	97,01	378
Çalışma 2	ANOVA, Welch testi, basit regresyon analizi ve korelasyon analizi	167	69,47	65
Çalışma 3	Çoklu regresyon analizi ve yapısal denklem modellemesi, korelasyon analizi	131	99,44	212
Çalışma 4	ANOVA, Faktör analizi, regresyon analizi, t-testi, Kruskall Wallis testi, Mann-Whitney U testi	247	82,24	317
Çalışma 5	Yapısal eşitlik modeli.	172	79,24	398
Çalışma 6	Betimsel istatistik analizi	442	77,45	83
Çalışma 7	Faktör analizi, t testi, basit regresyon analizi, çoklu regresyon analizi, ANOVA, Mann-Whitney U testi, Kruskall-Wallis testi	543	92,13	230
Çalışma 8	Basit regrasyon, çoklu regresyon analizi ve korelasyon analizi	143	98,12	179
Çalışma 9	ANOVA, t testi	170	78,12	210
Çalışma 10	ANOVA, doğrulayıcı faktör analizi, regresyon analizi, t – testi	315	75.13	439
Çalışma 11	Doğrulayıcı faktör, faktör analizi	222	79,01	360

Tablo 4' te araştırma kapsamında ele alınan çalışmaların istatistiki yöntemleri ile örneklem sayıları ve kaynakça bilgileri yer almaktadır. Yine aynı tabloda çalışmalara ilişkin analiz yöntemi, örneklem büyüklüğü ve araştırmalarda kullanılan kaynakça miktarları gösterilmektedir. Araştırmalarda en fazla örneklem sayısı "Entelektüel sermayenin yenilikçi iş davranışına etkisinin bilgi paylaşımı, öz-yeterlilik ve iç denetim odağı perspektifinden incelenmesi üzerine bir araştırma" başlıklı çalışmada olduğu görülmektedir. Bu çalışmada örneklem sayısı 439 iken, ikinci en büyük örnekleme sahip "Sosyal sermaye ve bilgi paylaşımı

davranışının yenilikçilik iklimine etkisi" başlıklı çalışmada örneklem sayısı 398' dir. Kaynakça sayısına bakıldığında ise "Konaklama sektöründe faaliyet gösteren stratejik ittifaklarda örgütler arası unsurların bilgi paylaşımı aracılığıyla örgütsel yenilikçilik üzerindeki etkilerinin araştırılması üzerine bir araştırma" başlıklı çalışma 543 adet kaynakçaya sahipken, ikinci en fazla kaynakçaya sahip çalışma ise 442 adet kaynakçayla "Örgüt kültürü ve bilgi paylaşımı ilişkisine yönelik bir araştırma" dır. Buna ek olarak çalışmalarda yazarların yararlandığı kaynaklarının büyük çoğunluğunun yabancı dilde (İngilizce) yazılmış eserlerden oluştuğu görülmektedir. İncelenen çalışmalarda, Türkçe kaynaklara göre yabancı kaynaklardan en çok % 99,44 oranında yararlanan 3. çalışmanın olduğu görülmektedir. Bu çalışmanın İngilizce dilinde yazılmış bir eser olması da bu durumun kaynağı olarak görülebilmektedir.

Tablo 4' te görüleceği üzere, araştırma kapsamında ele alınan nicel yöntemle yapılmış çalışmalarda genellikle betimleyici istatistiklere yer verilmiştir. Bununla birlikte değişkenler arasında ilişki olup olmadığı yönündeki testlere yer verilerek elde edile verilerin türlerine göre parametrik veya parametrik olmayan analiz yöntemleri gerçekleştirilmiştir.

5. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Bilgi paylaşımı günümüzde gelişen ve değişen bilgi teknolojisiyle uygun olarak örgütler açısından yaşamsal öneme sahip bir kavram olarak düşünülmektedir. Özellikle son yıllarda çeşitli alanlarda yapılan çalışmalarda da doğrudan veya dolaylı olarak kullanılan bir disiplin olarak dikkat çeken bilgi paylaşımının, örgütlerin dış etkenlere uyum sağlamasında başrol oynadığı görülmektedir.

Araştırma kapsamında bilgi paylaşımının günümüze kadar yapılan ve Yüksek Öğretim Kurumunun arşivinde bulunan lisansüstü tezlerde gerçekleştirilen araştırmalar incelenmekte ve bu sayede konu hakkında gelecekte yapılacak çalışmalarda araştırmacılara yol gösterici nitelik taşıyacağı düşünülmektedir. Araştırma kapsamında, konu ile ilgili incelenen 11 adet çalışmanın akademik yönden irdelenmek suretiyle *"stylistic, semantic ve lexical"* (Karadal vd., 2014) özelliklerinin incelenmesi ve gelecekte konu hakkında daha kapsamlı ve nitelikli çalışmalar yapılması yönünde gerçekleşecek çalışmalara yol gösterici bir niteliğinin olması amaçlanmaktadır. Yapılan bu araştırmada amaçlanan, kapsama alınan araştırmaları eleştirmek değildir. Bunun nedeni ise kapsama alınan çalışmaların, geçerliği, güvenilirliği ve yeterliliği hem Yüksek Öğretim Kurumu tarafından hem de araştırmaların yapıldığı üniversiteler tarafından gerçekleştirilen çalışmalar olmalarındandır.

Bilgi paylaşımı kavramının alan yazında yeterince incelenmemesinin yanı sıra bu konuda yapılmış çalışma sayısının oldukça kısıtlı olduğu görülmektedir. Tablo 4' te de görüleceği üzere incelenen lisansüstü tezlerde, yazarların yararlandıkları kaynaklar noktasında; toplam kaynakların yabancı kaynak yüzdesine göre oranın en düşük olduğu çalışma; %69,47 oranıyla Çalışma 2 olarak görülmektedir. Bu bağlamda bilgi paylaşımı konusu hakkında yapılan çalışmalar için yararlanılan kaynakların çoğunluğunun yabancı kaynaklardan oluştuğu saptanmaktadır. Bu sonuca göre alan yazındaki Türkçe çalışmaların kısıtlı ve az olduğu aşikârdır. Bu bağlamda araştırma sonucundan ulaşılmak istenen, yazındaki kısıtlılığı aşmak amacıyla mevcut durumun ifade edilmesi ve gelecekte bilgi paylaşımı konusunda çalışma yapacak araştırmacılara rehberlik edilmesidir.

KAYNAKÇA

Ardichvili, A., Page, V., &Wentling, T. (2013). Motivation and barrierst oparticipation in virtual knowledge-sharing communities of practice. Journal of Knowledge Management, 17, 64-77.

Argote, L., & Ingram, P. (2000). Knowledge transfer: A basis for competitive advantage of firms, *Organizational behavior and human decision processes*, 82, 150-169.

Ayazlar, G. (2012). *Otel işletmelerinde örgütsel öğrenme ve bilgi paylaşımının hizmet inovasyon performansına etkisi: Kuşadası 5 yıldızlı otel işletmelerinde bir araştırma,* Doktora Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.

Aydın, E. (2018). *Takım kültürü, yenilikçi iş davranışı ve örtük bilgi paylaşımı ilişkisi: Türkiye'de otel işletmeleri üzerine bir uygulama,* Doktora Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.

Barutçugil, İ. (2004). *Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi*. Kariyer Yay., İstanbul, 72.

Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2007). *Research methods in education* (6th ed.). New York, NY: Routledge.

Davenport, T.H. (1997). Information Ecology, Oxford University Pres, Oxford UK.

Erden, H. (2016). *Kobilerde bilgi paylaşımı: Konya ili Ereğli ilçesinde gıda işletmelerinde bir inceleme,* Yüksek Lisans Tezi, Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.

Gürdal, S. A. (2013). *Örgüt kültürü ve bilgi paylaşımı ilişkisine yönelik bir araştırma,* Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tekirdağ.

Karadağ, E. (2010). Eğitim bilimleri doktora tezlerinde kullanılan araştırma modelleri: Nitelik düzeyleri ve analitik hata tipleri.

Karadal, H., Eser, F., & Saygın, M. (2014). Kaynak bağımlılığı üzerine yapılan çalışmaların içerik analizi yöntemiyle incelenmesi. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, *6*(2).

Karasar, N. (2000). Bilimsel Araştırma Yöntemi. (10. Basım). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım. Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi, 1(1), 49-71.

Köseoğlu, M. A., Gider Ö.& Ocak S.(2011). "*Bilgi Paylaşımı Tutumunu Etkileyen Faktörler Nelerdir? Bir Kamu Hastanesi Örneği*", Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt:6, Sayı:1, 215-243.

Lee, J. N. (2001). The Impact of Knowledge Sharing, Organizational Capability and Partnership Quality on IS Outsourcing Success. *Information & Management*. 38(5), 323-335.

Nelson, R. & Pack, H. (1999). The Asian Miracleand Modern Growth Theory, *The Economic Journal*,109,416- 436.

Özdemir, M. (2010). Nitel veri analizi: Sosyal bilimlerde yöntembilim sorunsalı üzerine bir çalışma. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 11(1).

Özdemir A. K., Sarıoğlu S. E. (2017). *Ticari ve Finansal Bilgi Üretimi ve Paylaşımı*, Literatür yayıncılık, İstanbul.

Özer, M.A. (2011). *21. Yüzyılda yönetim ve yöneticiler,* Ankara:Nobel akademik yayıncılık.

Szulanski, G. (1996). Exploring Internal Stickiness: Impediments To The Transfer Of Best Practice Within The Firm, *Strategic Management Journal*, c.17, Winter, ss.27-43.

Şahin Dil M. (2009). *Sanal örgütlerde bilgi paylaşımı ve insan kaynakları yönetimi etkileşimi üzerine bir araştırma,* Doktora Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.

Taş, Y. (2011). İş Tatmini ve Bilgi Paylaşımı Düzeyinin Duygusal Bağlılığa Etkisi: Kocaeli Üniversitesi Araştırma ve Uygulama Hastanesinde Bir Araştırma. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı: 21, 117-131.

Toylan, Vatansever, N. (2014). *Konaklama sektöründe faaliyet gösteren stratejik ittifaklarda örgütler arası unsurların bilgi paylaşımı aracılığıyla örgütsel yenilikçilik üzerindeki etkilerinin araştırılması üzerine bir araştırma,* Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Töre, E. (2017). *Entelektüel sermayenin yenilikçi iş davranışına etkisinin bilgi paylaşımı, öz-yeterlilik ve iç denetim odağı perspektifinden incelenmesi üzerine bir araştırma,* Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Turgut, E. (2013). *Sosyal sermaye ve bilgi paylaşımı davranışının yenilikçilik iklimine etkisi*, Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Türkalp, G. E. (2010). *Social media influence on knowledge sharing intentions: An empiricial study on electronics retail Chain in Turkey,* Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Ulusoy, B. (2015). Bilgi paylaşımı perspektifinde öz yeterliliğin çalışan yaratıcılığına etkisi,

Van den Hooff, B., De Ridder, J. A. (2004). Knowledge sharing in context: The influnce of organizational commitment, comminicate climateand CMC use on knowledge sharing, *Journal of Knowledge Management*, 8(6), 117-130.

Yin, R.K. (2003). Case study research: Design and methods. Sage publications.

Yüksel, A. H. (2007). *The attitudes of purchasing managers working at the leading manufucturing enterprices in Turkey towards supply Chain collobration: Aproposed model based on Inter- organizational trust, information sharing and commitment,* Doktora Tezi, Işık Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Zahra, S. A., Ireland, D. R., ve Hitt, M. A. (2000), "International Expansion by New Venture Finns: International Diversity, Mode of Market Entry, Technological Learning and Performance'", Academy of Management Journal, 43(5): 925-950.

Zehir, C., Büşra, M., Songül Z., (2012). "The Impact of Corporate Entrepreneurship Organizational Citizenship Behavior and Organizational Commitment: Evidence From Turkey SMEs", Procedia-Social and Behavioral Scineces 58, 924-933.

3rd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 28-30 June 2019, Lefkosa

Gönüllülük Faaliyetine Katılan Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Düzeyleri ve Girişimcilik Faktörleri Arasındaki İlişki

Asst. Prof. Dr. Y. Aytül DAĞLI EKMEKÇİ
Pamukkale University
aytulekmekci@gmail.com

Özlem IŞIK İNAN
Pamukkale University
ozlemisikinan@gmail.com

ÖZET

Ulusal düzeyde her yıl farklı ilde basketbol, futbol, voleybol, ayak tenisi, cimnastik, atletizm, hentbol, okçuluk, dağ bisikleti ve yüzme gibi branşlarda genç sporcuları bir araya getiren Koç Spor Fest organizasyonunun 2017 finalleri Pamukkale Üniversitesi'nde düzenlenmiştir. Bu spor organizasyonunda gönüllü olarak görev alan üniversite öğrencilerinin girişimcilik özelliklerinin faktörler bazında ölçülmesi, değerlendirilmesi ve bu faktörler arasındaki ilişkinin incelenmesi çalışmanın ana amacını oluşturmaktadır. Alan yazın incelemesi yapıldığında üniversite öğrencileri aldıkları eğitimler nedeni ile potansiyel girişimciler olarak görülmektedir. Gönüllülük herhangi bir parasal karşılık olmaksızın aidiyet duygusuyla, yararlı olma isteğiyle ve özgür iradeyle yapılmaktadır. Bu doğrultuda ulusal çaplı bir organizasyonda gönüllü olarak görev alan üniversite öğrencilerinin girişimcilik düzeyleri ve özellikleri belirlenmeye çalışılmıştır. Nicel desenli bu çalışmada veri toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Kullanılan anket formu Solmaz ve arkadaşlarının (2014) "Üniversite Öğrencilerinin Girişimci Kişilik Özelliklerinin Belirlenmesi: Turizm Lisans veÖn Lisans Öğrencileri Üzerine Bir Alan Araştırması" çalışmasından alınarak sporda gönüllü öğrenciler için uyarlanmıştır. Hazırlanan anket Koç Spor Fest 2017 etkinliğinde gönüllü olarak görev alan 375 Pamukkale Üniversitesi öğrencisine Google anket formatında mail ve mesaj yolu ile gönderilmiştir. Elde edilen 201 veri istatistik analiz programı ile betimsel analizlere, faktör ve korelasyon analizine tabi tutulmuştur. Araştırma bulgularına göre; Koç Spor Fest organizasyonunda gönüllü olan öğrencilerin girişimcilik ortalamalarının yüksek düzeyde olduğu görülmüştür. Gönüllü öğrencilerin girişimci özellikleri yenilikçilik, kararlılık, başarma arzusu (hırs), yaratıcılık ve kendine güven olarak beş faktörde toplanmıştır. Faktörler arasındap< 0,01 anlamlılık düzeyinde orta düzeyde ilişki bulunmuştur.

Anahtar kelimeler: Girişimcilik, Girişimci, Gönüllülük, Üniversite Öğrencileri

The Entrepreneurship Levels of University Students Participating in Volunteering Activity and the Relationship Between Entrepreneurship Factors

ABSTRACT

The 2017 finals of the Koç Sports Fest organization, which brings together young athletes in branches such as basketball, football, volleyball, foot tennis, gymnastics, athletics, handball, archery, mountain biking and swimming in different cities each yearat the national level, were held in Pamukkale University. The aim of this study is to measure and evaluate the entrepreneurship characteristics of the university students involved in this sport organization based on factors and to examine the relationship between these factors. When the literature is reviewed, university students are considered to be potential entrepreneurs because of the trainings they receive. Volunteerism is made with a sense of belonging without any monetary response, with the willingness to be useful and with free will. In this respect, entrepreneurship levels and characteristics of university students who volunteered at a national organization were tried to be determined. In this study with a quantitative pattern, survey method was used as data collection tool. The questionnaire was adapted from the study by Solmaz et al. (2014) Tourism Students' Entrepreneurial Personality Traits: An Emprical Research on Undergraduate Associate and Bachelor's Students.The questionnaire was sent to 375 Pamukkale University students who participated in Koç Sports Fest 2017 event via e-mail and message form. The data were analyzed by using statistical analysis program, descriptive analysis, factor and correlation analysis. According to research findings; the entrepreneurship averages

of students who volunteered in Koç Sports Fest organization were high. The entrepreneurial characteristics of volunteer students are gathered in five factors: innovation, determination, ambition, creativity and self-confidence. A significant relationship was found between the factors.

Keywords: Entrepreneurship, Entrepreneur, Volunteering, University Students

14. Giriş

Bilim ve teknolojide meydana gelen hızlı değişimler ve gelişmeler toplumların mevcut yapısını etkilemekte ve değiştirmektedir. Bilginin önem kazandığı günümüz toplum yapısında girişimciliğin ekonomik değeri ve önemi gün geçtikçe artmaktadır (Arslan, 2002: 1-2; Karadal, 2014: 23). Bu artışın ana sebebi, girişimciliğe konu olan işletmelerin ülkelerin gelişiminde en önemli güç kaynağı olması olarak belirtilmektedir (İrmiş ve Barutçu, 2012: 1; Taysı ve Canbazi 2014: 59).

Sanayi toplumunun kavramları olan sermayedar, patron, iş adamı gibi kavramlar ile bilgi toplumunun önemli ve yeni kavramı "girişimci" kıyaslandığında, girişimcinin birçok özelliğe sahip olduğu görülmektedir. Girişimci, kimsenin göremediğini gören, bilgiyi yönetebilen ve en önemlisi dünyadaki gelişimi başlatan kişi olarak ele alınmaktadır (Karadal, 2014: 23). Girişimcilik ise, daha çok kaynakları ekonomik olarak seferber etme, harekete geçirme faaliyeti olarak anlaşılmaktadır. Girişimcilik günümüzdeki anlamıyla, kişilerin bireysel çabaları ile elde edilen ekonomik fırsatların yeni değerlere dönüştürülerek ekonomik değere sahip mal ya da hizmetlerin üretiminin yapıldığı organize yapıların ortaya çıkarıldığı iş kurma sürecini ifade etmektedir (Akyurt, 2018: 44).

Bu araştırmanın amacıspor organizasyonlarında gönüllü olarak görev alan üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerini ve girişimci kişilik özelliklerini tespit etmektir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Girişimcilik

Başar (2013)'a göre girişimcilik, insanın düşünsel emeğinin ekonomik değere dönüşmesi olarak ifade edilmekte ve üretim faktörlerinden bir tanesi olduğundan söz edilmektedir. Kruegger ve ark. (2000) girişimcilik sürecinin merkezinde fırsatların yattığından söz etmektedir. Karşılaşılan fırsatların doğru zamanda ve doğru şekilde değerlendirilmesi ile girişimcilik çoğunlukla başarılı şekilde sonuçlanmaktadır.

McKenzie ve ark. (2007) girişimciyi, ekonomik fırsat arayan ve bu fırsatları kullanan bireyler ya da gruplar olarak tanımlamaktadır. Bu tanımla girişimcilik sürecinin ve bireylerin ekonomik eylemlerinin sosyal, politik ve ekonomik çerçeve içinde değerlendirilmesi gerekliliği vurgulanmaktadır.

Kişilerin fırsatları görebilmesi ve bu fırsatları değerlendirebilmesi (Emsen ve ark., 2003: 145), bunlardan yararlanabilmek adına kaynakları riske edebilmesi, fırsatlarıya da fikirleri yatırıma dönüştürebilmesi, bu süreci iyi yönetebilmesi ve sonuçta ortaya ekonomik bir değer çıkarılabilmesi başarılı girişimci vasfına sahip olmasını etkilemektedir. Bu özellikler, kişilerin girişimci olarak nitelendirilmesini sağlayan ve onu toplumun diğer bireylerinden ayıran en önemli değerlerdir.

2.2. Girişimcilik Eğitimi

Girişimci ve girişimcilik tanımlarından hemen hepsinde yenilik ve değişim, esneklik, dinamiklik, risk alma, yaratıcılık ve gelişim odaklı olma gibi özelliklerin etkili olduğu görülmektedir (Korkmaz 2000: 116). Her ne kadar girişimci özellikleri arasında iyimserlik, yaratıcılık, inisiyatif alma ve bağımsız hareket etme becerisi gibi doğuştan gelen özelliklerden bahsedilse de (Piansoongnern, 2007: 121), girişimciliğin, bu genetik kişilik özellikleri ile ortaya çıkmasının yanında aile, çevre, gelir, alınan eğitimler sonucunda öğrenmeyle de edinilen bir davranış değişikliği olduğu birçok araştırmacı tarafından belirtilmektedir (Arslan, 2002: 1-3; Akyurt, 2018: 45).Gelişmiş ülkelerin eğitim yapıları incelendiğinde, üniversiteler bünyesinde ve eğitim amaçlı merkezlerle akademik anlamda girişimcilik eğiliminin kazandırıldığı ve sürekliliğinin sağlandığı gözlenmektedir (Solmaz ve ark., 2014: 51; Akyurt, 2018: 48).

Bilge ve Bal (2012)'a göre; girişimciliğin risk alma, fırsatları yakalama, kararlı olma gibi alt boyutları açısından Türkiye'de üniversite öğrencilerinin girişimciliğe olan ilgileri ve eğilimleri düşük seviyede bulunmuştur. Bu ilgi ve eğilimi artırabilmek için ezbere eğitim programlarından vazgeçilerek teorik eğitimin yanında (Emsen ve ark., 2003: 149) pratik uygulamalara da yer verilmesinin öğrencilerin becerilerini fark ederek geliştirmelerine olanak sağlayacağı vurgulanmaktadır.Bilgi yükünü girişimcilik eğitimiyle alan bireylerin, bu bilginin nerede ve nasıl kullanılacağını görebilmeleri ve kendi yeteneklerini keşfedebilmeleri için çeşitli uygulama alanlarında yer almaları gerekmektedir. Bunu sağlamanın en doğal ve kolay yolu ise profesyonel hayatın bir yansıması olan gönüllü faaliyetlerde görev ve sorumluluk üstlenmektir.

2.3. Gönüllülük ve Faydaları

Türkçeye gönüllü olarak alınmış olan Latince "voluntes" kelimesinden türetilen kavram; iş ve ailelere ayrılan zamanın dışında kalan zamanlarda; başkalarına yardım etmekya da yeni işler öğrenmek üzere hiçbir ücret almadan farklı faaliyetlerde çalışmayı kendi istekleri ile kabul eden kişileri ifade etmektedir (Ferrand ve ark., 2006: 21).

Gönüllülük faaliyetleri, topluma yardımcı olmanın ve katkıda bulunmanın yanında, toplumu oluşturan bireylerin gönüllü olarakorganize olmasına, başarma ve değerlendirme becerilerini geliştirmesine katkıda bulunduğu için de önemlidir (Berber, 2015: 23-64). Ayrıca gönüllülük,

üniversitede okuyan öğrenciler için deneyimlerini arttırmak, profesyonel becerilerini ve yeterliliklerinigeliştirmek ve keşfetmek için de faydalı olacaktır. Ekmekçi ve Çelik (2015)'e göre gönüllüler kendilerine sağladıkları deneyimin yanında, organizasyonların başarısı için de önemli bir yere sahiptirler.Güzel vd. (2015) çalışmasında gönüllülüğün faydalarını;liderlik becerisi edinme,özgüveni geliştirme, iletişim becerisi kazanma, kendini ve yapabileceklerini tanıma, takım ruhu oluşturma, sorumluluk alma, bilgi ve beceri edinme, organizasyon becerisi edinme, gönüllü olunan alanda uzmanlık ve deneyim edinme, farklılık yaratma olarak sıralamaktadır.

Gönüllü çalışanlar organizasyonlardaya da etkinliklerde görev alarak eğitim gördükleri alanlarda ya da iş hayatı ile ilgili benzersiz deneyimler kazanmaktadırlar. Bunun yanında bazen gönüllü çalışma kişiyi hiç düşünmediği bir işe ya da girişime yönlendirebilir ya da farkında olmadığı bir ilgiyi keşfetmesini sağlayabilir (Marco ve ark., 2013: 5).

3. YÖNTEM

Bu çalışmada nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği kullanılmıştır.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Bu araştırmanın amacı, spor organizasyonlarında gönüllü olarak görev alan üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerinive girişimci kişilik özelliklerini tespit etmektir.

3.2. Ana Kütle ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Mayıs 2017 tarihinde Pamukkale Üniversitesi'nde yapılan KoçSporFest (Türkiye Üniversiteler Arası Spor Oyunları) final karşılaşmalarında görev almış olan 375 gönüllü Pamukkale Üniversitesi öğrencisi oluşturmaktadır. Tüm gönüllü katılımcılara mail ya da mesaj yoluylaGoogle form olarak anketler ulaştırılmıştır.Gönderilen anketlerden 201 adet geri dönüş alınmıştır. Bu durumda ana kütleye ulaşma oranı %53.6 olarak gerçekleşmiştir.

3.3. Araştırmanın Ölçekleri ve Hipotezleri

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket yönteminden yararlanılmıştır.Kullanılan anket 2 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde gönüllü öğrencilerin demografik özelliklerini tespit etmeye yönelik, ailesel faktörlere yönelik ve gönüllü olma sebeplerini öğrenmeye yönelikkategorik şekilde toplam13 soru sorulmuştur. İkinci bölümde ise Solmaz vd. (2014) çalışmasında kullandığı 22 soruluk Girişimcilik Ölçeği kullanılmıştır. Girişimcilik ölçeği sorularının yanıtları 5'li Likert Ölçeği (1: Hiç Katılmıyorum, 2: Katılıyorum, 3: Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4: Katılıyorum 5: Tamamen Katılıyorum) şeklinde alınmıştır.

Araştırmanın ana sorusu "Bu örneklem grubunda maddeler hangi faktörler altında dağılmaktadır ve bu faktörler arasındaki ilişki düzeyi nedir?" şeklindedir.

Araştırmanın hipotezi H_1:Spor organizasyonlarında gönüllü olarak çalışan üniversite öğrencilerinin girişimcilik düzeyleri yüksektir.

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

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

4.1. Demografik Bulgular

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

	Özellikler	**f**	**%**		**Özellikler**	**f**	**%**
Cinsiyet	Kadın	80	39.8	**Okurken Çalışma Durumu**	Evet	123	61.2
	Erkek	121	60.2		Hayır	78	38.8
	Toplam	**201**	**100**		**Toplam**	**201**	**100**
Yaş	17-19	15	7.5	**Sınıfı**	MEZUN	25	12.4
	20-22	111	55.2		1.Sınıf	32	15.9
	23-25	56	27.9		2.Sınıf	68	33.8
	26+	19	9.4		3.Sınıf	38	18.9
					4.sınıf	38	18.9
	Toplam	**201**	**100**		**Toplam**	**522**	**100**
Kardeş Sayısı	Tek	7	3.5	**Ailenin Kaçıncı Çocuğu**	1.Çocuk	49	24,4
	2 çocuk	58	28.9		2.Çocuk	56	27.9
	3 çocuk	45	22.4		3.Çocuk	22	10.9
	4 çocuk	20	10.0		4.Çocuk	9	4.5
	5 çocuk (+)	14	7.0		5.Çocuk (+)	8	4.0
	Eksik Bilgi	57	28.4		Eksik Bilgi	57	28.4
	Toplam	**201**	**100**		**Toplam**	**201**	**100**
Doğum Yeri	Marmara B.	19	9.5	**Katıldığı Gönüllü Organizasyon Sayısı**	1 organizasyon	42	20.9
	Ege B.	107	53		2 organizasyon	43	21.4
	Akdeniz B.	20	10		3 organizasyon	20	10
	Karadeniz B.	11	5,5		4 organizasyon	32	15.9
	İç Anadolu B.	18	9		5 organizasyon (+)	64	31.8
	D. Anadolu B.	9	4,5				
	G. Doğu Anadolu B.	17	8,5				
	Toplam	**201**	**100**		**Toplam**	**522**	**100**
Okuduğu Bölüm	Spor Yöneticiliği	95	47.3	**Kariyer Hedefi**	Kendi İşini	53	26.4
	Antrenörlük	14	7		Özel Sektör	37	18.4
	Rekreasyon	24	11.9		Kamu Sektörü	45	22.4
	Beden Eğt. Öğr.	15	7.4		Akademisyen	46	22.8
	Mühendislik F.	26	12.9		Üst Düzey Yönetici	14	7.0
	Diğer (İ.İ.B.F, Eğitim F., İletişim F., Sağlık Bil. F., Fen Edebiyat F., Yabancı Diller F.)	53	26.4		Diğer	6	3.0
	Toplam	**201**	**100**		**Toplam**	**201**	**100**
Ailesinde Kendi İşini	Evet	87	43.3	**Kendine Ait İş Fikri**	Evet	113	56.3
	Hayır	114	56.7		Hayır	49	24.3
	Toplam	**201**	**100**		**Toplam**	**201**	**100**

Toplam Aile Geliri	Eksik bilgi	8	4
	500-1500	30	15
	1501-2500	52	26
	2501-3500	38	19
	3501-4500	25	12.5
	4501-5500	27	13.3
	5501-6500	5	2.2
	6501-(+)	16	8
	Toplam	**201**	**100**

Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bilgiler Tablo 1'de verilmiştir.

4.2. Güvenirlik Analizi

Araştırmadan elde edilen 201 adet veri istatistikî yöntemlerle analiz edilmiştir. Öncelikle Araştırmada kullanılan ölçeğin güvenirlik katsayısını belirlemek için güvenirlik analizinden yararlanılmıştır.Bu açından yaygın bir yöntem olan Cronbach Alfa katsayısına bakılmıştır. Tablo 2'de güvenirlik analizleri sonuçları verilmiştir.

Tablo 2.Güvenirlik analizi sonuçları

Bölüm	**Cronbach's Alpha (α)**	**n**
Yenilikçilik (5 madde)	,743	**201**
Kararlılık (6 madde)	,740	
Hırs (Başarma İhtiyacı) (5 madde)	,782	
Yaratıcılık (3 madde)	,753	
Kendine Güven (3 madde)	,788	
Girişimcilik Ölçeği	**0.905**	

4.3. Katılımcı Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimi Düzeyleri ve Hipotez Testi Sonuçları

Katılımcıların ölçek sorularına vermiş oldukları yanıtlar doğrultusunda hesaplanan ortalama puanlar Tablo-3'te gösterilmiştir. Katılımcıların 115 (%57.2)'inin çok yüksek girişimcilik eğilimi olduğu bulunmuştur. Demografik bilgilerde kendine ait iş fikri olan kişi sayısı 113 olması bu ölçekteki girişimcilik eğilimi puanlamasını doğrular niteliktedir. Bunun yanında katılımcıların 80 (%39.8)'inin de yüksek sayılacak girişimcilik eğilimine sahip olduğu görülmektedir. Ölçeğin puan ortalaması hesaplandığında 92.68 ve madde ortalaması ise 4.21 ile çok yüksek girişimcilik düzeyinde olduğu görülmektedir. Bu sonuçlar doğrultusunda H_1 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 3. Katılımcıların Girişimcilik Eğilim Düzeyi

Girişimcilik Kriter Aralık	**Puan Aralığı**	**Değer**	**n**	**%**	**Ölçek Ortalama Puan**	**$\bar{x}$**	**Standart Sapma**
1.00 -1.79	22-39	Çok Düşük	3	%1.5	92,68	4,21	,777
1.80 - 2.59	40-56	Düşük	1	%0.5			
2.60 - 3.39	57- 74	Orta	2	%1			
3.40 - 4.19	75- 92	Yüksek	**80**	**%39.8**			

4.20 - 5.00	93- 110	Çok Yüksek	**115**	**%57.2**			
TOPLAM			**201**	**%100**			

4.4. Girişimcilik Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları

Bu çalışmada "Bartlett Küresellik Testi" (anlamlılık (sig.) değeri 0,000 ile uygun) ve faktör analizi için örneklem yeterliliğini ölçen "Kaiser-Meyer-Olkin Testi" (test değeri 0,895 – çok iyi) kullanılmıştır. Tablo-4'te test değerleri gösterilmiştir.

Tablo 4.KMO ve Barlett's Test Sonuçları

Kaiser-Mayer-OlkinTesti		,895
Barlett's Test of Sphericity Approx.Ch		2073.417
	df	231
	Sig.	,000

Değişkenlerin Ortak Varyansı (communality) bir değişkenin analizdeki diğer değişkenler ile paylaştığı varyans miktarını göstermektedir. Bu analiz sonuçları 0.40 altında olan düşük ortak varyansa sahip değişkenler analizden çıkarılacaktır (Kalaycı, 2017;329). Ancak bu çalışmanın değişkenlerinde düşük varyansa sahip herhangi bir değişken bulunmamaktadır.

Yapılan faktör analizi sonucunda spor organizasyonlarına gönüllü öğrencilerin girişimcilik özelliklerine yönelik 5 faktör bulunmuştur. Bu faktörler; Yenilikçilik, Kararlılık, Başarma İhtiyacı (Hırs), Yaratıcılık ve Kendine güven olarak belirlenmiştir. Buboyutlariçinde"Yenilikçilik" ve "Kararlılık" açıkladıkları varyans yüzdeleri ile gönüllü öğrencilerin girişimci kişilik özellikleri olarak ön plana çıkan faktör grupları olarak dikkati çekmektedir.

Tablo 5. Faktör Analizi Sonuçları

Faktör boyutları					
İfadeler	**Ortalama**	**Standart Sapma**	**Açıklama yükü**	**Açıklanan varyans(%)**	**Faktöre ait özdeğer**
1.Yenilikçilik					
14- Bir işyerinde patron olsam, yeni fikirleri ve projeleri olan çalışanlarımı dinlerim.	4.49	.715	.771	16.813	8.137
15- İnsanlar, farklı fikirleri dinleyerek kendilerine bir sentez yaratmalıdır.	4.46	.741	.751		
16- İnsan bütün fikirlere açık olmalıdır.	4.47	.787	.738		
17- Hayatta yeni deneyimler kazanmalıyım.	4.62	.675	.760		
18- Yeni fikirlerin doğması için katılımlı olmaya ihtiyaç vardır.	4.45	.699	.650		
TOPLAM	4.50	.593	.743		
2.Kararlılık					
10- Eğer bir şey yapmaya karar verdiysem ve buna imkânım varsa hiç durmam, hemen yaparım.	4.41	.814	.716	15.053	2.031
9- Bir şeyi yapacağıma söz verdiysem, mutlaka yaparım.	4.50	.788	.704		
8- Başladığım işi asla yarım bırakmam, sonuna kadar takip ederim.	4.38	.798	.689		
6- İnsanlara yardımcı olmayı severim.	4.47	.831	.689		
7- İnsanlarla kaynaşmaktan hoşlanırım.	4.30	.918	.670		

19- Farklı olmaktan çekinmem.	4.30	.826	.423		
TOPLAM	4.39	.618	.740		
3.Hırs - Başarma İhtiyacı					
2- Yarışırken her daim kazanmayı düşünürüm	4.08	.975	.841	12.479	1.487
4- Başkaları ile yarışmak, benim tarzımı yansıtmaktadır.	3.41	1.142	.738		
1- Yenilmekten hiç hoşlanmam, asla pes etmem.	3.89	1.045	.707		
3- Yapacağım işte herkesten iyi olmaya çalışırım.	4.10	.968	.655		
5- Başarma mutluluğunu içimde çok yoğun hissettiğimden, işimi canla başla yaparım.	4.41	.750	.465		
TOPLAM	3.98	.726	.782		
4.Yaratıcılık – İleri Görüşlülük					
12- Gelecekteki müşteri eğilimlerine yönelik yeni mal ve hizmetler tasarlayabilirim.	3.80	.979	.748	9,960	1.2380
13- Geleceğe ilişkin fırsatları yakalayabilecek yeteneğe sahibim.	4.03	.805	.742		
11- Mevcut sorunları çözebilecek orijinal fikir ve düşünceler üretebilirim.	4.15	.794	.623		
TOPLAM	3.99	.696	.753		
5.Kendine Güven					
21- Bir kişinin benim hayatımda yönlendirici bir rol oynamasını kabul edemem.	3.66	1.119	.765	8.956	1.025
22- Eğer çevremdeki insanlar, boş bir şey peşinde olduğumu söyleseler, onlara kulak asmam.	3.93	1.055	.730		
20- Eğer yaptığım bir işe gerçekten inanıyorsam, çevremdekilere kulak asmadan o işi yaparım.	4.25	.927	.479		
TOPLAM	3,95	,797	.788		

4.5. Faktörler Arası Korelasyon Analizi

Tablo 6. Faktörler Arası Korelasyon Analiz Tablosu

PearsonKorelasyon	Yenilikçilik	Kararlılık	Hırs- (Başarma İhtiyacı)	Yaratıcılık (İleri görüş)	Kendine Güven
Yenilikçilik	1	,688(**)	,427(**)	,526(**)	,380(**)
Kararlılık		1	,428(**)	,493(**)	,417(**)
Hırs- (Başarma İhtiyacı)			1	,400(**)	,376(**)
Yaratıcılık (İleri görüş)				1	,445(**)
Kendine Güven					1

** 0.01 anlamlılık düzeyinde (p< 0.01)

Tablo 6'da gösterildiği üzere girişimcilik ölçeği faktörleri arasında (p< 0.01) anlamlılık düzeyinde orta derecede, anlamlı ve pozitif bir ilişki bulunmuştur. En fazla ilişki (.688) ile kararlılık ve yenilikçilik faktörleri arasında olduğu tespit edilmiştir. En az ilişki işe (.376) ile kendine güven ile hırs faktörleri arasında olduğu tespit edilmiştir.

5.Sonuç ve Öneriler

Günümüzün en önemli sorunlarından biri olan işsizliğe kalıcı çözüm getirebilmek için birçok ülke girişimciliğe oldukça önem vererek girişimcilik eğitimleri ve programlarıyla girişimciliği teşvik etmektedir (Naktiyok ve Timuroğlu, 2009: 85; Demir ve ark. 2015: 206).

Gönüllü faaliyetlere katılmanın girişimciliği oluşturan yenilikçilik, kararlılık, başarma, yaratıcılık – ileri görüşlülük ve kendine güven konularında kişilere katkı sağladığı

görülmektedir.Bu özellikler; kişilerin liderlik, takım çalışması, organizasyon becerisi, sorumluluk alma, iletişim kurma ve risk yönetimi yetkinliklerini geliştirmelerini sağlayacak özelliklerdir. Araştırmada göre Koç Spor Fest etkinliğine katılan gönüllü üniversite öğrencilerinin girişimcilik ortalamalarının yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Maddeler 5 faktör altında toplanmış ve bu faktörlerden yenilikçilik ve kararlılık faktörlerinin bu örneklem grubunda girişimciliği en fazla açıklayan faktörler olduğu görülmüştür.Bu faktörlerden yenilikçilikle kararlılık ve yaratıcılık arasında pozitif yönlü ve orta düzeyde,diğerleri arasında zayıf düzeyde ilişki belirlenmiştir.Bu sonuçlar doğrultusunda eğitim kurumlarının girişimcilik teorilerini öğretmenin yanında, öğrencileri girişimcilik özelliklerini geliştirebilecekleri uygulamaları yapmaya yöneltmeleri önerilmektedir. Staj, uygulamalı dersler gibi bu seçeneklerin yanında öğrencilerin kolaylıkla katılabilecekleri gönüllülük faaliyetleri de yer almaktadır.

İleride yapılacak araştırmalar; faaliyetlere katılmış ve katılmamış öğrenciler,farklı alanlarda eğitim gören öğrenciler,gönüllülük faaliyetinin öncesi ve sonrasında, ulusal ve uluslararası organizasyonlarda yer alan kişileri konu alabilir.Ayrıca gönüllü olarak çalışanların girişimcilik özellikleri nitel araştırma yöntemleriyle araştırılabilir.

KAYNAKÇA

Akyurt, N. (2018). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Belirlenmesi: Sağlık Örneği. Medical Sciences (NWSAMS), 13 (2), 43-57.

Arslan, K. (2002). Üniversiteli Gençlerde Mesleki Tercihler ve Girişimcilik Eğilimleri. Doğuş Üniversitesi Dergisi, 6, 1-11.

Başar, M. (2013). Girişimcilik ve Girişimcilik Süreçleri. Y. Ürper içinde, Girişimcilik (s. 2-20). Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi web ofset.

Berber, S. (2015). Spor Etkinliklerinde Gönüllü Motivasyonu: 2011 Avrupa Gençlik Olimpiyatları Örneği. Anadolu Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı, Basılmamış Doktora Tezi . Eskişehir.

Bilge, H.& Bal, V. (2012). Girişimcilik Eğilimi: Celal Byara Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2 (16), 131-148.

Dağlı Ekmekçi, A. Y.& İrmiş, A. (2013). Girişimcilik ve Spor. International Conferance On Eurasian Economies 2013 (s. 635-640). St. Petersburg - Russia: Beykent University .

Demir, A. Z., Eliöz, M., Cebi, M.& Sezen, S. (2015). Girişimcilik ve Girişimci Üniversite: Spor Fakültesi Öğrencileri Üzerine Bir Çalışma. Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 34 (1), 198-212.

Ekmekçi, R.& Çelik, A. (2015). Organizasyon Başarısı: Liseler Dünya Hentbol Şampiyonası Örneği. İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 4 (3), 563-576.

Emsen, S. Ö., İrmiş, A.& Deliktaş, E. (2003). İktisadi Gelişmede Girişimciliğin Rolü - Karşılaştırmalı Bir Analiz: Erzurum - Denizli II. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 8 (1), 141-154.

Ferrand, A., Chappelet, J.-l., Rizzon, J.& Gambone, A. (2006). Guide book for the management of sport event volunteers. «How to manage human ressources?». Sentedalps Consortium.

Güzel, P., Ünlü, H., Özbey, S.& Esentaş, M. (2015). Volunteerism and international sport organisations: XVII. Mediterranean Games. Turkish Journal of Sport and Exercise, 17 (1), 84-91.

İrmiş, A.& Barutçu, E. (2012). Öğrencilerin kendilerini Girişimci Bir Kişiliğe Sahip Görmelerini ve İş Kurma Niyetlerini Etkileyen Faktörler: Bir alan araştırması. Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi,, 26 (2), 1-24.

Karadal, H. (2014). Girişimcilik Bilgsi ve Stratejik Girişimcilik. H. Karadal içinde, Girişimcilik (s. 23-51). İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.

Korkmaz, S. (2000). Girişimcilik ve Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. Hacettepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 18 (1), 163-179.

Marco, M., Rodhain, F. &Rodhain, A. (Feb 2013). Volunteerism as a tool for Entrepreneurship and Education through a socio-economical activity in the context of the International Township Project of Auroville. Tenth Biennal Conference on Entrepreneurship. İndia: hal archives-ouvertes.

McKenzie, B., Ugbah, S. D.& Smothers, N. (2007). " Who Is an Entrepreneur" Is It Still The Wrong Question. Academy of Entrepreneurship Journal, 13 (1), 23-43.

Naktiyok, A.& Timuroğlu, K. M. (2009). Öğrencilerin Motivasyonel Değerlerinin Girişimcilik Niyetleri Üzerine Etkisi ve Bir Uygulama. Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 23 (3), 85-103.

Piansoongnern, O. (2007). An Investigation of German Entrepreneurship Development:How Students Manage a Consulting Business Professionally. European Journal of Social Sciences, 5 (1), 121-135.

Solmaz, S. A., Aksoy, Ö., Şengül, S.& Sarıışık, M. (2014). Üniversite Öğrencilerinin Girisimci Kisilik Özelliklerinin Belirlenmesi: Turizm Lisans Ve Ön Lisans Öğrencileri Üzerine Bir Alan Arastırması. KMÜ Sosyal ve Ekonomik Arastırmalar Dergisi, 16 (26), 41-55.

Taysı, K.& Canbaz, S. (2014). Önlisans Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerini ve Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. Electronic Journal of Vocational Colleges (Mayıs), 59-67.

3rd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 28-30 June 2019, Lefkosa

KKTC'de Bireysel Refah Göstergelerindeki Değişimin Analizi

Lect. Ayşe ÇOBAN
Selcuk University, Department of Logistic, Konya, Turkey
acoban@selcuk.edu.tr

Prof. Dr. Orhan ÇOBAN
Selcuk University, Department of Economics, Konya, Turkey
ocoban@selcuk.edu.tr

ÖZET

Bu çalışmanın amacı Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyetinde bireysel refah göstergelerindeki değişimin analiz edilmesidir. 1977-2016 yılı verilerinin dikkate alındığı analizlerde, kişi başına elektrik tüketimi, kişi başına akaryakıt tüketimi, bin kişiye düşen otomobil sayısı, bin kişiye düşen telefon sayısı ve bin kişiye düşen cep telefonu sayısı verileri dikkate alınmıştır. Analiz sonuçlarına göre ele alınan dönemde kişi başına elektrik tüketimi 2.9 kat, kişi başına akaryakıt tüketimi 1 kat, bin kişiye düşen otomobil sayısı 3.2 kat, bin kişiye düşen telefon sayısı 4.8 kat ve son olarak bin kişiye düşen cep telefonu sayısı 488 kat atmıştır.

Anahtar Kelimeler: Bireysel Refah; Refah Göstergeleri; KKTC

Analysis of Change in Individual Welfare Indicators in TRNC

ABSTRACT

The aim of this study is to analyze the change in the individual welfare indicators in the Turkish Republic of Northern Cyprus. In the analyzes, which were taken into consideration in 1977-2016 data, per capita electricity consumption, per capita fuel consumption, number of automobiles per thousand people, number of phones per thousand persons and number of mobile phones per thousand people were taken into consideration. According to the results of the analysis, electricity consumption per capita in the period handled was 2.9 times, fuel consumption per capita was 1 times, the number of cars per thousand people was 3.2 times, the number of the phone number decreased to 4.8 times, and the number of mobile phones decreased to 488 times.

Keywords: Individual Welfare; Welfare Indicators; TRNC

GİRİŞ

İktisat politikalarının temel amacı bireylerin ve nihai tahlilde toplumun refah düzeyinin artırılmasıdır. Bireysel ve toplumsal refah artışları ekonomik büyüme ve kalkınma kavramları ile ele alınmaktadır. Geçmiş dönemlerde hayata geçirilen politikalarda genellikle bireylerin gelirlerinin artırılması amaçlanmaktaydı. Bu veriler uluslararası karşılaştırmalarda kişi başına düşen gelir kavramı ile ele alınmaktadır. Globalleşme eğilimlerinin hız kazandığı 1980'li yıllardan itibaren ise maddi olmayan göstergeler de refah düzeyinin analizinde dikkate alınmaya başlamıştır.

Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti (KKTC) Türkiye'nin yaklaşık 70 km güneyinde bulunan bağımsız bir ülkedir. KKTC bağımsızlığını 15 Kasım 1983 yılında kazanmıştır. İlk başlarda Türkiye'nin yanı sıra Pakistan ve Bangladeş tarafından tanınmış olmakla birlikte, uluslararası örgütlerden gelen baskılar nedeniyle Türkiye dışındaki ülkeler bağımsızlığı tanıma kararından vazgeçmişlerdir. Bu durum KKTC ekonomisinin olumsuz yönde etkilemekte ve KKTC

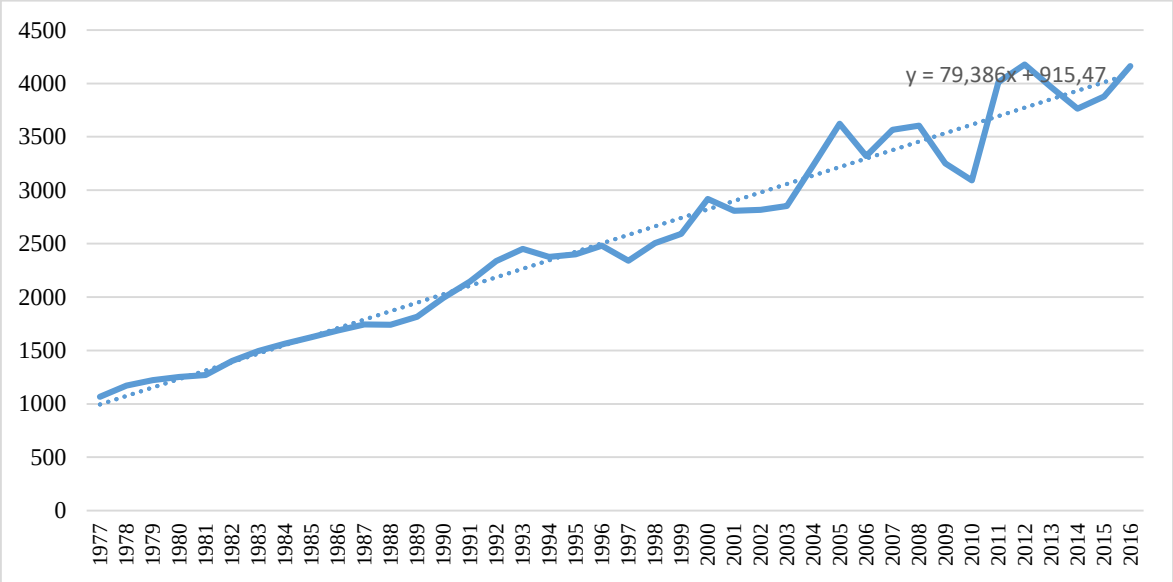
ekonomik faaliyetlerinin genellikle Türkiye üzerinden gerçekleştirebilmektedir. Bu bağlamda KKTC ekonomisi genel anlamıyla Türkiye'ye bağımlı olup, Türkiye Cumhuriyeti tarafından verilen kredilerle kamu harcamalarını finanse etmektedir. Yapılan yardım ve destekler sayesinde KKTC ekonomisine ilişkin göstergeler her geçen gün iyileşmektedir. Bu bağlamda 2012 yılında 3,9 milyar dolar olan milli gelirin 2018 yılı sonunda 4,2 milyar dolar düzeylerine yükselmesi beklenmektedir. Bu verilere göre 2012 yılında 15 bin dolar düzeylerinde olan Kişi Başına Düşen Milli Gelir rakamı 2016 yılında 14 bin dolar düzeylerine gerilemekle birlikte 2018 yılında yeniden 15 bin dolar düzeylerine yükseleceği tahmin edilmektedir.

Bireysel refahın ölçülmesi hususunda farklı göstergeler ve indeksler dikkate alınmaktadır. Bu bağlamda hasta başına düşen doktor sayısı, eğitim düzeyi, ölümlü trafik kazalarının oranı, doğumda yaşam beklentisi ve çocuk ölüm hızları gibi sosyal refah göstergelerinin yanı sıra yaşam indeksi ve globalleşme indeksi gibi indeksler bunların önde gelenleridir (Ayrıntılı bilgi için bkz: (Cockburn vd. 1998; Bellak, 1999; JCER, 2002; Shin, 2002; Randolph, 2002; Andersen and Herbertsson, 2003; Çoban ve Çoban, 2004; Çoban ve Özgener, 2007; Kandemir ve Kürkçü, 2016; Çatalca, 2019). Bu çalışmada kişi başına düşen milli gelir rakamlarından ziyade Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyetinde bireysel refah göstergelerindeki değişimin analiz edilmesi amaçlanmıştır. Analizlerde 1977-2016 yılı verileri dikkate alınmıştır. Analizler kapsamında kişi başına elektrik tüketimi, kişi başına akaryakıt tüketimi, bin kişiye düşen otomobil sayısı, bin kişiye düşen telefon sayısı ve bin kişiye düşen cep telefonu sayısı verileri dikkate alınmıştır.

2. Analiz Sonuçları

Şekil-1'de KKTC'de 1977-2016 döneminde kişi başına düşen elektrik tüketimi verileri özetlenmiştir.

Şekil- 2: Kişi Başına Elektrik Tüketimi (KWS)

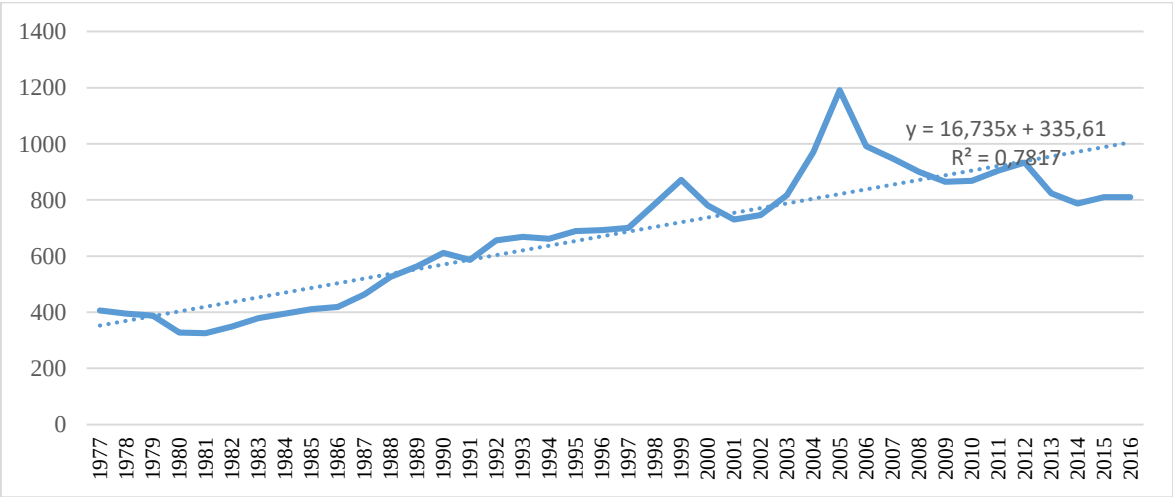


Kaynak: DPÖ, 2018.

Şekil-1'e göre 1977 yılında 1066 KWS düzeylerinde olan kişi başına elektrik tüketimi ele alınan dönemde genel anlamda sürekli olarak artmış, 2000 yılında 2918 KWS'ye ve son olarak 2016 yılında 4161 KWS'ye yükselmiştir. Buradan da anlaşılacağı üzere ele alınan dönemde kişi başına elektrik tüketimi yaklaşık 2,9 kat, yani %290 artmıştır.

Şekil-2'de KKTC'de kişi başına akaryakıt tüketimi verileri yer almaktadır.

Şekil- 3: Kişi Başına Akaryakıt Tüketimi (Lt)



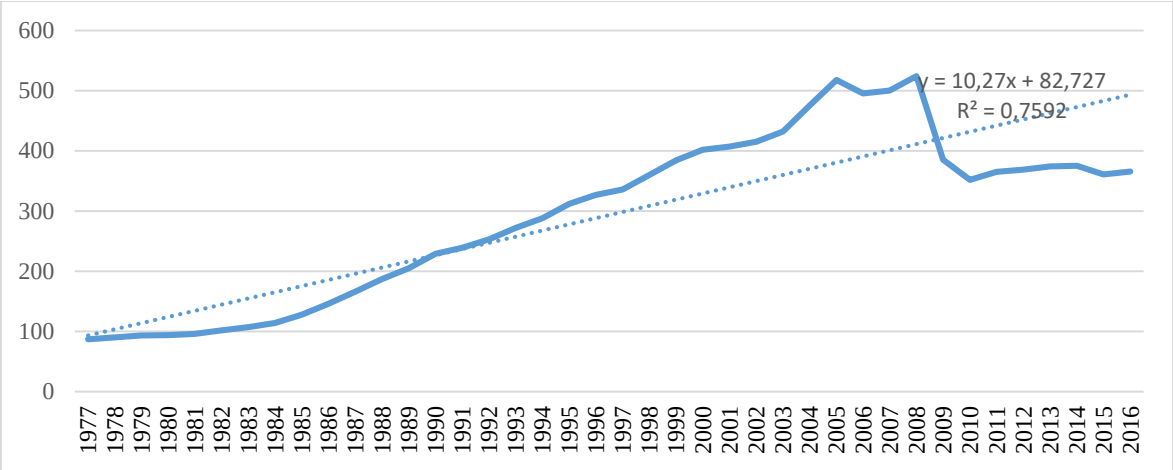
Kaynak: DPÖ, 2018.

Şekil-2'ye göre 1977 yılında 406 litre düzeylerinde olan kişi başına akaryakıt tüketimi, 2005 yılında 1191 litreye yükselmiş ve son olarak 2016 yılında 810 litre düzeylerinde

gerçekleşmiştir. Buna göre ele alınan dönemde kişi başına akaryakıt tüketimi yaklaşık %100 artmıştır.

Şekil-3'de KKTC'de yıllar itibariyle bin kişi başına düşen otomobil sayısı özetlenmiştir.

Şekil- 4: Bin Kişi Başına Düşen Otomobil Sayısı

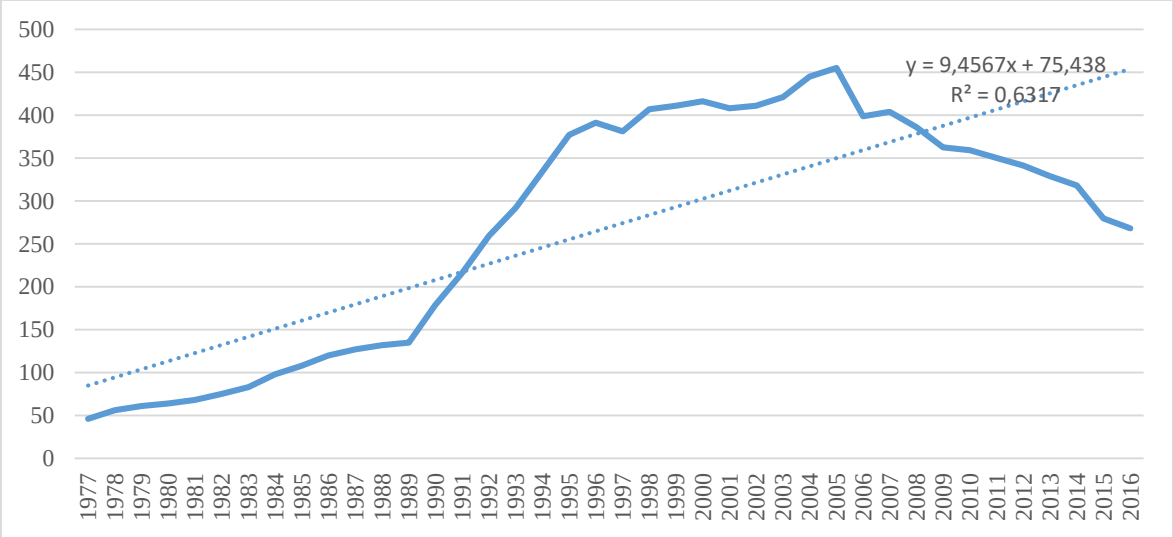


Kaynak: DPÖ, 2018.

Şekil-3'e göre bin kişi başına düşen otomobil sayısı 1977 yılında 87 iken, 2005 yılında 518'e, 2008 yılında ise 524'e yükselmiş, son olarak 2016 yılında 366'ya düşmüştür. Buna göre ele alınan dönemde bin kişi başına düşen otomobil sayısı % 320 artmıştır. Şeklin incelenmesinden de anlaşılacağı üzere bu gösterge 2008 yılında dünya genelinde yaşanan ekonomik krizden olumsuz yönde etkilenmiştir.

Bireysel refah göstergesi olarak dikkate aldığımız parametrelerden bir diğeri ise bin kişiye düşen sabit telefon sayısıdır (Şekil-4).

Şekil- 5: Bin Kişiye Düşen Sabit Telefon Sayısı

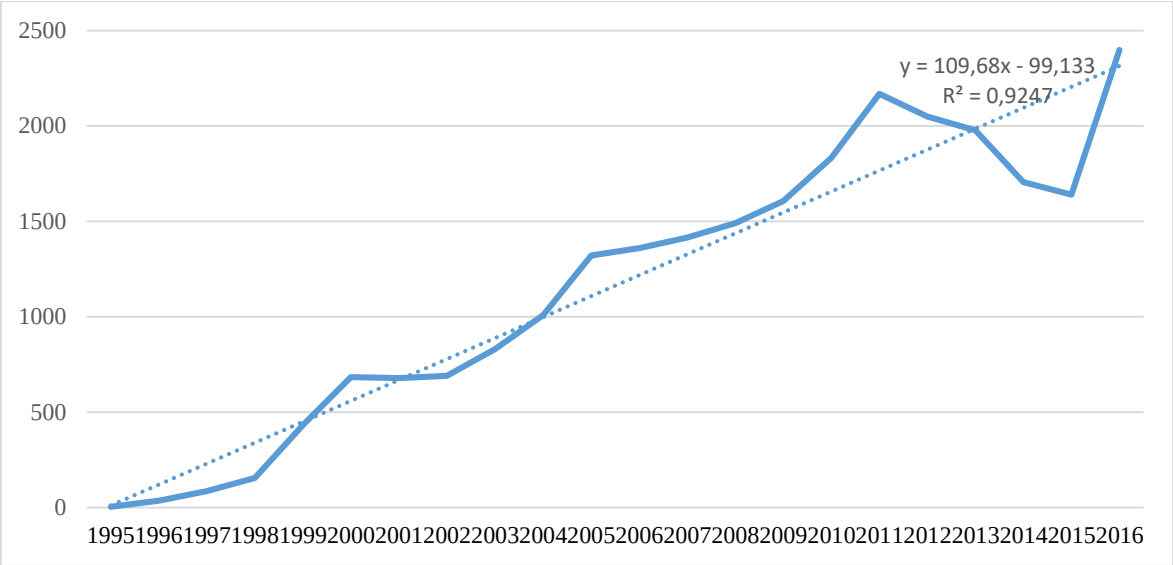


Kaynak: DPÖ, 2018.

Şekil-4'e göre 1977 yılında bin kişiye düşen sabit telefon sayısı 46 iken, 2005 yılında 455'e yükselmiş, sonraki yıllarda düşme trendine girmiş ve son olarak 2016 yılında 268 olmuştur. Bu verilere göre ele alınan dönemde bin kişiye düşen sabit telefon sayısı %480 artmıştır.

Bin kişiye düşen cep telefonu sayıları ise Şekil-5'de yer almaktadır.

Şekil- 6: Bin Kişiye Düşen Cep Telefonu Sayısı



Kaynak: DPÖ, 2018.

Şekil-5'e göre 1995 yılında sadece 5 olan cep telefonu sayısı zaman içerisinde sürekli olarak artmış; 2000 yılında 684'e ve 2168'e yükselmiştir. 2011-2015 döneminde düşüş trendine girmekle birlikte son olarak 2016 yılında 2398 olmuştur. Bu verilere göre ele alınan dönemde bin kişiye düşen cep telefonu sayısı 479 kat artmıştır.

3. Sonuç ve Değerlendirme

Ülkeler arası bireysel refah karşılaştırmalarda genellikle gini katsayısı ve kişi başına düşen milli gelir gibi verilerden ve hesaplamalardan yararlanılmaktadır. Bu tür göstergelerin yanı sıra günümüzde bireysel ortalama tüketim rakamları da bireysel refahın ölçümünde dikkate alınmaktadır. Bu bağlamda çalışmada Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyetinde bireysel refah göstergelerindeki değişimin analiz edilmesi amaçlanmıştır. 1977-2016 yılı verilerinin dikkate alındığı analizler kapsamında kişi başına elektrik tüketimi, kişi başına akaryakıt tüketimi, bin kişiye düşen otomobil sayısı, bin kişiye düşen telefon sayısı ve bin kişiye düşen cep telefonu sayısı verileri dikkate alınmıştır.

Analiz sonuçlarına göre ele alınan dönemde kişi başına elektrik tüketimi 2,9 kat artmıştır. 1977 yılında 406 litre düzeylerinde olan kişi başına akaryakıt tüketiminin 2016 yılında 810 litreye yükseldiği ve buna göre ele alınan dönemde kişi başına akaryakıt tüketiminin yaklaşık 1 kat arttığı belirlenmiştir. Bu bağlamda bin kişi başına düşen otomobil sayısı 1977 yılında 87 iken,

2016 yılında 366'ya çıkmıştır. Buna göre ele alınan dönemde bin kişi başına düşen otomobil sayısı 3,2 kat artmıştır. Diğer taraftan 1977 yılında bin kişiye düşen sabit telefon sayısı 46 iken, 2016 yılında 268'e yükselmiştir. Bu verilere göre bin kişiye düşen sabit telefon sayısı ele alınan dönemde 4,8 kat artmıştır. Son olarak bin kişiye düşen cep telefonu sayıları incelendiğinde, ele alınan dönemde sayının 479 kat arttığı tespit edilmiştir.

KAYNAKLAR

Andersen, T.M. ve Herbertsson, T. T. (2003). Measuring Globalization, IZA Discussion Papers, Institute for the Study of Labor, IZADPNo:817.

Bellak, C. (1999). Explaining Foreign Ownership by Comparative and Competitive Advantage: Empirical Evidence, International SMOPEC Project on Şmall Open Economies Papers, WP No: 62.

Cockburn, J., Siggel, E., Coulibaly, M. ve Vezina, S. (1998). Measuring Competitiveness and Its Sources: The Case of Mali's Manufacturing Sector, African Economic Policy Papers, DP No: 16.

Çatalca, H. (2019). Yeni Bir Refah Ölçüsü Olarak Sosyal Göstergeler, https://dergipark.org.tr/download/article-file/8600, Erişim Tarihi: 15.05.2019.

Çoban, O. ve Çoban, S. (2004). "Globalleşme İndeksiyle Türkiye'nin Rekabet Gücünün Ölçülmesi: AB Ülkeleriyle Bir Karşılaştırma, 1970-2001", Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 10, 163-174.

Çoban, O. ve Özgener, Ş. (2007). "Ekonomik Entegrasyonda Bir Performans Göstergesi Olarak Globalleşne İndeksi: Türkiye ve AB Ülkeleri Örneği", İU. İşletme Fakültesi İşletme Dergisi, Nisan, 36(1), 27-43.

DPÖ (KKTC Devlet Planlama Örgütü) (2018). Ekonomik ve Sosyal Göstergeler, http://www.devplan.org/Esos-Tr.html, Erişim Tarihi: 15.12.2018.

JCER (Research Department for Global Economy and Japan Center for Economic Research) (2002). "Measuring Globalization of Japanese Economy", www.jcer.or.jp/eng/pdf/global200201.pdf, Erişim Tarihi: 29.08.2003.

Kandemir, O. ve Kürkçü, M. (2016). "Bir Refah Göstergesi Olan "Yaşam Endeksi" Bağlamında Tr82 (Kastamonu, Çankırı, Sinop) Bölgesinin Analizi", Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 14, 22-35.

Randolph, J. (2002). G-Index, http://www.woridmarketsanalysis.coni/pdf/ gindexreport.pdf, Erişim Tarihi: 12.09.2003.

Shin, M. E. (2002). "Measuring Economic Globalization: Spatial Hierarchies and Market Topologies", Enviromnent and Planning A, 34, 417-428.

3rd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 28-30 June 2019, Lefkosa

Turizm Sektörünün Ekonomik Büyümeye Etkisi: KKTC Örneği

Prof. Dr. Orhan ÇOBAN
Selcuk University, Department of Economics, Konya, Turkey
ocoban@selcuk.edu.tr

Lect. Ayşe ÇOBAN
Selcuk University, Department of Logistic, Konya, Turkey
acoban@selcuk.edu.tr

ÖZET

Bu çalışmada bir ada ülkesi olmanın ortaya çıkardığı dezavantajın yanı sıra uluslararası düzeyde tanınma sorunlarını çözmeye çalışan KKTC'de turizm sektörünün milli gelire olan etkisinin analiz edilmesi amaçlanmıştır. Analizlerde ADF testinin yanı sıra regresyon analizinden ve Granger nedensellik testinden yararlanılmıştır. ADF testi sonuçlarına göre analizlerde dikkate alınan her iki değişkenin de birim kök içermediği, seviyesinde I(0) durağan oldukları tespit edilmiştir. Regresyon analiz sonucu elde edilen tahmin modelinin hem istatistiki hem de ekonometrik göstergeler açısından anlamlı olduğu belirlenmiştir. Bu kapsamda turizm sektöründe meydana gelen %1'lik bir artışın ekonomik büyümeyi % 0,45 oranında pozitif yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Son olarak yapılan Granger nedensellik testine göre değişkenler arasında bir nedensellik ilişkisi tespit edilememiştir.

Anahtar Kelimeler: Turizm Sektörü; Ekonomik Büyüme; KKTC

The Impact of Tourism Sector on Economic Growth: The Example of TRNC

ABSTRACT

In this study, it is aimed to analyze the effect of tourism sector on national income in the TRNC which tries to solve the problems of recognition at international level as well as the disadvantage of being an island country. In addition to ADF testing, regression analysis and Granger causality test were used in the analyzes. According to the results of the ADF test, it was found that both variables taken into account in the analyzes did not contain unit roots and were stable at level I (0). The estimation model obtained from regression analysis was found to be significant in terms of both statistical and econometric indicators. In this context, it was concluded that a 1% increase in the tourism sector positively affected the economic growth by 0.45%. According to the last Granger causality test, a causality relationship could not be determined between the variables.

Keywords: Tourism Sector; Economic Growth; TRNC

1. Giriş

Turizm, rekreasyon, boş zaman ve boş zaman değerlendirme ile entegre olan ve ülkelerin ekonomik, sosyal ve kültürel gelişimlerinin korunmasına yardımcı olan teknik, ekonomik, sosyal ve kültürel içeriği birleştiren önemli bir hizmet sektörüdür. Günümüzde turizmde çeşitlilik, sosyal, ekonomik ve kültürel koşulların değişmesine paralel olarak artan yaşam standardı nedeniyle ortaya çıkmaya başlamıştır. Önceleri 3S (Sea: Deniz, Sand: Kum, Sun: Güneş) rumuzuyla anılan turizmin günümüzde tanımlamaları değişmiş; spor turizmi, dağ turizmi, yayla turizmi, ekoturizm, sağlık turizmi, kongre turizmi, doğa turizmi ve kültür turizmi gibi turizm türleri literatürde ele alınmaya başlanmıştır.

Ülkelerin milli gelir verileri analiz edildiğinde, kişi başına gelir veya refah düzeyinin artmasıyla birlikte, üretim yoğunluğu tarımdan, sanayiye, sanayiden de hizmetler sektörüne doğru bir

değişim gözlenmektedir. Bu bağlamda hizmetler sektörünün en önemli boyunu turizm ve ticaret sektörleri oluşturmaktadır. Özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren, turizm, dünya ekonomisinde en hızlı gelişen ve genişleyen sektörlerden birisi haline gelmiştir. Bölgesel ve/veya ulusal kalkınma için bir araç olarak dikkate alınan turizm sektörü, gelir ve istihdam yaratılmasının yanı sıra vergi gelirlerinin artırılmasında ve ödemeler dengesi sorunlarının giderilmesinde de önemli roller üstlenmektedir. Dolayısıyla literatürde turizm sektörünün ekonomik büyümenin ve gelişmenin en önemli araçlarından birisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Diamond, 1977: 539; Britton, 1982: 332; Copeland, 1991: 515; Çoban ve Gerçeker; 2011; Çoban ve Özcan: 2013).

Bu çalışmada bir ada ülkesi olmanın ortaya çıkardığı dezavantajın yanı sıra uluslararası düzeyde tanınma sorunlarıyla boğuşan KKTC'de (Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti) turizmin milli gelire olan etkisinin analiz edilmesi amaçlanmıştır. Analizlerde kullanılan veriler KKTC Devlet Planlama Örgütü İzleme ve Koordinasyon Dairesinin veri tabanından (DPÖ, 2018) elde edilmiştir. Analizlerde ADF testinin yanı sıra regresyon analizinden ve Granger nedensellik testinden yararlanılmıştır.

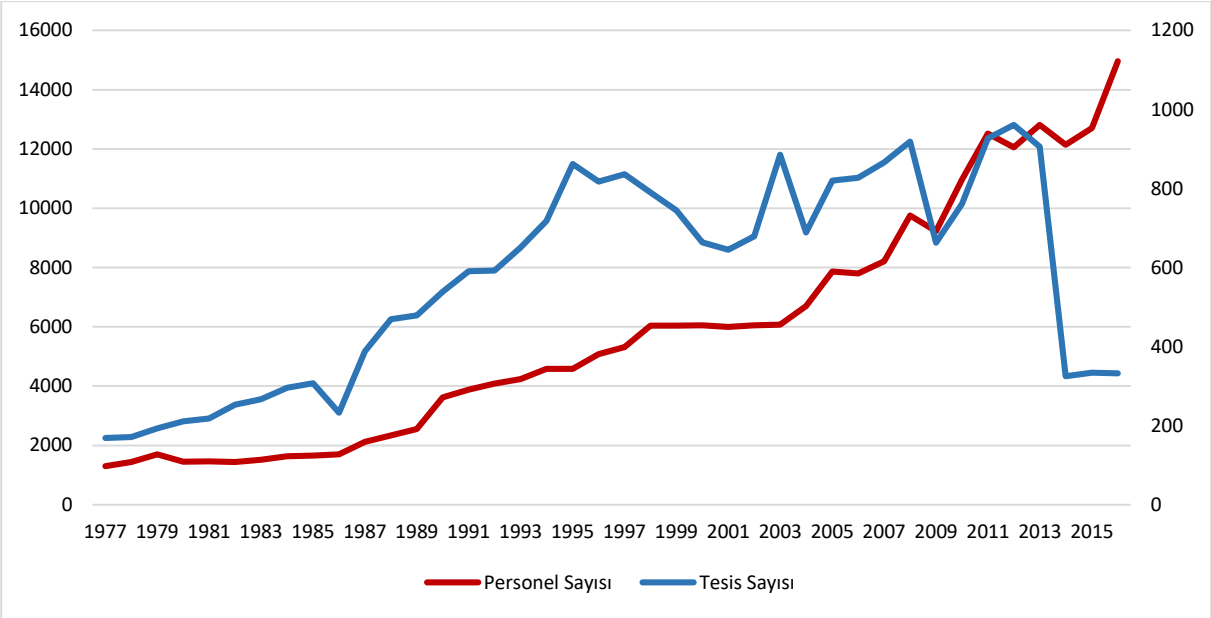
2. KKTC'de Turizm Sektörü

Bacasız sanayi olarak da adlandırılan turizm sektörüne ilişkin göstergeler her geçen gün değişmektedir. Bu kapsamda Dünya genelinde 1950'li yıllarda 25.3 milyon kişi olan turist sayısı, 2000'li yıllarda yaklaşık 700 milyona ulaşmıştır. Bu verilerden de anlaşılacağı üzere 50 yılda turist sayısı %2631 (yaklaşık 27 kat) artmıştır. Bu rakamların 2020 yılında sırasıyla 1.6 milyar kişiye çıkması ve 2 trilyon Dolar düzeylerinde turizm gelirleri elde edilmesi hedeflenmektedir (Cho, 2003: 323; Çoban ve Özcan, 2013: 244).

KKTC sahip olduğu doğal güzellikler sayesinde turizm açısından önemli bir potansiyele sahiptir. Bu potansiyelin etkin şekilde kullanılması halinde istihdam artışından gelir düzeyindeki artışa, iç-dış borç yükünün hafiflemesinden, ödemeler dengesine ve nihai tahlilde ülke insanının refah düzeyinin artırılmasında turizm sektörü önemli katkılar sağlayabilecektir.

KKTC turizm sektöründe tesis sayısı ve bu tesislerde çalışan personel sayılarına ilişkin veriler Şekil-1 yardımıyla özetlenmiştir.

Şekil- 7: KKTC'de Turistik Tesis ve Personel Sayısı, 1977-2016

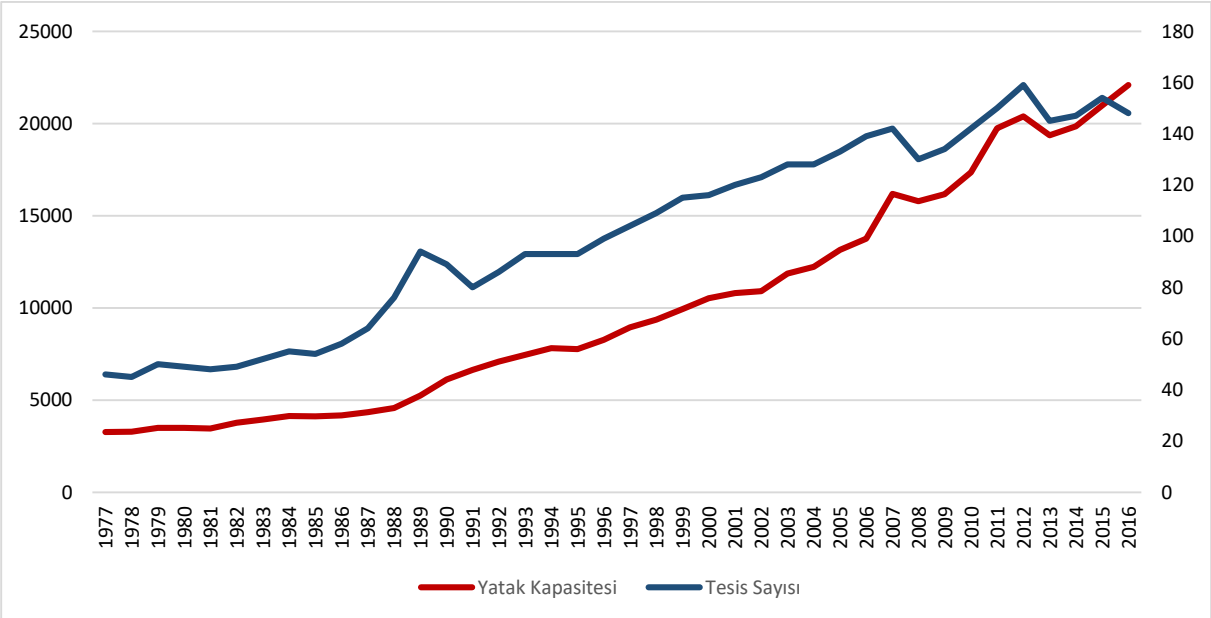


Kaynak: DPÖ, 2018.

Şekil-1'e göre 1977 yılında 169 tesiste 1302 personel istihdam edilirken, 2000 yılında tesis sayısı 664'e, personel sayısı ise 6049'a yükselmiştir. 2014 yılına gelindiğinde turistik yan tesislerin hesaplamalarına dahil edilmemesine bağlı olarak tesis sayısı 906'dan 325'e düşerken, personel sayısı 12144 olmuştur. Son olarak 2016 yılında tesis sayısı 332'e ve personel sayısı ise 14960'a yükselmiştir.

Diğer taraftan KKTC'de konaklama tesis sayıları ve bu tesislerin yatak kapasiteleri ise Şekil-2'de yer almaktadır.

Şekil- 8: KKTC'de Konaklama Tesisleri ve Yatak Kapasitesi, 1977-2016



Kaynak: DPÖ, 2018.

Şekil-2'ye göre ele alınan dönemde, hem tesis hem de yatak kapasitesi sürekli olarak artmıştır. Bu bağlamda 1977 yılında tesis sayısı 46, yatak kapasitesi 3265 iken, 2000 yılında tesis sayısı 116'ya, yatak kapasitesi 10520'ye ve son olarak 2016 yılında tesis sayısı 148'e yatak kapasitesi ise 22098'e yükselmiştir.

3. Veri Seti ve Yöntem

Bu çalışmanın amacı, zaman serileri analizi yardımıyla KKTC'de turizm (ticaret-turizm) sektörünün ekonomik büyüme üzerindeki etkisinin analiz edilmesidir. 1977-2016 döneminin dikkate alındığı analizlerde kullanılan veriler KKTC Devlet Planlama Örgütü İzleme ve Koordinasyon Dairesinin veri tabanından elde edilmiştir. EViews 9.0 ekonometrik paket programının kullanıldığı analizlerde, Dickey and Fuller (1981) tarafından literatüre katılan ADF testinin (Dickey and Fuller, 1981) yanı sıra regresyon analizine ve Granger (1969, 1988) tarafından geliştirilen nedensellik testine başvurulmuştur. Analizlerde kullanılan değişkenlere ait kısaltmalar ve tanımlar Tablo-1 yardımıyla açıklanmıştır.

Tablo- 1: Analizlerde Kullanılan Değişkenler ve Tanımı

GNP	GSMH Reel Büyüme Hızı
Tour	Turizm Sektörünün Reel Büyüme Hızı

Değişkenler arasındaki ilişkiler analiz edilmeden önce ilgili veriler ADF birim kök testi ile durağanlık testine tabi tutulmuştur.

Turizm sektörünün reel büyüme hızının GSMH reel büyüme hızına etkisini ortaya koyabilmek amacıyla başvurulan regresyon analizinde aşağıdaki tahmin modelinden yararlanılmıştır.

$$GNP = b_0 + b_1 Tour + u_t$$

Değişkenler arasında nedensel bir ilişkin olup-olmadığını belirlemek amacıyla Granger tarafından geliştirilmiş olan ve aşağıda matematiksel notasyonu verilen nedensellik testinden yararlanılmıştır.

$$x_t = \sum_{i=1}^{n} \alpha_i x_{t-i} + \sum_{i=1}^{n} \beta_i y_{t-i} + e_{1t}$$

$$y_t = \sum_{i=1}^{n} \alpha_i y_{t-i} + \sum_{i=1}^{n} \beta_i x_{t-i} + e_{2t}$$

Denklemde x_t ve y_t ilgili değişkenleri i gecikme değerini ve e_t normal dağılıma sahip bozucu terimi ifade eden değişkenlerdir. Granger anlamındaki nedenselliğin tanımlanmasında, x'in sıfır noktası sıfır hipotezi iken ($H_0: \alpha_1 = 0$ is set as "*X, Y nin Granger nedeni değildir*" olarak belirlenir. Bu, eşbütünleşme vektöründeki her ikisinin ve gecikmelerin etkilendiği anlamına gelir. Nedensellik testinde, sıfır hipotezi F testi kullanılarak test edilir ve birlikte ifade edilen iki faktörden birinin veya her ikisinin de etkisi olduğu durumlarda hipotez reddedilir.

4. Analiz Sonuçları

Araştırmanın amacına ulaşmak için kullanılan değişkenlere ait ADF birim kök testi, regresyon analizi ve Granger nedensellik testine ait sonuçlar ve sonuçlara ait yorumlar aşağıda verilmiştir. ADF birim kök test sonuçları Tablo-2 yardımıyla düzenlenmiştir.

Tablo- 2: ADF Birim Kök Test Sonuçları

Variable	Level (Intercept)	
	t-statistic	Prob.
GNP	-4.480959	0.0010
Tour	-5.895796	0.0000
Test critical values: 1% level= -3.615588, 5% level= -2.941145, 10% level= -2.609066		

Tablo-2'ye göre analizlerde dikkate alınan her iki değişkenin de birim kök içermediği, seviyesinde I(0) durağan olduğu tespit edilmiştir.

Turizm sektörünün ekonomik büyüme üzerindeki etkisinin ortaya koyabilmek amacıyla regresyon analizine başvurulmuş, analiz sonucu Tablo-3'de düzenlenmiştir.

Tablo- 3: Regresyon Analizi Sonucu

Dependent Variable: GNP

Method: Least Squares

Date: 01/09/19 Time: 15:50

Sample: 1978 2016

Included observations: 39

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2.149032	0.547190	3.927398	0.0004
TOUR	0.452847	0.052013	8.706412	0.0000

R-squared	0.671991	Mean dependent var	4.097436
Adjusted R-squared	0.663125	S.D. dependent var	5.372664
S.E. of regression	3.118343	Akaike info criterion	5.162401
Sum squared resid	359.7902	Schwarz criterion	5.247712
Log likelihood	-98.66681	Hannan-Quinn criter.	5.193010
F-statistic	75.80161	Durbin-Watson stat	1.417182
Prob(F-statistic)	0.000000		

Tablo-3'de yer alan parametreler dikkate alındığında tahmin modelinin istatistiki ve ekonometrik göstergeler açısından anlamlı olduğu görülmüştür. Analiz sonucuna göre turizm sektöründe meydana gelen %1'lik bir artış ekonomik büyümeyi % 0,45 oranında pozitif yönde etkilemektedir.

Son olarak değişkenlerin birbirini etkileme düzeyinin ortaya koymak amacıyla Granger nedensellik testine başvurulmuş, analiz sonuçları Tablo-4'de özetlenmiştir.

Tablo- 4: Granger Nedensellik Testi Sonuçları

Pairwise Granger Causality Tests

Date: 01/09/19 Time: 15:55

Sample: 1978 2016

Lags: 2

Null Hypothesis:	Obs	F-Statistic	Prob.
TOURISM does not Granger Cause GNP	37	0.21323	0.8091
GNP does not Granger Cause TOURISM		0.22293	0.8014

Tablo-4'de yer alan analiz sonuçlarına göre ele alınan değişkenler arasında Granger anlamında bir nedensellik ilişkisi tespit edilememiştir.

5. Sonuç ve Değerlendirme

Bu çalışmada KKTC örneği dikkate alınarak, turizm sektöründeki gelişmelerin ekonomik büyümeye etkisi ele alınmıştır. 1977-2016 dönemi verilerinin dikkate alındığı analizlerde ADF testi, regresyon analizi ve Granger nedensellik testlerinden yararlanılmıştır.

Ele alınan dönemde KKTC'de 1977 yılında 169 tesiste 1302 personel istihdam edilirken, 2016 yılında tesis sayısı 332'e ve personel sayısı ise 14960'a yükselmiştir. Yine ele alınan dönemde, hem tesis hem de yatak kapasitesi sürekli olarak artmış; 1977 yılında tesis sayısı 46, yatak kapasitesi 3265 iken, 2016 yılında tesis sayısı 148'e yatak kapasitesi ise 22098'e yükselmiştir.

ADF testi sonuçlarına göre analizlerde dikkate alınan her iki değişkenin de birim kök içermediği, seviyesinde I(0) durağan olduğu tespit edilmiştir. Regresyon analizi sonuçlarına göre tahmin modelinin istatistiki ve ekonometrik göstergeler açısından anlamlı olduğu; turizm sektöründe meydana gelen %1'lik bir artışın ekonomik büyümeyi % 0,45 oranında pozitif yönde etkilediği görülmüştür. Son olarak değişkenlerin birbirini etkileme düzeyinin ortaya koymak amacıyla Granger nedensellik testine başvurulmuş; değişkenler arasında Granger anlamında bir nedensellik ilişkisinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

KAYNAKLAR

Britton. S.G. (1982). International Tourism and Multinational Corporations in the Pacific. *In The Geography of Multinationals*, M. Taylor and N. Thrift, ed. London: Croom-Helm.

Cho, V. (2003). "A Comparison of Three Different Approaches to Tourist Arrival Forecasting", *Tourism Management*, 24, 323-330.

Copeland, B.R. (1991). "Tourism, Welfare and De-industrialization in a Small Open Economy", *Economica*, 58, 515-529.

Çoban, O. ve Gerçeker, M. (2011). "Küçük Ada Ekonomilerinde Ekonomik Büyümenin Makroekonomik Belirleyicileri: KKTC ve GKRY Örneği", *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, 48(559), 19-28.

Çoban, O. ve Özcan, C.C. (2013). "Türkiye'de Turizm Gelirleri-Ekonomik Büyüme İlişkisi: Nedensellik Analizi (1963-2010)", *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, (8)1, 243-261.

Diamond, J. (1977). "Tourism's Role in Economic Development: The Case Reexamined", *Economic Development and Cultural Change*, 25(3), 539-553.

Dickey, D. ve Fuller, W. A. (1981). "Likelihood Ratio Statistics For Autoregressive Time Series With A Unit Root", *Econometrica,* 49 (4), 1057-1072.

DPÖ (KKTC Devlet Planlama Örgütü) (2018). Ekonomik ve Sosyal Göstergeler, http://www.devplan.org/Esos-Tr.html, Erişim Tarihi: 15.12.2018.

Granger, C.W.J. (1969). "Investigating Causal Relations by Econometric Models and Cross-Spectral Methods", *Econometrica,* 37, 553-560.

Granger, C.W.J. (1988). "Some Recent Developments in a Concept of Causality", *Journal of Econometrics*, 39, 199-211.

3rd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 28-30 June 2019, Lefkosa

Çin Kültüründeki Tao Anlayışının Eski Çağlarda Türk Yönetim Sistemindeki Karşılığı Meselesi Üzerine Bir İnceleme

Inst. Ayten AKCAN
Hitit University, Sungurlu HS.
ayten.akcan7@gmail.com

ÖZET

Eski Çin devlet ve egemenlik anlayışı ile Türk anlayışı arasında büyük yakınlıklar vardır. Eski Çin kültüründe *"Tao"* denilen bir düzen vardır. Bütün varlıklar bu düzen içinde uyumlu bir şekilde hareket etmelidir. Toplum hayatı da bu düzene uygun olmalı; güneş, ay ve yıldızlar bu düzene uygun hareket etmelidir. Herkes yaşantısını bu düzene göre kurmalıdır. Bunun yanında Çin imparatoru ise, gök'ün bir sembolü ve insanlara örnek bir rol model olarak oturmalıdır. Farklı diller konuşan, farklı yaşam biçimlerine sahip olan ve değişik duygu ve düşünce içerisinde ki insanları bir devlet içinde birleştirmek gök'ün buyurduğu bir ödevdir. Devlet idaresi ortaya koyduğu ve şekillendirdiği yönetim şekli ile *kutup yıldızına* benzer, kendi yerinde durur, diğer yıldızlar ise onun çevresinde saygı ile dolu olarak dönerler ve onun karşısında eğilirler.
Bu motiflerin Eski Çağlarda Türk anlayışında da olduğu *Kutup Yıldızı'nın* devlet ve yönetimle ilgili bir kavram olduğu, Türk kültür ve inancında da önemli bir yere sahip olduğu göze çarpmaktadır. Türk evren anlayışı, *Demirkazık* (Kutup Yıldızı) ile yeryüzünün gökyüzüne bağlılığı inancını taşımaktaydı. Türklerde gök'ün kutluluğu fikri çok eski dönemlerde başlamış, bu durum aile ve devlet yönetim anlayışını da etkilemiştir. Eski Türklerde Hakana *"acuncu"* denmesi ve burada kullanılan acun kelimesinin cihan manasına gelmesi, Türk hakanlarının Tanrı tarafından bütün insanlığı idare için gönderilmiş hükümdar kisvesinde görüldüğünün açık bir örneğidir. Tek bir farkla, Eski Çin kültüründeki Tao anlayışı aynı zamanda Türklerde bugün bile varlığını koruyan Töre fikrini andırmaktadır. Çin anlayışında gök'ün kendisi yaratıcıdır ve imparatorda onun oğludur ve kutsaldır. Türk anlayışında ise göğü de yeri de yaratan bir tanrı vardır ve Türk hakanına *kut* yani devleti yönetme yetkisi verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Eski Türkler, Tao, Eski Çin Medeniyeti, Yönetim, Kut.

A Review on The Question of The Reciprocity of Tao Understanding in Chinese Culture in The Old Age Turkish Administration System

ABSTRACT

There is a great affinity between the old Chinese state and the Turkish understanding of sovereignty. In ancient Chinese culture, there is a so-called "Tao". All beings must act in harmony within this order. Community life must be in line with this order; the sun, moon and stars must act in accordance with this order. Everyone should establish their lives according to this order. In addition, the Chinese emperor must sit as a symbol of heaven and a role model for the people. It is a duty of the sky to unite people who speak different languages, have different lifestyles and have different emotions and thoughts in a state. The state administration is similar to the polar star with the form of administration it has created and shaped, and it stands in its own place, while the other stars revolve around it with respect and bend in front of it. It is noteworthy that the Polar Star, which these motifs were in Turkish understanding in ancient times, is a concept related to the state and administration and has an important place in Turkish culture and belief. The Turkish universe understanding, with Demirkazık (Pole Star), had the belief that the earth was connected to the sky. The idea of celestial celestialism in Turks began in ancient times, and this also affected the understanding of family and state administration. The fact that the old Turks called Hakana as uncu acuncu ve and that the word acun used in the word c acun c means cihan is a clear example of the fact that Turkish khans were seen as the ruler sent by God to rule all humanity. With one difference, the Tao conception in ancient Chinese culture is also reminiscent of the idea of Tore, which still exists today in the Turks. In Chinese

understanding, heaven itself is the creator and the emperor is his son and holy. In the Turkish understanding, there is a god who creates the heavens and the earth, and the Turkish khan is given the authority to govern the state.

Keywords: Old Turks, Tao, Ancient Chinese Civilization, Administration, Kut.

1. Giriş

Türk Tarihi'nin kökeni meselesi hakkında farklı birçok yorum karşımıza çıkmaktadır. Elbette bu farklılıklar araştırmacıların araştırma yaparken izledikleri metotların birbirinden farklı olması ile doğru orantılıdır. Kazı sonucu ele geçen buluntular, Türk dilinin yapısı - konusu, yakın coğrafyada yaşayan çağdaş diğer medeniyetlerin kültür ve yaşantılarının analizi, destan ve mitolojilerden alınan anlatımlarla oluşturulan teoriler, farklı tespitlerin ortaya çıkmasına sebep olan birkaç örnekten başlıcalarıdır (Ekrem, 1995: 12-13). Eski Türk kavimlerinin atlı göçebe bir kültüre sahip olmaları ve hareketli bir kültürün içerisinde bulunmaları yazı ile geç tanışmış olmalarına sebep olmuştur. Yazı ile geç tanışmış olmaları özellikle ilk dönem kendi tarihleri ile ilgili yeterli kaynağa sahip olamamalarına ve bu yüzden diğer yabancı kaynaklara başvurma zorunluluğunu ortaya çıkarmıştır (Togan, 1981: 15; Kafesoğlu, 1988: 34). Dönemin en önemli kaynaklarından olan Çin kaynakları da; siyasi tarihlerinin hareketliliği, birbirine girmiş kabileler ve kavimlere sahip oluşları ve ilk dönem yazılı kaynaklarının azlığı sebebiyle birtakım bilgi eksikliklerini beraberinde getirmiştir. Aynı zamanda bu dönemler üzerinde çalışanlarında farklı görüşler ortaya koymalarına yol açmıştır. Kapsamlı bir literatür çalışması neticesinde Çin kültür ve felsefe tarihindeki ***Tao Anlayışı ve*** Eski Türklerdeki ***Yönetin ve Egemenlik Anlayışı*** incelenerek birbirlerinden nasıl etkilendikleri ve farklı sahalardaki etkileşimleri incelenmeye çalışılmıştır.

Taoizm, kökleri milat öncesi bilinmeyen tarihlere kadar dayanan bir gelenektir. "Tao" kavramına MÖ 5000'lere ait belgelerde dahi rastlanmaktadır. Tao anlayışı Çin'de zemin bulmuş bütün gelenekler tarafından kullanılmıştır. Her felsefe okulunun bir Tao'su olmasına rağmen adını bu kavramdan alan Taoizm bu kavram üzerine kurulu resmi bir gelenek oluşturmuştur. Çok önemli filozofların önedrliğini yaptığı bu felsefi akım daha sonraları dini bir hüviyete bürünmüştür. Dinsel ve felsefi yönü olan ve aslında birbirlerinden beslenen Taoizm bütün açıklamayı doğa üzerinden yapmakta ve özellikle göğü (gükyüzünü) yüce yer olarak tanımlamaktadır. Her iki anlayışının hemfikir oldukları nokta, gökyüzünde bir gücün olduğu ve bu gücün bütün kuralları ve kanunları işlettiği devleti ve toplumu yönettiğidir. Ülkemizde Doğu ve Uzakdoğu, hem siyasi hayatları hemde ilmi, hem dini ve hem de felsefi açıdan istenilen düzeyde araştırmaların yapıldığı coğrafyalar ne yazik ki değildir. Bu coğrafya

ile yapılacak kapsamlı çalışmalar özellikle kendi tarihimize yapacağımız etkili çalışmaların da daha çeşitli ve belgelere dayalı konuşan bir tarih dili kullanmamızı sağlayacaktır. Özellikle Eski Çağ Dönemi yapılan araştırmaların konular itibariyle birbirini tamamlar nitelikte olması, aslında karanlıkta kalmış birçok konuya açıklık getirilebileceği umudunu da taşımaktadır. Tarihteki Türk uygarlığının geleneksel Çin kültürü üzerindeki etkisi ve aynı zamanda Eski Çin kültür ve felsefesinin Tür kültürüne kattığı, karşılıklı bu etkileşimin iki kültürü uygarlık gelişimde nerelere taşıdığı konusu da daha detaylı incelenmesi gereken meselelerdendir. Avrasya bozkırlarında özgürce yaşayan Türklerin Avrupa ve Amerika kıtalarının kültürüne, siyasetine, ekonomisine sağladığı katkı birçok batılı yazar tarafından kabul gören bir nazariyedir. Ama yıllarca komşu olduğu Çin medeniyeti ile karşılıklı kültür alış-verişi içerisinde oldukları da araştırmalar sonucu gözler önüne serilmiştir.

2. Amaç

Aslında bu çalışmanın asıl amacı, Eski Çin Medeniyeti'nde önemli bir gelenek olan Taoizm'i araştırmak ve Eski Türk Tarihi'ndeki yönetim anlayışı ile Taoizm'deki öğretilerin örtüşen hususlarını tespit etmektir. Ayrıca bu konu ile ilgili yerli ve yabancı çalışmaların azlığı da başka dikkat çekilmesi gereken bir husustur. Elbette felsefi yönü olan Taoizm'in zaman içerisinde nasıl dini öğretiler içeren ve kendi içinde gelişen bir sisteme döndüğünü ve beşeri bir gelenek olan Taoizm'in, kökeni felsefi kuramlarla dolu bir inanç sistemine nasıl eriştiği üzerinde de durulacaktır. Özellikle Gök-Tanrı dinine yıllarca inanmış Eski Türk topluluklarının bu felsefeden etkilenip etkilenmedikleri veya bu felsefeye katkılarının olma olasılığı üzerinde durulacaktır. Özellikle başka kültürlerle kaynaşma noktasında tarih boyunca sıkıntı çekmeyen Türkler, çok geniş bir yaşam alanında at koşturmuş olmalarına rağmen kendi öz kültürlerini korumayı iyi bilmişlerdir. Bu kadar derin bir felsefenin karşısında özellikle yönetim anlayışı meselesinde, bu anlayıştan esinlenmiş olsalar bile kendilerine ait özgün bir sistem ortaya çıkarmışlardır. Özellikle bu çerçeve içinde, konuyla ilgili kaynaklar taranarak ve okumalar yapılarak açıklık getirilmeye çalışılacaktır.

3. Yöntem

Yukarıda da belirttiğimiz gibi Türkiye'de Taoizm hakkında mevcut eserlerin sayısı bir elin parmaklarını geçmemektedir. Yerli yabancı kitap, ansiklopedi ve makaleleri geniş ölçüde taradık. Çalışmamızda, Taoizm öncesi dinsel ve geleneksel yapıyı ve Taoizm'in tarihi gelişimini incelerken kaynaklarda bulunan bilgileri birbiriyle karşılaştırılarak daha doğru sonuca ulaşmayı hedefledik. Ayrıca çalışmada Taoist Felsefe'nin ve Taoist Din'in temel eseri

kabul edilen Tao Te Ching'den bolca yararlandık. Ayrıca Türk Dünyası'ndaki uygarlık meselesi ve yönetim ile ilgili kaynakları geniş ölçüde almaya çalıştık. Türk kültürünün, Eski Çin Kültürü'nden etkilenmiş oldukları konular üzerinde bile nasıl özgün bir anlayış oluşturduklarını ve kültürlerini nasıl zenginleştirdikleri konusuna katkı sağlamaya çalıştık.

4. Çin Kültürü'nde Taoizm Felsefesi ve Evren Algısı

Eski Çin'de felsefi düşüncenin ve mantığın oluşumu ana hatlarıyla dikkate alındığında M.Ö. 5. yy. Eski Çin Uygarlık Tarihi bakımından tamamen iç karışıklıkların yaşanmaya başladığı, toplumun ahlaki, siyasi ve ekonomik yönden çökmenin yaşandığı bir dönem olarak karşımıza çıkmaktadır (Eberhard, 1987: 122). Yaklaşık 300 yıl kadar süren bu dönem, Eski Çin Tarihi'nde "Savaşan Krallıklar Dönemi" olarak adlandırılmıştır. Ne varki, Eski Çin Tarihi'nde karanlık bir dönem olarak nitelendirilebilecek bu süreç aynı zamanda Eski Çin Felsefe ve Mantık Tarihi bakımından bir milad özelliği taşımaktadır (Latourette, 1961: 55). Nitekim bu karanlık dönemin beraberinde getirdiği olumsuz koşullar, toplumu her yönden huzura ve refaha kavuşması için çeşitli fikirler üreten düşünürlerin ortaya çıkmasına vesile olmuştur (Latourette, 1969: 112).

Çin kökenli önemli felsefi sistemlerinden biri olan Taoizm, hiçbir öğretiye inanmamış bir Çinlinin bile hayatını etkilemeyi başarmış, günümüz Çin toplumunda bile etkilerini gördüğümüz bir akımdır. Taoizm hayatın anlamından, toplumun ahlak yapısının iyileştirme sürecinden, insanın özünün nasıl doğru anlamlandırılabileceğinden, ideal bir insanın nasıl olması gerektiğine kadar birçok konuyu açıklamaya çalışır (Yangzheng, 2001: 66). Taoizm ölümsüz ruhların varlığına inanır ve insanları manevi eğitimle ölümsüzleştirmeye çalışır. Kurucusu Lao-Zı olan bu öğreti; bereketli uzun ömür sürdürülebileceğine, ulusal barışın sağlanabileceğine, insanları evrensel uyuma adapte edip, geleneksel eski inaçların sezgisel güçlerini kullanarak, eski atalara adaklar sunarak mutluluğa ulaşıp belalardan sakınmayı hedefleyen bir anlayış geliştirmiştir (Laozi, 2016: 47). Taoizm'in Çin halkına değil aynı zamanda yabancılara da hitap etmesi de bu anlayışın evrensel bir nitelik taşıdığı anlamına gelmekte ve bu akımı daha etkili ve güçlü kılmakta idi. Taoizm eski zamanlarda gök olarak adlandırılmakta ve her şeyin hakimi olarak bilinmekteydi. Her şeyin ve her gücün gökten geldiğine duyulan inanç o kadar üst seviyede idi ki devletin gök tarafından yönetildiğine fakat bir adının, cisminin olamadığı da vurgulanmaktaydı (Özerdim, 1975: 109).

Taozim'de "Tao" ile beraber bir de "Te" kavramı vardır. Te, Tao'nun bütün gücünün ve kudretinin kendisidir. Te onun ayrılmaz vasfıdır. Ve inanışa göre bütün varlıkları ismi olmayan belirsiz Tao meydana getirir; Te ise, onları besler, büyütür ve manen yada diğer bir deyişle ruhen olana varlığını, ete kemiğe büründürür ona madde olarak şekil verir (Cooper, 1994: 58).

Bundan dolayı bütün varlıklar Tao'yu yükseltir, Te'ye değer verir (İzitsu, 2003: 224). Tao'nun bütün akışını yöneten onun doğallığından ve kendiliğindendir, o ise evreni yönetir ve kendini durmadan yükseltir (Smullyan, 2000: 188). Tao anlayışına göre, aynı zamanda yönetimde Doğa Kanunları geçerlidir ve bu anlayış Doğa Kanunları'nın değişmezlik ilkesi olarak kendinden bahsettirmektedir. Bu anlayış, var olanların değişimlerini yöneten kanunlar arasında en temel olan, bir şeyin en uç noktasına ulaştıktan sonra geri dönecek oluşudur. Bir şey, özelliklerini geliştirip en uç noktasına geldiğinde, o şey kaçınılmaz olarak tam tersine yani ilk haline dönecektir. Diğer bir ifade ile, kendini tamamlayan bir unsur yavaş yavaş karşıt özelliklere sahip unsurlar ile yer değiştirecektir (Tzu, 1996: 99). Tao anlayışına göre, bireyler ve toplumlar ve daha sonra devletlerin aydınlanması ancak bu Doğa Kanunları'nın yani onun ifadesiyle değişmezlerin bilinmesiyle mümkündür (Güç, 2007: 58).

Tao her kesin ve her şeyin rehberi olarak kabul edilir. Gökyüzü büyüktür, yeryüzü büyüktür, insan büyüktür ama her şeyin üzerinde ve üstünde bunların hepsini yöneten bir Tao vardır. Bütün bu büyüklerin arasında bir hiyerarşik bir sistem ve gizli bir uyum vardır. Tao'ya göre insan yeryüzüne tabidir ve onun kurallarına ve kanunlarına göre yaşar. Yeryüzü ise bu kanun ve kuralları gökyüzünden alır, gökyüzü bu üstün gücü ise gökyüzünde olan Tao'dan alır ve neticede aslında bütün bu uyum içindeki büyükler Tao'ya itaat ederler (Yu-Lan, 2009: 114).

Çin medeniyetinde çoğunlukla Taoizm bir din olarak kabul görmesede toplum üzerinde adeta din gibi bir etki oluşturmuştur. Taozim'i açıklayan sonradan yazılan eserler ve bu konu ile ilgili çalışmalar incelendiğinde, yasakların konulduğu, mükafatların verildiği ve gelecek dünya ile ilgili birçok bilgilerin verildiği görülmektedir. Hiçbir dine inanmayan bir Çinlinin bile hayatında bu meselelerin çok etkili olduğunu vurgulamaktadır (Needham, 2000: 101). Herhangi bir dini inancı olmayan bir Çinli bile Taoculuğun özünde felsefesinde bulunan ifadelerden bahsetmektedir. Bu ifadeler, ahiret inancına duyulan inancı ortaya koyması açısından çok önemlidir: " Bu dünyada iyi olanlar diğer dünyada da mükafatlandırılacak, bu dünyada olanlar ise ölümden sonra cezalandırılacaktır". Bu kavrayış inancı olmayan insanların aslında başka bir boyutta iyilik ve kötülük kavramına ne denli önem verdiklerini ve aslında Dünya'da bir uyum yasası mantığının varolduğuna inandıklarını göstermektedir (Dikel, 1972: 77). Aslında Taoizm'de, insanlar arası ilişkilerdeki temel prensib: "iyilere karşı iyilik yapmak, iyilik yapmayanlara karşı yine iyilik yapmak, böylece her şeyin iyi olmasını sağlamak" olarak özetlenebilir. Bu gibi ahlaki ilkelerin gerçekleşmesi için gösterişten uzak olunmalı, başkalarını düşünmeli, yumuşak huylu olmalıdır. Kişi ilahi güçlerle ilişkisini koparmamalı ve ilahi yolu zorunlu olarak takip etmelidir (Abudukelimu, 2011: 56).

Taoizm anlayışının en önemli tesir ettiği alanlardan biri de felsefe yaptırması ve yeni farklı düşünme ile teknikleri insanlara eşsiz bir deneyim sunmasıdır. Çünkü Taoizm, topluma ve toplumda bulunan her bir biriye kendi olma ve kendini kavrama şansı tanır. Aynı zamanda kendi dünya görüşünü bu prensiplerle beraber oluşturan kişi zihin yapısını yeniden oluşturur ve bulunduğu toplumu daha daha ileriye taşıyarak göğe yükseltir. Taoizm'in yönetim sistemi ve inanç sistemi dışında böyle bir felsefi akım oluşturmuş olması topluma aynı zamanda vizyon değişimi ve gelişimi açısından da fayda sağlayacaktır. Taocu düşüncede insan, doğanın bir parçasıdır ve doğaya karşı sessiz ve pasif olmalıdır. Yaratıcı prensip Tao insanın içine hiçbir engelle karşılaşmadan sızmalıdır. Kişi Tao'nun içine girmesine müsaade etmeli ve sadece Tao'yu izlemelidir (Brown, 1975:100). Taoistler, bütün varlıkların kaynağına dönmeyi amaçlamışlardır. Dinginligi benimsemişler ve dünyaya ait bilgileri terk etmişlerdir. Dünya arzusunu terk ettikçe bütün varlıkların üstünde güç elde edileceğini düşünmüşlerdir. Amaç dinginliğe yapışmaktır. İyilik suya benzer, çünkü su yumuşak tabiatına rağmen, önüne çıkan engeller ne denli yüksek olursa olsun onları bir türlü geçer ve bütün varlıklara fayda sağlar. Tao'yu uygulamak göğün yolunu takip etmektir (Parrinder, 1976: 69).

5. Türk Kültürü'nde Gök-Tanrı ve Evren Algısı

Türk toplumları sahip oldukları inanışa ve yaşadıkları coğrafyaya bağlı olarak bir evren anlayışı geliştirmişlerdir. Eski Türk düşüncesinde mevcut Dünya tasarımı hakkındaki yaygın görüşlerden biri, gök ve yeryüzünün (yer-sub, yer-su) her şeyi temsil ettiği, birbirine zıt, fakat birbirini tamamlayan iki evrensel nefesten oluşmuş bir sistemdir (Roux, 2011: 126). Türkler özellikle bırakmış oldukları yazıtlarda evren anlayışları-algıları ve insanın yaradılışı ile ilgili birçok açıklamalarda bulunmuşlardır. Evren algısı ve anlayışı bütün toplumlarda insanı temel alır ve insanın varoluşunun kendisinin dışında bir güce dayandırarak evreni, toplumları ve devletleri nasıl yönetecekleri konusunda onlara ışık tutması en geniş inanç sistemlerinden biridir (Fraser, 2006: 4). Aslında dünyanın neresinde olursa olsun bütün insan toplulukları yaratıcı yüce bir güce inanmışlardır. Bu yüce yaratıcı inancı genelde "Gök" ile birlikte anılmıştır. Bunun dışında diğer tanrılar da vardır. Ancak "Gök Tanrı" büyük tanrı anlamına geldiğinden en kutsal tanrı "Gök Tanrı"dır (Eliade, 2014: 48).

Türklerdeki evren anlayışının ilk adımı olarak Kutup Yıldızı'nın önemli bir simge olduğunu görmekteyiz. Hatta daha sonra bu yıldıza "göğün direği" ismini verecekler, bu yıldızın etrafında ayın, güneşin ve diğer yıldızların döndüğüne inanacaklardır (Kaya, 2007:113). Türkler bu kutup yıldızı için "demir kazık" ifadesini kullanmışlar ve onun sarsılmaz sağlamlığını ve yerinde kalışını vurgulamaya çalışmışlardır (Esin, 2001: 30). Gökyüzünün birbirinin üzerinde yer alan

katlar halinde dizildiğine inanan Türkler, Kutup Yıldızı'ndan sonra güneşin ve ayın sonra ise bizzat tanrının yer aldığı katın geldiği düşüncesini evren anlayışı olarak kabul etmişlerdir (Ermetin, 2009: 259; Çoruhlu, 2002: 26). Gökyüzünün bu denli güçlü görülmesi ve kudretin oradan geldiği kanunların ve yasaların orada oluşturulduğu düşüncesi Eski Çin medeniyeti ve onun güçlü geleneksel anlayışı Taozim ile onun evren anlayışı ile bu noktada örtüşmektedir. Fakat Türklerin evren anlayışlarının bir önemli unsuru ise gökyüzünün şekli olmuştur. Yıllarca göçebe bir hayat süren Türkler, gökyüzünü kendi çadırlarının büyütülmüş hali olarak düşünmüşler ve bütün insanlığın bu büyük çadırın altında yaşadığına inanmışlardır (Bayat, 2007: 45; Divitçioğlu, 1987: 110). Kutup Yıldızı'nın kubbe şeklindeki gökyüzünü havada tutan direk olarak düşünmüşlerdir (Ergun, 2004:187). Bu anlayış ne Eski Çin medeniyetinde ne Mezopotamya'da ne de yakın bir coğrafyada rastlanılan bir bilgi olarak karşımıza çıkmamıştır. Bu farklılık bile Türklerin Eski Çin felsefesi Taozim anlayışından esinlenmiş olmasına rağmen kendine ait bir evren ve bilinmezliği anlamlandırma çalışmasının olduğunu ve bu noktada özgün bir anlayış ortaya çıkardığını göstermektedir. Yerin ve gökün birlikteliği ve birlikte hareket ettiklerine, bir bütünün iki ayrı parçası olduklarına duyulan inanç yine Türkleri evren algısı konusunda diğer toplumlardan ayırmıştır (Çaycı, 2002: 24; Gömeç, 2006: 142).

Türklerin dini anlayışları oldukça karmaşık bir yapı arz etmektedir. Tek Tanrı inancı, insan zihnindeki son safhadır. Fakat bu görüşün tersi olarak, bütün dinlerin Tek Tanrı inancından doğduğu ve sonradan geçirdiği deformasyonlar neticesinde diğer kutsallıkların ortaya çıktığı da düşünülmektedir. Tek tanrılı inanç öğretilerinin doğmasıyla ilgili farklı fikirler mevcuttur (Örnek, 1962: 258). Bize göre geçerli ve tutarlı olan görüş, dinlerin ilk şeklinin, makamının gök olduğu tasavvur edilen Tek Tanrı'dan doğmasıdır. Tanrı'yı sıfatlandıran "gök" kelimesi ulu-yüce, kutsal, ölümsüz, öncesiz ve sonsuz gibi geniş bir anlam ifade etmektedir. Göğün ifade ettiği bu manalar, dönemin hükümdarları tarafından kullanılmıştır. M.Ö. 176 yılında Hun hükümdarı Mete'nin Çin imparatoruna yazdığı bir mektupta kendisini "Gök tarafından tahta çıkarılan büyük hükümdar" olarak nitelendirmiştir (Pan, 2004: 13). Yine, Oğuz Kağan Destanı'nda çocuklarının ahlaklı ve saygılı bir şekilde yetişmesi sonucu, Oğuz'un ellerini göğsüne koyarak, başını Tanrı'ya yani göğe kaldırması, Tanrı'nın mekânın gök olarak düşünüldüğünün kanıtıdır (Togan, 1972: 34). Uygurca fal kitabı olan Irk Bitig'de Tanrı'nın makamı gök olarak belirtilmiştir (Tekin, 2004: 28). Dede Korkut hikâyelerinde de Tanrı'nın makamı gök olarak gösterilmiştir (Gökyay, 1973: 78). Tanrı makamının gök olduğu inancı Türklerde kökleşmiştir (Bayat, 2007: 265).

Türklerdeki otorite anlayışının tabî bir neticesi olarak, Türk düşüncesinde "kut"u yani "siyasi otorite"yi Tanrı veriyordu. Demek ki egemenlik Gök'ten alınmaktaydı (Kösoğlu, 2017: 113).

Eski Türk hâkimiyet telakkisi hükümdarda Tanrı bağışı bazı vasıfların varlığını kabul eden bir anlayıştı. Buna göre Türk hükümdarına idare etme hakkı Tanrı tarafından bir ilahi lütuf olarak bağışlanmıştır. Buna göre Türk hükümdarına idare etme hakkı Tanrı tarafından bir ilahi lütuf olarak bağışlanmıştır. Bir başka söyleyişle hükümdar, Tanrı irade ettiği, kendisine "kut" (hâkimiyet kudreti), "ülüğ" (nasib ve kısmet) ve "yarlıg" (Tanrı'nın izni ve kader) verdiği için hükümdardır ve siyasi iktidar otorite hakkına sahiptir (Ögel, 2001: 448). Bu bakımdan Türk kağanı adeta göğün yeryüzündeki temsilcisi gibidir (Taneri, 2015: 224; Kafesoğlu, 1980: 98). Orta Asya mitolojilerinde, kağanlar, gökten inen bir ışıktan gebe kalan bir ananın çocukları olarak kabul edilmektedir. Buna göre, kağana yönetme hakkı Gök Tanrı tarafından bir lütuf olarak bağışlanmıştır. Bu bağlamda kağanın başarısı veya başarısızlığı, hatta iktidar ile ilgili yaşamın her aşaması tamamen Gök Tanrı'nın takdir yetkisine bağlı olduğuna inanılmaktadır. Kağanların gücünü Gök Tanrı'dan aldığı konusu, Orhun Yazıtları'nda Bilge Kağan'ın dilinden şöyle geçmektedir: "Tengri teg Tengri yaratmış Türk Bilge Kağan". (Ögel, 1932: 53). Bu sözün,"Ben Tanrı'ya benzer Gök tarafından çıkarılmış Bilge Kağan","Tanrı'ya benzer Gök'ten tayin edilmiş Türk Hakim (Bilge) Kağan", "Ben Tanrı'ya benzer, gökte doğmuş Türk Bilge Kağan tahtıma oturdum." (Ögel, 1932: 55-56) biçiminde çevirileri yapılmaktadır. Egemenliğin kaynağını çok güçlü olarak gösteren bu unvan, kağanlığın oluşunu tamamen Tanrı'nın takdirine bağlıyor ki konumuz bakımından bu önemlidir.

Verilmiş olan kutun belirli bir kişi ya da kişilere verilmeyip kutsal kabul edilen hanedana verildiğine inanılarak hanedana tanrısal yetki ile donanmış olduğu kabul edilmiştir (Arsal, 1947: 120-125; Kafesoğlu, 1980: 33; Kösoğlu, 2017: 21). Kağanlar, birey olarak toplum nazarında töreleri uygulamak için Gök Tanrı tarafından atanmış bir görevli olmaktan öteye geçememişlerdir. Tahta çıkan kağanların meşruluğu, töreye bağlılıkları derecesinde olmuştur (İnalcık, 1959: 75; Ergin, 1970: 4, 17, 31; Spuler, 1981: 659-663). Kutsallık hanedana ait olduğundan, herhangi bir kağan kişisel olarak otoritesini yitirse dahi bu durumun hanedanın diğer üyelerine etkisi olmaz ve egemenlik hakkı hanedanın başka bir üyesine geçerdi (Güler, 1996:105,106). Egemenliği meşrulaştırmak için ortaya konulan ve Türklerin cihan hâkimiyeti düşüncesine de kaynaklık eden gökten inen ışık inanışı Şamanizm kaynaklı bir inanıştı. Bu inanışa göre, kutsal kabul edilen ışığın çocukları bütün insanların kağanıydı. Buradan hareketle kağanlar, egemenliklerini Tanrı'dan aldıkları tezini yabancılara karşı da ileri sürmüşlerdir (Turan, 2004: 97). Türk hâkimiyet düşüncesine göre Tanrı sadece siyasi iktidarı veren değil, aynı zamanda vermiş olduğu bu iktidarı geri alabilen bir kudrete sahiptir. Tanrı'nın bu kuvveti, Türk hükümdarlarının üzerinde daima siyasi bir baskı aracı olmuştur. Bu nedenle Türk hükümdarları Tanrı'nın verdiği "kut"u ellerinde tutabilmek için devamlı çalışmak ve başarılı

olmak zorundadır. Hükümdarlığı hak ettikleri sürece başta kalır aksi takdirde kutlarını kaybederek iktidardan düşerler (Koca, 2002: 33). Bu bilgilere göre Türk kağanları yeryüzünde Tanrı'nın temsilcisi olarak görev yapmakta, bu onun seçildiği anlamına gelmektedir. Kendine yüklenen vazifeleri en iyi şekilde yerine getirmekle görevli olan kağanlar maddî ve manevî birçok özelliğe de sahip olmaları gerekmektedir. Bu açıdan, Türklerde kağanın kutsal olduğu ama insan üstü bir varlık olarak asla görülmediği belirtilmelidir. Sözgelimi, Çin' de görüldüğü gibi hükümdar Tanrının oğlu olarak kutsallaştırılmamıştır. O bir insandır ve sadece "kutlu" olduğu için kutsal kabul edilir (Güngör, 1994: 519). Kendisi ve halk onun normal bir insan olduğunun farkındadır (Kafesoğlu, 1980: 93). Nitekim Türk inanışına göre "kut"u veren Tanrı geri alabilir. "Kut" unu yitirdiği için görevden alınan hatta öldürülen kağanlar vardır (Özdemir, 1995: 66).

Eski Türk inancına göre Gök Tanrı, ezelî ve ebedî olan, hakanlara kut veren, insanların yaratıcısı olan ve onlara kaderler tayin eden gökte bulunan insanüstü bir varlıktı. Bu konuda Çin kaynakları önemli bilgiler içermektedir. Kanaatimizce en doğru sonuçları da burada bulmak mümkündür. M.Ö. 1050-247 yılları arasında Çin'de hâkim yönetici hanedan olan Chou hanedanı, kaynakların verdiği bilgilere göre Gök Tanrı dinini kabul etmiştir. Chou hanedanının Türk kökenli olduğuna dair pek çok araştırma mevcuttur. Din seçimi de Türklük ile ilgili olabilir. Chou'ların Türklüğü ayrı çalışmaların konusudur ve bu nedenle burada bu konuya değinmeyeceğiz. Bizim için değerli olan, Chou dönemine ait kaynakların Gök Tanrı dini ile ilgili verdikleri bilgilerdir.

Chou Hanedanı döneminde, Çin'de de görülen Gök Tanrı dininin Tanrısı, mutlak yaratıcısı olan Tanrı, Çince *T'ien* tabiri ile karşılanmaktadır. T'ien' in orijinal manasının ise büyük adam yani, kuvvet ve nüfuz sahibi bir kimse olduğu fikrini ileri süren araştırmacılar vardır. Sinolog H.G. Creel' e göre bu terim, hükümdarlar ve krallar için kullanılmıştır. Ve sonra, ölünce aynı kimselere verilen bir ad, büyük ruhlar ve buradan bulundukları yer yani, Gök anlamını içine almıştır. Böylece gök fikri önce büyük ruhların oturduğu yeri gösteren bir sembol şeklini almış, sonra *Büyük Ruh* yani, gök ve şahsi olmayan ve hükmeden tanrı fikrini doğurmuştur (Özerdim, 1963: 15). Grube, T'ien' in gök anlamında kullanıldığı gibi, Tanrı manasına da geldiğini ve bu kelimenin evrenin, devletin ve insanların mukadderatına hâkim bir yapıcının karşılığı olduğunu ileri sürer (Eberhard, 1987: 77). Yazılı kaynaklar, T'ien' in, yani Gök Tanrı'nın özellikleri hakkında net bilgiler vermektedir. Tanrı gökte bulunmaktadır ve insan gibi beşerî bir varlık değildir. Maddesel değildir. Her şeyi görür, bilir ve insanlara ona göre muamele eder. İnsanların kaderini tayin eder ve iyi insanları sever. Fakat kötülere de azap verir. Bu özelliklere bakınca

T'ien' in tek yaratıcı, mutlak hakim olduğu açıkça görülmektedir. Buradan rahatlıkla Gök Tanrı dininin tek tanrılı bir din olduğunu söyleyebiliriz.

6.Sonuç

Tarih bilimi binlerce yıldır var olmuş olsa da, yaşanan andan önceki dönemlerle ilgili kesin yargılara varmak hiç bir zaman mümkün olmamıştır. Hele de incelenen dönemle yaşanan dönem arasında binlerce yıllık fark varsa, net sonuçlara ulaşmak o derece zorlaşmaktadır. Ele geçen bilgiler dahilinde ortaya çıkan farklılıkları ve benzerlikleri masaya yatırmaya çalıştık. Türklerin uzun zaman komşuluk yaptığı Eski Çin medeniyetinde çok önemli öğretilerle bezeli Taoizm anlayışına ve felsefesine değinmeye çalıştık. Bu anlayışta gökyüzünün ne denli önemli olduğunu ve burada bulunan bir gücün (adına tanrı demiyorlardı) bütün toplumu ve insanlığı uyum içinde yönettiği düşüncesine açıklık getirmeye çalıştık. Özellikle kültür alışverişi içinde bulunan bu iki topluluğun birbirlerinden etkilendikleri ve Türklerinde devlet yönetme şekillerinde baştaki kağanın gücünü gökten alması durumunu bu etkilenmemin en önemli örneği olarak ortaya koymaya çalıştık. Elbette Türk milli kültürü içinde kutsal atfedilen göğü ve onun kutsallığından ve hakana-kağana verdiği yetkilerden, Türk evren anlayışından ve yönetim anlayışından bahsettik. Türk kağanında aranan başlıca nitelikler; bilgelik, iyilikseverlik ve cihangirliktir. Çok dikkat çekici olan husus; kağanların icraata geçmeden önce toy ya da hükümet üyeleriyle istişare etmeleridir. Bu durum, bir devlet geleneği olarak sistem içine yerleşmiştir. Bu da demektir ki; daha o çağlarda Türkler, idarecilerin şahsi hareket alanını oldukça sınırlayan, kendilerine has bir sistem, bir iktidar pratiği kurmayı başarmışlardır. Bu çerçevede Türk Kağanları, hiçbir zaman, yasa yapan ama yaptığı yasalara tabi olmayan, hatta bunu aklından bile geçirmeyen klasik monark tarzında olmamışlardır. Bunda, egemenliğin ilahi kökenli olmasına rağmen, teokratik devletlere has; hükümdara Tanrılık veya benzeri ilahi yakıştırmalarda bulunma ve Tanrının egemenlik verdiği şahsın asla hata yapmayacağı şeklinde inanç ve yaklaşımların Türk kültüründe yer bulmamasının da rolü vardır.

Bir dönem Çin Devleti'nin Türkler'deki Gök-Tanrı dinini benimsemiş olması, Türkler tarafından tanrının ve gücün ilk olarak gökte aranması hususunun birbirini etkilemeyle ve kültür alışverişiyle mümkün olabileceği üzerinde durmaya çalıştık. Aynı zamanda, Gök-Tanrı dinini kabul eden Türklerin Taoizm'den feyz almış olabilecekleri ve bu anlayış ile yönetim anlayışlarını ve egemenlik anlayışlarını biçimlendirerek topluma refah sağlamaya çalıştıklarını anlatmaya çalıştık.

Birbirinden çok farklı coğrafyalarda ve yaşam koşullarında yaşayan Çin ve Türk toplulukları bazı yönleri bağdaşan bazı yönleri ise birbirinden ayrılan evren anlayışları geliştirmişler ve bu

anlayış ile dünyayı anlamlandırmaya çalışmışlardır. Binlerce yıl boyunca sözlü kültür içerisinde yaşamış olan evren anlayışı ilk kez Mezopotamya'da yazıya geçirilmesine rağmen Türk topluluklarında ancak binyıllar sonrasındaki yazıtlarda evren anlayışına ilişkin ifadelere rastlanmaktadır. Ama bu komşu iki topluluğun insanlığa dair, yönetime dair, yaşama dair ve özellikle inanca dair birbirlerini etkiledikleri ve aslında varettikleri birçok anlayışın altında bilinmeyen bir öğrenmişliğin yattığı mevzusu araştırılmaya çok müsait olduğu kanısındayım.

KAYNAKÇA

Abudukelime, B. (2011). Çin Kaynaklarına Göre Taoizm. (Basılmış Doktora Tezi). Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Arsal, S. M. (1947). Türk Tarihi ve Hukuk. İÜHF, İstanbul.

Baldrıan, F. (1987). "Taoism", The Encyclopedia of Religion. Edt. Mircea Eliade, The Macmillan Co., New York, XIV, 288-306.

Bayat, F. (2007). Türk Mitolojik Sistemi. Ötüken Yayınları, İstanbul.

Brown, D. A. (1975). A Guide to Religions. Social For Promoting Chr, London.

Cooper, J.C. (1994). Erdemin Işığı (Taoculuk). Çeviri: İsmet Zeki Eyupoğlu. Say Yayıncılık, İstanbul.

Çaycı, A. (2002). Anadolu Selçuklu Sanatında Gezegen ve Burç Tasvirleri. T.C. Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara.

Çoruhlu, Y. (2002). Türk Mitolojisinin Anahatları. Kabalcı Yayınevi, İstanbul.

Dikel, B. (1972). Sırların Sırrı "Tao" Çin Tasavvufu. Mayataş Matbaacılık, İstanbul.

Divitçioğlu, S. (1987). Kök Türkler: (Kut, Küç, Ülüg). Ada Yayınları, İstanbul.

Eberhard, W. (1987). Çin Tarihi. Türk Tarih Kurumu Yayınları, Ankara.

Ekrem, E. (1995). Çin Kaynaklarına Göre Eski Türk Kavimleri (M.Ö. 2146-318). Basılmış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Tarih Bölümü, Ankara.

Eliade, M. (2014). Şamanizm. İmge Kitapevi Yayınları, İstanbul

Ergin, M. (1970). Orhun Abideleri, İstanbul.

Ergun, P. (2004). Türk Kültüründe Ağaç Kültü. Atatürk Kültür Merkezi Başkanlığı Yyaınları, Ankara.

Ermetin, G. Y. (2009). Mevlevilikte Şamanizm İzleri: Mevlevi Usul ve Adabında Eski Türk Dini'nin İzleri. Töre Yayınevi, İstanbul

Esin, E. (2001). Türk Kozmolojisine Giriş. Kabalcı Yayınevi, İstanbul.

Fraser, C. G. (2006). The Cosmos: A Historical Perspective. Greenwood Publishing.

Gökyay, O.S. (1973). Dedem Korkutun Kitabı, İstanbul.

Gömeç, (2006). Türk Kültürünün Ana Hatları. Akçağ Yayınları, Ankara.

Güç, A. (2007). Taoizm, Yaşayan Dünya Dinleri. Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, İstanbul.

Güngör, H. (1994). "Uygur Kağan Unvanlarında Kün ve Ay Tenri Kavramlarının Kullanışı". XI. Türk Tarih Kongresine Sunulan Bildiriler. C: 2, ss: 511-519, Türk Tarih Kurumu, Ankara

İnalcık, H. (1959). Osmanlılar'da Saltanat Veraseti Usulü ve Türk Hakimiyet Telakkisiyle İlgili. Cilt:14, S (1). Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, Ankara.

İzitsu, T. (2003). Tao-Culuk'daki Anahtar-Kavramlar. Çeviri: Ahmed Yüksel Özemre. Kaknüs Yayınları, İstanbul

Kafesoğlu, İ. (1988). Türk Milli Kültürü. İstanbul.

Kafesoğlu, İ. (1980). Eski Türk Dini. KB Yayınları, Ankara.

Kafesoğlu, İ. (1980). Kutadgu Bilig ve Kültür Tarihimizdeki Yeri. Kültür Bakanlığı, Ankara.

Kaya, M. (2007). Mitolojiden Efsaneye: Türk Mitolojisinin Türkiye'deki Efsanelerde İzleri. Bağlam Yayınları, İstanbul.

Koca, S. (2002). Eski Türklerde Devlet Geleneği ve Teşkilatı, *Türkler,* c: 2, Yeni Türkiye Yayınları.

Kösoğlu, N. (2017). Hukuka Bağlılık Açısından Eski Türkler'de, İslam'da ve Osmanlı'da Devlet. Ötüken Neşriyat, İstanbul.

Laozi, (2016). Tao Te Ching. Çeviri: Sonya Özbey, İş Bankası Kültür Yayınları.

Latourette, S. K. (1969). A Short History of the Far East. The Macmillan Company.

Latourette, S. K. (1961). The Chinese Their History and Culture. The Macmillan Company.

Needham, J. (2000). Doğulu İnsan ve Zaman ve Beşeri Hukuk ve Tabiat Kanunları. Çeviri: Nejdet Özberk. İz Yayıncılık, İstanbul.

Ögel, B. (2001). Dünden Bugüne Türk Kültürünün Gelişme Çağları. Türk Dünyası Araştırmaları Vakfı, İstanbul.

Ögel, B. (1932). Türkler'de Devlet Anlayışı (13.yy'a kadar). Mili Eğitim Bakanlığı Yayınları, Ankara.

Örnek, S.V. (1962). İptidailerde Dinsel Temel Kavramlara Genel Bir Bakış. DTCF Dergisi, XX (3-4), 255- 278.

Özdemir, M. N. (1995). Türk Devlet Felsefesi. Ötüken Yayınevi, ,İstanbul.

Özerdim, M. N. (1975). Filozof Meng Zi'nın Halk ve Halkın Yönetimi Üzerine Düşünceleri.

Özerdim, N. M. (1963). "Choular Ve Türklerden Gelen Gök Dini". Belleten C: XXVII, 105, ss:1-24, Türk Tarih Kurumu, Ankara.

Doğu Dilleri Dergisi, 2 (2), Ankara Üniversitesi Yayınları, Ankara, 79-119.

Pan, K. (2004). Han Shu, Han Hanedanlığı Tarihi. Hazırlayan: Ayşe Onat-Sema Orsoy-Konuralp Ercilasun, TTK Yayınları, Ankara.

Parrinder, E. G. (1976b). Mysticism in the World's Religions. Oxford University, New York.

Roux, J. P. (2011). Türklerin ve Moğolların Eski Dini. Çeviri: Prof.Dr. Aykut Kazancıgil. Kabalcı Yayınevi, İstanbul.

Smullyan, R. M. (2000). Tao Sessizdir. Çeviri: Cem Şen. Dharma Yayınları, İstanbul.

Spuler, B. (1981). Göktürklerin Dini ve Kültürü Üzerinde Bazı Mülahazalar. C:II, TTK. Yayınları, Ankara.

Taneri, A. (2015). Türk Devlet Geleneği Dün- Bugün. Bilge Kültür Sanat, İstanbul.

Tekin, T. (2004). Irk Bitig, Eski Uygurca Fal Kitabı. Öncü Kitap Yayınları, Ankara.

Togan, Z. V. (1981). Umumi Türk Tarihine Giriş. İstanbul.

Turan, O. (2004). Türk Cihan Hakimiyeti Mefküresi Tarihi. Ötüken Neşriyat, İstanbul.

Togan, Z.V. (1972). Oğuz Kağan Destanı, Reşideddin Oğuznâmesi Tercüme ve Tahlili. Kayı Yayınları, İstanbul.

Tzu, C. (1996). Taoculuk üzerine Meseller-Diyaloglar. Çeviri: Ömer Tulhan. Yol Yayınları, İstanbul.

Yangzheng, L. (2001). History of Chinese Taoism. The Foreign Language Pres.

Yu-Lan, F. (2009). Çin Felsefesi Tarihi. Çeviri: Prof. Dr. Fuat Aydın. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.

3rd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 28-30 June 2019, Lefkosa

Spor Yöneticisi Adaylarının Kariyer Uyumu ve Yenilikçilik Eğilimlerinin Girişimcilik Potansiyellerini Yordayıcı Etkisi

Assoc. Prof. Dr. Kadir YILDIZ
Manisa Celal Bayar University, SBF
kadiryildiz80@hotmail.com

Ayşe SEVİMLİ
Manisa Celal Bayar University, SBF
ayse-sevimli@hotmail.com

ÖZET

Günümüzde hızlı bir değişim süreci geçiren küresel iş ortamında, yenilikçilik ve değişim sporun temel odak noktalarından birisi haline gelmiştir. Spor endüstrisinde rekabet arttıkça spor örgütleri spor organizasyonlarından daha büyük kazanç sağlamak amacıyla yeniliklere uyum sağlamak durumunda kalacaktır. Bu süreç sadece örgütlerin değil aynı zamanda kurumlarında çalışanları ile güçlü bağ kurmalarında önem arz etmektedir. Bu araştırmada, spor yönetici adaylarının kariyer uyumu ve yenilikçilik eğilimlerinin girişimcilik potansiyellerini yordayıcı etkisinin incelenmesi amaçlanmıştır.

Araştırma betimsel ve ilişkisel tarama modelinde tasarlanmıştır. Çalışma grubunu, seçkisiz olmayan örneklem yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi ile ulaşılan yaş ortalaması 22,10±1,78 olan toplam 343 katılımcı (163'ü kadın, 180'i erkek) oluşturmaktadır. Veri toplama aracı olarak "Yenilikçilik Eğilimi Ölçeği" (Scott ve Bruce, 1994), "Girişimcilik Potansiyeli Ölçeği" (Hiscrih ve Peters, 2002) ve "Kariyer Uyum Yeteneği Ölçeği" (Kanten, 2012) kullanılmıştır. Verilerin normallik sınamasında basıklık ve çarpıklık değerleri dikkate alınmıştır. Verilerin analizinde Independent T test, Spearman korelasyon analizi ve çoklu doğrusal regresyon analizi kullanılmıştır.

İstatistiksel analizler neticesinde kariyer uyum yeteneği alt boyutlarından merak değişkeninin cinsiyet açısından kadın katılımcılar lehine farklılaştığı tespit edilmiştir($p<.05$). Kariyer planı olan ve olmayan gruplar açısından bakıldığında ise yenilikçilik eğilimi, girişimcilik yönelimi, kariyer uyum yeteneği ölçeği kontrol ve güven alt boyutlarında kariyer planı olan gruplar lehine anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Korelasyon analiz sonuçları yenilikçilik eğilimi ile girişimcilik yönelimi ($r=.640$, $p<.05$) arasında ve yenilikçilik eğilimi ile kariyer uyum yetenekleri ölçeği alt boyutlarından kaygı ($r=.500$, $p<.05$), kontrol ($r=.448$, $p<.05$), merak ($r=.415$, $p<.05$) ve güven ($r=.490$, $p<.05$) arasında pozitif yönde orta düzey bir ilişkinin varlığını göstermektedir. Ayrıca girişimcilik yönelimi ile kariyer uyum yetenekleri ölçeği alt boyutlarından kaygı ($r=.446$, $p<.05$), kontrol ($r=.510$, $p<.05$), merak ($r=.397$, $p<.05$) ve güven ($r=.463$, $p<.05$) arasında pozitif yönde orta düzey ilişki tespit edilmiştir. Çoklu doğrusal regresyon analizi sonuçları incelendiğinde yenilikçilik eğilimi, kaygı, kontrol, merak ve güven değişkenleri birlikte katılımcıların girişimcilik eğilimi puanı ile orta düzeyde ve anlamlı ilişki vermektedir.

Sonuç olarak, spor ortamında farklı biçimlerde karşımıza çıkan yenilikçilik kavramının girişimciliğin önemli bir parçası olduğunu söylemek yanlış olamayacaktır. Çünkü araştırma sonuçları spor yöneticisi adaylarının kariyer uyum düzeyleri ile girişimcilik ve yenilikçilik eğilimleri arasında önemli bir ilişkinin varlığını ortaya koymaktadır. Spor örgütleri performanslarını arttırmak için hem kurumsal hem de bireysel olarak yeni stratejiler geliştirmek durumundadır. Sürekli bir değişim süreci geçiren çevresel koşullar doğrultusunda, spor örgütlerinin değişken yapıları gereği örgütler yenilikçi ve girişimci yapısını geliştirmeye açık olmalıdır. 21.yüzyıl sadece örgütlerin değil aynı zamanda bireylerinde yenilik ve girişimcilik konusunda açık olmalarını gerektirmektedir. Dolayısıyla spor yöneticileri, hızlı bir dönüşüm süreci yaşayan spor endüstrisi içerisinde yeni kariyer olanakları aramalıdır. Bu arayış ise bireylerin girişimcilik kapasitesi ve yenilikçilik algılarının iyileştirilmesi ile gerçekleştirilebilecektir. Dolayısıyla spor yöneticisi adaylarının teknoloji çağının ortaya çıkardığı fırsatları değerlendirmeleri gerektiği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Spor Yöneticisi, Kariyer, Kariyer Uyumu, Girişimcilik, Yenilikçilik Eğilimi.

The Predictor Effect of Career Adaptation and Innovative Tendencies of Sports Manager Candidates on Their Entrepreneurship Potentials

ABSTRACT

In global work environment which is, today, under a rapid change process, innovativeness and change has become one of the fundamental focuses of sports. As the competitiveness increases in sports industry, sports organizations will have to adapt to the innovations in order to gain more benefits from sports events. This process requires a strong bond between the employees and the organizations but also between employees and institutions. In this study, it is aimed to investigate the predictor effect of career adaptation and innovative tendencies of sports manager candidates on their entrepreneurship potentials.

The study was designed in descriptive and correlational survey model. Study group consists of 343 participants obtained by convenience sampling method (163 female and 180 male) whose median age is 22,10±1,78. As data collection tool, "Innovative Work Behavior Scale" (Scott and Bruce, 1994), "Entrepreneurship Potential Scale" (Hisrich and Peters, 2002) and "Career Adaptabilities Scale" (Kanten, 2012) were used. In the normality test of data, skewness and kurtosis values were considered. In the analysis of data, Independent T test, Spearman Correlation analysis and multiple linear regression analysis were used.

In the light of statistical analysis, it was determined that curiosity subscale of career adaptability skill differed in favor of women in terms of gender variable ($p<.05$). When considered in terms of group with a career plan and group without a career plan, significant differences in favor of group with a career plan were found in innovation tendency, entrepreneurship orientation and "control" and "trust" subscales of career adaptability skill scale. The results of correlation analysis displayed a positive and medium level correlation both between innovation tendency and entrepreneurship orientation ($r=.640$, $p<.05$) and between innovation tendency and "anxiety" ($r=.500$, $p<.05$), "control" ($r=.448$, $p<.05$), "curiosity" ($r=.415$, $p<.05$) and trust ($r=.490$, $p<.05$) subscales of career adaptability scales. Additionally, a positive and medium level correlation between entrepreneurship orientation and "anxiety" ($r=.446$, $p<.05$), "control" ($r=.510$, $p<.05$), "curiosity" ($r=.397$, $p<.05$) and "trust" ($r=.463$, $p<.05$) subscales of career adaptability scale was found. When the results of multiple linear regression analysis were considered, innovation tendency and anxiety, control, curiosity and trust subscales display a medium level and significant correlation with entrepreneurship orientation scores of the participants.

As a result, it will not be wrong to express that the concept of innovation, which can be encountered in different shapes in sports environment, is an outstanding part of entrepreneurship because the results of this study puts forward the existence of a significant correlation between career adaptation levels, entrepreneurship and innovation tendencies of sports manager candidates. Sports organizations should develop new strategies both within the institution and individually so as to increase their performances. In line with the ever-changing environmental conditions, by the changing nature of sports organizations, they need to be open to the development of their innovational and entrepreneurial structure. The 21st century requires not only organizations but also individuals who are open to innovations and entrepreneurship. Consequently, sports managers should search for new career opportunities in the sports industry which experiences a rapid change process. On the other hand, this search can only be achieved through the betterment of individuals' entrepreneurship capacity and innovational perceptions. As a result, it is thought that the sports manager candidates should make the opportunities stemming from technology age count.

Keywords: Sports Manager, Career, Career Adaptation, Entrepreneurship, Innovative Tendency.

1. GİRİŞ

Günümüzde hızlı bir değişim süreci geçiren küresel iş ortamında, yenilikçilik ve değişim sporun temel odak noktalarından birisi haline gelmiştir. Artık bireyler çalışma hayatlarına ilişkin hedeflerini ve kariyer planlarını gerçekleştirebilmek için daha erken dönemlerde bir takım uğraşlar içerisinde girmektedirler (Öner, Onay ve Deveci Karakoç, 2016). Bu uğraşlar neticesinde bireyler kendilerinde eksik gördükleri yönlerini geliştirmeye odaklı olarak çaba harcarlar. Başlı başına bir sektör haline gelen spor endüstrisi gerek yönetsel gerekse sportif etkinlikler bağlamında bir rekabet ortamı haline dönüşmüştür. Bu güçlü rekabet ortamında

güçlü kalmak isteyen kulüpler, işletmeler, sporcular ve yöneticiler günü koşullarına uyum sağlamak zorundadırlar. Çünkü spor örgütleri bu rekabet ortamında spor organizasyonlarından daha büyük kazanç sağlamak amacıyla yeniliklere uyum sağlamak durumundadırlar. Ratten'e (2011) göre değişim sporun kilit unsurlarından birisi olduğu için spor, girişimsel bir süreç olarak ifade edilmektedir. Dolayısıyla girişimcilik spor yönetiminin ayrılmaz bir parçası olarak görülmektedir**.** Bu süreçte en önemli unsurlardan birisi spor yönetim sürecini ve rekabet koşullarını yürütebilecek yaratıcı, yenilikçi ve girişimcilik kapasitesine sahip bireylerin olmasıdır. Spor örgütleri sporcu, antrenör, kulüpler, şirketler ve ülkeler gibi birçok farklı bakış açısını içerisinde barındırmaktadır. Bu nedenle bu kadar farklı yapıya sahip unsurların birbirlerini anlayabilmeleri için spor örgütlerinde nitelikli, yenilikçi ve girişimci bir yönelimin olması gerektiği düşünülmektedir. Bu araştırmada, spor yönetici adaylarının kariyer uyumu ve yenilikçilik eğilimlerinin girişimcilik potansiyellerini yordayıcı etkisinin incelenmesi amaçlanmıştır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Kariyer Uyum Yetenekleri

Kariyer, bireyin yaşamı boyunca edindiği eğitim, etkileşimler, beceriler ve tecrübe birikimi olarak ifade edilmektedir (Super ve Hall, 1978). Günümüz bilgi çağında örgütsel yapılardaki gelişmeler ve değişimler ve bilgi toplumunun ortaya çıkması, bireylerin iş ve eğitime ilişkin beklentileri ile birlikte kariyer kavramının anlamını toplu olarak değiştirmiştir (Yıldız ve Dirik, 2016). Kariyer yönetiminin bireysel boyutunu oluşturan çaba ve faaliyetler, kariyer geliştirme sürecinin önemli aşamalarındandır. Bireyin kariyerini yönetebilmesi en başta araştırma, planlama, karar verme, iş arama, iş rollerine katılma, iş değiştirme, eğitim vb. kariyer geliştirme faaliyetlerini etkili bir biçimde sürdürmesine bağlı olmaktadır (Kanten, 2012). İnsanların sosyal hayata uyum sağlamaları, onların tüm temel ve çevresel rollerini etkileyen bir süreçtir. Bu sebeple bireyler yaşamlarını tasarlarken; çalıştıkları ve ilişkiler geliştirdikleri ortamlara ve beklentilere uyum sağlamak zorundadırlar (Savickas vd., 2009). Bu uyum süreci bireyin kariyer geleceği ile ilişkilendirilebilir.

Disiplinler arası etkileşim sürecinin de önemli unsurlarından olan kariyer kavramı; sözlük anlamı olarak kısaca *"bir meslekte zaman ve çalışmayla elde edilen aşama, başarı ve uzmanlık"* olarak ifade edilmektedir (TDK, 2019). Günümüz teknolojik gelişmeleri ve değişim hareketleri bireylerin gelecek tasarımları noktasında da farklılaşmaya sebep olabilmektedir. Dolayısıyla bireyler yeni meslek grupları ve çalışma ortamlarıyla da karşılaşabilmektedirler. Bu noktada bireylerin bu değişim sürecine uyum sağlamaları beklenmektedir. Klehe ve arkadaşlarına

(2011) göre bu değişim süreci özellikle genç kuşak üzerinde önemli derecede etkisini hissettirmektedir. Kariyer geçiş süreci bireylerin amaçlarının, tutumlarının, kişilik özelliklerinin ve iş niteliklerinin farklılaşmasına ve yeniden değerlendirilmesine sebep olabilmektedir.

Kariyer hazırlığı ve kariyer gelişiminin temel bileşeni olan kariyer uyum yeteneği *"genç bireylerin kariyer başarısı üzerinde rol oynayan anahtar bir yetkinlik olarak kabul edilmektedir"* (Hirschi ve Vondracek, 2009). Kariyer uyum yeteneği kavramı başarı üzerinde rol oynayan önemli bir etmen olsa da özünde kariyer uyum yeteneğinin kaynağının; kaygı, kontrol, merak ve güven olduğu ifade edilmiştir (Savickas ve Porfeli, 2012). Kavramsal bazda ele alındığında kaygı, bireylerin mesleki gelecek için yeteneklerinin farkında olmasına ve planlama yapmasına dayanırken; kontrol, bireylerin mesleki gelecekleri ile ilgili karar verebilme ve kendi kendilerini yönetebilme duygusuna sahip olmalarıyla ilgili bir süreç olarak ifade edilmektedir. Diğer yandan merak, bireyin çevresini araştırma eğilimini; güven ise, bireylerin kariyer problemlerini çözebilme konusunda kendilerini yeterli görmelerini tanımlamaktadır. Alan yazın araştırmalarında bireylerin kişilik yapılarının girişimci kariyer seçimlerinde ve başarılı olmalarında etkisi olduğu ifade edilmektedir(Caliendo & Kritikos, 2008; Frese & Gielnik, 2014; Zhao, Seibert, & Lumpkin, 2010).

2.2. Girişimcilik Yönelimi

Girişimcilik kavramı Thomas ve Mueller (2000), tarafından *"bir fırsat algılama ve o fırsatı ele geçirmek için bir organizasyon yaratma faaliyeti"* olarak ifade edilmiştir. Diğer bir ifade de ise girişimcilik; *"yaşadığımız çevrenin yarattığı fırsatları sezme, o sezgilerden düşler üretme, düşleri projelere dönüştürme, projeleri yaşama taşıma ve zenginlik ¸üreterek insan yaşamını kolaylaştırma becerisine sahip olma*" olarak tanımlanmıştır (Bozkurt, 1996).

Tanımlar doğrultusunda düşünüldüğünde girişimci bir yapıya sahip bireyin bir takım bireysel niteliklerinin olması gerekmektedir. Girişimci bireylerin yeniliğe açık, başarı odaklı, deneyim sahibi, karar verme, sosyal beceri sahibi olma gibi nitelikler bunlardan bazılarıdır (Luthans & Ibrayeva, 2006). Girişimcilik başarısı için duyusal ve fiziksel yetenekler kadar bireylerin mantıksal akıl yürütme ve yeniliğe açık olmaları beklenmektedir (Haynie & Shepherd, 2009; Kickul, Gundry, Barbosa, & Whitcanack, 2009)

Spor örgütleri nezdinde incelendiğinde Ball (2005) girişimcilik kavramının spor sektörü için önemli bir unsur olduğunu vurgulamıştır. Bu önemin ise değişen tüketici taleplerini ve beklentilerini karşılamak için spor örgütlerinin sürekli yenilik arayışı içerisinde olmasına bağlamaktadır. Diğer bir çalışmada, Holt vd., (2007) girişimcilik kavramanın temel

özelliklerini yenilikçilik, proaktivite ve risk alma olarak belirtmişlerdir. Hardy (1986) ise yenilikçiliğe ilişkin bu niteliklerin kar amacı güden ve gütmeyen tüm spor örgütlerinde önemli bir işleve sahip olduğunu ifade etmiştir.

2.3. Yenilikçilik Eğilimleri

Latince *"Innovatus"* kökeninden türeyen *İnovasyon* veya diğer adıyla *Yenilikçilik* kavramı; toplumsal, kültürel ve idari ortamlarda yeni yöntemlerin doğması ile kullanılması olarak ifade edilmektedir (Bulut & Arpak, 2012). Alanyazında ise yenilikçiliğe ilişkin farklı tanımların yapıldığı görülmektedir. Bir tanımda *değişime karşı isteklilik* (Van Braak, 2001) olarak ifade edilirken, başka bir tanımda ise *değişime veya yeni şeyleri denemeye isteklilik* (Hurt, Joseph ve Cook, 1977) olarak açıklanmıştır. Girişimci bireylerin kariyer yeteneklerinin güçlü olması ile yenilikçi düşünme eğilimleri ve yeni ürünler ortaya koyma, geliştirme becerileri yüksek olacaktır. Bundan dolayı bulundukları kurum veya örgütte kendilerini geliştirerek ve yeteneklerini sergileyerek girişimcilik ve yenilikçilik özelliklerini kullanarak örgütün verimliliği ve başarısı üzerinde fayda sağlayacaktır.

3. YÖNTEM

3.1. Araştırma Modeli

Araştırmada nicel araştırma yöntemlerinden betimsel ve ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır.

3.2. Araştırma Grubu

Araştırma grubunu seçkisiz olmayan örneklem yöntemlerinden kolayda örneklem yoluyla seçilen, Manisa Celal Bayar Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi Spor Yöneticiliği bölümünde öğrenim gören 163 kadın, 180 erkek toplam 343 kişi (yaş 22,10±1,787) oluşturmaktadır.

3.3. Veri Toplama Araçları

Araştırmada veri toplama aracı olarak araştırmacılar tarafından hazırlanan kişisel bilgi formu ile "Yenilikçilik Eğilim" , "Girişimcilik Potansiyeli" ve "Kariyer Uyum Yeteneği" ölçekleri kullanılmıştır.

Kişisel Bilgi Formu: Bu bölümde katılımcılara yaş, cinsiyet, medeni durum, yaşanılan sosyal çevre ile kariyer ve girişimcilik üzerine bir takım kişisel bilgiler sorulmuştur.

Yenilikçilik Eğilimi Ölçeği (Innovative Work Behaviour): Katılımcıların yenilikçilik eğilimlerini belirlemek üzere Scott ve Bruce (1994) tarafından geliştirilen orijinal ismi "*Innovative Work Behaviour"* olan ölçme aracı 9 madde ve 3 alt boyuttan oluşmaktadır. Ensari ve Alay (2017) tarafından yapılan Türkçe uyarlamasında ölçek 7 ifade ve tek bir boyuttan oluşmaktadır. Ölçme aracı 5 likert tipi bir yapıya sahiptir. Mevcut araştırma için ölçeğin Açıklayıcı Faktör Analizi yeniden yapılmış maddelere ilişkin faktör yükleri .703 ile .870

arasında farklılaştığı ve tek faktör yükü altında toplandığı görülmüştür. Örneklem yeterliliğini ölçmek için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi yapılmış ve örneklemin yeterli olduğu tespit edilmiştir (,883).

Girişimcilik Potansiyeli Ölçeği: Girişimcilik yönelimini ölçmek için Hiscrih ve Peters (2002)'in geliştirdiği, geçerlik ve güvenirlik çalışması Ensari ve Alay (2017) tarafından yapılan 8 ifadeden oluşan ölçek kullanılmıştır. Beşli derecelemeye sahip olan ölçme aracı tek bir boyuttan oluşmaktadır. Mevcut araştırma için ölçeğin Açıklayıcı Faktör Analizi yeniden yapılmış maddelere ilişkin faktör yükleri .741 ile .854 arasında farklılaştığı ve tek faktör yükü altında toplandığı görülmüştür. Örneklem yeterliliğini ölçmek için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi yapılmış ve örneklemin yeterli olduğu tespit edilmiştir (,920).

Kariyer Uyum Yetenekleri Ölçeği: Kanten (2012) tarafından geliştirilen ölçme aracı 19 madde ve 4 alt boyuttan oluşmaktadır. Ölçeğe ilişkin alt boyutlar sırasıyla ölçeğin alt boyutları; kaygı (3 madde; α=,652), kontrol (5 madde; α=,689), merak (5 madde; α=,784) ve güven (6 madde; α=,746) şeklinde sıralanmaktadır. Aynı zamanda ölçek tek bir boyut olarak da hesaplanabilmektedir. Ölçme aracı 5'li likert tipi yapıya sahiptir.

3.4. Verilerin Analizi

Verilerin Analizinde SPSS paket programı kullanılmıştır. İstatistiksel gösterim olarak aritmetik ortalama ve yüzde değerler sunulmuştur. Verilerin normallik sınamasında basıklık ve çarpıklık değerleri dikkate alınmış ve verilerin normal dağılım gösterdiği tespit edilmiştir. Analizlerde Independent T test, Pearson Korelasyon analizi ve Çoklu doğrusal regresyon testi kullanılmıştır.

BULGULAR

Tablo 3. Tanımlayıcı İstatistikler

Değişkenler		Sayı	%	Toplam	Ort.	S	En az	En çok
Sosyal Çevre	İl	157	45,8	343				
	İlçe	186	54,2					
Kariyer Planı	Evet	200	58,3	343				
	Hayır	143	41,7					
Bölüm tercihi	Evet	230	67,1	343				
	Hayır	113	32,9					
Gelecekteki İş	Evet	238	69,4	343				
	Hayır	105	30,6					
Kurs-seminer	Evet	44	12,8	343				
	Hayır	299	87,2					
Yaş				343	22,10	1,787	19	32

Tablo 3'te araştırmaya katılan katılımcılara ilişkin bazı demografik özelliklerin sunumuna yer verilmiştir. Frekans sonuçlarına göre katılımcıların %47,5'i (163) kadın, %52,5'i (180) ise

erkeklerden oluşmaktadır. Katılımcıların %45,8'i (164) İl, %54,2'si (206) ise ilçede yaşamaktadır. Katılımcıların %58,3'ü kariyer planları olduğunu vurgularken, %67,1'inin okudukları bölümü severek tercih ettikleri tespit edilmiştir.

Tablo 4:Cinsiyet Açısından Bağımsız Gruplar T Testi Sonuçları

	Cinsiyet	N	A. Ort.	S.S	sd	T	p
Yenilikçilik eğilimi	Kadın	163	4.137	.615	300,121	,057	,955
	Erkek	180	4.133	.465			
Girişimcilik yönelimi	Kadın	163	4.286	.468	341	,565	,572
	Erkek	180	4.257	.483			
Kaygı	Kadın	163	4.176	.563	322.766	-,227	,820
	Erkek	180	4.189	.490			
Kontrol	Kadın	163	4.409	.461	301,262	,891	,374
	Erkek	180	4.369	.350			
Merak	Kadın	163	4.374	.442	341	3,05	**,002**
	Erkek	180	4.211	.536			
Güven	Kadın	163	4.451	.414	327,806	,392	,697
	Erkek	180	4.434	.374			

Tablo 4 incelendiğinde cinsiyet değişkeni açısından, kariyer uyum yeteneği merak alt boyutunda kadınlar lehine anlamlı farklılık tespit edilmiştir($p<.05$). Ayrıca yenilikçilik eğilimi, girişimcilik ve kariyer uyum yetenekleri alt boyutlarından kaygı, kontrol ve güven arasında anlamlı farklılığa rastlanılmamıştır ($p>.05$).

Tablo 5: Kariyer Planı Açısından Bağımsız Gruplar T Testi Sonuçları

	Kariyer planı	N	A.Ort.	S.S	sd	T	p
Yenilikçilik eğilimi	Evet	200	4.206	.554	341	2,897	**,004**
	Hayır	143	4.036	.507			
Girişimcilik yönelimi	Evet	200	4.363	.413	250,089	4.167	**,000**
	Hayır	143	4.142	.526			
Kaygı	Evet	200	4.205	.530	341	,930	,353
	Hayır	143	4.152	.518			
Kontrol	Evet	200	4.456	.369	341	3,745	**,000**
	Hayır	143	4.292	.438			
Merak	Evet	200	4.281	.538	334,473	-345	,730
	Hayır	143	4.299	.442			
Güven	Evet	200	4.509	.368	341	3,810	**,000**
	Hayır	143	4.348	.407			

Katılımcıların kariyer planı olup olmadığı sorgusuna yönelik t testi sonuçları incelendiğinde yenilikçilik eğilimi, girişimcilik yönelimi ile kariyer uyum yeteneği ölçeği alt boyutlarından kontrol ve güven alt boyutlarında kariyer planı olan grup lehine anlamlı farklılık tespit edilmiştir ($p<.05$). Ayrıca Kariyer Uyum Yeteneği Ölçeği merak ve kaygı alt boyutlarında ise anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir ($p>0.05$).

Tablo 6: Girişimcilik Potansiyeli, Kariyer Uyum Yeteneği ve Yenilikçilik Eğilimi Ölçeklerine ilişkin Korelasyon Testi Sonuçları

Değişkenler		1	2	3	4	5	6	7
1-Yenilikçilik Eğilimi	r	1						
	p							
2-Girişimcilik potansiyeli	r	.640*	1					
	p	.000						
3-Kaygı	r	.500*	.446*	1				
	p	.000	.000					
4-Kontrol	r	.448*	.510*	.471*	1			
	p	.000	.000	.000				
5-Merak	r	.415*	.397*	.386*	.490*	1		
	p	.000	.000	.000	.000			
6-Güven	r	.490*	.463*	.417*	.598*	.450*	1	
	p	.000	.000	.000	.000	.000		
7- Kariyer Uyum Yeteneği (KUY)	r	.589*	.579*	.679*	.819*	.782*	.811*	1
	p	.000	.000	.000	.000	.000	.000	

Korelasyon analiz sonuçları yenilikçilik eğilimi ile girişimcilik yönelimi (r=.640, p<.05) arasında ve yenilikçilik eğilimi ile kariyer uyum yetenekleri ölçeği alt boyutlarından kaygı (r=.500, p<.05), kontrol (r=.448, p<.05), merak (r=.415, p<.05) ve güven (r=.490, p<.05) arasında pozitif yönde orta düzey bir ilişkinin varlığını göstermektedir. Ayrıca girişimcilik yönelimi ile kariyer uyum yetenekleri ölçeği alt boyutlarından kaygı (r=.446, p<.05), kontrol (r=.510, p<.05), merak (r=.397, p<.05) ve güven (r=.463, p<.05) arasında pozitif yönde orta düzey ilişki tespit edilmiştir. Kariyer Uyum Yeteneği toplam puan ile girişimcilik yönelimi ve yenilikçilik eğilimi ölçekleri arasında pozitif yönde orta düzey bir ilişkinin varlığını göstermektedir.

Tablo 7: Girişimcilik eğiliminin yordanmasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları

Değişkenler	**B**	**Std. Hata $_B$**	**Beta (β)**	**T**	**p**	**İkili r**	**Kısmi r**
Sabit	,727	,239	-	3,046	,003	-	-
Yenilikçilik eğilimi	,405	,043	,460	9,304	**,000**	,640	,452
Kaygı	,067	,044	,074	1,534	,126	,446	,083
Kontrol	,244	,062	,209	3,920	**,000**	,510	,209
Merak	,045	,045	,047	1,002	,317	,397	,055
Güven	,073	,063	,060	1,155	,249	,463	,063

R=0.694, R^2=0.481
$F_{(5,337)}$=62,472, p=0.000

Tablo 7 incelendiğinde yenilikçilik eğilimi, kaygı, kontrol, merak ve güven değişkenleri birlikte katılımcıların girişimcilik eğilimi puanı ile orta düzeyde ve anlamlı ilişki vermektedir (R=0.694, R^2=0.481, p<.01). Belirtilen beş değişkenin birlikte, girişimcilik eğiliminin toplam varyansının yaklaşık %48'ini açıkladığı söylenebilir. Standardize edilmiş regresyon katsayıları (β) dikkate alındığında ise yordayıcı değişkenlerin girişimcilik eğilimini üzerindeki göreli

önem sıralarının; yenilikçilik eğilimi, kontrol, kaygı, güven ve merak olduğu ifade edilebilir. Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t-testi sonuçları incelendiğinde ise, sadece Yenilikçilik Eğilimi ve Kariyer Uyum Yeteneği alt boyutlarından Kontrol'un girişimcilik üzerinde anlamlı bir yordayıcı olduğu söylenebilir.

5. TARTIŞMA VE SONUÇ

Spor Yönetimi alanı, günümüzde sporun sosyal faydalarının daha da popüler hale gelmesi sebebiyle önemli bir odak nokta haline gelmiştir. Spor yönetimi ulusal ve uluslararası spor organizasyonlarını (TFF ve UEFA gibi), kurumsal spor etkinliklerini ve mega spor etkinliklerini (Olimpiyat oyunları) içeren kapsamlı bir süreçtir. Öyle ki Ratten (2010) sporun kurumların kamu imajlarını geliştirerek rekabet güçlerini arttırma noktasında önemli bir yeri olduğunu ifade etmiştir. Toplumsal anlamda bir güç haline gelen spor ortamlarında dolayısıyla girişimcilikte önem kazanacaktır. Girişimcilik kavramı sadece ekonomik anlamda değil aynı zamanda yeni işler yaratılması noktasında da kritik bir kavram olarak görülmektedir (Henry, Hill ve Leitch, 2003). Spor endüstrisi içerisinde spor örgütleri varlıklarını devam ettirebilme ya da tutunabilmeleri için yenilikçi ve girişimci yaklaşımlara sahip yöneticilere ihtiyaç duyacaktır. Ball'a (2005) göre spor endüstrisi, değişim, gelişim, yenilikçilik ve yönetimle ilgili alanlarda girişimcilik kavramının sıkça dile getirildiği alanlar olarak görülmektedir. Geniş kapsamlı ve hızlı değişikliklere ve etkileşimlere neden olan çağdaş teknolojik gelişmeler, insanların kariyerlerini planlamada, insanların performanslarını ve çeşitli görevleri yerine getirme biçimlerinde önemli rol oynamaktadır (Savicas vd., 2009). Bireylerin geleceklerine ilişkin hedefler ve kariyer planlarını gerçekleştirebilmek için hayatlarının erken dönemlerinde belirli uğraşlar içerisine girmesi gerekmektedir. Bu süreçte bireylerin almış oldukları eğitimlerin kariyer planlamalarında önemli bir etkisi olduğu ifade edilebilir. Ancak bu süreçte kariyer algılarının tek başına etkisi olduğunu söylemek ise yanıltıcı olacaktır. İyi bir gelecek planı taşıyan bireylerin elbette çağın getirdiği yeniliklere de uyum sağlaması ve girişimci bir yapıya sahip olması beklenmektedir. Bu konuda Kanten (2012) yapmış olduğu çalışmada çağın getirdiği yeniliklerin bireylerin iş bulma ve çalışma yöntemleri üzerinde önemine değinmiştir. Araştırma bulguları incelendiğinde sadece cinsiyet değişkeni açısından, kariyer uyum yeteneği merak alt boyutunda kadınlar lehine anlamlı farklılık görülmüştür ($p<.05$). Bu durum kadın yönetici adaylarının erkeklere göre daha araştırma eğilimli ve kariyer geleceklerinin planlanması aşamasında daha talepkar oldukları şeklinde ifade edilebilir. Savickas ve Porfeli, (2012), bireylerin kariyer uyum yeteneklerini sınıflarken merak boyutunu, bireyin çevresini araştırma eğilimi olarak ifade etmiştir. Ayrıca Thébaud (2010) ise girişimci bireylerin yeni işler yaratmada yenilikçi olduklarını belirtmişlerdir. Bu bağlamda alanyazın araştırmalarında önemli

ölçüde girişimcilikte cinsiyet eşitsizliği kavramının belirgin bir şekilde de devam ettiği belirtilmiştir (Aldrich, 2005).

Katılımcıların kariyer planı olup olmadığı sorgusuna yönelik t testi sonuçları incelendiğinde yenilikçilik eğilimi, girişimcilik yönelimi ile kariyer uyum yeteneği ölçeği alt boyutlarından kontrol ve güven alt boyutlarında kariyer planı olan grup lehine anlamlı farklılık tespit edilmiştir ($p<.05$). Alanyazın araştırmalarında bireylerin mesleki gelecekleri ile ilgili karar verebilme ve kendi kendilerini yönetebilme duygusuna sahip olma ile bireylerin kariyer problemlerini çözebilme konusunda kendilerini yeterli görmelerinin bireylerin kariyer planlamalarıyla ilişkili olabileceği ifade edilmiştir (Savickas ve Porfeli, 2012).

Korelasyon analiz sonuçları yenilikçilik eğilimi, girişimcilik yönelimi ve kariyer uyum yetenekleri ölçeği alt boyutları arasında pozitif yönde orta düzey bir ilişkinin varlığını göstermektedir. Bu üç değişken arasında bir ilişkinin varlığı kariyer planlaması noktasında bireysel çabaların ürünü olarak düşünülebilir. Kanten (2012), bireyin kariyer planı yapabilmesi için araştırmacı ve yenilikçi özelliklerini (iş arayan-iş değiştiren vb) taşıyabilmesi gerektiğini vurgulamıştır. Aynı çalışmada araştırmacı, yaşanan hızlı gelişmelerin bireyleri kariyer geliştirmeye ilişkin mevcut yaklaşımları ve uygulamaları gözden geçirmeye yönlendirdiğini ifade etmiştir. Bu bilgiler ışığında spor yöneticisi adaylarının girişimcilik ve yenilikçilik eğilimlerine sahip olmaları kariyer planlamaları noktasında önem arz ettiği söylenebilir.

Yordayıcı değişkenlerin girişimcilik eğilimi üzerindeki göreli önem sıralarının; yenilikçilik eğilimi, kontrol, kaygı, güven ve merak olduğu ifade edilebilir. Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t-testi sonuçları incelendiğinde ise, sadece Yenilikçilik Eğilimi ve Kariyer Uyum Yeteneği alt boyutlarından Kontrol'un girişimcilik üzerinde anlamlı bir yordayıcı olduğu söylenebilir. Araştırma sonuçlarından yenilikçilik eğilimi ile bireylerin kariyer uyum yeteneklerinin girişimcilik potansiyeli üzerinde önemli bir yordayıcı olduğu ifade edilebilir. Bu durum spor eğitim kurumlarından yetişen bireylerin daha nitelikli bir eğitim süreçlerinden geçmelerinde ve spor sektörü içerisinde istihdam olanaklarının arttırılması noktasında yol gösterici olarak düşünülebilir. Dolayısıyla spor sektörünün önemli yerlere gelmesinde en önemli güç olan insan sermayesinin etkisi göz ardı edilmemelidir.

Sonuç olarak girişimcilik kavramının değer yaratmada önemli bir unsur olarak düşünüldüğünde (Wu & Huarng, 2015) yenilikçi kişilik yapısına sahip bireylerin girişimcilik potansiyellerinin daha yüksek olabileceği ifade edilebilir. Aynı şekilde girişimcilik potansiyeli yüksek olan bireylerin yeniliklere açık olacağı ve iş ortamlarına ise daha kolay uyum sağlayabileceği söylenebilir. Spor endüstrisi özellikle 21. Yüzyılda adeta çağ atlamış bir şekilde rekabet ortamlarına uyum sağlamaya devam etmektedir. Ancak bu sürecin sağlıklı olabilmesi ise aynı

şekilde nitelikli iş gücüne sahip bireylerin varlığı ile gerçekleşebilecektir. Mevcut araştırma kariyer uyumu ve yenilikçilik eğiliminin girişimcilik potansiyelleri üzerinde yordayıcı etkisini incelemek amacıyla tasarlanmıştır. Genç yönetici adaylarının iyi bir kariyer geleceği planlaması noktasında eğitim odaklarının güncel gelişmelere uygun bir şekilde tasarlanması sağlanabilir. Gelecek çalışmalarda spor endüstrisi içerisinde yer alan profesyonel kulüp yönetici ve çalışanları üzerine benzer araştırmalara odaklanılabilir.

KAYNAKÇA

Aldrich, Howard E. (2005). Entrepreneurship. In *The Handbook of Economic Sociology,* Second Edition, edited by Neil J. Smelser and Richard Swedberg. Pp. 451–77. Princeton, NJ: Princeton University Press.

Ball, S. (2005). The importance of entrepreneurship to hospitality, leisure, sport and tourism. *Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Network, 1*(1), 1-14.

Bozkurt, R. (1996). Girişimci profili üzerine değerlendirmeler. *Dünya Gazetesi, 14.*

Bulut, Ç., & Arbak, H. (2012). İnovasyon, direnç ve iletişim: Kavramsal bir tartışma. İçinde *Yenilik, Yenileşim, İnovasyon Dünyasına Bir Yolculuk* (ed. Selçuk Karaata), EGIAD Yayınları, İzmir.

Caliendo, M., Kritikos, S. (2008). Is entrepreneurial success predictable? An ex-ante analysis of the character-based approach. *Kyklos, 61,* 189–214.

Ensari, M. Ş., ve Alay, H. K. (2017). Üniversite öğrencilerinin yenilikçilik eğilimi ile girişimcilik potansiyelleri arasındaki ilişkiye ailelerin girişimcilik öyküsünün aracı etkisinin incelenmesi üzerine bir araştırma. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 26*(28), 235-247. DOİ: 10.5505/pausbed.2017.43875.

Frese, M. (2009). Toward a psychology of entrepreneurship—an action theory perspective. Foundations and Trends in *Entrepreneurship, 5*(6), 435–494. http://dx.doi.org/10.1561/0300000028.

Hardy, S. (1986). Entrepreneurs, organizations, and the sport marketplace: Subjects in search of historians. *Journal of Sport History, 13*, 14–33.

Haynie, M., Shepherd, D. A. (2009). A measure of adaptive cognition for entrepreneurship research. Entrepreneurship: Theory & Practice, 33, 695–714.

Henry, C., Hill, F., & Leitch, C. (2003). Developing a coherent enterprise support policy: a new challenge for governments. *Environment and Planning C: Government and Policy, 21*(1), 3-19.

Hirschi, A., & Vondracek, F. W. (2009). Adaptation of career goals to self and opportunities in early adolescence. *Journal of Vocational Behavior, 75*(2), 120-128.

Hisrich, R.D., & Peters, M.P. (2002). *Entrepreneurship.* 15. Edition, New York: McGraw Hill.

Holt, D., Rutherford, M., & Clohessy, G. (2007). Corporate entrepreneurship: An empirical look at individual characteristics, context, and process. *Journal of Leadership & Organizational Studies, 13*(4), 40–54.

Hurt, H. T., Joseph, K., & Cook, C. D. (1977). Scales for the measurement of innovativeness. *Human Communication Research, 4*(1), 58-65.

Kanten, S. (2012). Kariyer uyum yetenekleri ölçeği: Geçerlilik ve güvenilirlik çalışması. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 2*(16), 191-205.

Kickul, J., Gundry, L. K., Barbosa, S. D., Whitcanack, L. (2009). Intuition versus analysis? Testing differential models of cognitive style on entrepreneurial self-efficacy and the new venture creation process. *Entrepreneurship Theory & Practice, 33,* 439–453.

Klehe, U. C., Zikic, J., Van Vianen, A. E., & De Pater, I. E. (2011). Career adaptability, turnover and loyalty during organizational downsizing. *Journal of Vocational Behavior, 79*(1), 217-229.

Luthans, F.,&Ibrayeva, E. S. (2006). Entrepreneurial self-efficacy in Central Asian transition economies: quantitative and qualitative analyses. *Journal of International Business Studies, 37(*1), 92-110.

Öner, M., Onay, M., Deveci Kocakoç, İ. (2016). Öğrencilerin kariyer planlamalarında girişimcilik, profesyonellik ve liderlik arzularının ölçülmesi. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 23*(3), 623-638. DOI: 10.18657/yonveek.281780.

Ratten, V. (2010). The future of sports management: A social responsibility, philanthropy and entrepreneurship perspective. *Journal of Management & Organization, 16*(04),488–494. Doi:10.1017/s1833367200001887.

Ratten, V. (2011). Sport-based entrepreneurship: towards a new theory of entrepreneurship and sport management. *International entrepreneurship and management journal, 7*(1), 57-69. Doi: https://doi.org/10.1007/s11365-010-0138-z.

Savickas, M. L., & Porfeli, E. J. (2012). Career Adapt-Abilities Scale: Construction, reliability, and measurement equivalence across 13 countries. *Journal of vocational behavior, 80*(3), 661-673.

Savickas, M. L., Nota, L., Rossier, J., Dauwalder, J. P., Duarte, M. E., Guichard, J., Soresi, S., Van Esbroeck, R., & van Vianen, A. E. M. (2009). Life designing: A paradigm for career

construction in the 21st century. *Journal of Vocational Behavior, 75,* 239–250, doi:10.1016/j.jvb.2009.04.004.

Scott, S. G., & Bruce, R. A. (1994). Determinants of innovative behavior: A path model of individualinnovation in the workplace. *The Academy of Management Journal 37*(3):580-607.Doi: 10.2307/256701.

Super, D. E., & Hall, T. D. (1978). Career development: Exploration and planning. *Annual Reviews Psychology, 29,* 333-372. http://dx.doi.org/10.1146/annurev.ps.29.020178.002001.

TDK. (2019). Türk Dil Kurumu. Erişim adresi: http://sozluk.gov.tr/.

Thébaud, S. (2010). Gender and entrepreneurship as a career choice: do self-assessments of ability matter?. *Social Psychology Quarterly, 73*(3), 288-304.

Thomas, A. S., & Mueller, S. L. (2000). A case for comparative entrepreneurship: Assessing the relevance of culture. *Journal of international business studies*, *31*(2), 287-301.

Van Braak, J. (2001). Individual characteristics influencing teachers' class use of computers. *Journal of educational computing research*, *25*(2), 141-157.

Wu, C. W., & Huarng, K. H. (2015). Global entrepreneurship and innovation in management. Journal of Business Research, 68(4), 743-747. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.11.022.

Yıldız, K., and Dirik, D. (2016). An analysis of young adults'career adapt-abilities from the perspective of various socio-demographic variables. *Gymnasium*, *2*(XVII), 191-206.

Zhao, H., Seibert, S. E., Lumpkin, G. T. (2010). The relationship of personality to entrepreneurial intentions and performance: A meta-analytic review. Journal of Management, 36, 381–404.

Türkiye'de Sosyal Medya Kullanımı ve Etkileyici Pazarlama (İnfluencer Marketing) Üzerine Bir Analiz

Assoc. Prof. Dr. Recep Baki DENİZ
Beykent University, FEAS
bakideniz@beykent.edu.tr

ÖZET

82 milyon nüfusa sahip Türkiye'de nüfusun %72'si (59.3milyon) İnternet kullanıcısı, %63 ü (52 milyon) aktif sosyal medya kullanıcısı ve %53ü de (44 milyon) aktif mobil sosyal medya kullanıcısıdır. En aktif sosyal medya platformu Youtube olup, onu Instagram Facebook, Twitter, Snapchat ve LinkedIn takip etmektedir. 11 milyar dolar civarında hesaplanan 2018 yılı Türkiye toplam E-Ticaret harcamalarında en çok harcama, sırasıyla, seyahat, elektronik ürünler, moda ve güzellik ürünleri, oyuncak ve hobi ürünlerine yapılmıştır. Markalar sosyal medyayı, marka bilinirliklerinin arttırılması ve sahip oldukları ürünlerin ön plana çıkarılması için kullanmaktadır. Ek olarak firmalar, hayatımıza yavaş yavaş giren sosyal medya etkileyicileri (influencer) üzerinden de reklam çalışmalarına odaklanmaktadır. Türkiye'de faaliyet gösteren 3,1 milyon işletmenin %55'i (1,7 milyon işletme) Facebook, Instagram, Whatsapp ve Facebook Messenger'i kapsayan Facebook uygulamalarını kullanmaktadır. Etkileyiciler (influencer) ise son yıllarda dünyada çeşitli markaların pazarlama stratejilerinde önemli rol oynamaktadır. Ortaya çıkan başarılı sonuçlar bu akımın yaygınlaşması ve birçok marka tarafından benimsenmesine yol açmıştır. Özellikle dünyaya isimlerini duyurmak isteyen ancak büyük ölçekli tanıtıma bütçe ayıramayan markalar, pazarlama çalışmalarında sosyal medyaya yönelerek kampanyalarına belirli etkileyicileri (influencer) dahil etmeyi tercih etmişlerdir. Influencer Marketing (etkileyici pazarlama), Youtube, Facebook, Twitter, Periscope, Instagram gibi sosyal medya kanallarında yüksek takipçi sayılarına sahip kişilerin içerik yoluyla bir ürün ya da marka hakkında deneyimlerini takipçilerine aktarmasıdır. Bu kişilerin sadık bir takipçi kitlesi vardır ve bu kitle influencer'ın deneyimlerinden yararlanmakta, paylaşımlarına güvenmekte ve benimsemektedir. Influencer, (etkileyici) internetin otoritesidir. "Türkiye Influencer Marketing 2018" Araştırmasına göre , insanların %71'i marka ve influencer (etkileyici) işbirliklerini ilgi çekici bulmakta, %51'i Instagram Influencer'larının önerileriyle ürün satın aldığını belirtmekte, % 92'si takip ettiği Influencer'ları arkadaşlarına önermekte ve %72'si de bu işbirliklerinin güvenilir olduğunu düşünmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Eetkileyici (İnfluencer), Etkileyici Pazarlama (İnfluencer Marketing)

An Analysıs On Social Media Usage and İnfluencer Marketing in Turkey

ABSTRACT

In Turkey with 82 million population, there are 59.3 million Internet users (%72), 52 million active social media users (63%), and 44 million (%53) active mobile social media users. The most active social media platform is youtube, and followed by Instagram Facebook, Twitter, Snapchat and LinkedIn. Turkey's total e-commerce spending which is estimated at about $ 11 billion US Dollar in 2018, most expenditure, respectively, was made to travel, electronic products, fashion and beauty products,toys and hobby products respectively. Brands use social media to increase brand awareness and to highlight the products they have. In addition, companies focus on advertising activities through the influencers of social media, who are slowly entering our lives. 55% of the 3.1 million businesses which operating in Turkey (1.7 million businesses),Facebook, Instagram, and Facebook Messenger, Whatsapp, covering uses the Facebook application. In recent years, influencers have played an important role in marketing strategies of various brands in the world. The successful results have led to this trend becoming widespread and being adopted by many brands. Especially the brands who want to announce their names to the world but cannot allocate a large-scale promotion budget, have turned to social media in their marketing activities and preferred to include influencers in their campaigns. İnfluencer Marketing includes that people with have high number of followers in social media channels like Youtube, Facebook, Twitter, Periscope, to transfer their experiences about a product or brand through content to their followers. These people have a loyal followers, who benefit from the experiences of the influencer, trust, share and believe in their sharing. Influencer is the authority of the internet. According to "Turkey influencer Marketing Research 2018", 71% of people's to find interesting that brand and influencer collaborations, 51% of the users stated that they purchased products with Instagram Influencer's suggestions, 92% of follow the Influencer's friends to recommend and 72% believe these collaborations are reliable.

Keywords: Social Media, Influencer, Influencer Marketing

1-GİRİŞ

Günümüz yaşamında önemli bir yer kaplayan sosyal medya, tüketici olarak bilinçlenmemizde ve satın alacağımız ürün ya da hizmet hakkında bilgi edinmemizde de önemli bir rol oynamaktadır. Sosyal medyanın mobil iletişim araçlarında da yer alması tüketicilerin daha kolay bilgi edinmesine imkan sağlamıştır.

Pazarlama alanında da gün geçtikçe önemi artmakta olan sosyal medya, özellikle ağızdan ağıza pazarlama konusunda müşteri memnuniyeti sağlayan işletmeler için oldukça etkin bir tanıtım aracıdır. Diğer yandan son dönemlerde sosyal medyada Sosyal medyada bazı kullanıcılar, diğer kullanıcılardan farklı olan ve kendini öne çıkaran kişi/hesap veya kişiler/hesaplar belli terimlerle tanımlanmaya başlandı.

Bunlar; **Blogger, Instagrammer, YouTuber, Vlogger, Fenomen, Influencer, vb. örneklenebilir.** Çalışmamız, bu nedenle, sosyal medyada giderek etkisini artıran ve tüketicilerin satın alma davranışlarında da yönlendirici olan etkileyicilerin (Influencer) analizini amaçlamaktadır. İnternet üzerinde hızla yaygınlaşan sosyal medya veya yeni medya adıyla anılan iletişim şekli, ürün ve hizmetlerin reklam ve tanıtım aşamasına da büyük katkı sağlamıştır. Bu bağlamda tavsiye pazarlama bakış açısıyla geleneksel reklam anlayışında ünlü kişilerin TV, radyo veya gazeteler kanalıyla yapmış olduğu reklam uygulamaları yavaş yavaş yerini sosyal medya üzerinden bu kez hem ünlülerin hem de yalnızca sosyal medya kanallarında tanınmış kişilerin yaptıkları reklam çalışmalarına bırakmaya başlamıştır.

Böylece geleneksel pazarlamada ağızdan ağıza pazarlama veya tavsiye pazarlama şeklinde anılan uygulamalar dijital ortamda sosyal ağlar üzerinde bir virüs şeklinde yayılmayı işaret eden viral pazarlama olarak yer almaya başlamıştır. Söz konusu uygulamanın ekseninde ise geniş tüketici kitlelerini etkileme özelliğine sahip ünlüler, fenomenler ve influencer olarak adlandırılan sosyal ağlarda takipçisi çok olan kişiler yer almaktadır. Bu tür uygulamalar pazarlama alanında influencer marketing adıyla yeni bir sektörün oluşumuna neden olmuştur. (Mert, 2018: 1299).

Influencer, etkileyici kişi olarak dilimize çevrilebilir. Pazarlama terminolojisinde ise tüketicilerin satın alma kararında etkili olan kişi olarak tanımlanabilir.

Son yıllarda reklam sektöründe Etkileyici Pazarlama (Influencer Marketing) yöntemine daha fazla başvurulduğu görülmektedir. Şirketlerin pazarlama bütçelerinde bu yöntem daha fazla yer almaya başlamıştır. Yaşanan gelişmelere bakılırsa bu akımın bu kadar tutmasında sosyal medya fenomenlerinin büyük katkısı olmuştur. Bu kişilerin paylaşımları kısa sürede büyük kitlelere ulaşınca bu yöntemin pazarlama sektörü için ciddi bir fırsat olduğu anlaşılmıştır.

Bugüne kadar genelde tercih edilen yöntem, büyük şirketlerin tanınmış isimler ile birlikte çalışmaları ve kampanyalarını bu isimlerle birlikte götürmeleri şeklindeydi.

Ancak bu ünlü ve tanınmış kişilere çok yüksek paralar ödenmektedir ve tüketiciler de bu durumun fazlası ile farkındadır. Bir ürünün reklamı yapılırken ortada ciddi bir çıkar ilişkisi bulunmaktadır.Bu ilişki zamanla tüketiciler tarafından doğal ve samimi bulunmamaya başlamıştır.İşte Etkileyici Pazarlama (Influencer Marketing) yöntemini geleneksel pazarlama yöntemlerinden ayıran temel fark budur.Bu yeni yöntemin temelinde şu iki yaklaşım bulunmaktadır: Tüketiciler samimiyet ve güven vermekten uzak, sadece reklam amaçlı dayatmalar olmasından ziyade, şirketlerin kendileri ile iletişime geçmelerini beklemektedir. Tüketiciler, reklamı yapılan ürünleri kullanan kişilerin görüş ve değerlendirmelerini bilmek istemektedir. Bu iki yaklaşım, büyük şirketleri zamanla Etkileyici Pazarlama (Influencer Marketing) yöntemine yöneltmektedir. Bazı uzmanlar bu yeni yöntemi "Y Kuşağı Pazarlama Yöntemi" olarak tanımlamaktadır. Üstelik geleneksel pazarlama yöntemlerinde, tanınmış kişiler ile kampanyalara çok fazla rakamlar harcanırken, Etkileyici Pazarlama (Influencer Marketing) yönteminde çok daha düşük bütçelerle sosyal medya fenomenleri ile işbirliği yapmak mümkündür.

2- TEORİK ÇERÇEVE

Sosyal Medya Kavramı

Sosyal medya, pazarlamanın yeni etkinlik alanlarından birisidir. Literatüre de sosyal medya pazarlaması (Social Media Marketing) adıyla girmiştir (Köksal, Özdemir, 2013: 234).

Sosyal medya; kullanıcıların bilgilerini, görgülerini, ilgi alanlarını internet ya da mobil sistem aracılığı ile paylaştıkları sosyal platformlardır. (Battallar, Cömert, 2015: 41).

Bu sosyal platformlar genel olarak; sohbet odaları, tartışma forumları, yer bildirimine dayalı hizmetler, sosyal ağ hizmetleri, sosyal rehberler, sosyal imleme, sosyal itibar ağları, webloglar, bloglar, podcastler, videocastler, wikiler, facebook, twitter gibi uygulamaları kapsamaktadır (Eröz & Doğdubay, 2012:134).

Sosyal medya; Katılım • Açıklık • Karşılıklı Konuşma • Topluluk • Bağlantılı olma gibi bir takım temel özelliklere sahiptir. (İşlek, 2012:19).

Sosyal Ağ Siteleri

Webde hizmet veren sosyal ağ siteleri; üyelerini bir sanal ağ sistemi ile birbirlerine bağlamaktadır.

Birbirleriyle bilgi, birikim, içerik gibi farklı bileşenleri paylaşan ağ üyeleri böylelikle farklı sosyal anlamlar içeren bağlar ile birbirlerine bağlanmış olmaktadırlar.

En popüler sosyal ağ sitelerinden biri ise facebook'tur.

***Facebook*;**

Kullanıcılarının, kullanıcı adı, fotoğraf gibi çeşitli profil bilgilerini yüklemelerine, genel veya özel çevrimiçi mesaj göndermelerine ve çevrimiçi fotoğraf paylaşımı gibi yollarla sistemdeki diğer kullanıcılarla iletişim kurmalarına izin veren, üye tabanlı bir internet topluluğudur.

Facebook, site içinde marka ve şirketlere hayran sayfaları oluşturma imkânı vermesi, kullanıcıların profil bilgilerine göre sayfasında reklam yayınlaması ve ağızdan ağıza kampanyalar için çok uygun bir mecra olması ile reklamcılık sektörünün göz ardı edemeyeceği bir alana dönüşmüştür. Facebook reklamları, reklam veren firmanın kontrolündedir.

İstediği an fiyatını ya da anahtar kelimeyi veya başka bir kriteri değiştirebilir hatta yayından kaldırabilir.

İster tıklama başına maliyet (CPC) isterse görüntülemeye göre ücretlendirme (CPM) yöntemini tercih edebilir.

Facebook'un kullanıcılara ait bilgileri Facebook reklamları hizmetiyle reklam verenlerle paylaşması, firmalara hedef kitleye etkili reklam yapabilme imkânı sağlamaktadır.

Instagram

Bir sosyal ağ sitesi olan Instagram 2010 yılında kuruldu ve 2012 yılında Facebook tarafından satın alındı. Instagram, bir fotoğraf ve video paylaşım platformu olmasının yanı sıra, kullanıcıların akıllı telefon uygulaması yoluyla fotoğraflara dijital filtrelerden bir seçim uygulandıktan sonra paylaşılmasını olanak tanıyan bir sosyal ağ sitesidir. Bu, fotoğrafların Facebook, Twitter gibi sosyal ağ sitelerinde kolayca paylaşılmasını sağlar.

Instagram anlık anlamına gelen İngilizce "instant" kelimesi ile telgraf anlamına gelen İngilizce "telegram" kelimelerinin birleşiminden meydana gelmiştir.Pew Internet ve American Life Project (2013)'ın yaptığı araştırmaya göre Instagram, online kullanıcıların %17'si ile Twitter kadar popülerdir.

Instagram ve Twitter, kullanıcı sayısı olarak Facebook'tan daha küçüktür ancak bu sitelerin kullanıcıları bu siteleri daha sıklıkla ziyaret etmektedir.Instagram kullanıcılarının %57'si en azından siteyi günlük olarak ziyaret ederken Twitter kullanıcılarının %46'sı günlük olarak siteyi ziyaret etmektedirInstagram ilk olarak fotoğraf düzenleme ve paylaşım fonksiyonu ile başlamış ve daha sonra diğer kullanıcılara direkt olarak mesaj gönderme ve video paylaşım fonksiyonunu eklemiştir.

Sosyal Medya Pazarlaması

Sosyal Medyada Pazarlama ve Reklam Kavramı Pazarlama kavramı; tüketicinin satın alma gücünü belirlemeye, bunu etkin talep haline getirip işletmenin kar hedefine dönüştürmeye

yönelik, mal ve hizmetlerin nihai tüketiciye gönderilmesiyle tüm işletme faaliyetlerini yönlendirip örgütleyen bir işletme fonksiyonudur (Usta, 2009:159). Şirketin başarısı bilgi teknolojileriyle doğru orantılıdır. Piyasa erişimini genişletmek için web üzerinden iletişim modern pazarlamanın bir aracı olmuştur (Muttaqin, 2011:103). Bu nedenle pazarlamacılar tarafından sosyal medya reklamlarının pazar payını arttırmak için önemi büyüktür (Saravanakumar & SuganthaLaskhmi, 2012:4450).

Sosyal Medyanın Kullanıcı Boyutu

Kullanıcı tabanlı içerik; teknoloji kullanıcıları tarafından oluşturulan çeşitli medya formlarının ve yaratıcı çalışmaların (yazılı, görsel, sesli veya bütünleşik) tamamını kapsamaktadır.Web 2.0 teknolojileri sosyal ağ hizmetlerinin ortaya çıkmasını olanaklı kılmıştır. Sosyal medya fotoğraf, video, müzik, birbirleriyle algı ve öngörüleri içeren deneyim ve fikirleri paylaşmak için insanların kullandığı araç ve online platformları ifade etmektedir. Sosyal medya bir ya da daha fazla belirli ilişki türleri tarafından birleştirilmiş bireysel ya da kurumları içeren sosyal yapı olarak tanımlanabilir.

Sosyal medya, kullanıcı üretimli içeriğin oluşumuna ve değişimine izin veren Web 2.0'nin ideolojik ve teknolojik temellerine dayanan bir grup uygulama olarak da tanımlanmaktadır.

Sosyal medya diğer web siteleri ya da kullanıcılardan içeriğin çoğunluğunu toplayan web hizmetlerinin bir türü olarak tanımlanabilir. Sosyal medya sosyal ağlara, kullanıcıların yaratıcılığına ya da birden çok topluluğa dayanır. Sosyal medyada herkes içerik üreticisidir ama insanların çoğunluğu üreticiden ziyade toplulukta katılımcı olarak yer almaktadır.

Ancak, Sosyal medyada içerik, tamamen kullanıcılar tarafından oluşturulabildiği gibi diğer sitelerden de kopyalanabilir.

Sosyal medya böylece *içeriğin demokratikleşmesini* sağlar bilginin ve yayılması ile iletişim sürecinde insanların rolünü değiştirmiştir.Sosyal medya diğer web siteleri ya da kullanıcılardan içeriğin çoğunluğunu toplayan web hizmetlerinin bir türü olarak tanımlanabilir. Sosyal medya sosyal ağlara, kullanıcıların yaratıcılığına ya da birden çok topluluğa dayanır. Sosyal medyada herkes içerik üreticisidir ama insanların çoğunluğu üreticiden ziyade toplulukta katılımcı olarak yer almaktadır.Ancak, Sosyal medyada içerik, tamamen kullanıcılar tarafından oluşturulabildiği gibi diğer sitelerden de kopyalanabilir.Sosyal medya; kullanıcıların bilgilerini, görgülerini, ilgi alanlarını internet ya da mobil sistem aracılığı ile paylaştıkları sosyal platformlardır. Bu sosyal platformlar genel olarak; sohbet odaları, tartışma forumları, yer bildirimine dayalı hizmetler, sosyal ağ hizmetleri, sosyal rehberler, sosyal imleme, sosyal itibar ağları, webloglar, bloglar, podcastler, videocastler, wikiler, facebook, instagram, twitter gibi uygulamaları kapsamaktadır. Teknolojinin gelişimine paralel olarak maliyetlerin düşmesi ve

internet erişiminin artması nedeniyle, sosyal medyayı günümüzün ana iletişim kanalı olarak tanımlamak mümkündür. Her yaştan ve bütün sosyo-ekonomik gruplardan bireylerin kolaylıkla katılabildiği sosyal medya, bu çeşitliliği ile bütün iş kolları için yeni bir çalışma alanı sunarak büyüklüğü fark etmeksizin tüm işletmelere hedef kitleleriyle iletişim kurabilmenin de ötesinde onlarla birebir ilişkiler kurup geliştirmelerine de fırsat tanımaktadır.

Sosyal Medyada Pazarlama ve Reklam Kavramı;

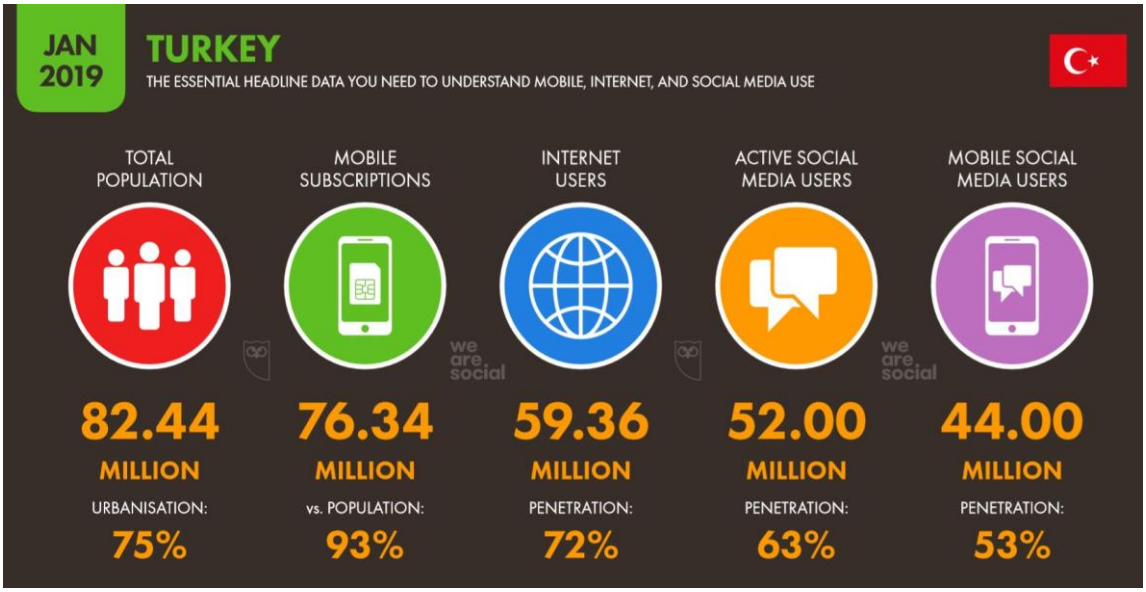
Gündelik hayatın getirdiği karmaşa, zaman ve bütçe kısıtlamaları ile hem bilginin hem de seçeneklerin çokluğu; bugünün tüketicisinin karar vermesinin ve satın alma öncesi tutum ile davranış geliştirmesinin önünde bir engel haline gelmiştir. Bugün tüketiciler bir günde bin civarı reklama maruz kalmakta ve edinilen bilgilerin yüzde 80'i 24 saat içinde unutulmaktadır (Jatto, 2014). Dolayısıyla tüketiciler bir ürün, mal ya da hizmeti satın alma kararı vermeden önce diğer tüketicilerin yorum ve deneyimlerini öğrenmek, karşılaştırma yapmak ihtiyacı duymaktadır. Bu bağlamda, sosyal medya tüketicilere diğer tüketiciler ile iletişim kurma imkânı sunarken, firmalara da tüketicilerle iletişime geçebilmeleri için bir kanal sağlamaktadır. Firmalar ürünlerini tanıtırken pek çok reklam stratejisi uygulamaktadır. Sosyal medya; kullanıcılarının bilgi edinme, arkadaşlık ve ilişki kurma ile var olan ilişkilerini sürdürme, eğlenme ve boş vakit değerlendirme gibi ihtiyaçlarını zaman ve mekândan bağımsız olarak sınırsız biçimde karşılamaktadır. Kullanıcıların giderek artan yoğunlukta içerik paylaşması ve etkileşime geçmesi; firmaların da sosyal medyayı kullanmalarını zorunlu kılmaktadır.

"Fenomen", "sosyal medya ünlüleri", "Influencer" gibi alternatifle literatürde yer bulan bu kişiler, sosyal medyada yer alan bir nevi toplum tarafından sevilen ve kabul gören "kanaat önderleridir." "Hatırlı pazarlama" içerisinde aktivisitler, sosyal medya kullanıcıları, güvenilir olarak kabul görmüş bireyler ve isimler, etkin kanaat önderleri ile trend belirleyenler gibi birçok etkileyici ya da etkileyebilecek seçenek bulundurur (http://www.livaport.com: 2017).

3-TÜRKİYE'DE SOSYAL MEDYA KULLANIMI

Türkiye'deki Dijital Dünyaya Genel Bakış

Grafik 1- Türkiye'deki Dijital Dünyaya Genel Bakış



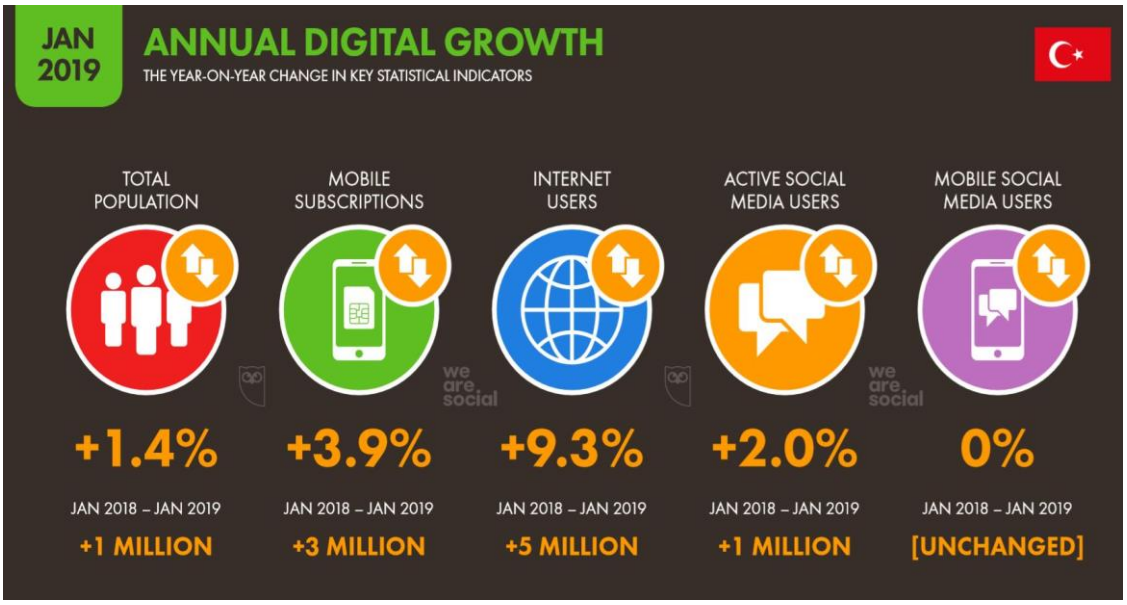
Kaynak: We Are Social 2019 Türkiye Yıllık Dijital Değişim İstatistikleri

Grafik 1 incelendiğinde; 82,4 milyon nüfusa sahip ülkemizde;

- Nüfusun %72'sini oluşturan 59.36 milyon İnternet kullanıcısı
- Nüfusun %63'ünü oluşturan 52 milyon aktif sosyal medya kullanıcısı
- Nüfusun %53'ünü oluşturan 44 milyon aktif mobil sosyal medya kullanıcısı var.

Türkiye'deki yıllık dijital değişim istatistiklerine baktığımızda da (Grafik 2), internet kullanıcılarında %9, yani 5 milyonluk bir artış görüyoruz. (59.3 milyon internet kullanıcısı), Aktif sosyal medya kullanıcı sayısında da geçen yıla göre 2 milyonluk bir artış gerçekleşmiş. *(52 milyon aktif sosyal medya kullanıcısı.* Aktif mobil sosyal medya kullanıcı sayısı ise geçen yılla aynı kullanıcı sayısına sahip durumdadır.

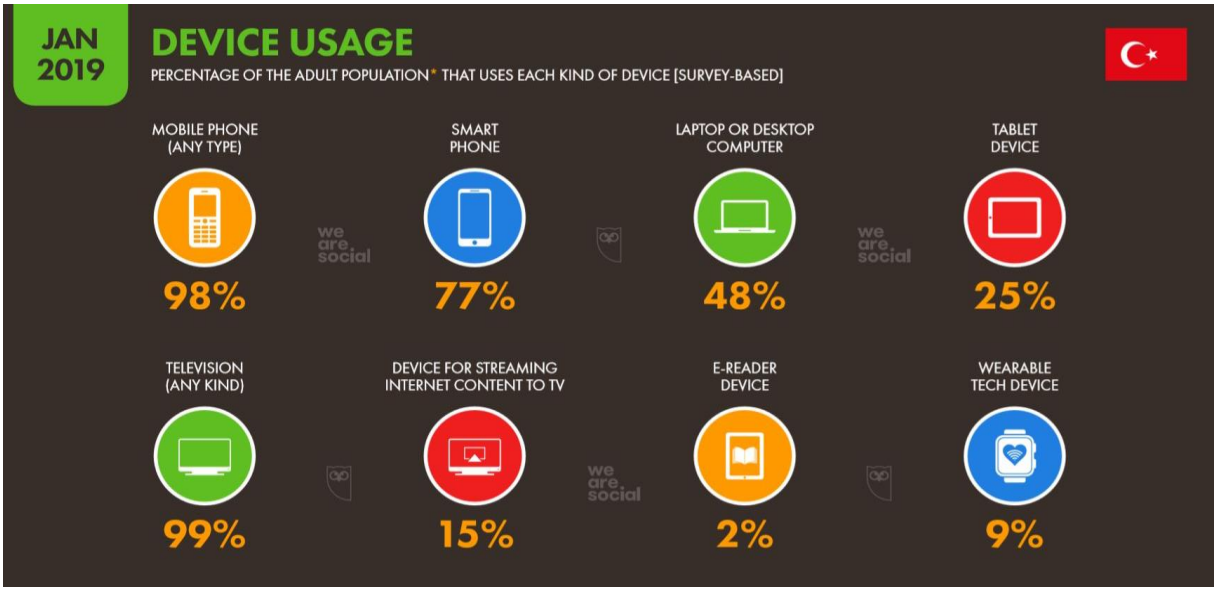
Grafik 2- Türkiye'deki yıllık dijital değişim istatistikleri



Kaynak: We Are Social 2019 Türkiye Yıllık Dijital Değişim İstatistikleri

• Türkiye'deki **yıllık dijital değişim istatistiklerine** baktığımızda da, İnternet kullanım istatistiklerinde, internet kullanıcılarında %9, yani 5 milyonluk bir artış görüyoruz. (59.3 milyon internet kullanıcısı), Aktif sosyal medya kullanıcı sayısının da 2 milyonluk bir artış gerçekleşmiş. *(52 milyon aktif sosyal medya kullanıcısı.* Aktif mobil sosyal medya kullanıcı sayısı ise geçen yılla aynı kullanıcı sayısına sahip.

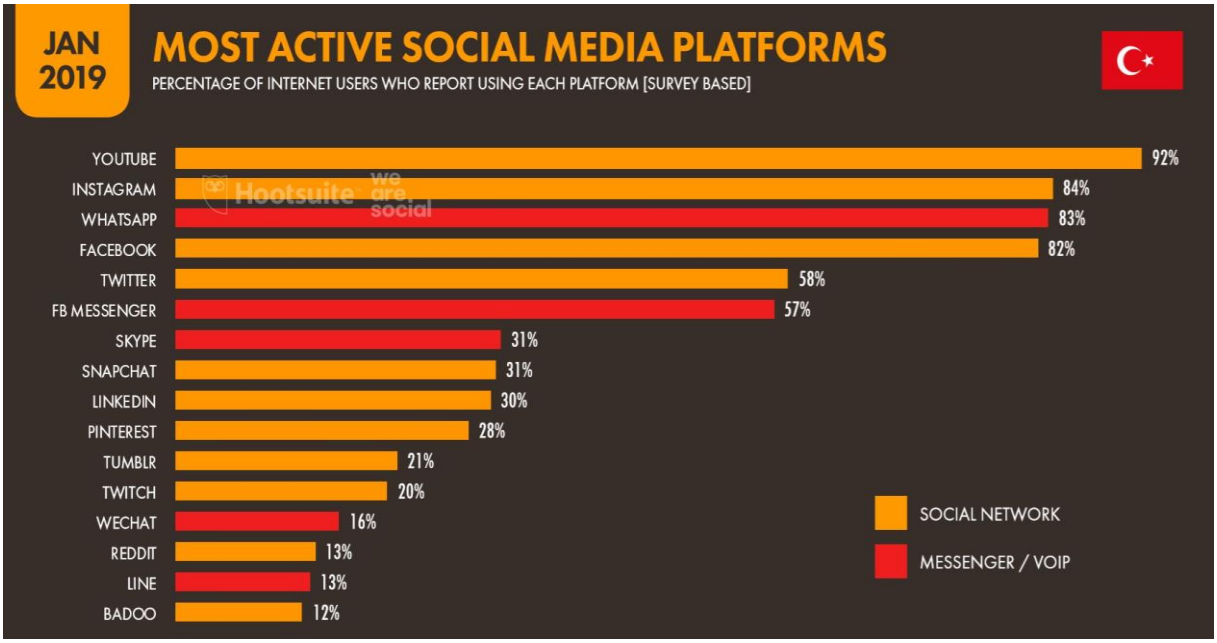
Grafik 3- Haziran 2019 itibariyle Türkiye'de elektronik cihaz kullanımı



• Grafik 3- 2019 yılında Türkiye'de elektronik cihaz kullanımı *Kaynak: We Are Social 2019 Türkiye Yıllık Dijital Değişim İstatistikleri*

Grafik 3 incelendiğinde; Yetişkin insanların %98'i cep telefonu ve bunların %77'si akıllı telefon kullanıyor. Masaüstü bilgisayar veya laptop kullananların oranı %48 iken, tablet kullananların oranı %25. Hemen herkesin televizyonu var, oranı %99. Giyilebilir teknoloji ürünleri kullananların oranı ise %9Grafikte görüldüğü gibi, en aktif sosyal medya platformu Youtube. Onu hemen Instagram ve Facebook takip ediyor. Geçen yıla göre Instagram'ın Facebook'u geçtiğini görüyoruz.Ardından Twitter, Snapchat ve LinkedIn en çok kullanılan diğer sosyal medya platformları olarak karşımıza çıkıyor.

Grafik 4- Türkiye'de Sosyal Medya Kullanımı İstatistikleri



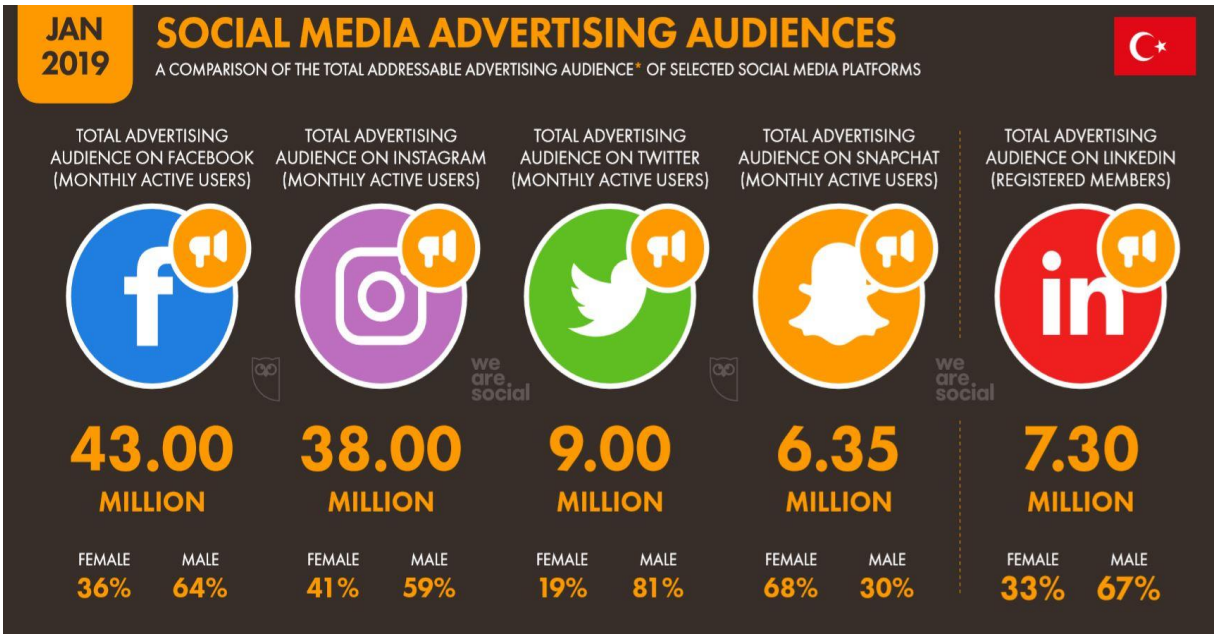
Kaynak: We Are Social 2019 Türkiye Yıllık Dijital Değişim İstatistikleri

Grafik 4 de görüldüğü gibi, en aktif sosyal medya platformu Youtube.

Onu hemen Instagram ve Facebook takip ediyor. Geçen yıla göre Instagram'ın Facebook'u geçtiğini görüyoruz.

Ardından Twitter, Snapchat ve LinkedIn en çok kullanılan diğer sosyal medya platformları olarak karşımıza çıkıyor.

Grafik 5- Türkiye'de en çok kullanılan sosyal medya platformlarının kullanıcı sayıları ve cinsiyet dağılımı



- *Kaynak: We Are Social 2019 Türkiye Yıllık Dijital Değişim İstatistikleri*

-Facebook'un 43 milyon kullanıcısı bulunmakta ve erkeklerin daha fazla kullandığı bir platform niteliğinde (Geçen yıla göre kullanıcı sayısında %2,3'lük azalma sözkonusu)

-Instagram'ın 38 milyon kullanıcı bulunmakta ve Facebook gibi yine erkeklerin daha fazla kullandığı bir platform. (Geçen yıla göre kullanıcı sayısında %2,7'lik artış gerçekleşmiştir.)

-Twitter ülkemizde 9 milyon kullanıcıya sahip ve her 10 kişiden 8'i erkek (Geçen yıla göre kullanıcı sayısında %1,9'luk artış.).

-Kadınların daha fazla kullandığı platform olan Snapchat'in ise ülkemizde 6.3 milyon kullanıcısı bulunuyor. (Geçen yıla göre kullanıcı sayısında %26 oranında ciddi bir azalma söz konusu)

-LinkedIn yine erkeklerin daha yoğun olarak kullandığı bir platform ve 7.3 milyonluk kullanıcı sayısına sahip. (Geçen yıla göre kullanıcı sayısında %5,8'lik artış yaşanmıştır)

4- ETKİLEYİCİ PAZARLAMA (INFLUENCER MARKETİNG)

Influence kavramı sözlükte "etki, nüfuz, tesir, sözü geçerlik" olarak, influencer ise "insanların davranış biçimini etkileyen ya da değiştiren kişi" olarak tanımlanmaktadır (https://dictionary.cambridge.org/tr . Bir diğer sözlükte ise influencer, "etkileyen bir kişi veya şey; pek çok insanı sosyalmedya ya da geleneksel medya aracılığıyla etkileme gücüne sahip kişi" olarak açıklanmaktadır (www.dictionory.com). Pazarlama sektörüne uyarlanmış olan influencer marketing kavramı Türkçeye "*hatırlı pazarlama, tavsiye pazarlama, fenomen pazarlama, nüfuz pazarlaması, etkileşimli pazarlama, dijital kanaat önderliği* vb." gibi anlamlarla aktarılmaya çalışılmıştır. Halen "Influencer Marketing"'in tam olarak Türkçe bir karşılığı bulunmamaktadır. Bunun nedeni hem yeni bir yöntem olması hem de çıkış noktasının ülkemizden uzak topraklarda olmasıdır. Influencer, İngilizce'de "etkileyen" anlamına gelir Influencer, insanların davranışlarını etkileyen ya da değiştiren kişidir. Günümüzün yeni medya dünyasında influencer, sosyal medya kanallarında belirli bir güce ve popülerliğe sahip olan, hitap ettiği takipçi kitlesini etkileyen bilirkişidir. Bu bilirkişi konumlandırmasını influencer'ın kendisi değil, onun deneyim ve paylaşımlarının samimiyetine güvenip inanan takipçi kitlesi yapar.Influencer ünlü bir kişi, internet fenomeni, blogger, Youtube vloggerı ya da Instagram ünlüsü olabilir. Bu kişilerin sadık bir takipçi kitlesi vardır ve bu kitle influencer'ın deneyimlerinden faydalanır, paylaşımlarına güvenir, inanır ve benimser. Influencer, internetin otoritesidir. Influencer marketing; dijital medya kanallarında kitleleri etkileme gücü bulunan, takipçileri tarafından otorite ve bilirkişi olarak kabul edilen kişilerin, hitap ettiği kitlenin satın alma davranışlarını etkileme üzerine yoğunlaşan bir pazarlama stratejisidir. Influencer marketing anlayışında pazarın tamamına değil, influencer'lar aracılığıyla potansiyel alıcılara yönelik pazarlama aktiviteleri yapılır (https://creatorden.com).Türkçede Influencer Marketing;

“etkileyici pazarlama”, ”fenomen pazarlaması”, ”etkili kişi pazarlaması” “hatırlı pazarlama” ”” gibi farklı kavramlarla kullanılmaktadır. Kavramın Türkçeye tam olarakçevrilememiş olması ve literatürde farklı kullanımları nedeniyle influencer marketing kavramı bu çalışmada orijinal haliyle değiştirilmeden kullanılacaktır. Influencer, internetin otoritesidir. Influencer marketing; dijital medya kanallarında kitleleri etkileme gücü bulunan, takipçileri tarafından otorite ve bilirkişi olarak kabul edilen kişilerin, hitap ettiği kitlenin satın alma davranışlarını etkileme üzerine yoğunlaşan bir pazarlama stratejisidir. Influencer marketing anlayışında pazarın tamamına değil, influencer’lar aracılığıyla potansiyel alıcılara yönelik pazarlama aktiviteleri yapılır.

Bugün bireyler bazen farkında olmadan ya da farkında olarak sosyal medya aracılığı ile “etkileyici” veya “hatırlı pazarlamanın” etkisi altına girebilmektedir. Ayrıca yaşanan teknolojik gelişmeler doğrultusunda giderek bütünleşen ve sınırsız bir dünya düzeninde, markaların sosyal medya aracılığı ile hedef tüketiciye ulaşmak amaçlı fenomen kullanımı, bugünün en önemli pazarlama yöntemlerinden biri haline gelmiştir (Kılıç,Özkan,2018: 452).

Çünkü günümüzün yoğun ve küresel rekabet koşullarına bakıldığında birçok markanın rakip firmalar karşısında avantajsağlamak için hedef kitlesine iletmek istediği mesajlar doğrultusunda en etkin olan iletişim kanallarını belirlemek zorundadır.

İnfluecer’lar (etkili –hatırlı-tanınmış kişiler) blogger, gazeteci ya da youtuber veya instagremmer olabilir. Bu kişiler, firmalar tarafından kendilerine tanıtmaları için verilen marka ve ürünleri etkili oldukları sosyal medya ortamında izleyicilerine ileterek tanıtmakta ve tutundurmaya çalışmaktadırlar (Ewers,2017:49).Sosyal medya araçları günümüzün ortalama tüketicisin, yaşamında giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Özellikle sosyal medyada sunulan içerik kalitesinin yüksekliği etkiyi daha da artırmakta diğer yandan sosyal medyanın izlenmesinin ölçülebilir olması da bu faaliyetin yaygınlaşmasını sağlamaktadır (Glucksman,2017 : 47). Etkileyici Pazarlama (Influencer Marketing) , Youtube, Facebook, Twitter, Periscope, Instagram gibi sosyal medya kanallarında yüksek takipçi sayılarına sahip kişilerin içerik yoluyla bir ürün ya da marka hakkında deneyimlerini takipçilerine aktarmasıdır. Günümüzde şirketlerin başarısı sahip oldukları ve etkin kullanabildikleri bilgi teknolojileriyle doğru orantılıdır. Bu kapsamda örneğin, Pazar erişimini genişletmek için web üzerinden iletişim, modern pazarlamanın bir aracı olmuştur .Bu nedenle pazarlamacılar tarafından sosyal medya reklamlarının pazar payını arttırmanın önemi büyüktür. Sosyal medyada genel olarak tanıtım maliyetinin geleneksel medya araçlarına göre düşük fiyatlarda olması küçük bütçeli işletmelerin de hedef kitlelerine ulaşabilmesine fırsat vermektedir .Bu nedenlerle, pek çok marka influencer marketingi aktif bir şekilde kullanmakta, takipçi sayısını arttırmak için çeşitli

kampanyalar düzenlemektedir. Günümüzde Influencer Marketing, etkin bir kitlesi olan kişi veya kişilerin marka veya ürün ya da hizmetlerin tanıtımının yapılması sonucunda ortaya çıkmaktadır. Sosyal medya odaklı olarak geliştirilen Influencer Marketing kampanyalarında uygulanacak adımlar ürün veya hizmete ilişkin stratejiye göre farklılık gösterebilmektedir (https://wmaraci.com:2019).Özellikle yeni nesil tüketiciler bu platformlarda yer alan diğer tüketicilerin fikirleri doğrultusunda hareket ederek ürünü satın almanın yanında ürünü satın alma ihtimali bulunan diğer kişileri de etkilemektedir. İşte bu yüzden bugün birçok marka müşteri bağlılığıve güvenini oluşturarak marka sadakatini sağlamada hatırlı pazarlamadan faydalanmayabaşlamıştır. Bu sayede markalar ürünlerinin deneyimlenmesini sağlayarak takipçileri ilepaylaşan "fenomen" olarak adlandırılan kişiler aracılığı ile kendi ürünleri "tavsiye" niteliğinde hedef kitleye ulaştırmaya başlamışlardır (Marketing Türkiye, 2017). Etkili\hatırlı pazarlamanın etkisi ve öneminin farkına varan markalar, bu platformda yer alan,etkileyici gücü yüksek olan fenomenlerle etkileşime geçmiştir. Oldukça popüler bir sosyalmedya platformu olan Instagram bünyesinde birçok, alanda uzmanlaşmış (moda, spor, sağlık,kozmetik vb.) ve marka elçisi olan birçok fenomen kitlesi (bloger, vloger, youtuber vb.) bulundurmaktadır. Günümüzün yeni medya dünyasında influencer, sosyal medya kanallarında belirli bir güce ve popülerliğe sahip olan, hitap ettiği takipçi kitlesini etkileyen bilirkişidir. Bu bilirkişi konumlandırmasını influencer'ın kendisi değil, onun deneyim ve paylaşımlarının samimiyetine güvenip inanan takipçi kitlesi yapar. Influencer ünlü bir kişi, internet fenomeni, blogger, Youtube vloggerı ya da Instagram ünlüsü olabilir. Bu kişilerin sadık bir takipçi kitlesi vardır ve bu kitle influencer'ın deneyimlerinden faydalanır, paylaşımlarına güvenir, inanır ve benimser. Influencer, internetin otoritesidir. Dolayısıyla, Etkileyici \ Hatırlı \ Fenomen Pazarlama (Influencer Marketing) , Youtube, Facebook, Twitter, Periscope, Instagram gibi sosyal medya kanallarında yüksek takipçi sayılarına sahip kişilerin içerik yoluyla bir ürün ya da marka hakkında deneyimlerini takipçilerine aktarmasıdır. Son dönemlerde sosyal medyanın hızla günlük hayatımıza etki etmesi, sosyal medya da geniş kitlelerin ortaya çıkmasını sağlamış, bu da sosyal medya da fenomenlerin hızla artmasına yol açmıştır. Bir diğer tanımla Influencer marketing, bir markanın veya ürünün internet üzerinden "ağızdan ağza yayılarak" bilinirliğinin arttırıldığı bir pazarlama stratejisidir. Diğer bir deyişle sosyal medyada *fenomen olmuş kişilerin* markanızı tanıtmasıdır. Fenomen ya da İnfluencer'lar, pazarlama terminolojisinde *tüketicilerin satın alma kararında etkili olan kişi* olarak tanımlanabilir. Son yıllarda reklam sektöründe Etkileyici Pazarlama (Influencer Marketing) yöntemine daha fazla başvurulduğu görülmektedir. Şirketlerin pazarlama bütçelerinde bu yöntem daha fazla yer almaya başlamıştır. Yaşanan gelişmelere bakılırsa bu akımın bu kadar tutmasında sosyal medya fenomenlerinin

büyük katkısı olmuştur. Bu kişilerin paylaşımları kısa sürede büyük kitlelere ulaşınca bu yöntemin pazarlama sektörü için ciddi bir fırsat olduğu anlaşılmıştır**.** Bu yeni yöntemin temelinde şu iki yaklaşım bulunmaktadır: Tüketiciler samimiyet ve güven vermekten uzak, sadece reklam amaçlı dayatmalar olmasından ziyade, şirketlerin kendileri ile iletişime geçmelerini beklemektedir. Tüketiciler, reklamı yapılan ürünleri kullanan kişilerin görüş ve değerlendirmelerini bilmek istemektedir. Bu iki yaklaşım, büyük şirketleri zamanla Etkileyici Pazarlama (Influencer Marketing) yöntemine çekmektedir. Bazı uzmanlar bu yeni yöntemi Y Kuşağı Pazarlama Yöntemi olarak tanımlamaktadır. Üstelik geleneksel pazarlama yöntemlerinde, tanınmış kişiler ile kampanyalara çok fazla rakamlar harcanırken, ***Etkileyici Pazarlama (Influencer Marketing)*** yönteminde çok daha düşük bütçelerle sosyal medya fenomenleri ile işbirliği yapmak mümkündür. Dolayısıyla, Etkileyici Pazarlama (Influencer Marketing)

- dijital medya kanallarında kitleleri etkileme gücü bulunan,
- takipçileri tarafından otorite ve bilirkişi olarak kabul edilen kişilerin,
- hitap ettiği kitlenin satın alma davranışlarını etkileme üzerine yoğunlaşan bir pazarlama stratejisidir.

Influencer marketing anlayışında pazarın tamamına değil, influencer'lar aracılığıyla potansiyel alıcılara yönelik pazarlama aktiviteleri yapılır.(«hedefli pazarlama»)

Influncer marketing, gücünü 3 kaynaktan alır:

Sosyal erişim: Influencer'lar sosyal medya kanalları ile milyonlarca kişiye ulaşabilirler.

Orjinal içerik: Influencer'lar orjinal, etkileyici, sıradışı ve pazarlama odaklı niş içerikler üretirler.

Tüketici güveni: Influencer'lar dinleyici kitlesi ile güçlü ilişkiler inşa eder; takipçileri influencer'ların fikirlerine güvenir. Araştırmalar tüketicilerin, Youtube izleyicisi olan gençlerin tavsiyelerine, geleneksel medya ortamlarında yer alan ünlülere oranla yüzde 70 daha fazla güvendiklerini ortaya koymaktadır. Fenomen pazarlamada fenomenler, içeriklerini kendileri yaratmakta, yaratıcılıklarını kullanarak takipçilerinin beğenilerine uygun şekildehareket edip, içerik üretmektedir. Bu durum, içeriği güncel ve doğal olarak kabul etmekte, hazırlanmış reklam mesajlarına göre markaya etkisi daha fazladır (https://indigodergisi.com/2017).

Influencer marketing metodunda 4 temel aktivite yer alır:

Influencer'ları analiz ederek belirlemek ve onları önem sırasına göre derecelendirmek. **Influencer'lara pazarlama yapmak**: Influencer topluluğunun marka ve firmaya dair farkındalığını arttırmak. **Influencer'lar üzerinden pazarlama yapmak:** Hedef pazar segmentleri üzerinden hedef kitlenin marka farkındalığını arttırmak için influencer'lar

aracılığıyla pazarlama kampanyaları yapmak. **Influencer'lar ile pazarlama yapmak:** Influencer'ları marka ve firmanın savunucuları haline dönüştürerek, onlara adeta taraftar ruhunu aşılamak (https://creatorden.com).

Influencer pazarlamasında 4 aşamada ilerlenir:

Erişim: Marka kendisini temsil edecek en doğru influencer'ı sosyal medya dağıtım kanalları aracılığıyla seçer. Influencer kendi alanında uzman kişidir.

Hedef kitle markayı tanımadığı için güvenmez, bu yüzden de geleneksel reklam ve pazarlama yöntemleri işe yaramaz. Influencer'ların ise takipçi kitlesinin gözünde itibarı ve güvenilirliği vardır. Markalar hedef müşteri grubuna influencer'lar ile erişerek, ürün ve servislerine dair istenilen satın alma davranışlarını gerçekleştirmelerini sağlarlar.

Eylem: Markalar influencer'lar aracılığıyla ikincil pazarlama kampanyası oluştururlar. Influencer gerçek hayat senaryolarına uygun problem çözümlerinde markanın ürün ve servislerini deneyimleyip dürüst bir bakış açısıyla tanıtırken, takipçilerinden yorum yapmalarını ister. Oluşturulan tartışma ortamı ile hedef müşteri kitlesinin ilgisi çekilir; markanın ürün değerine dair herhangi bir süzgeçten geçmemiş salt düşüncelerini dile getirirler.

Dönüştür: Influencer'lar takipçilerini markanın ürünlerini alan müşterilere dönüştürür. Tüketiciden tüketiciye (C2C) pazarlama ile satın alınmış reklam gelirlerinin iki katı elde edilerek, WOMM (ağızdan kulağa pazarlama) etkisi oluşturulur. Bu aynı zamanda User-Generated-Content (kullanıcı tarafından üretilmiş içerik) anlayışını da içerir. Anında kullanılmak üzere oluşturulan, kişi ya da belli bir gruba (takipçi kitlesi) özel indirimler ile tüketicilerin ürüne dair istek ve heyecanları canlı tutulur. Böylelikle izleyiciler aktif müşterilere dönüştürülerek, geleneksel yöntemlere kıyasla %37 oranında daha etkili bir pazarlama kampanyası da yürütülmüş olur.

Etkileşim: Bu aşamada güçlü müşteri ilişkileri inşa etmek önemlidir. Influencer'lar ilk müşterileri ürün ve markanın sadık müşterisine dönüştürmelidir. Sarsılmaz bir sadakatin oluşması tüketicinin influencer'a olan bağına, güvenine ve ne kadar sadık bir takipçi olduğuna bağlıdır. Bunun için markaların hedef kitlesinin prototipini belirlemesi, yaptığı araştırma ve örneklemler sonucunda bir Persona oluşturarak karakterize etmesi gerekir. Sonrasında kurgusal bir karakter olan bu kişilik kartını en iyi temsil edecek influencer'ı bulması gerekir. Influencer, markanın arzu edilen Persona'sını doğal ve tutkulu bir şekilde temsil edebilmeli, tüketicilerin gözünde adeta ışıldayan bir Süperstar'a dönüşerek markanın hedef kitleye yansıyan yüzü olmalıdır. Bu hayat bulan kanlı canlı örnek hedef kitle etkileşimini arttıracak ve influencer'lar aracılığıyla markaya sadık bir müşteri kitlesi oluşturulacaktır. (https://creatorden.com)

4.1. Mikro-Makro ve Mega influencerlar

Instagram, Snapchat, Youtube, Twitter gibi sosyal medya hesapları sayesinde ayrıca bir ekonomi yaratan fenomenlerin, takipçi sayılarına göre kategorilerine ayrıldığını görebiliriz.

1 Milyon ve üzeri takipçi sayısına sahip olan ünlüler (mega influencerler),

500 bin ile 1 milyon arasında takipçiye sahip olan top influencerler,

100 bin ile 500 bin arasında takipçiye sahip olan mid influencerler

ve 1000 ile 100 bin arasında takipçiye sahip olan mikro influencerler

olarak adlandırılmaktadır.

Mikro etkileyiciler (Micro - Influencer

Daha az takipçi sayısıyla daha fazla etkileşim sağlaması, düşük bütçelerle çalışılması ve etkili takipçi yönetimi sebebiyle tercih edilmektedir.

Daha çok bütçesi düşük işletmeler ve markalar için uygundur.

Ortalama 10.000 ile 50.000 takipçi sayıları bulunmaktadır.

Macro - infulencer gibi ünlü statüsüne sahip değildir.

Düzenli olarak hayranlarıyla ve takipçilerle etkileşime girmekte ve genellikle yüksek etkileşimli ve aktif bir kitleye sahiptir.

Farklı sosyal medya hesaplarında aktif olsalar da genellikle Instagram daha çok kullanılmaktadır.)

Makro etkileyiciler (Macro –Influencer)

Takipçi sayıları 500.000 ile 1 milyon arasında değişmektedir.

Genellikle ünlü markalar tarafından büyük ve global projeler için tercih edilmektedir.

İçeriği genellikle yüksek kalitededir.

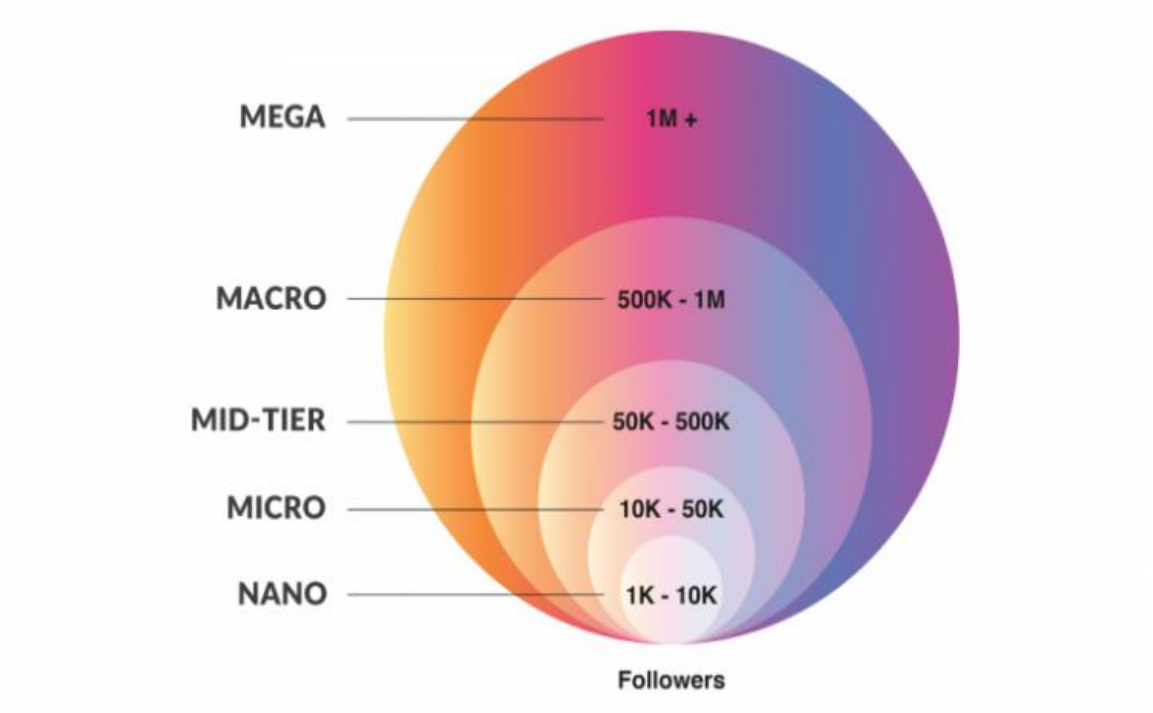
Popüler ve takipçiyle etkileşim kuracak konulardan oluşur.

Makro etkileyiciler ayrıca sürekli organik olarak büyüyen özel bir kitleye sahiptir

Makro, daha iyi bilinen ve ünlü etkileyicidirler.

1 milyondan fazla takipçisi olanlar ise mega influencer olarak tanımlanmaktadırlar.

Grafik.6- İzleyici sayılarına Göre Mikro-Makro – Mega İnfluencerler (x)



(X) 2018 Yılında Başlıca Türk Instagram Fenomenleri !

Giyimleri, saçları, makyajları ve kadınların ilgililerini çekecek pek çok farklı özellikleri ile Instagramda fenomen olmuş bazı isimler bulunmaktadır: 1- Pelin Kaya Nam 2) Şeyma Subaşı 3-Ezo Mola 4- Pelin Akil ve Anıl Altan'ın Ortak Hesabı ''Pelinanilaa''5- Kerimcan Durmaz 6- Danla Biliç 7- Mert Vidinli 8- Samet Licina 9 PuCCa) 10- Zeynep Zor 11- Merve Özkaynak 12) Melis Ayca Değirmencioğlu

4.2-Türkiye Influencer Marketing 2018 Araştırması

Like Public & Big Cat Research işbirliği ile *Türkiye Influencer Marketing 2018 Araştırması* yayınlandı. Araştırmaya, %68'i kadın, %32'si ise erkek olmak üzere 1120 kişi katıldı. Araştırmaya katılan kişilerin yaş dağılımı ; 13-22 yaş arası %54, 23-27 yaş arası 27, 28 yaş ve üzeri ise %19.

Araştırmaya katılanların;

%51'i Instagram Influencer'larının, %26'sı ise YouTube Influencer'larının önerileriyle ürün satın aldığını,

%92'si takip ettiği Influencer'i arkadaşlarına önermekte olduğunu,

%71'i yapılan işbirliklerini ilgi çekici bulduğunu,

%72'si işbirliği yapılan markaları güvenilir olduğunu

%49'u markalarla yapılan işbirliği çok sık yapılmadıkça rahatsız olmadığını,

%57'si Influencer'ın kendi ismiyle ürün veya markası olsa satın alabileceğini

%54'ü Influencer olmayı meslek olarak gördüğünü,

%61'i Influencer paylaşımına yorum yazarak etkileşime geçtiğini,

%60'ı bir Influencer'ın gerçekten kullandığı bir ürünün reklamını yapmasını önemsediğini,

%73'ü Influencer'ı samimi bulduğu için takip etmeye başladığını,

%63'ü Influencer'ın paylaşımına yaptığı yoruma cevap alırsa o ürünü satın alabileceğini belirtmektedir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışmamızın sonucunda ulaşılan sonuçlar şöyle belirtilebilir:

İnternet son çeyrek yüzyılın en önemli icadı ve teknolojik gelişmesi olarak kabul edilmektedir. Gerçekten son dönemde dünyayı internet kadar etkileyen-değiştiren ve dönüştüren bir başka gelişme olmadığı ifade edilebilir. İnternet aynı zamanda küreselleşmeyi de son derece hızlandıran bir faktör omuştur. Diğer yandan geçtiğimiz 10-15 yılda Facebook, instagram, twitter .v.b. sosyal medya ağları-platformları da gerek küresel ve gerekse yerel düzeyde son derece etkili olmaktadır. Akıllı telefon kullanımının giderek yaygınlaşmasıyla mobil ağların kullanımı ve internete mobil ulaşım ve mobil uygulamalar (applikasyonlar) da yaygınlığını artırmata ve günümüzde internete erişimin çoğunlukla mobil erişimle gerçekleştiği görülmektedir. Tüm bu gelişmelerle birlikte internette pazarlama (e-ticaret\online pazarlama) faaliyetleri de sürekli yaygınlaşmakta ve toplam pazardaki payını artırmayı sürdürmektedir.

Örneğin 15-20 yıl önce 50-100 milyon US dolar civarında tahmin edilen ülkemizdeki internette pazarlama faaliyetleri cirosu ortalama 150 kat civarında artışla 2018 yılı itibariyle 12.5 milyar US dolar civarında hesaplanmıştır.

Dolayısıyla günümüz işletmeleri dünyada ve ülkemizde çok büyük bir çoğunlukla web siteleri dışında ayrıca sosyal medyada da hesaplar açarak yer almakta ve sosyal medya pazarlama faaliyetlerinde bulunmaktadırlar.

Sosyal medya faaliyetlerinde ise fenomenler ve etkileyicilerin önemli etkinliği söz konusu olup işletmeler de gerek fenomenler ve özellikle de etkileyiciler ile işbirliğine gitmektedirler. Etkileyiciler (influencerlar), izleyicileri ile oluşturdukları güven, sahip oldukları itibar ve ürünü kullanarak \ deneyimleyerek sunum yapmaları nedeniyle, *ünlü marka yüzleri ve fenomenlere* göre ürün tanıtımında daha inandırıcı ve etkili olmaktadırlar. Ayrıca araştırmalar izleyicilerin satın alma davranışlarında etkileyicilerin önerilerinin oldukça etkili olduğunu izleyicilerin ve marka-etkileyici işbirliklerini desteklediklerini ortaya koymaktadır.

Bu nedenle sosyal medyada yer alan işletmelere önerilerimiz;

- Hedef pazarlarını bilimsel araştırmalarla doğru saptamaları

- Hedef pazarlarının internet ve sosyal medya kullanım alışkanlıklarını iyi ölçümleyerek varsa izledikleri etkileyicileri saptamaları
- Veya hedef pazarları ile örtüşecek ve beğeni kazanarak inandırıcılık oluşturabilecek yeni etkileyiciler bulmaları
- Ve bilimsel, doğru ölçümlemeleri sürekli yaparak etkileyici pazarlama faaliyetlerini uygulamaları ve sürdürmeleri şeklindedir.

KAYNAKÇA

Alkılıç, İnanç.,Özkan, Buse (2018). bir sosyal medya pazarlama trendi, hatırlı pazarlama ve etkileyiciler: ınstagram fenomenleri üzerine bir araştırma, uluslararası sosyal bilimler dergisi ınternatıonal journal of socıal scıences cilt / vol.: 1, sayı / ıs.: 2, 2018, 43-57

Doğdubay, M., Battallar, Zeynep, Cömert, Menekşe., Eröz, S.S., Tüketicilerin Tercihlerinde Sosyal Medyadaki Reklamların Etkisi Akademik Dergisi, 01 (2015) 39-48

Eken, İhsan., Alişarlı (2017). Yeni Medyada ürün yerleştirme: youtube'da paylaşım yapan fenomenler üzerinden kampanya süreci - uluslararası iletişimde yeni yönelimler konnferansı eğlence ve ürün yerleştirme http://acikerisim.ticaret.edu.tr/xmlui/bitstream/handle/11467/1895/M01155.pdf?sequence=1&_isAllowed=y i.e.t:25.06.2019

Eröz, S.S., & Doğdubay, M.,(2012), Turistik Ürün Tercihinde Sosyal Medyanın Rolü ve Etik İlişkisi, Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 27(1):133-157.)

Ewers, Nora Lisa (2017). Influencer Marketing on Instagram An Analysis of the Effects of Sponsorship Disclosure, Product Placement, Type of Influencer and their Interplay on Consumer Responses , Master Thesis

Glucksman, Morgan., The Rise of Social Media Influencer Marketing on Lifestyle Branding : A Case Study of Lucie Fink (2017), Elon Journal of Undergraduate Research in Communications, Vol. 8, No. 2, 77-87

Influencer Marketing'ın Önlenemeyen Yükseliş https://www.marketingturkiye.com.tr/haberler/influencer-marketinginonlenemeyen-yukselisi/. iet:20.05.2019

İşlek, M.S. (2012). *Sosyal Medyanın Tüketici Davranışlarına Etkileri: Türkiye'deki Sosyal Medya Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma*, Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karaman.

K Sammis, C Lincoln, S Pomponi (2015). Influencer Marketing For Dummies, John Wiley& Sons.İnc.N.J.2015

Marketing Türkiye, (2017).,Marketing Türkiye.,Influencer Marketing'ın Önlenemeyen Yükselişi

Mert, Y. Lütfü.(2018). Dijital Pazarlama Ekseninde Influencer Marketıng Uygulamaları Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi Arşiv Cilt 6, Sayı 2, 1299 – 1328

Özdemir, Şuayip, Köksal Yüksel. (2013), Bir İletişim Aracı Olarak Sosyal Medya'nın tutundurma karması içerisindeki yeri üzerine bir inceleme, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi Y.2013, C.18, S.1, s.323-337.

Saravanakumar, M. & SuganthaLakshmi, T. (2012). Social Media Marketing, Life Science Journal, 9(4)

Sosyal,Tayfun, Özgünen,Nihan (2018).Fenomen Pazarlama ve uygulama örnekleri ınfluencer marketıng and applıcatıon examples beşeri ve idari bilimler'de akademik araştırmalar ıv- Birinci Basım, Ankara

Usta, Ö. (2009). Turizm Genel ve Yapısal Yaklaşım, Detay Yayıncılık, Ankara.

(https://dictionary.cambridge.org/tr).

http://www.livaport.com/pazarlamada-yepyeni-bir-akim-var-etkileyici-pazarlama-influencer-marketing/Pazarlamada Yepyeni Bir Akım Var: Etkileyici Pazarlama (Influencer Marketing) 25 Eylül 2017. i.e.t:22.05.2019

https://pazarlamasyon.com/turkiye-influencer-marketing-2018-arastirmasi-yayinlandi/ i.e.t:20.05.2019

https://www.bariscanunal.com.tr/influencer-marketing-nedir/barışcan ünal 7-04- 2016. i.e.t:15.05.2019

https://creatorden.com/influencer-marketing-nedir/

https://wmaraci.com/nedir/influencer-marketing

(Marketing Türkiye, 2017) Marketing Türkiye.

https://indigodergisi.com/2017/06/pazarlama-fenomen-unlu-tercihi/ Erişim Tarihi: (12.05.2019).

(http://www.livaport.com:25 Eylül 2017).

(https://creatorden.com) influencer-marketing-nedir/ iet:12.05.2019

3rd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 28-30 June 2019, Lefkosa

Türkiye'de Girişimcilik Tarihi: Genel Bir Değerlendirme

Inst. Dr. Necdet SEZAL
Alanya Alaaddin Keykubat University
necdetsezal@hotmail.com

ÖZET

Girişimcilik olgusunu tanımlarken sürekli girişimcilere vurgu yapılır. Girişimciler önce yerel çevrelerine, sonra ulusal ekonomik düzene gözardı edilemeyecek kadar olumlu katkılar sağlayan kimselerdir. İşletme kapasitesi daha da büyüdüğünde ise tüm dünyaya üretim ve pazarlama yapmayı göze alabilen kişilerdir onlar. Girişimcilerin vücuda getirdiği işlev girişimcilik olarak adlandırılmıştır. Bu işlev şüphesiz tarihi yapı içinde aşama aşama günümüze kadar gelmiştir. Türkiye'de Girişimcilik Tarihi: Genel Bir Değerlendirme" adlı bu çalışma üç alt başlıktan oluşmuştur. Girişimcilik ve kapsamı, girişimciliğin gelişimi ve Türkiye'de girişimcilik tarihi etraflıca açıklanmıştır. En sonunda da genel değerlendirme yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Girişimci, Girişimcilik, Türkiye'de Girişimcilik Tarihi

Hıstory of Entrepreneurshıp in Turkey: A General Evaluation

ABSTRACT

When defining the phenomenon of entrepreneurship, emphasis is always given to entrepreneurs. Entrepreneurs are those who first made positive contributions to their local environment and then to the national economic order. They are people who can afford to make production and marketing all over the world when the company capacity increases. The function of entrepreneurs is called entrepreneurship. This function has come to the present stage in the historical structure. History of Entrepreneurship in Turkey: An Evaluation "says the study is composed of three sub-titles. Entrepreneurship and scope, are explained in detail the history of the development of entrepreneurship and entrepreneurship in Turkey. Finally, a general evaluation was made.

Keywords: Entrepreneur, Entrepreneurship, History of Entrepreneurship in Turkey

1. GİRİŞ

Girişimci her şeyden önce bir bireydir. Onun asıl amacı birinin işyerinde ücret karşılığı çalışmak değildir. O, risk üstlenip, kendi işyerini açmak üzere yola çıkan bir kimsedir. Girişimciler ölçeği ne olursa olsun her ekonomik düzende kilit insanlar olarak karşımıza çıkarlar. En önemli özellikleri arasında "mevcut ve gelecekteki ihtiyaçları önceden tahmin etmek, pazar için yeni ve yararlı fikirler geliştirmek, gerekli yetenek ve inisiyatife sahip olmak" sıralanabilir. Girişimci manevi tatminin yanı sıra başarılı olduğunda hatırı sayılır miktarlarda gelirler de elde edebilir. Şöhret sahibi bile olabilirler. İşler aksi giderse zarar haneleri genişler (Kenton, 2019: 1). Ancak yola çıkarken tamamen umut dolu ve heyecan içindedirler. Girişimci, aynı zamanda normların oluşmasına da öncülük eder (Tureng, 2019).

Bu çalışma bu derece önemli bir konunun Türkiye yönünü ortaya koymaya ilişkindir. Konu girişimcilik ve kapsamı, girişimciliğin gelişimi ve Türkiye'de girişimcilik tarihi alt başlıklarında ele alınmıştır. Girişimcilik ve kapsamı adı altında girişim, girişimci ve girişimcilik kavramlarına yer verilmiştir. Girişimciliğin gelişimi başlığında trampadan günümüze kadar olan safhalar kısaca açıklanmıştır. "Türkiye'de Girişimcilik Tarihi" başlığında ise "Cumhuriyet öncesi dönem,

Cumhuriyetin ilk yılları, 1950-80 dönemi, 1980-2000 arası ve 2000 sonrası yıllar" ele alınmıştır. Çalışma sonuç ve genel değerlendirme ile sonlandırılmıştır.

2. GİRİŞİMCİLİK VE KAPSAMI

Burada sırasıyla girişim, girişimci ve girişimcilik kavramları açıklanmıştır. Girişim kelimesi, bir teşebbüsü veya bir işe kalkışmayı ifade etmektedir. Ekonomik yaşam içinde alınan her mesafe, üretim faktörlerini bir araya getirip ihtiyaçları giderme yolunda yapılan her eylem, bir tür girişim olarak değerlendirilebilir. İşte bu eylemleri yerine getirenler de girişimciler olmaktadır.

Girişimci veya girişimcilik ile yakından ilgili bazı kavramlar vardır. Bunlar esnaflık, tacirlik, işletme sahipliği, teknisyenlik-teknokratlık, yöneticilik, profesyonel yöneticilik, fabrika yöneticiliği ve liderlik şeklinde sıralanabilir. Bilgi toplumu girişimcileri, işletme sahip veya ortaklığının yanı sıra; teknisyenlik-teknokratlık, profesyonel yöneticilik ve liderlik gibi özelliklerin tamamı veya bir kısmına aynı anda sahip olabilen müteşebbis tipleridir (Sali, 1998: 3; Çelik ve Akgemci, 2010: 5).

Girişimci kavramı, sürekli yenilik yapan kişi veya kişiler anlamında kullanılmaktadır. Girişimciye atfedilen yenilikçi nitelemesi ise piyasaya yeni ürünlerin sunulması, yeni bir üretim tekniğinden yararlanma, yeni pazarlar elde etme, yeni hammadde ya da yarı mamul madde kaynağının bulunması ve nihayet yeni bir organizasyon biçiminin gerçekleştirilmesi hususlarını kapsar (Gerber, 1996, s.17).

Girişimci halk arasında işadamı, işbilen, yönetici, patron, tuttuğu işi başaran, kendi işini kurmaya becerili olan, daima yeni ve riskli fikirleri gerçekleştirmeye çalışan öncü veya atılgan kişi gibi görülebilir. Girişimci ile ilgili tanımların ortak noktası, girişimcinin başkalarının baktığı ama göremediği fırsatları görüp, onları birer iş fikrine dönüştürebilmesi ve bir de risk almaya yatkınlığıdır. Görüldüğü gibi, girişimciyi yöneticiden ayıran en önemli özelliklerin başında, kâr veya zarar etme riskini üstlenmesi gelmektedir (Titiz, 1994: 3; Akat vd., 2002: 3; Çelik vd., 2013: 17; Efil, 2015: 24).

Girişimcilikte temel amaç kar elde etmek olmakla beraber, kar aynı zamanda girişimcilik sürecinin tekrarlanan bir sonucudur. Girişim oluşturmak için süreci başlatan her adayın cevaplandırması gereken çeşitli sorular mevcuttur. Yani girişimciden aşağıdaki temel sorulara cevap vermesi beklenir (Şimşek vd., 2017: 55):

-Nasıl bir iş kurmalıyım?

-Nasıl bir işletme oluşturmalıyım?

-İşletmenin misyonu nedir?

-İşletmenin amaçlarına ulaşması hangi stratejiler ile sağlanabilir?

-Amaçlara ulaşmak için, hangi araç ve politikalar kullanılmalıdır?

Girişimcilerin cevaplandırmaları gereken sorular kendi içinde içsel ve çevresel olarak iki farklı sıralamaya da tabi tutulabilir. Bir girişimciden aşağıdaki soruların bir kısmını kendi kendisine, bir kısmını ise dış çevre üzerinden sorgulayıp, uygun cevaplar araması istenebilir (Kenton, 2019: 1):

<u>Girişimcinin kendi kendine soracağı soru türleri:</u>

-Dünyayı kendi şartlarımla ele geçirmenin kişiliği, mizacı ve zihniyetine sahip miyim?

-Tüm zamanımı girişimime ayırmak için gereken ortam ve kaynaklara sahip miyim?

-Teşebbüs boş çıkarsa, zaman çizelgesine yerleştirilmiş bir çıkış planım var mı?
-Gelecekteki zorluklar için somut bir planım var mı? Bunları nasıl azaltabilirim?
-Gerektiğinde yardım ve tavsiye almak için gereken ağa sahip miyim?
-Uzmanlıklarından faydalanmak için tecrübeli danışmanlarla iletişim kurdum mu?
-Herhangi bir risk değerlendirmesi taslağı hazırladım mı?
-Teklifimin potansiyelini ve piyasada nasıl şekilleneceğini değerlendirdim mi?
-Teşebbüs, var olan firmalara alternatif ise rakiplerin tepkileri ön görülebiliyor mu?
-Mal ve hizmetlerim için patent almam gerekiyor mu?
-Hedef pazarım ve ana müşteri kitlem belli mi?
-Satış, dağıtım ve tutundurma kanalları tespit edildi mi?

Girişimcinin dış etkenler kapsamında soracağı soru türleri:

-Hedeflenen kuruluşun yapısı yasal düzene uygun mu?
-Kuruluş yeri uygun mu? Değilse alternatif yerler var mı?
-Kamu kurum ve otoritelerinden gerekli lisans veya izinleri ne kadar sürede alabilirim?
-Kaynak tedariki ve uzman personeli bulabilecek miyim? Bunların maliyeti nedir?
-İlk ürünü piyasaya sürmek veya satış işlemleri için planlara sahip miyim?
-Asıl müşterilerim kimlerdir? Hangi özelliklere sahiptirler?
-İşimi büyütmek veya geliştirmek için hangi finans kaynaklarına ihtiyacım vardır?
-Teşebbüsüm, potansiyel paydaşları ikna etmek için yeterince iyi mi?
-Teknolojik etüdler tamamlandı mı?
-İşi zamanla büyütmeye karar verirsem, ne türden yeni sorunlarla karşılaşabilirim?

Girişimciler, herhangi bir insanın sıkıntı veya sorun gördüğü alanlarda bile bir yarar, farklı bir çözüm yolu arayabilen insanlardır. Bu kişiler için alternatifler geliştirmek ve en uygun olan seçeneği uygulamaya geçirmek ayrı bir zevk kaynağıdır. Buradaki hareket, girişime ilişkin fikirlerin uygulanması ile ilgilidir. Bu insanların toplum için yaptıkları yararlı işlemler hiç de azımsanamaz. Mutlaka içlerinden aç gözlü ve para hırslı tipler çıkabilir. Ancak çoğunun heyecan alanı farklı olup, yenilik peşinde koşmak ve toplumu geliştirmek öncelikleridir. Daha fazla para kazanıp, sosyal hizmetlerin finanse edilmesine yardımcı olan vergileri daha fazla ödemek isterler. Çeşitli nedenlerden dolayı hayır kurumlarına ve kâr amacı gütmeyen kuruluşlara bağış yapanların arasında girişimcilerin ön sıralarda yer alması tesadüfi görülmemelidir. (Ferreria, 2018: 1). Girişimcilik tarihi yakından incelendiğinde, sayılan güzel işleri yapan örnek girişimci veya müteşebbislerin parlak yaşamları ile doludur.

3. GİRİŞİMCİLİĞİN GELİŞİMİ

İnsanlar arasında bilinen ilk ticarette trampa önemlidir. Sonraları, avcı-toplayıcı kabileler, farklı bölgelerde mal ticaretine yönelmişlerdir. Girişimcilikteki ilk büyük değişim Tarım Devriminde olmuştur. Erken girişimciler için çömlekçilik, marangozluk, yün verme ve duvarcılık önemli sayılmıştır. Paranın icadından önce, tüm girişimcilik ve ticaret takas sistemiyle gerçekleşmiştir. Para

ile birlikte önemli gelişmeler peş peşe gelmiştir. Ortaçağın kendine has özellikleri olmuştur. Daha büyük nüfus, yiyecek, giysi, hizmet ve diğer önemli şeyleri satın alabilecekleri daha büyük pazarlara ihtiyaç duymuştur. 1550'den 1800'e kadar olan süre, merkantilizmi doğurmuştur. Para ve para cinsinden kıymetli madenler ön plandadır. 1800'lerde girişimcilik dendiğinde "ileri makineler ve pazarlar" konuşulmuştur. Sanayi Devrimi, girişimcilik tarihi açısından dikkat çekicidir. 18. yy.'dan itibaren girişimcilik, küçük ölçekli üretimden büyük ölçekli üretime geçmiştir, Sanayide kullanılan kıymetli cevherler önem kazanmıştır (Ricketts, 2015: 2-5; Hur, 2018: 1).

Ekonomistler başlangıçta "girişimci" veya "girişimcilik" kelimesini tutarlı bir şekilde, yani günümüzdeki anlamı ile tanımlamamışlardr. Başlangıçta, Fransızca üstlenmek fiili ile anılmıştır. Klasik ve Neo-Klasik ekonomistler, girişimci kavramı var olmasına ve yüzyıllarca bilinmesine rağmen, girişimcileri biçimsel modellerinin dışında tutmuşlardır. Risk üstlenme ve yeni şeyler keşfetmeyi girişimci veya girişimcilik kavramları ile bugünkü kadar ilişkilendirmemişlerdir. Ancak 20.yüzyılın ortalarından itibaren makro modellerde artık girişim kavramına yer vermişler ve girişimcileri de temel üretim faktörlerinin arasına yerleştirmişlerdir (Kenton, 2019: 1).

Bu yöndeki çalışmalarda Joseph Schumpeter, Frank Knight ve Israel Kirzner adlı düşünürler ön plana çıkmıştır. Schumpeter, girişimcileri "yenilik peşinde koşan sorumlu şahıslar" olarak görmüştür. Knight onları "belirsizlik ve risk alan bireyler", Kirzner ise "keşfe çıkanlar" gibi değerlendirmiştir. 20.yüzyılın ortalarından itibaren her geçen gün, şirket sahipliği ile yönetimin bir birinden ayrılmasına şahit olunmuştur. Bu durum, girişimci pozisyonunun yeniden değerlendirilmesine ve ticarette daha büyük bir önemle yer almasına neden olmuştur. Bu bağlamda Çıkan literatür çoğunlukla girişimci ile yönetici arasındaki farklılıklar üzerinde yoğunlaşmıştır. Harvey Leibenstein, Israel Kirzner, Mark Casson ve Peter Ferdinand Drucker ile birlikte birçok yazar veya düşünür girişimcilik kapsamında çeşitli çalışmalar yaparak literatüre önemli katkılar sağlamışlardır (Dewhurst, 1989: 70).

II. Dünya Savaşından sonra girişimcilik küreselleşme ile tanışmaya başlamıştır. Özellikle 1980'lerden bu yana girişimcilik artan bir ilgi konusu olmaya başlamış ve yönetim alanında çalışma yapanlar başta olmak üzere, sosyal bilimlerin bir çok alanında üzerinde çalışılan konulardan birisi olmuştur. Artık günümüzde girişimciler, tüm dünyadaki ekonomilerin can damarıdır. Çin gibi komuta ekonomilerinde bile girişimciler, ekonomiye yaptıkları katkılardan dolayı değerlidir ve dünyadaki şirketlerle rekabet edebilmek için yenilik yapmaya teşvik edilmektedirler (Jones and Wadhwani, 2006: 5; Hur, 2018: 1).

4. TÜRKİYE'DE GİRİŞİMCİLİK TARİHİ

Girişimciliğin Türkiye boyutu; Cumhuriyet öncesi dönem, Cumhuriyetin ilk yılları, 1950-80 dönemi, 1980-2000 arası ve 2000 sonrası yıllar olmak üzere beş ayrı bölümlendirme yardımıyla açıklanmıştır.

4.1. Cumhuriyet Öncesi Dönem

Özellikle Anadolu Türk Girişimciliği açısından, Cumhuriyet öncesi dönemde daha çok Selçuklu ve Osmanlı devleti dönemleri söz konusu edilebilir. Bu dönemde Türklerin daha çok askeri yapılar ve tarım alanlarında faaliyet gösterdiği görülmektedir. Belki çok küçük sayıda yerel sanat erbabı bulunsa da, asıl ticaret daha çok diğer tebaalara bırakılmıştır (Aşkın vd., 2011: 62).

Bu dönemlerdeki girişimcilik faaliyetlerinin, azınlıklar veya bunların işbirliğine gittikleri dışarıdaki yabancılar tarafından yürütülmesi Türk asıllı sanayicilerin sayısının oldukça az olmasına yol açmıştır. Bunun temel nedenleri arasında girişimcilik kültürünün yeterince yaygınlaşmaması, devlet yönetimince bu yönde bir teşvik başlatılmaması, tarımsal faaliyetlerin yeterli görülüp çiftçilikle yetinilmesi, daha çok yurt savunmasının öncelenmesi vb. hususlar olabilir. Osmanlı Devletinin son yıllarında (kısa bir sürede olsa İttihat ve Terakki döneminde), Türk ve Müslüman girişimcilerin desteklenmesi, yabancı asıllı imparatorluk vatandaşlarına karşı alternatif bir eylem olarak yorumlanabilir (Tüsiad, 1987: 7; Çelik vd., 2013: 31).

4.2. Cumhuriyetin İlk Yılları

Cumhuriyet döneminin ilk yılları istiklal savaşı sonrası verilen bağımsızlık dönemleridir. Hür ve özgür ülke olunmuş, siyasal bağımsızlık da elde edilmiştir. Atatürk ve silah arkadaşları için artık ekonomik bağımsızlık hedeflenmiştir. Yerli ve ulusal girişimciler oluşturma çabaları ileri safhadadır. Cumhuriyetin ilanından önce İzmir'de toplanan I. İktisat Kongresi bu anlamda kayda değerdir. Atatürk'ün "Siyasal, askeri zaferler ne kadar büyük olursa olsunlar, ekonomik zaferlerle taçlandırılmazlarsa meydana gelen zaferler devamlı olamaz, az zamanda söner" sözü konunun önemine dikkat çekmiştir (Atatürk'ün S.D.II, 1923: 107; Arıkan, 2004: 14; Aşkın vd., 2011: 65).

Cumhuriyetimizin ilk yıllarında Kırım'dan, Makedonya'dan, Arap ülkelerinden ve Asya'nın diğer yörelerinden gelen göçmen Türkler, edindikleri üretim kültürünü Türkiye'ye taşımışlardır. Örneğin, tarım makinelerinin üretiminde, Tatar asıllı Türklerin, Kırım yöresinden getirdikleri pulluk ve orak makinelerinin payı vardır (Tüsiad, 1987: 8).

Tüm dünyayı sarsan 1929 Dünya Ekonomik Krizi cumhuriyetin bu döneminde gündemdedir. Bu sorunla birlikte, ABD ve Avrupa ülkeleri ile beraber Türkiye'de de kalkınma ve gelişme hareketlerinde devlet müdahaleciliği ön plandadır. 1935 Ağustos ayında Atatürk'ün Uluslararası İzmir Fuarı'nın açılışına gönderdiği şu mesaj bu konuya açıklık getirmektedir; "Türkiye'nin uyguladığı devletçilik sistemi, on dokuzuncu yüzyıldan beri sosyalizm kuramcılarının ileri sürdükleri fikirlerden alınarak tercüme edilmiş bir sistem değildir. Bu, Türkiye'nin gereksinimlerinden doğmuş, Türkiye'ye özgü bir sistemdir. Devletçiliğin bizce anlamı şudur: Bireylerin özel girişimlerini ve faaliyetlerini esas tutmak; fakat büyük bir milletin bütün gereksinimlerini ve birçok şeylerin yapılmadığını göz önünde tutarak, memleket ekonomisini devletin eline almak. Türkiye Cumhuriyeti Devleti, Türk vatanında yüzyıllardan beri bireysel ve özel girişimlerle yapılamamış olan şeyleri bir an evvel yapmak istedi ve kısa bir zamanda yapmayı başardı. Bizim izlediğimiz bu yol, görüldüğü gibi, liberalizm'den başka bir yoldur (Ulus Gazetesi, 1935: 5).

Cumhuriyetin ilk yıllarında o zamanın teknolojisine uygun atölye, fabrika ve tarım işletmelerinin boy göstermeye başlaması anlamlıdır. Sümerbank, Etibank, Merinos, vb. kuruluşlar hayata geçirilmiştir. Şüphesiz bu yıllarda birçok sorunla karşılaşılmıştır. Bunların bir kısmı iç, bir kısmı ise dış kaynaklı olmuştur. Bu dönemde ülkemizi ekonomik açıdan olumsuz yönde etkileyen en önemli sorunlar arasında yeterli sayıda, nitelikli girişimci bireylerin olmaması sayılabilir. Ancak iyileştirici tedbirler

sürdürülmüştür. Sorunların en aza indirilmesi için, girişimcilerin sayısının artırılması ve mevcut girişimcilerin niteliklerinin maksimum düzeye çıkarılmasına çalışmaları kayda değerdir (Sali, 1998: 35).

4.3. 1950-80 Dönemi

1950 sonrası bireysel girişimcilik daha çok teşvik edilmiştir. Tercihli krediler kullandırılması, hükümet sözleşmeleri ve ithalatçılara döviz kullanımının genişletilmesi bu yıllardadır (Aşkın vd., 2011: 67).

1950-1980 dönemlerinde, daha çok girişimciliğin desteklenmesi ve özel mülkiyetin tabana yaygınlaştırılmasında alt yapı oluşturulmuştur. Özellikle, 1970'li yıllardaki Türk girişimcilerin genel nitelikleri aşağıdaki gibi sıralanabilir (Tüsiad, 1987: 9):

1.Girişimciler, kısmen yükseköğrenim görmüş kişilerdi.

2.Geleneksel tüccar zihniyeti aşılmaya çalışılmaktaydı.

3.Üretme hırsı çok baskındı. Yatırımlar belki çok yönlü analiz edilmemekteydi. Yani verimlilik, yönetim felsefesi, kalite ve uygun fiyat ilkeleri göz ardı edilebilmekteydi.

4.4. 1980-2000 Arası Dönem

24 Ocak 1980 kararları ile birlikte girişimcilik ve işletme yönetimi stratejilerinde önemli ivmeler sağlanmıştır. Serbest ticaret ve özellikle ihracat için devlet eliyle seferberlik başlatılmıştır (Aşkın vd., 2011: 68).

Uygulanan yoğun piyasa ekonomisi ve buna bağlı gelişen özel teşebbüs teşvikinde, Türk insanının da gelişmiş ülke insanları kadar başarılı olabileceği fikri kabul görmeye başlamıştır. Özellikle, Cumhuriyet tarihinin önemli ekonomik krizlerinden biri olan 5 Nisan 1994 krizinin atlatılabilmesi, Anadolu'daki girişimci potansiyelinin, "kuvveden fiile çıkmış" olduğunu ortaya koymuştur (Sali, 1998: 35-37).

İzleyen yıllardaki ulusal ve küresel düzeydeki diğer ekonomik sorunların aşılmasında da bu olgu karşımıza çıkmıştır. Yani bireysel ve kamu düzeyinde karşılaşılan sorunların bir şekilde çözülebileceği, yeni ekonomik düzende bir aktör olunabileceği kabul görmeye başlamıştır. Bu dönem Gümrük Birliğine de geçilen yıllardır. Mutlaka bu yapı ile birlikte beklenmeyen yeni ve farklı sıkıntılar da oluşmuştur. Ancak artık dünya ile entegre olabilecek eğitim kurumlarının çoğalması, risk almaya ve yeniliklere niyetli girişimci ve profesyonellerin ortaya çıkmaya başlaması kimi sorunları daha kolay çözmüştür (Aşkın vd., 2011: 69; Çelik vd., 2013: 32).

4.5. 2000 ve Sonrası Yıllar

Girişimcilik alanında gündeme gelen değişim ve çeşitli uygulamalar 2000 ve sonrası yıllarda da artarak devam etmiştir. Bilgi ve iletişim toplumu olarak da adlandırılan 21.yy. özellikle teknolojiyi yoğun kullanan ve küresel pazarları da yakından takip eden işletmelerimiz için çeşitli yararlılıklar doğurmuştur. İnternet devrimi ve küreselleşme eğilimleri beraberinde çokuluslu şirketleri daha da güçlendirmiştir. Yerli firmalar bunlar ile ortak yatırım veya çeşitli birliktelik yollarına gitmişlerdir. İşletmelerimiz gerek kendi imkânları, gerek sektör ve kamu otoritesinin desteği, gerekse de küresel

dünyanın önemli şirketleri ile yaptıkları anlaşmalarla küresel pazarlarda görülmeye başlamıştır. Çok uluslu veya uluslararası şirketler ile stratejik işbirlikleri, firmalarımıza hem özgüven getirmiş, hem dünyanın çeşitli yörelerinde üretim ve pazarlama etkinlikleri sergilemelerini kolaylaştırmıştır (Aşkın, 2011: 70; Çelik vd., 2013: 33).

Son dönemlerde kadın girişimciliğinin de önü açılmıştır. Sadece büyük ölçekli işletmeler değil, orta ölçekli işletme yönetimleri de profesyonel yönetimi kabul etmeye başlamışlardır. Yani işletme yöneticiliği bir meslek, sanat ve bilim dalı unsuru olarak hak ettiği yeri alma yolundadır. Bu yöndeki kabuller sadece iç piyasa için değil, dış piyasalarda da güç sahibi olunacağını aşılamıştır. Artık ihracatın firmalar ve ülke ekonomisine sağlayacağı katkıları kimse yok saymamaktadır. Dış ticaret bölümleri aktif hale getirilmiştir. Şirketlerimizin kurumsallaşmaya gereken önemi vermeleri ve kuşaklar arasında yönetimin daha profesyonel hale getirilmesi ile geleceğe daha güvenle bakılabilecektir. Bu bağlamda 9. Kalkınma Planında (2007-2013) çizilen vizyon da yarar sağlamıştır. Bölgelerarası gelişmişlik farklarının en aza indirilebilmesi amacıyla girişimcilik ve yenilikçilik kapsamındaki projelerin desteklenmesi kısmen de olsa yararlı sonuçlar vermeye başlamıştır (Çelik vd., 2013: 33).

5. SONUÇ VE GENEL DEĞERLENDİRME

Günümüz işletmeleri, bir yandan insan ihtiyaçlarını giderirken, bir yandan da ortaklarına maksimum kâr sağlama amacı taşırlar. Gerek hizmet edilen toplumun büyümesi ve gelişmesi, gerekse işletme faaliyetleri sonunda elde edilecek kâr'ı paylaşanların sayıca artması, işletme büyüklüklerini de doğru orantılı olarak artırmıştır. İşletmeler bu durumda iken girişimciler, bir yandan içinde bulunduğu sosyal çevreyi değerlendirmekte, bir yandan da insan kaynaklarının davranışlarını birtakım esaslara bağlamak istemektedirler (Şimşek vd., 2017: 53). Bu yöndeki hareket tarzları, tarihsel süreç içinde farklılık gösterse de girişim, girişimci ve girişimcilik olgularına olan ihtiyaç her zaman derinden hissedilmiştir.

Bu çalışmada öncelikle girişim, girişimci ve girişimcilik kavramları açıklanmıştır. Girişimcilik olgusu bir çok yönüyle tanımlanmış ve başarı hedefleyen girişimcilerin sormaları gereken sorulara açıklık getirilmiştir. Sonra girişimciliğin dünya boyutunda geçirdiği dikkat çekici evrelere değinilmiştir. Sonra genelden özele geçerek girişimciliğin Türkiye yönü ortaya konulmuş ve ülkemizi ilgilendiren süreç için beşli ayrım yapılmıştır. "Cumhuriyet öncesi dönem, Cumhuriyetin ilk yılları, 1950-80 dönemi, 1980-2000 arası ve 2000 sonrası yıllar" yakından analiz edildiğinde ülkemiz açıdından yararlı gelişmeler olduğu fikrine ulaşılmıştır.

Geleceğe daha emin adımlarla gidebilmemiz için girişimciliğe daha çok önem verilmesi gerektiği artık tüm taraflarca kabul edilmektedir. Her geçen gün iç ve dış dünyanın yapısı değişmektedir. Yeni gelişmelere açık, teknolojiyi yoğun kullandırıcı, istihdama katkı sağlayıcı, dış pazarı hedefleyen ve döviz artırıcı faaliyetler için her türlü yasal destek sağlanmalıdır. Kamu idaresinin eğitim kurumları, enstitüler, işveren birlikleri ve iş insanları örgütleri işbirliğinde plandıkları ve/veya hayata geçirdikleri stratejik planların yararına inanılmalıdır. Bu anlamda KOSGEB, İŞKUR, TÜBİTAK, Kalkınma Ajansları, Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı, Kredi Garanti Fonu gibi kurum ve kuruluşların

“araştırma geliştirme, ticarileşme, yatırım/kapasite artırımı, istihdam artırımı, markalaşma/pazarlama, etkinlik/verimlilik, kurumsallaşma, pazara giriş, pazar geliştirme, uluslararası katma değer oluşturma, eğitim, danışmanlık, vb.” girişimcilik kategorilerinde verdikleri destekler yakından takip edilebilir.

Bu çalışma alan yazını değerlendirilerek meydana getirilmiştir. Girişimcilik olgusunun Türkiye boyutunda başlangıçta kamu girişimciliğinin göz ardı edilemeyecek kadar desteği olmuştur. İlerleyen yıllarda ise özel sektörün destek ve katkıları daha büyük boyutlara ulaşmıştır. Bu nedenle, özel girişimlerin ülke kalkınmasına yaptıkları net katkıların finansal veriler ile ortaya konmasında da yarar görülmektedir. Alanda çalışacak olanlar için bu husus değerlendirilmesi gereken başka bir araştırma konusudur.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

Akat, İ., Budak G. ve Budak G. (2002). İşletme Yönetimi, Barış Yayınları, İzmir.

Arıkan, S. (2004). Girişimcilik, Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular, Siyasal Kitapevi, Ankara.

Aşkın, A., Nehir, S. ve Vural, S. Ö. (2011). Tarihsel Süreçte Girişimcilik Kavramı ve Gelişimi, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi. Sayı.6, No.2.

Atatürk’ün S.D.II, 1923.

Atatürk’ün Uluslararası İzmir Fuarı’nın Açılışına Gönderdiği Mesaj, Ulus Gazetesi, 23.8.1935.

Çelik, A. (2018). Uygulamalı Girişimcilik. Eğitim Yayınevi, Konya.

Çelik A. ve Akgemci, T. (2010). Girişimcilik Kültürü ve KOBİ’ler. 3.baskı. Gazi Kitabevi, Ankara.

Çelik, A., Akgemci, T. ve Şimşek, M. Ş. (2013). Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi. Gazi Kitabevi, Ankara.

Dewhurst, J. (1989). “The Entrepreneur”, Small Business and Entrepreneurship, ed. Burns, B. P & Dewhurst, J. Basingstoke, UK.

Efil, İ. (2015). İşletmelerde Yönetim ve Organizasyon, 13.baskı. Dora Yayınevi, Bursa.

Ferreira, N. M. (2018). What is Entrepreneurship? Entrepreneur Definition and Meaning, https://www.oberlo.com/blog/what-is-entrepreneurship, Date of Access: 17.08.2018.

Gerber, M. (1996). Girişimcilik Tutkusu, çev.Tayfur Keskin, Sistem Yayıncılık, İstanbul.

Hur, J. (2018). History of Entrepreneurship, https://bebusinessed.com/history/history-of-entrepreneurship/, Date of Access: 21.12.2018.

Jones, G. and Wadhwani, R. D. (2006). Entrepreneurship and Business History: Renewing the Research Agenda. http://www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/07-007.pdf, Date of Access: 10.12.2018.

Kenton, W. (2019). Entrepreneur, https://www.investopedia.com/terms/e/entrepreneur.asp, Date of Access: 13.02.2019.

Müftüoğlu, T. (1989). İşletme İktisadı. Olgaçlar Matbaası, Ankara.

Ricketts, M. (2015). Theories of Entrepreneurship: Historical Development and Critical Assessment,https://www.researchgate.net/profile/Martin_Ricketts/publication/288825439_Theories_of_Entrepreneurship_Historical_Development_and_Critical_Assessment/links/56842ef008ae197583937b91/Theories-of-Entrepreneurship-Historical-Development-and-Critical-Assessment.pdf?origin=publication_detail, Date of Access: 30.12.2015.

Sali, A. (1998). “Rekabet Kurulu İkinci Başkanı Prof. Dr. Tamer Müftüoğlu ile Girişimcilik Üzerine”, Çerçeve Dergisi. Nisan 1998.

Şimşek, M. Ş. ve Çelik, A. (2017). İşletme Bilimine Giriş. 25.baskı. Eğitim Yayınevi, Konya.

Şimşek, M. Ş., Çelik, A. ve Akgemci, T. (2017), Davranış Bilimlerine Giriş ve Örgütlerde Davranış, 9.baskı. Eğitim Yayınevi, Konya.
Titiz, T. (1994). Girişimcilik, İnkılap Kitabevi, İstanbul.
Tureng (2019). Türkçe İngilizce Sözlük; https://tureng.com/tr/turkce-ingilizce/entrepreneur, Erişim Tarihi: 25.02.2019.
Tüsiad (1987). Türkiye'de Girişimcilik ile İlgili Sorunlar ve Çözümler. TÜSİAD Yayını, İstanbul.

Önlisans Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Belirlenmesinde Psikolojik Sermayenin Rolü

Inst. Burcu BATGA
Bingöl University, SBMYO
bbatga@bingol.edu.tr

Inst. Sümeyra CEYHAN
Bingöl University, SHMYO
sceyhan@bingol.edu.tr

Exp. Sercan YILTAY
Çukurova University, İİBF
sercanyiltay@gmail.com

ÖZET

Girişimcilik faaliyeti; girişimci bireylere ve toplumsal anlamda devlete yarar sağlayan, ekonomik unsurların ve rekabetin gelişimine zemin hazırlayarak bireylerin ve toplumların refahını arttıran faaliyetler bütünüdür. Girişimcilik eğilimi; tek başına ya da bir grubun parçası olarak yeni bir işletme kurma niyeti olarak tanımlanmaktadır. Psikolojik sermaye kavramı ise genel olarak kişilerin umut (hope), iyimserlik (optimism), öz-yeterlilik (self-efficacy) ve dayanıklılık (resilience) nitelikleri bakımından psikolojik gelişim durumlarını ifade etmektedir. Başarı ihtiyacı, riske girme ve katlanabilme istekliliği, kendine güvenme, belirsizliklere ve zorlu çalışma koşullarına dayanma gibi pozitif psikolojik sermayeyi destekleyen kişisel özellikler insanların girişimciliği seçmesini etkilemektedir. Bireylerin girişimcilik eğilimlerinin oluşmasında psikolojik sermayenin olumlu etkilerinin görülmesi mümkündür.

Bu çalışmanın temel amacı Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu'nda (SBMYO) okuyan önlisans öğrencilerinin sahip oldukları psikolojik sermayenin girişimcilik eğilimleri üzerindeki etkisini belirlemektir. Bu bağlamda psikolojik sermaye; iyimserlik, umut, öz yeterlilik ve dayanıklılık açısından dört boyutta incelenmiştir. Araştırmanın evrenini Bingöl Üniversitesi SBMYO öğrencileri oluşturmaktadır. Veriler basit tesadüfi örneklem yöntemi ile belirlenen 428 öğrenciden alınmıştır. Araştırmada veri toplama aracı olarak 5'li likert ölçeğine göre hazırlanmış "Psikolojik Sermaye Ölçeği" ve "Üniversite Öğrencileri Girişimcilik Eğilimi Ölçeği" ile demografik niteliklerle ilgili soruların yer aldığı bir anket kullanılmıştır. Elde edilen veriler SPSS programından faydalanılarak teorik ve uygulama perspektiflerinden değerlendirilmiştir. Bu bağlamda araştırma sonucunda elde edilen bilgilerin araştırmacılara ve literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Psikolojik Sermaye, Girişimcilik, Girişimcilik Eğilimi

The Role Of Psychological Capital In Determining Entrepreneurship Trends Of Associate Degree Student

ABSTRACT

Entrepreneurship activity; It is the whole of activities that increase the welfare of individuals and societies by providing the basis for the development of economic factors and competition, which benefit the entrepreneur and the society in a social sense. Entrepreneurial tendency; it is defined as the intention of establishing a new business alone or as part of a group. The concept of psychological capital generally refers to the psychological development of individuals in terms of hope, optimism, self-efficacy and resilience. The personal characteristics that support positive psychological capital, such as the need for success, willingness to take risks and being able to fold, self-reliance, uncertainty and being able to withstand harsh working conditions, affect people's choice of entrepreneurship. It is possible to see the positive effects of psychological capital in the formation of entrepreneurship tendencies of individuals.

The main aim of this study is to determine the effect of psychological capital on the entrepreneurship tendencies of associate degree students of Bingöl University Vocational School of Social Sciences. In this context, psychological capital; in terms of optimism, hope, self-efficacy and resilience. The universe of the study is composed of Bingöl University Vocational School of Social Sciences students. The data were taken from 428 students who were determined by simple random sampling method. In the study, a questionnaire including questions about demographic characteristics was used as anket "Psychological Capital Scale" and "University Students Entrepreneurship Tendency Scale" prepared according to the 5-point Likert scale. The data obtained

were evaluated from the theoretical and practical perspectives by using SPSS program. In this context, it is thought that the results of the research will contribute to the researchers and the literature.

Keywords: Psychological Capital, Entrepreneurship, Entrepreneurship Tendency

1.GİRİŞ

Girişimcilik gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde ekonomik gelişmenin, kalkınmanın ve büyümenin temel kaynağı olarak görülmekte olup, girişimcilik düzeyi arttıkça ekonomik gelişme ve kalkınma da artmaktadır. Gelişmiş, gelişmekte olan ve gelişmemiş ülkelerin refah seviyelerine, işsizlik oranlarına, rekabetçilik düzeylerine ve yenilikçi konumlarına göre girişimcilik faaliyetlerinin ekonomik gelişme ve kalkınma üzerinde olumlu etkileri bulunmaktadır. Bundan dolayı özellikle ülkemiz gibi gelişmekte olan ülkelerde girişimciler ve potansiyel girişimciler kendi hayallerini gerçekleştirmek, kendi işinin patronu olmak, ek servet edinmek ve işsizliği önlemek adına hükümetler tarafından yönlendirilerek ve desteklenerek girişimciliğe yönelmektedir (Karabulut, 2009: 11; Önce vd., 2014: 10).

Girişimciler sahip oldukları ekonomik ve entelektüel sermayelerini girişimcilik sürecine dahil ederek kalkınma sürecine katkıda bulunurlar (Batga, 2018). Ancak girişimci bireyler olağanüstü riskler, zorluklar ve belirsizlikler ile karşı karşıya kalmaktadır. Bir girişimcinin, girişim faaliyetini başlatması ve sürdürmesi için pozitif psikolojik kapasiteye ve kaynaklara da ihtiyacı vardır (Bockorny ve Youssef-Morgan, 2019). Günümüzde küreselleşme ve rekabetin artmasıyla değişimin hız kazanması beraberinde belirsizlikleri ve zorlu çalışma koşullarını getirmektedir. Bu sebeplerden dolayı ekonomik ve entelektüel sermayeye ek olarak psikolojik sermayede girişimcilerin sahip olması gereken temel sermayelerden biri konumuna gelmiştir (Sebora ve Tantiukoskula, 2011; Baluku vd., 2018). Ülkelerin geleceği olan gençler girişimcilik faaliyetlerinin temel potansiyelini oluşturmaktadır. Potansiyel girişimciler olan üniversite öğrencileri; genç yaşta olmanın vermiş olduğu enerji, cesaret ve atılganlık ile taşıdıkları yenilikçi-yaratıcı fikirler ve sahip oldukları farklı bakış açıları ile sorunlara alternatif çözümler üretme isteği gibi özelliklerinden dolayı girişimcilik eğilimi gösterebilmektedirler. Bu sebeple üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerinin ve niyetlerinin ortaya çıkarılması önemlidir. Bu noktadan hareketle çalışmanın temel amacı önlisans öğrencilerinin sahip oldukları psikolojik sermayenin girişimcilik eğilimleri üzerindeki etkisini belirlemektir.

2. GİRİŞİM VE GİRİŞİMCİLİK

Girişimcilik; yeni ürün ve hizmetler, yeni üretim faktörleri, yeni pazarlar ve yeni üretim süreçleri bularak bir değer yaratmak, bu değeri kar amacı güden bir işletme kurarak büyütmek ve bu işletmeyi sürdürme süreci olarak tanımlanır. Girişimcilik faaliyeti içerisinde çokça yenilik ve yaratıcılık barındıran bir süreçtir (Bird, 1989). Başka bir tanıma göre ise girişimcilik; girişimci bireylerin pazardaki eksiklikleri doğru bir şekilde belirlemesi, karlı fırsatlara dönüştürmesi ve bir organizasyon yaratma faaliyeti olarak tanımlanır (Shane ve Venkataraman 2000; Mueller and Thomas, 2000).

Girişimcilik faaliyeti ancak ekonomik fırsatları yakalayarak, bireyler ve toplumlar için faydalı çıktılar yaratan girişimcilerin varlığı ile mümkündür. Dolayısıyla girişimci; fırsatların farkına vararak ve risk alarak pazarlanabilir fikirlere dönüştüren, girişimcilik faaliyetini hayata geçirerek bu çabaların sonucunda ödül sağlayan kişidir. Girişimcilik eğilimi taşıyan bireyler yapmış oldukları yeniliklerle ekonomiye hareketlilik kazandırmakta ve toplumsal refahı arttırmaktadırlar (Muzyka, Koning and Churchill, 1995; Karabulut, 2009:332). Başka bir tanıma göre ise girişimci; fırsatları öngörerek değerlendiren, sermaye ve emek gibi temel üretim faktörlerini bir araya getirerek, iktisadi mal ve hizmet üretimi için gerekli girişimi başlatan, yeni pazarları bulan, kar/zarar riskini göze alarak yatırımı gerçekleştiren kişi olarak tanımlanmaktadır (Müftüoğlu ve Durukan, 2004: 15).

Bir bireyin girişimcilik eğilimi taşıması çoğu zaman sahip olduğu kişilik özellikleri ile psikolojik dayanıklılık, iyimserlik, umut ve öz yeterlilikle belirlenmektedir (Begenirbaş ve Turgut, 2016; Çiçeklioğlu ve Afşar, 2017). Girişimcilik eğilimi ve girişimcinin başarısı ile girişimcilerin taşıdığı kişilik özellikleri yakın bir ilişki içerisindedir. Başarılı girişimcilerin sahip olması gereken kişilik özellikleri ise aşağıdaki gibidir (Hisrich and Peters, 1998):

- Yaratıcı düşünme yeteneği ve hayal kurma gücü,
- Öngörülü olmak, fırsatları görebilmek ve geleceğe dönük hazırlıklar yapmak
- Cesaret, çalışma isteği ve kararlık
- İşini sevmesi ve iş motivasyonu,
- Zorlu çalışma koşullarına dayanabilme gücü
- Değişime, dönüşüme ve yeniliklere istekli olmak
- Yönetim becerisi ve liderlik yeteneği

- Farklı insanlarla iletişim ve ilişki kurabilme becerisi
- Ekip ve takım çalışmasına yatkınlık
- İnsanları ikna etme kabiliyetinin yüksek olması,
- İş bitirme azmi ve heyecanı,

Şüphesiz ki girişimcilik eğitimi, bireylerin girişimcilik eğilimlerinin ve faaliyetlerinin ortaya çıkarılmasında teşvik edici bir güce sahiptir. Özellikle potansiyel girişimci adaylarını oluşturan gençlerde girişimci tutum ve davranışların oluşmasında girişimcilik eğitimi ve farkındalığı önemlidir. Üniversite düzeyinde eğitim alan gençlerin girişimcilikle ilgili yeteneklerinin ortaya çıkarılması, girişimci yeteneklerinin yetiştirilmesi, geliştirilmesi ve ekonomiye entegre edilmesinde eğitimin önemi giderek artmaktadır (Dündar ve Ağca, 2007; İpçioğlu ve Taşer, 2009). Bu sebeple hem yerel hem de ulusal düzeyde ülkemizin kalkınmasında girişimcilerin ve girişimcilik faaliyetinin taşıdığı rol itibariyle, gelecekte potansiyel girişimci adayları olan üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerinin belirlenmesi önem arz etmektedir.

3. PSİKOLOJİK SERMAYE

Psikolojik sermaye, bireyin "Ben kimim?" sorusunun cevabını araması neticesinde, "pozitif psikolojik gelişme hali ve kapasitesi" olarak tanımlanmaktadır. Bu durumda psikolojik sermaye bireyin sahip olduğu güçlü yanları ifade ederek, işleri başarmasında sahip olduğu pozitif psikolojik kapasiteye odaklanmaktadır. Psikolojik sermaye, örgütlerde çalışan insan kaynağının ölçülebilen, geliştirilebilen ve yönetilebilen psikolojik iyi oluş halleri, örgüt amaç ve hedeflerinin hayata geçirilmesinde sahip olduğu güçlü yönler olarak tanımlanmaktadır (Luthans vd., 2007: 542). Bireyin pozitif psikolojik gelişim durumu olarak tanımlanan psikolojik sermaye; zorlu görevlerde başarılı olmak için gerekli çabayı üstlenecek güce sahip olmak (öz yeterlilik), şimdi ve gelecekte başarılı olacağına ilişkin olumlu bir atıfta bulunmak (iyimserlik), başarılı olmak için alternatif yolları hedeflere yönlendirmede sabır göstermek (umut) ve sorunlara ve sıkıntılara maruz kaldığında, başarıya ulaşmak için zorluklara göğüs germek (dayanıklılık) olarak nitelendirilir (Luthans vd., 2015: 2). Bu doğrultuda pozitif psikolojik sermaye; öz yeterlilik, umut, iyimserlik ve dayanıklılık olmak üzere dört boyutta incelenmektedir (Luthans vd., 2008).

Öz yeterlilik: Bireylerin çalışma yaşamında belirli görevleri yerine getirebilmek için ihtiyaç duyduğu motivasyon, bilişsel ve davranışsal süreçleri hayata geçirme noktasında kendisine duyduğu güven ve inanç olarak tanımlanmaktadır. Birey bir görevi başarı ile yaparak, başkalarının tecrübelerinden öğrenerek ve başkalarından pozitif geribildirim alarak öz yeterlilik kazanmaktadır. Çalışma hayatında öz yeterliliği yüksek olan çalışanlar başarılı sonuçlar elde ederken, öz yeterliliği düşük çalışanlar ise zorlu süreçlerin üstesinden gelemeyerek vazgeçme eğilimi içerisine girmektedir (Stajkovic and Luthans, 1998:66; Wood and Bandura, 1989:408)

Umut: Bireylerin yapacakları iş süreçleri ve faaliyetlerinde "başarılı olabileceğine ilişkin bir duyuma sahip olması" olarak tanımlanmaktadır. Umut bireylerin başarılı olmalarının bir koşulu olarak, alternatif yollar üretebileceğine dair sahip oldukları pozitif hissiyatı ve motivasyonu ifade etmektedir. Umut düzeyi yüksek olan bireyler görevlerin üstesinden başarıyla gelebileceklerine dair güçlü bir enerjiye sahiptirler (Snyder, 2002: 258).

İyimserlik: Psikolojik sermeyenin bir diğer boyutu olan iyimserlik bireyin gelecekte iyi şeyler olacağına dair tahmininden ziyade, yaşadıkları pozitif ve negatif olayların meydana geliş biçimlerini nasıl yorumladıkları ile ilgili bir kavramdır (Luthans, 2002). Bireyler davranışlarının sonuçlarını atfettikleri, sebeplere bağlı olarak iyimser ve karamsar olmak üzere sınıflandırılmaktadır. İyimser bireyler başlarına gelen pozitif olayları içsel güçlerine ve kalıcı sebeplere atfederken, negatif olayları dışsal güçlere ve geçici sebeplere atfetmektedir. Karamsar bireyler ise, kendileri için olumlu sonuç doğuran olayları dışsal güçlere ve geçici sebeplere, olumsuz sonuç doğuran olayları içsel güçlere ve kalıcı sebeplere atfetmektedir (Seligman, 1998:43-47)

Dayanıklılık: Psikolojik sermayenin son boyutu olan dayanıklılık ise bireylerin yaşadıkları bir değişiklik, risk, zorluk ve olumsuzluk durumunda, bu durumlara uyum sağlama ve bunlarla başa çıkma yeteneği olarak tanımlanmaktadır. Dayanıklılık derecesi yüksek olan bireyeler zorlu çalışma koşullarına, fazla iş yüküne, örgüt içindeki ve dışındaki çatışmalara, yoğun insan ilişkilerine daha fazla sabır göstermektedirler (Luthans, 2002: 702).

Literatürde şimdiye kadar yapılan çalışmaların çoğunda girişimcilik eğilimi daha çok demografik faktörler ve kişilik özellikleri üzerinden ölçülmeye çalışılmış iken (Korkmaz, 2012; Kılıç vd., 2012; Çiçeklioğlu ve Afşar, 2017; Soysal vd., 2017) pek azında ise psikolojik sermaye ile girişimcilik eğilimi ölçülmüştür (Hmieleski ve Carr, 2007; Sebora ve Tantiukoskula, 2011; Özdemir ve Özgüner, 2016; Baluku vd., 2018; Ma vd., 2018). Yapılan araştırmalar neticesinde pozitif psikolojik sermayenin girişimcilik eğiliminin oluşmasında öncül bir rol taşıdığı görülmektedir. Sebora ve Tantiukoskula'nın (2011) Amerika'da 224 üniversite öğrencisi üzerinde

yapmış olduğu araştırma sonucunda psikolojik sermayenin girişimcilik eğilimi üzerinde önemli bir ilişkisi olduğu bulunmuştur. Özdemir ve Özgüner'in (2016) üniversite öğrencileri üzerinde psikolojik sermayenin girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik yapmış oldukları çalışma sonucu psikolojik sermayenin umut ve öz-yeterlilik alt boyutlarının girişimcilik eğilimi üzerinde etkili olduğunu ortaya koymaktadır. Begenirbaş ve Turgut (2016) psikolojik sermayenin girişimciliğin alt zeminini oluşturan yenilikçi davranışlar üzerindeki etkisini, özel ve kamu savunma sektöründe görev yapan 189 katılımcı üzerinde araştırmışlardır. Araştırma sonucunda psikolojik sermayesi (öz yeterlilik, umut, psikolojik dayanıklılık ve iyimserlik) yüksek olan çalışanların yenilikçi davranış gösterme eğilimlerinin de artacağı bulgulanmıştır. Hmieleski ve Carr (2007) yapmış oldukları araştırma sonucu girişimcilerin psikolojik sermayelerinin gelişmesi, girişimcilerin yaşadıkları çeşitli psikolojik stresörlere karşı direnç oluşturmalarına yardımcı olduğunu ortaya koymuştur. Önay vd.'nin (2017) psikolojik sermaye ile girişimcilik niyeti arasındaki ilişkiyi üretim sektöründe faaliyet gösteren 143 çalışan üzerinde inceledikleri araştırma sonucunda psikolojik sermayenin alt boyutları olan öz yeterlilik ile umut çalışanların girişimcilik niyetini pozitif olarak etkilerken, iyimserlik ve dayanıklılık girişimcilik eğilimini anlamlı olarak etkilemediği bulunmuştur. Ma vd.'nin (2018) yapmış oldukları araştırma sonuçları, işçilerin psikolojik sermayelerinin girişimcilik fırsatlarının tespiti ve girişimcilik ortamının algılanması yoluyla girişimcilik performansını etkilediğini ortaya koymuştur. Bütün bu bilgiler ışığında aşağıdaki hipotezlere cevap aranmaktadır:

- *H1:* Psikolojik sermaye bileşenlerinden iyimserlik girişimcilik eğilimini pozitif yönlü ve anlamlı olarak etkiler.
- *H2:* Psikolojik sermaye bileşenlerinden umut girişimcilik eğilimini pozitif yönlü ve anlamlı olarak etkiler.
- *H3:* Psikolojik sermaye bileşenlerinden öz-yeterlilik girişimcilik eğilimini pozitif yönlü ve anlamlı olarak etkiler.
- *H4:* Psikolojik sermaye bileşenlerinden dayanıklılık girişimcilik eğilimini pozitif yönlü ve anlamlı olarak etkiler.

4. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Bu bölümde önlisans öğrencilerinin sahip oldukları psikolojik sermayenin girişimcilik eğilimleri üzerindeki etkisini ölçmek üzere gerçekleştirilen araştırmanın amacı ve kapsamı, araştırma modeli, araştırma hipotezleri, araştırmanın örneklemi ve yöntemi, verilerin analizi, ölçeklerin geçerlilik ve güvenirlilik analizleri, öne sürülen hipotezleri test etmek amacıyla yapılan korelasyon ve regresyon analizleri, son olarak elde edilen bulgular ile yorumlara yer verilmektedir.

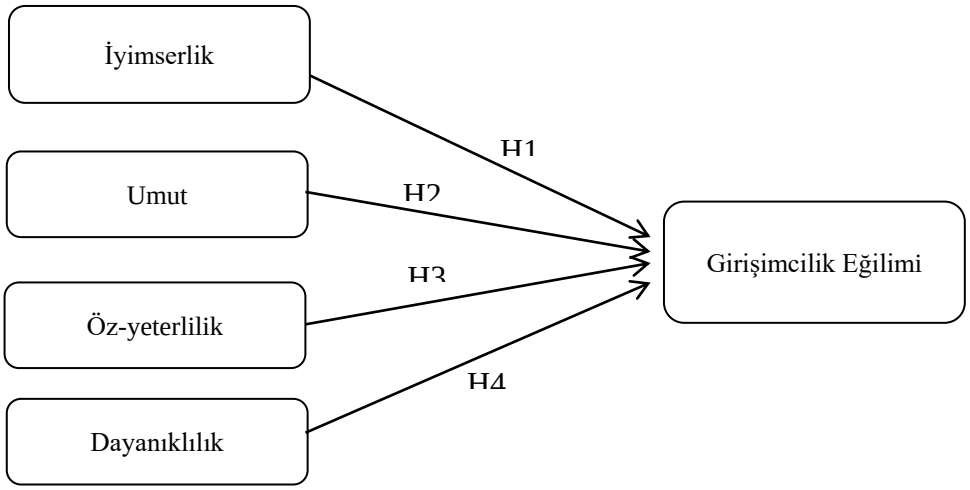
4.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Bu çalışmanın temel amacı Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu'nda (SBMYO) okuyan önlisans öğrencilerinin sahip oldukları psikolojik sermayenin girişimcilik eğilimleri üzerindeki etkisini belirlemektir. Aynı zamanda ortaya çıkan sonuçların, literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Çalışma teorik çerçeve, metodoloji, analiz ve sonuç kısımlarından oluşmaktadır.

4.2. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Araştırmada Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu'nda eğitim gören önlisans öğrencilerinin sahip oldukları psikolojik sermayenin girişimcilik eğilimleri üzerine etkileri araştırılacak olup bu bağlamda oluşturulan araştırma modeli ve hipotezleri şu şekildedir;

- *H1:* Psikolojik sermaye bileşenlerinden iyimserlik girişimcilik eğilimini pozitif yönlü ve anlamlı olarak etkiler.
- *H2:* Psikolojik sermaye bileşenlerinden umut girişimcilik eğilimini pozitif yönlü ve anlamlı olarak etkiler.
- *H3:* Psikolojik sermaye bileşenlerinden öz-yeterlilik girişimcilik eğilimini pozitif yönlü ve anlamlı olarak etkiler.
- *H4:* Psikolojik sermaye bileşenlerinden dayanıklılık girişimcilik eğilimini pozitif yönlü ve anlamlı olarak etkiler.



Şekil 1. Araştırma Modeli

4.3. Araştırmanın Örneklemi ve Yöntemi

Araştırmanın evrenini Bingöl Üniversitesi SBMYO'da 2018-2019 bahar döneminde kayıtlı öğrenciler oluşturmaktadır. Veriler, basit tesadüfi örneklem yöntemi ile belirlenen 428 öğrenciden alınmıştır. Araştırmada veri toplama aracı olarak 5'li likert ölçeğine göre hazırlanmış "Psikolojik Sermaye Ölçeği" ve "Üniversite Öğrencileri Girişimcilik Eğilimi Ölçeği" ile demografik niteliklerle ilgili soruların yer aldığı bir anket kullanılmıştır. Elde edilen veriler SPSS programından faydalanılarak teorik ve uygulama perspektiflerinden değerlendirilmiştir.

5. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Araştırmanın bu bölümünde verilere ilişkin frekans analizi, güvenirlilik analizi, faktör analizi, korelasyon ve regresyon analizleri yapılmıştır. Araştırmaya ait temel bulgular aşağıda incelenmiştir.

5.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan 428 öğrencinin demografik özelliklerine yönelik bulgular tablo 1'de sunulmuştur. İlgili tablodaki verilere göre, öğrencilerin % 53'ü kadın, % 47'i erkeklerden oluşmaktadır. Öğrencilerin okudukları bölüme ilişkin verilerde % 16,1'i iş sağlığı güvenliği öğrencisi iken, % 14,5'i büro yönetimi ve % 7,2'sinin de medya ve iletişim öğrencisi olduğu görülmektedir. Öğrencilerin % 91,6'sının 18-24 yaş aralığını oluşturduğu ayrıca tespit edilmiştir. Araştırmaya katılan öğrencilerin ikamet edilen bölge dağılımları incelendiğinde öğrencilerin % 60'ının Doğu Anadolu Bölgesi'nde ikamet ettikleri gözlemlenmektedir. Öğrencilerin %49,8'inin girişimcilik dersi aldıklarını %50,2'sinin ise girişimcilik dersi almadıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 1. Demografik Özelliklere İlişkin İstatistiki Bulgular

		Frekans	***Yüzde (%)***
Yaş	18-24	392	91,6
	25-34	29	6,8
	35-45	7	1,6
Cinsiyet	Kadın	227	53,0
	Erkek	201	47,0
	Çağrı Hizmetleri.	52	12,1
	Maliye	50	11,7
	Mülkiyet Koruma ve Güvenlik	26	6,1
	İşletme	11	2,4

Bölüm	Turizm	9	2,1
	Aşçılık	25	5,8
	İş Sağlığı Güvenliği	69	16,1
	Halkla İlişkiler	12	2,8
	Medya ve İletişim	31	7,2
	Büro Yönetimi	62	14,5
	Muhasebe	28	6,5
	Adalet	17	3,9
Girişimcilik dersi aldınız mı?	Evet	213	49,8
	Hayır	215	50,2
İkamet Edilen Bölge	Marmara	24	5,6
	Akdeniz	28	6,5
	İç Anadolu	14	3,3
	Karadeniz	29	6,8
	Doğu Anadolu	257	60,0
	Güneydoğu Anadolu	76	17,8
	Ege	--	--

5.2. Psikolojik Sermaye ve Girişimcilik Eğilimi Ölçeklerine İlişkin Faktör Analizi Sonuçları

Araştırmada kullanılan psikolojik sermaye ölçeğinin faktör analizi sonuçları tablo 2'de yer almaktadır. Buna göre öz yeterlilik boyutunun faktör analizi sonuçları incelendiğinde, KMO örneklem uygunluğu değeri 0,788 olarak tespit edilirken, Bartlett's küresellik testi sonucu ise 0,000 düzeyinde anlamlı olarak görülmektedir. Elde edilen değerler göz önüne alındığında, KMO değerinin Hair vd., (2014) tarafından uygun görülen 0,60 kritik değerinin üzerinde olduğu görülmektedir. Ayrıca ölçekte yer alan maddelerin faktör yüklerinin 0,40 kritik değerinin üzerinde olması ile maddelerin ölçeğe yeterli derecede katkıda bulunduğu ifade etmek mümkündür. Öz yeterlilik boyutu, orijinal ölçekte olduğu gibi tek bir faktörde birleşmektedir. Bu sonuçlar doğrultusunda, öz yeterlilik boyutunun araştırmada kullanılması uygun görülmektedir.

Umut boyutunun faktör analizi sonuçları incelendiğinde; KMO örneklem uygunluk değeri 0,705 olarak tespit edilirken, Bartlett's küresellik testi sonucu ise 0,000 düzeyinde anlamlıdır. Umut ölçeğinin KMO ve Bartlett's test sonuçları kritik değerlerin üzerindedir. Ölçekte yer alan tüm maddeler kritik değerin üzerinde skorlar almıştır. Umut boyutu orijinal ölçekte olduğu gibi tek bir faktörde birleşme sağlamıştır. Tüm durumlar göz önüne alındığında umut ölçeğinin araştırmada kullanılması uygun görülmektedir.

Psikolojik dayanıklılık boyutunun faktör analizi sonuçları incelendiğinde, KMO örneklem uygunluk değeri 0,700 olarak tespit edilmiştir. Bartlett's küresellik testi sonucu ise 0,000 düzeyinde anlamlıdır. Elde edilen tüm değerler kritik kabul değerlerinin üzerindedir. Psikolojik dayanıklılık boyutu, orijinal yapısında da olduğu gibi tek bir faktörde bileşmiştir. Faktör analizi sonuçlarına göre ölçek araştırmada kullanım için uygundur.

İyimserlik boyutunun faktör analizi sonuçları incelendiğinde, KMO örneklem uygunluk değeri 0,638 olarak tespit edilmiştir. Bartlett's küresellik testi sonucu ise 0,000 düzeyinde anlamlıdır. Elde edilen değerler kritik kabul değerlerinin üzerindedir. Ölçekte yer alan tüm faktör yükleri kritik kabul değerinin üzerinde değerler almıştır. Psikolojik dayanıklılık ölçeği, orijinal yapısında da olduğu gibi tek bir faktörde bileşmiştir. Faktör analizi sonuçlarına göre iyimserlik boyutuna ait ölçek araştırma kullanımı için uygundur.

Tablo 2. Psikolojik Sermaye Ölçeğine İlişkin Faktör Analizi Sonuçları

Özyeterlilik Boyutu Faktör Analizi Sonuçları		
KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,788
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	490,998
	df	15
	Sig.	,000
Umut Boyutu Faktör Analizi Sonuçları		

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,705
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	195,557
	df	6
	Sig.	,000

Psikolojik Dayanıklılık Boyutu Faktör Analizi Sonuçları		
KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,700
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	178,927
	df	6
	Sig.	,000

İyimserlik Boyutu Faktör Analizi Sonuçları		
KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,638
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	143,087
	df	15
	Sig.	,000

Girişimcilik eğilimi ölçeğinin faktör analizi sonuçları ise tablo 3'de yer almaktadır. Tabloda yer alan bilgiler incelendiğinde; girişimcilik ölçeğinin KMO örneklem uygunluk değeri 0,913, bartlett's küresellik testi sonucu ise 0,000 düzeyinde anlamlı olarak bulunmuştur. Elde edilen değerler göz önüne alındığında, KMO değerinin Hair vd., (2014) tarafından uygun görülen 0,60 kritik değerinin üzerinde olduğu görülmektedir. Ayrıca ölçekte yer alan maddelerin faktör yüklerinin 0,40 kritik değerinin üzerinde olması ile maddelerin ölçeğe yeterli derecede katkıda bulunduğu ifade etmek mümkündür. Girişimcilik eğilimi ölçeği orijinal ölçekte olduğu gibi tek bir faktörde birleşmektedir. Bu sonuçlar doğrultusunda, girişimcilik eğilimi ölçeğinin araştırmada kullanılması uygun görülmektedir.

Tablo 3. Girişimcilik Eğilimi Ölçeğine İlişkin Faktör Analizi Sonuçları

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,913
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	2378,652
	df	190
	Sig.	,000

5.3. **Psikolojik Sermaye ve Girişimcilik Eğilimi Ölçeklerine İlişkin Güvenirlilik Analizi Sonuçları**

Araştırmada kullanılan psikolojik sermaye ölçeğinin öz yeterlilik boyutuna ilişkin yapılan güvenilirlik analizi sonucu tablo 4'te sunulmuştur. Buna göre öz yeterlilik boyutunun Cronbach's Alpha katsayısı 0,744 olarak tespit edilmiştir. Elde edilen değer kritik kabul edilen 0,60 güvenilirlik seviyesinin üzerinde olmasından dolayı ölçek güvenilir olarak kabul edilmiştir. Ölçekte yer alan maddelerden hiç birisi ölçeğin güvenilirlik katsayısını olumsuz yönde etkilememektedir.

Tablo 4. Öz yeterlilik Boyutunun Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,744	6

Araştırmada kullanılan psikolojik sermaye ölçeğinin umut boyutuna ilişkin yapılan güvenilirlik analizi sonucu tablo 5'te sunulmuştur. Umut ölçeğinin Cronbach's Alpha katsayısı 0,632 olarak tespit edilmiştir. Elde edilen değer 0,60 kritik kabul edilen güvenilirlik seviyesinin üzerinde olmasından dolayı ölçek güvenilir olarak kabul edilmiştir. Ölçekte yer alan maddelerden hiç birisi ölçeğin güvenilirlik katsayısını olumsuz yönde etkilememektedir.

Tablo 5. Umut Boyutunun Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,632	6

Araştırmada kullanılan psikolojik sermaye ölçeğinin psikolojik dayanıklılık boyutuna ilişkin yapılan güvenilirlik analizi sonucu tablo 6'da sunulmuştur. Psikolojik dayanıklılık boyutunun Cronbach's Alpha katsayısı 0,619 olarak tespit edilmiştir. Elde edilen değer 0,60 kritik kabul edilen güvenilirlik seviyesinin üzerinde olmasından dolayı ölçek güvenilir olarak kabul edilmiştir. Ölçekte yer alan maddelerden hiç birisi ölçeğin güvenilirlik katsayısını olumsuz yönde etkilememektedir.

Tablo 6. Psikolojik Dayanıklılık Boyutunun Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,619	6
Item-Total Statistics	

Araştırmada kullanılan psikolojik sermaye ölçeğinin iyimserlik boyutuna ilişkin yapılan güvenilirlik analizi sonucu tablo 7'de sunulmuştur. Bu sonuca göre umut ölçeğinin Cronbach's Alpha katsayısı 0,654 olarak tespit edilmiştir. Elde edilen değer 0,60 kritik kabul edilen güvenilirlik seviyesinin üzerinde olmasından dolayı ölçek güvenilir olarak kabul edilmiştir. Ölçekte yer alan maddelerden hiç birisi ölçeğin güvenilirlik katsayısını olumsuz yönde etkilememektedir.

Tablo 7. İyimserlik Boyutunun Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,654	6
Item-Total Statistics	

Araştırmada kullanılan girişimcilik eğilimi ölçeğine ilişkin yapılan güvenilirlik analizi sonucu tablo 8'de sunulmuştur. Bu sonuca göre girişimcilik eğilimi ölçeğinin Cronbach's Alpha katsayısı 0,870 olarak tespit edilmiştir. Elde edilen değer 0,60 kritik kabul edilen güvenilirlik seviyesinin üzerinde olmasından dolayı ölçek yüksek düzeyde güvenilir olarak kabul edilmiştir. Ölçekte yer alan maddelerden hiç birisi ölçeğin güvenilirlik katsayısını olumsuz yönde etkilememektedir.

Tablo 8. Girişimcilik Eğilimi Ölçeğinin Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,870	28
Item-Total Statistics	

5.4. **Psikolojik Sermaye ve Girişimcilik Eğilimi Ölçeklerine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları**

Öğrencilerin öz yeterlilik algılarının girişimcilik eğilimlerine etkisinin tespit edilebilmesi amacıyla yapılan regresyon analizi sonucu tablo 9'da yer almaktadır. Öz yeterlilik algısının öğrencilerin girişimcilik eğilimleri üzerindeki etkisi %8,3 (düzenlenmiş R^2) olarak tespit edilmiştir ve istatistiki olarak anlamlı olduğu (sig. 0,000) görülmektedir.

Tablo 9. Öz Yeterlilik Boyutunun Girişimcilik Eğilimine Etkisi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,291[a]	,085	,083	,68487

a. Predictors: (Constant), özyeterlilik

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,164	,103		40,516	,000
	özyeterlilik	-,317	,051	-,291	-6,265	,000

a. Dependent Variable: girişimcilik eğilimi

Öğrencilerin umut düzeylerinin girişimcilik eğilimlerine etkisinin tespit edilebilmesi amacıyla yapılan regresyon analizi sonucu tablo 10'da yer almaktadır. Öğrencilerin umut düzeyleri, öğrencilerin girişimcilik eğilimleri üzerindeki etkisi %6,6 (düzenlenmiş R2) olarak tespit edilmiştir ve istatistiki olarak anlamlı olduğu (sig. 0,000) görülmektedir.

Tablo 10. Umut Boyutunun Girişimcilik Eğilimine Etkisi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,262[a]	,068	,066	,69092

a. Predictors: (Constant), umut

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,065	,097		41,744	,000
	umut	-,258	,046	-,262	-5,582	,000

a. Dependent Variable: girişimcilik eğilimi

Öğrencilerin psikolojik olarak dayanıklılıklarının girişimcilik eğilimlerine etkisinin tespit edilebilmesi amacıyla yapılan regresyon analizi sonucu tablo 11'de yer almaktadır. Öğrencilerin psikolojik olarak dayanıklılıklarının, girişimcilik eğilimleri üzerindeki etkisi %6,2 (düzenlenmiş R2) olarak tespit edilmiştir ve istatistiki olarak anlamlı olduğu (sig. 0,000) görülmektedir.

Tablo 11. Psikolojik Dayanıklılık Boyutunun Girişimcilik Eğilimi Üzerine Etkisi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,254[a]	,064	,062	,69247

a. Predictors: (Constant), psikolojikdayanıklılık

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,055	,099		41,085	,000
	psikolojikdayanıklılık	-,239	,044	-,254	-5,397	,000

a. Dependent Variable: girişimcilikeğilimi

Öğrencilerin iyimserlik yönünün girişimcilik eğilimlerine etkisinin tespit edilebilmesi amacıyla yapılan regresyon analizi sonucu tablo 12'de yer almaktadır. Öğrencilerin iyimserlik boyutlarının, girişimcilik eğilimleri üzerindeki etkisi %3,9 (düzenlenmiş R2) olarak tespit edilmiştir. Bu bağlamda iyimserlik boyutunun öğrencilerin girişimcilik eğilimleri üzerinde yaklaşık olarak %4 düzeyinde (standardize edilmiş beta= -204) bir etkiye sahip olduğu ve ayrıca ve istatistiki olarak anlamlı olduğu (sig. 0,000) yorumlanabilmektedir.

Tablo 12. İyimserlik Boyutunun Girişimcilik Eğilimi Üzerine Etkisi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,204[a]	,041	,039	,70087

a. Predictors: (Constant), iyimserlik

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,251	,166		25,564	,000
	iyimserlik	-,261	,061	-,204	-4,282	,000

a. Dependent Variable: iyimserlik

6. SONUÇ

Girişimcilik; başta girişimci bireylere fayda sağlayan, sonrasında ise temel mal ve hizmetlerin üretilmesiyle toplumların ihtiyaçlarını gideren, yeni istihdam alanları yaratarak işsizlik sorunu azaltan, böylece ekonomik gelişme ve kalkınmaya katkı sunarak, ülkelerin refah seviyesini arttıran faaliyetler bütünüdür. Girişimcilik faaliyetinin oluşmasında ise niyet ve eğilim yatmaktadır. Girişimcilik niyeti ve eğilimi olan bireylerin, pozitif bir psikolojik sermayeye (öz yeterlilik, umut, iyimserlik, dayanıklılık) sahip olmaları durumunda girişim faaliyetinde bulunma olasılıkları yüksektir. Bu sebeple üniversite okuyan gençlerin almış oldukları girişimcilik eğitimlerinin de katkısıyla girişimcilik eğilimlerinin ortaya çıkarılması önemlidir. Bu araştırmada girişimcilik eğilimi psikolojik sermaye ile birlikte irdelenmiştir. Psikolojik sermayenin girişimcilik eğilimi üzerinde etkili olabileceği düşüncesinden hareketle hipotezler geliştirilmiş ve teste tabi tutulmuştur.

Belirlenen amaçları gerçekleştirebilmek ve hipotezleri test edebilmek amacıyla Bingöl Üniversitesi'nde SBMYO'da okuyan 428 öğrenciden anket tekniğiyle veriler toplanmış ve SPSS 22.0 paket programı ile istatistiki analizlere tabi tutulmuştur. Örneklemin değerlendirilmesi için ölçeklerin güvenilirliği Cronbach Alpha testi ile analiz edilmiş ve güvenilir olduğu bulunmuştur. Örneklem demografik özellikleri frekans analizi ile ortaya çıkarılmış ve araştırma hipotezlerinin testi için de regresyon analizleri uygulanmıştır. Analizler sonucunda ulaşılan bulgular şunlardır:

1. "H1: Psikolojik sermaye bileşenlerinden iyimserlik girişimcilik eğilimini pozitif yönlü ve anlamlı olarak etkiler" hipotezi için oluşturulan regresyon modelinin anlamlı (sig. 0,000) olduğu, iyimserlik boyutunun öğrencilerin girişimcilik eğilimleri üzerinde yaklaşık olarak %4 düzeyinde (standardize edilmiş beta= -204) bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Bu sonuç neticesinde H1 hipotezi kabul edilmiştir.
2. "H2: Psikolojik sermaye bileşenlerinden umut girişimcilik eğilimini pozitif yönlü ve anlamlı olarak etkiler" hipotezi için oluşturulan regresyon modelinin anlamlı (sig. 0,000) olduğu görülmektedir. Öğrencilerin umut düzeylerinin, öğrencilerin girişimcilik eğilimleri üzerindeki etkisi %6,6 (düzenlenmiş R2) olarak tespit edilmiştir. Bu sonuç neticesinde H2 hipotezi kabul edilmiştir.
3. "H3: Psikolojik sermaye bileşenlerinden öz-yeterlilik girişimcilik eğilimini pozitif yönlü ve anlamlı olarak etkiler" hipotezi için oluşturulan regresyon modelinin anlamlı (sig. 0,000) olduğu görülmektedir. Öz yeterlilik algısının öğrencilerin girişimcilik eğilimleri üzerindeki etkisi %8,3 (düzenlenmiş R2) olarak tespit edilmiştir. Bu sonuç neticesinde H3 hipotezi kabul edilmiştir.
4. "H4: Psikolojik sermaye bileşenlerinden dayanıklılık girişimcilik eğilimini pozitif yönlü ve anlamlı olarak etkiler" hipotezi için oluşturulan regresyon modelinin anlamlı (sig. 0,000) olduğu görülmektedir. Öğrencilerin psikolojik olarak dayanıklılıklarının, girişimcilik eğilimleri üzerindeki etkisi %6,2 (düzenlenmiş R2) olarak tespit edilmiştir. Bu sonuç neticesinde H4 hipotezi kabul edilmiştir.

Bu bulgular ışığında psikolojik sermayenin girişimcilik eğiliminin oluşmasında etkisi olduğu görülmektedir. Sahip olunan pozitif iyi oluş halinin girişimcilik eğilimini desteklediği yapılan birçok araştırmada ortaya konulduğu (Sebora ve Tantiukoskula, 2011; Özdemir ve Özgüner, 2016; Baluku vd., 2018) gibi araştırmamızın sonuçları da bu durumu desteklemiştir. Çalışmanın bazı kısıtları mevcuttur. Çalışmanın ışığında, daha sonra konuyla ilgili yapılacak olan çalışmalarda daha büyük örneklemlerle, farklı fakülte ve bölümlerde öğrenim gören öğrencilerle daha genellenebilir sonuçlara ulaşılabileceği söylenebilir. Ayrıca, psikolojik sermayenin girişimcilik eğilimi üzerine etkisinde farklı değişkenlerin aracılık etkilerinin ölçülebileceği ve farklı modellerle incelenebilmesi önerilmektedir.

KAYNAKÇA

Balaku, M. M., Kikooma, J. F., Bantu, E. ve Otto, K. (2018). Psychological capital and entrepreneurial outcomes: the moderating role of social competences of owners of micro-enterprises in East Africa. Journal of Global Entrepreneurship Research, 8(26): 1-23.

Batga, B. (2018). Yerel Kalkınma ve Girişimcilik. Yerelden Kalkınmayı Yeniden Düşünmek, (Ed. B. Bağış). Berkeley Pressbooks (https://berkeley.pressbooks.pub/yerelkalkinma/chapter/yerel-kalkinma-ve-girisimcilik/)

Bird, B. J. (1989). Entrepreneurial behavior. Illinois: Foresman and Company.

Bockorny, K. ve Youssef-Morgan, C. M. (2019). Entrepreneurs' Courage, Psychological Capital, and Life Satisfaction. Brief Research Report Artıcle, 10: 1-6.

Begenirbaş, M ve Turgut, E. (2016). Psikolojik Sermayenin Çalışanların Yenilikçi Davranışlarına ve Performanslarına Etkileri: Savunma Sektöründe Bir Araştırma. Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 31(1): 57-93.

Çiçeklioğlu, H. ve Afşar, A. (2017). Girişimcilik Eğitimi Kurslarına Katılan Bireylerin Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimlerine Olan Etkilerinin İncelenmesi. International Journal Of Disciplines Economics & Administrative Sciences Studies, 3(1): 1-16.

Dündar, S. ve Ağca, V. (2007). Afyon Kocatepe Üniversitesi Lisans Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin İncelenmesine İlişkin Ampirik Bir Çalışma, H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 25(1): 121-142.

Hair, J. William Black, Barry Babin, Rolph Anderson, (2014). Multivariate Data Analysis, 7. Ed. Pearson Education Limited.

Hisrich, R. D. ve Peters, M. P. (1998). Entrepreneurship. New York: Irwin Mc Graw Hill.

Hmieleski, K. M. ve Carr, J. C. (2007). The Relationship Between Entrepreneur Psychological Capital And Well-Being. Frontiers of Entrepreneurship Research, 27(5): 1-13.

İpçioğlu, İ. ve Taşer, A. (2009). İşletme Bölümlerinde Verilen Eğitimin Girişimci Adayı Öğrenciler Üzerindeki Etkileri, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2(10): 13-25.

Karabulut, A. T. (2009). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerini ve Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. Marmara Üniversitesi İİBF Dergisi, 26(1): 331-356.

Korkmaz, O. (2012). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Bülent Ecevit Üniversitesi Örneği. Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi, 14(2): 209-226.

Kılıç, R., Keklik, B. ve Çalış, N. (2012). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma: Bandırma İİBF İşletme Bölümü Örneği. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 17(2): 423-435.

Luthans, F. (2002). The Need for and Meaning of Positive Organizational Behavior. Journal of Organizational Behavior, 23(6): 695-706.

Luthans, F., B. J. Avolio, J. B. Avey ve S. M. Norman (2007). Positive Psychological Capital: Measurement and Relationship with Performance and Satisfaction. Personnel Psychology, 60(3): 541–572.

Luthans, F., S. M. Norman, B. J. Avolio ve J. B. Avey (2008). The Mediating Role of Psychological Capital in The Supportive Organizational Climate–Employee Perfor- mance Relationship. Journal of Organizational Behavior, 29(2): 219-238.

Luthans, F., Youssef-Morgan, C. M., ve Avolio, B. J. (2015). Psychological Capital and Beyond. New York, NY: Oxford University Press.

Ma, H., Barbe, F. T. ve Zhang, Y.C. (2018). Can Social Capital and Psychological Capital Improve the Entrepreneurial Performance of the New Generation of Migrant Workers in China?. Sustainability, 10(3964): 1-16.

Mueller, S. ve Thomas, A.S. (2000). Culture and entrepreneurial potential: a nine country study of locus control and ınnovativeness. Journal of Business Venturing, 16: 52-62.

Muzyka, D. Koning, A. ve Churchill, N. (1995). On Organization and adaptation: building the entrepreneurial corporation. European Management Journal, 13 (4): 352-365.

Müftüoğlu, M. T. ve Durukan, T. (2004). Girişimcilik ve KOBİ'ler. Ankara: Gazi Kitabevi.

Seligman, M. E. (1998). Learned Optimism: How to Change Your Mind and Your Life, Pocket Books, NewYork.

Önce, A. G., Marangoz M, ve Erboy, N. (2014). Ekonomik Büyüme ve Kalkınmada Girişimciliğin Rolü ve Önemi. International Conference On Eurasian Economies. http://avekon.org/papers/1041.pdf (Erişim Tarihi: 11.07.2019).

Özdemir, A. ve Özgüner, M. (2016). Psikolojik sermayenin girişimcilik eğilimine etkisi: Üniversite öğrencileri üzerinde bir araştırma. Journal of Human Sciences, 13(3): 5107-5121.

Önay, I., Sibel Ayas, S., Yaşar Uğurlu, Ö. ve Önay, M. B. (2017). Psikolojik Sermaye ile Girişimcilik Niyeti İlişkisi. Gazi İktisat ve İşletme Dergisi, 3(3): 55-66.

Sebora, T. C. ve Tantiukoskula, S. (2011). Psychological Capital and the Entrepreneurial Intention of College Students. International Developments in Management Research, (Ed. G. Papanikos), 1-18.

Shane, S. ve Venkataraman, S. (2000). The Promise Of Entrepreneurship As A Field Of Research. Academy of Management Review, 25(1): 217-226.

Snyder, C. R. (2002). Hope theory: Rainbows in the mind. Psychological Inquiry, 13: 249-276.

Soysal, A., Kıran, Ş. ve Salmi, H. (2017). Sağlık Yönetimi Bölümü Lisans Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimleri Ve Özelliklerinin Bazı Sosyo-Demografik Özellikler Açısından İncelenmesi. International Journal of Academic Value Studies, 3(14): 48-59.

Stajkovic, A. D. ve Luthans, F. (1998). Social cognitive theory and self efficacy: Going beyond traditional motivational and behavioral approaches. Organizational Dynamics, 26: 62–74.

3rd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 28-30 June 2019, Lefkosa

Butik Burgercilerde Müzik Unsuru: Kadıköy'de (İstanbul) Etnografik Gastromüzikoloji Çalışması*

Res. Assist. İrem Erdoğan Türen
Istanbul University, Devlet Konservavutarı
irem.e@istanbul.edu.tr

Prof. Dr. Seyit Yöre
Istanbul University,
Devlet Konservatuvarı
syore@istanbul.edu.tr

ÖZET

Müzik, sahnede veya bir kayıttan dinlenilmesinin yanı sıra ticari alanda insanlar tarafından kullanılan bir araçtır. Farklı meslek gruplarından işletmelerin ürünlerinin temsil kabiliyetini arttırmak, belirli bir kesime hitab edebilmek, alışverişe teşvik etmek veya atmosfer yaratmak için müziği kullandıkları bilinmektedir. Bu araştırmada, butik burger işletmelerinin tercih ettiği müzik türünün/türlerinin belirlenmesi ve ilgili müzik türlerinin hangi amaçla(rla) tercih edildiğinin araştırılmasıyla butik burgeri temsil eden bir müzik türü/türleri olup olmadığının belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç çerçevesinde yapılan ön araştırmalarda, İstanbul ili, Kadıköy ilçesi, Caferağa Mahallesi'nin geçmişten günümüze artarak devam eden sosyal, kültürel ve gastronomik özelliklere sahip olduğu ve son yıllarda butik burger işletmelerinin de sosyal ve gastronomik mekânlar olarak öne çıktığı belirlenmiştir. Caferağa Mahallesi'nde mekân, lezzet ve müzik arasındaki ilişkilerle oluşan 8 butik burger işletmesi belirlenip ilgili amaç doğrultusunda etnografi yöntemli gastromüzikolojik araştırma yapılmıştır. Betimsel düzende durum tespitine dayalı bu nitel araştırmada, toplam 8 işletmede; 6 işletmeci, 4 aşçı-işletmeci, 10 aşçı ve 16 müşteriye gözlem ve görüşme tekniği uygulanarak veriler toplanmıştır. Elde edilen veriler araştırma problemine ilişkin olarak analiz edildiğinde, butik burgeri temsil eden müzik türleri belirlenip bunların butik burgeri temsil etme nedeni irdelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Butik Burger, Müzik, Gastronomi, Gastromüzikoloji, Etnografi

Element of Music in Boutique Burger Houses: Ethnographic Gastromusicology Study in Kadıköy, İstanbul

ABSTRACT

Music, as well as being listened to on stage or from a recording, is a commercial tool used by people. It is known that music is used to enhance the representative ability of products by a variety of professions, to address a particular audience, to encourage shopping and to create atmosphere. This research aims to identify the type of music preferred by boutique burger businesses and determine the reason(s) for their preferences; thereby, define whether or not a particular type of music represents boutique burger houses. To this end, the preliminary research has revealed that Cafeağa district of Kadıköy Municipality of Istanbul has an ever increasing social, cultural and gastronomic features and that boutique burger houses have gained prominence as social and gastronomic places. 8 boutique burger houses that feature a combination of location, taste and music have been identified and gastromusicological research based on ethographical method has been conducted to pursue the research question. In this qualitative research which is a case study in the descriptive form, data has been collected through observation and interview techniques with 6 business managers, 4 cook-managers, 10 cooks and 16 customers in 8 businesses. With the analysis of the data, music types that represent boutique burger houses and the accompanying reasons have been examined.

Key words: Boutique Burger, Music, Gastronomy, Gastromusicology, Ethnography

* Bu çalışma, birinci yazarın yüksek lisans tezinin bir kısmından oluşturulmuş (Erdoğan Türen, 2019) ve İstanbul Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi Tarafından Desteklenmiştir. Proje numarası: SYL-2018-28961.

1. GİRİŞ

Bir zamanlar öncelik olarak karın doyurma, hayatta kalmak için gerekli enerjiyi kazanma gibi gerekçelerle gerçekleştirilen 'beslenme' eylemi, birçok araştırmacının da değinmeden geçemediği üzere yalnızca biyolojik bir eylem değildir. Erken çağlarda dahi toplumsal pratiklerde önemli bir yer tutan yeme olgusu (Goody, 2013), günümüz modern toplumlarında ise bireysel damak tadını tatmin etmek, yeni keşifler yapmak ve sosyalleşme gibi ihtiyaçları da karşılamaya yönelik olarak gerçekleştirilebilmektedir.

Öncelikle Avrupa'da başlayan endüstrileşme ve modernleşmenin, beslenme konusunun bu noktaya gelebilmesindeki payı yadsınamaz bir gerçek olarak ortaya çıkmaktadır. Günlük hayattaki beslenme alışkanlıkları Sanayi Devrimi'nden bu yana belirgin bir değişim yaşamış, yeni endüstrilerin ortaya çıkması, daha fazla iş gücüne ihtiyacı beraberinde getirmiştir. İnsanların, artan çalışma temposuna her geçen gün daha fazla dahil olması, yemek pişirmeye ayrılan zamanın azalmasına neden olarak, beslenme ihtiyacını karşılamaya yönelik hazır hızlı yiyecek (fast food) sektörünün gelişimi için bir talep doğurmuştur (Beardsworth ve Keil, 2011, s. 63-81).

'Fast food'un bugün bilinen en büyük temsilcisi McDonald's, ilk 1937'de California, Pasadena'da Richard ve Maurice McDonald kardeşler tarafından kurulmuştur (Ritzer, 2017, s. 88; Schlosser, 2004, s. 27). O dönemki diğer fast food işletmelerine kıyasla McDonald kardeşlerin restoranı "*hızı arttırmaya, fiyatları düşürmeye ve satış hacmini büyütmeye yönelik olarak*" rakiplerine göre daha rasyonelleştirilmiş süreçlerde burger üretimi yapıyordu (Schlosser, 2004, s.28). Adeta bir fabrika "*montaj hattına*" (Ritzer, 2017, s.92; Schlosser, 2004, s.28) benzetilen bu süreçte "*bir kişi hamburgeri pişiriyor, diğer kişi ona sos ekliyor ve sarıyor, diğer biri milk shake hazırlıyor, biri patatesleri kızartıyor ve biri de tezgaha bakıyordu*" (Schlosser, 2004, s.28).

1986 yılında McDonald's Türkiye'ye girdikten sonra yayımlanan bir makaleden aktarıldığı üzere "*son yıllarda batı kültürünün etkisi ile kebabın yerini hamburger, pide-lahmacunun yerini pizza, sütlü tatlıların yerini pasta ürünleri almaya başlamıştır*" ifadesi, 7 yıl içinde Batı kültürünün Türk mutfağına ve Türkiye insanının beslenme alışkanlıklarında yarattığı değişimi ortaya koymaktadır (Baysal, 1993, s. 12-21, aktaran Özçelik ve Sürücüoğlu, 1998, s. 444).

Fakat ABD kökenli burgerin Türkiye'ye girmesi yalnızca bir yiyeceğin başka bir ülkeye gelmesi değil, o kültürün de gelmesi demektir. Bearsworth ve Keil'e göre, insanlar beslenirken aynı zamanda bazı *"anlam ve semboller"* de tüketirler. Bu bakımdan insanların tüketmeyi tercih ettiği yiyecekler, aynı zamanda o yiyeceğin üretildiği kültürle de temas etmesini

sağlayabilmektedir (2011, s. 90-94). Bu kültürel temas unsurlarından biri de müziktir ki insanlar yemek yerken seçilen müziğin de buna eşlik ettiği görülebilir.

Müziğin, beslenme, yemek, gıda gibi adlarla anılan ve insanların bir taraftan biyolojik olarak yaşamı devam ettirme gereksinimi, bir taraftan da kültüre özgü, kimi yerde törensel olarak işlevsel hale gelen, eylemlerde de yer aldığı görülür (bkz. Williams, 2006 ve 2016).

Müziğin belli bir kültüre ait bir yemeği temsil etmesi ise bu çalışmanın merak konusudur. Belli bir kültüre ait müziğin tüketicilerde bazen o kültüre ait yemeği çağrıştırabildiği bilinmektedir (North, Hargreaves, ve McKendrick, 1997; Yeoh ve North, 2010). Bu durum, müziğin temsil ettiği kültür ile doğrudan ilişkilidir. Bu bakımdan müziğin temsiliyetle ilgili bu durumunu gözeterek, belli bir yemek olarak burgeri de temsil edebileceği ön görülmektedir. Bu da konuyla ilgili bilimsel bir araştırmanın gerekliliğini ortaya çıkarmış ve aşağıdaki probleme bağlı olarak yapılan araştırmayla bulgular ortaya çıkarılmıştır:

Yemek ve müzik ilişkisine dair çeşitli çalışmalar olsa da doğrudan Gastromüzikoloji alanındaki çalışmalar henüz çok azdır. Bu açıdan yemek ve müzik ilişkisine dair konuları disiplinlerarası müzikolojik bağlamda incelemek için özgün konular bulunabilmektedir. Özellikle 21. yüzyılda giderek büyüyen bir sektör haline gelen yiyecekler de çok çeşitlilik göstermektedir. Bu çeşitlilik içerisinden seçilip yiyecek işletmeleri arasında yapılacak bir Gastromüzikolojik araştırma da müzikle doğrudan ilgili olanı olmalıdır. Bu açıdan ön araştırmalarda yapılan gözlemlerde diğer yiyecek işletmeleri arasında kendine özgü özellik gösterebilenlerin butik burger işletmeleri olduğu görülmüş ve gastronomik açıdan giderek artan bu sektörün kendine özgü bir müziğinin olup olmadığının belirlenmesi de bir araştırmayı gerektirmiştir.

Uluslararası boyutta olan butik burger sektörünün İstanbul'un tüm ilçelerinde de var olduğu belirlenmiş, ancak yapılacak araştırmanın sınırlılıkları çerçevesinde İstanbul ili, Kadıköy ilçesi, Caferağa Mahallesi'nde de 2015 yılında başlayıp günümüze dek arttığı gözlemlenen butik burger işletmelerinde, 'butik burgerin belirli bir müzik türü/türleri ve bunun bir temsiliyeti var mıdır?' sorusundan yola çıkılıp araştırma yapılarak belirlenen bulgular bu araştırmada sunulmuştur.

Yapılan ön araştırmada İstanbul'da en çok Beşiktaş ilçesi Sinanpaşa Mahallesi ve Kadıköy ilçesi Caferağa Mahallesi'nde butik burger işletmelerinin yoğunlaştığı belirlenmişse de bu araştırma, zaman ve maliyet açısından Kadıköy ilçesi Caferağa Mahallesi'ndeki 8 butik burger

işletmesi[1], bu işletmelerde görüşülen 36 kişi[2] (6 işletmeci, 4 aşçı-işletmeci, 10 aşçı ve 16 müşteri), İstanbul Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Birimi'nin maddi desteği ve ulaşılabilen yazılı kaynaklarla sınırlandırılmıştır.

2. KURAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Gastronomi

Gastronomi kelimesine bakıldığında Athenaeus'un ifadesi ve kelimenin etimolojik kökeni arasında bir tutarlılık mevcuttur. Yunanca mide ve bütün sindirim sistemi ilgili olarak 'gastros' ve yasa, kural anlamına gelen 'nomos', yeme-içme ile ilgili normları ifade etmesiyle Gastronomi; neyin, ne kadar, nasıl, ne zaman, neden ve nereden yenileceğini kapsamaktadır (Kivela ve Crotts, 2006, s.355; Santich, 2004, s.16).

Gastronomi kelimesinin tarihte ilk geçtiği kaynak ise 1804 yılında Fransız yazar Joseph Berchoux tarafından yazılan *La Gastronomie, ou l'homme des champs à table* başlıklı şiiridir. Bu tarihten sonra giderek popülerleşmeye başlayan kelime 'iyi yeme sanatı' olarak 1835 yılında Fransız Akademisi'nin sözlüğüne dahil edilmiştir (Scarpato, 2002, s. 53).

Brillat-Savarin ise Gastronomi'yi bütün bir bilim dalı olarak kabul eder ve ona göre besinlerin insan fizyolojisi üzerindeki etkileri, hangi miktarlarda ve kombinasyonlarda tüketilmesi gerektiği ve bu besinlerin nasıl hazırlanması, saklanması, ne kadar tüketilmesi ve hangi sıralamayla tüketilmesi gerektiği Gastronomi'nin konuları arasındadır. 'Mutfak sanatı' ise Brillat-Savarin'e (2015) göre Gastronomi'nin kapsadığı bir konudur.

Brillat-Savarin kitabında ayrıca, deneysel yemek tarifleri, yiyecek ve içecekle ilgili teorik ve pratik bilgiler, tat alma ve sindirmenin fizyolojisi, yemek yeme alışkanlıklarının insan bedenine etkileri, Gastronomi'nin kökeni, tanımı, konuları ve gereğini ele alarak onu bilimsel bir temele oturtmaya çalışmıştır. Sonuç olarak bütün bu gastronomik bilgi, yiyeceklerden alınan hazzı artırdığı gibi insan sağlının da korunmasını amaçlar (Brillat-Savarin, 2015).

Kivela ve Crotts (2006, s. Bu355) da Gastronomi'yi pişirme ve iyi yemek yeme sanatı olmasının yanı sıra, kültür ve yemek arasındaki ilişkinin incelenmesi bağlamında "*kimya, edebiyat, biyoloji, jeoloji, tarih, tarımbilim, antropoloji, müzik, felsefe, psikoloji ve sosyoloji*" gibi bilim dallarıyla disiplinler arası ilişkileri olan bir alan olarak ifade etmiştir.

---

[1] B.O.B Best of Burger, Brox Burger&More, Bykush Street Food, Byte Street Food, Mini Eatry, Simple Street Grill, Smash Food Works, Zapata Burger.

[2] **İşletmeciler:** Ahmet İlter Şenyurt, Emre Çeri, Engin Tunç, Korhan Gülsoy, Orhan Güneşdoğmuş, Zakir Turgut. **Aşçı-İşletmeciler:** Bora Bozankaya, Ragıp Özcan Güvenç, Remzi Demir, Sadık Çağlar Ardıç. **Aşçılar:** Bülent Dere, Ceylan Kara, Derviş Yıldız, H. K., Melisa Çevik, Okan Kara, Onur Mordeniz, Ömer Can İşletici, Sarp Erkenci, Sercan Demiral. **Müşteriler:** Ali Öndeş, Alin Merdinoğlu, Ayşe İlayda Ekinci, Barış Nergis, Can Gökmen, Çağdaş Bülbül, Dilara Yıldırım, D. G., Elif Arayıcı, Janbek Özdemir, K. S., Mehmet Övünç, Müge Kıyanat, O. S., Sevda Ertekin, Tayhan Toraman.

Gillespie (2001, s.2) Gastronomi'yi kısaca "*iyi beslenmenin sanatı veya bilimi*" olarak tanımlamıştır. Ona göre bir yiyecek veya içecekle yaşanılan gastronomik deneyimin birey tarafından neden sevildiği ya da sevilmediği, bireysel gastronomik değerler bağlamında sosyal, kültürel, coğrafi ve beslenme sosyalleşmesi ile ilişkilidir. Gillespie ayrıca bireylerin gastronomik deneyimlerini etkileyen faktörlerden atmosfere de değinmiştir (2001, s.26). Atmosfer, bireyin mekânda yaşadığı gastronomik deneyimin bir parçası ve etkenidir (Hegarty, 2009). Akademide çoğunlukla Pazarlama alanında sürdürülen atmosfer çalışmaları, müziği atmosferin bir ögesi olarak ele almakta ve restoran veya çeşitli mağazalardaki satın alma deneyimleri üzerindeki etkilerini incelemektedir.

Bu çalışma için, dışarıda yemenin gerçekleştiği alan olan butik burger işletmeleri belirlenmiştir. Bu işletmelerde çalışan Gastronomi eğitimli aşçılar veya işletmeciler, gastronomik bilgiyi müşterilerine sunmaktadır. Müşterilerin bu bilgiyi tüketirken mekânda yaşadığı deneyime müzik de ortak olmaktadır. Bu bakımdan gastronomik deneyimin bir unsuru olan müziğin birey, mekân ve yiyecek (lezzet) arasındaki ilişkideki rolünün anlaşılabilmesi, Gastromüzikoloji bağlamında açıklanmasını gerektirir.

2.2. Gastromüzikoloji

Gastromüzikoloji terimi ilk kez Pierpaolo Polzonetti tarafından kullanılmıştır. Müzikoloji'nin tarihsel yöntemiyle yapılan bu araştırmada Gastromüzikoloji, Verdi'nin operalarındaki şölen sahnelerinde, yiyecek ve içeceklerin (gastronomik kodların) toplumun farklı sosyal tabakalarına işaret etmede bir görsel kod işlevi gördüğünü ifade etmek için kullanılmıştır (Polzonetti, 1999).

Braus (2007) bestecilerin yemekten aldıkları hazzı sık sık müziksel kavramlarla ifade etmelerine veya bu kavramları birbiri yerine kullanmalarına değinmiştir. Örneğin müziksel bir öge olan süslemelerin abartılması, fazla baharatlı bir yemeğe benzetilmiş, bestecilerin müziksel anlamda gastronomik bir zevki ifade eden söylemlerini ise Braus, Gastromüzikoloji olarak değerlendirmiştir.

Sean Willams'ın da kullandığı Gastromüzikoloji terimi, Etnomüzikoloji alanında da gıda, müzik ve insan ilişkilerini ele alan çalışmalar olduğunu göstermektedir. Alan araştırması deneyimlerinden yola çıkan Williams'a göre, yemeklerin ve müziklerin bize kim olduğumuzu söylediği ortak kültürel bir boyutu vardır. Williams, yemek ve müzik arasındaki bağlantıya, iki eylemin benzerliğiyle de değinmiştir. Bu doğrultuda dünyanın farklı ülkelerinden etnomüzikologların, kendi ülkelerinin yemek tarifleri, o yemeğe özgü bir atasözü, yemekle dinlenmesi gereken kayıtlar ve yerel yemek ve müzikleri tartışan makalelerden oluşan iki adet

kitap hazırlanmıştır. Yemek, müzik ve kültüre odaklanan ve etnografi temelli olan bu kitap, Williams'a göre Gastromüzikoloji'nin bir örneğidir (Williams, 2006 ve 2016).

Yemek ve müziğin, farklı kültürlerden örneklerle, birlikte nasıl çalıştığını yansıtmak için hazırlanan *A Symphony of Flavors*'da (2015), iki olguda ortak paydanın sağlandığı çalışmalar ele alınmıştır. Örneğin Murray (2015, s.1), Cape Verde'de kadınların tohumları ekerken yaşamı kutsarcasına şarkı söylemesine değinerek farklı toplumlarda müziğin işlevine örnek vermiştir.

Literatürde doğrudan terimi kullanan veya terimin anlamına oturan bu çalışmalar Gastromüzikoloji'nin neyi ifade edebileceği ile ilgili belirgin kaynaklardır. Bu doğrultuda Gastromüzikoloji kısaca gıda, müzik ve insan ilişkisinin araştırıldığı bir çalışma odağı olarak tanımlanabilir. Kapsamı, tarihsel ve etnografik yöntemle yapılan araştırmaları içermektedir. Dolayısıyla tarihsel Müzikoloji ve Etnomüzikoloji alanında gıda, müzik ve insan ilişkilerini ele alan çalışmaların Gastromüzikoloji çalışması olduğu söylenebilir. Fakat özellikle Pazarlama, Nörogastronomi[3] ve Gastrofizik[4] gibi diğer bilimsel yöntemleri kullanan alanlar da gastronomik deneyimde sesin ve müziğin rolünün anlaşılması ve Gastromüzikoloji'ye tarihsel ve etnografik yöntemlerin dışında yeni yöntemler ve farklı perspektifler sunması bakımından değerlendirilmelidir.

İlk kez Verdi'nin operalarında gıdaların sosyal tabakaları işaret eden bir görsel kod görevi üstlendiğine atıfta bulunmak için kullanılan Gastromüzikoloji terimi, farklı bilim alanlarından edinilen bilgilerle, Polzonetti'nin kullandığı anlamının çok ötesine geçerek Müzikoloji için belirgin bir çalışma alanı olabileceğini göstermektedir. Bu doğrultuda, yapılan bu araştırmada gastronomik deneyimde müziğin rolünün gıda, müzik ve insan ilişkileri bağlamında ele alırken literatürdeki hem alan içinden hem de alan dışından farklı çalışma odaklarından faydalanılarak bir Gastromüzikoloji çalışması örneği sunulmuştur.

3. YÖNTEM

3.1. Araştırma Modeli

İstanbul, Kadıköy ilçesindeki butik burger işletmelerinde yapılan bu araştırma, ilgili probleme cevap verebilmek amacıyla etnografi temellidir. Bu durumun gereği olarak araştırmada betimsel düzende durum tespitine dayalı, nitel araştırma yöntem ve teknikleri kullanılmıştır.

[3] Terim, Gordon M. Shepherd (2012) tarafından geliştirilmiştir. Beyinde gerçekleşen bilişsel işlemlerin, gıdaları tüketirken yaşadığımız gastronomik deneyimi nasıl etkilediğini incelemektedir. Bu konuda özellikle koku alma sürecine odaklanan Shepherd'a göre, lezzet algısı beyin tarafından yaratılmaktadır.

[4] Kavramı geliştiren Charles Spence, gastrofiziği yiyecek ve içecek tadımı yaparken çoklu duyusal deneyimlerimizi etkileyen faktörlerin bilimsel çalışması olarak tanımlamıştır. Gastrofizik; deneysel psikoloji, bilişsel sinirbilim, duyusal bilimler, nörogastronomi, pazarlama, tasarım ve davranışsal ekonomi dahil olmak üzere birçok disiplin ile temas halindedir. Gastronomi ve Psikofizik kelimelerinin birleşmelerinden oluşan terimde gastronomi; alandaki araştırmalar için ilham kaynağı olan mutfak deneyimlerini vurgularken psikofizik ise algı hakkındaki bilimsel çalışmalara atıfta bulunmaktadır (Spence, 2017).

3.2. Evren ve Örneklem

Bu araştırmada herhangi bir evren temsil edilmeyeceğinden, probleme ilişkin olarak belirlenen katılımcıların görüşlerine başvuran odak grup çalışması tercih edilmiştir. Ancak bu odak grup, araştırma konusuna (butik burger ve müzik) ilişkin ortak durum ve mekânlarla ilgili olup görüşmeler bire bir yapılmıştır.

3.3. Veri Toplama Teknikleri

Bu araştırmada, belge taraması ve analizi, görüşme, gözlem ve ses/görüntü kayıt teknikleri ile veriler toplanmıştır. İlgili problem çerçevesinde yarı yapılandırılmış ve ortak ve farklı sorulardan oluşan görüşme formu hazırlanmış ve araştırma konusu çerçevesinde ulaşılabilen 36 kişi ile görüşme yapılmıştır. Bunun yanı sıra 8 butik burger işletmesinde gözlem yapılarak ortamda çalan müzikler Shazam uygulamasıyla kaydedilerek belirlenmiştir. Mekânlardaki görsellere ilişkin fotoğraflar NIKON D7100 ile çekilip görüşülenlerin ses kayıtları ise Sony ICD-SX2000 ile kaydedilmiştir.

3.4. Veri Çözümleme Teknikleri

Araştırmada kullanılan belgelere, yapılan görüşme kayıtlarının transkripsiyonuna ve gözlemlere ilişkin veriler, nitel veri analizi tekniklerinden betimsel veri analizi tekniği ile araştırma problemi çerçevesinde analiz edilerek bulgular ortaya çıkarılmıştır. Shazam ile kaydedilen müzik eserlerinin ve türlerin belirlenmesi içinse ilgili web kaynakları (URL1 ve URL2) kullanılmıştır.

4. BULGULAR VE YORUMLAR

Araştırma kapsamındaki butik burger işletmelerinde[5], müzik unsuruna dair araştırma problemine ilişkin olarak, Amerikan popüler müzik türlerinin[6] (Elektronik [House, Electro House, Deep House, Techno], Funk, Pop, Rock, Country, Jazz, Reggae, Rap, Chill-out, R&B, Hip-hop) sunulduğu, ancak bu türlerden hiçbirinin butik burgerin tek başına müziği olmadığı, dolayısıyla tespit edilen tüm türlerin butik burgerin müziği olarak temsil edildiği belirlenmiştir. Bu müzik türlerinin temsiliyet açısından mekân özellikleri ve her bir işletmenin butik burger

[5] Mekânların çevresinde çokça bar olduğu, apartmanların giriş katında yer aldığı ve işletme sahiplerinin mekâna veya bölgeye özgü duvar çizimleri yaptırdığı gözlemlenmiştir. Mekânların içinde ise arkalıksız sandalyeler kullanılması, bir bar tezgahının tasarlanmış olması, mutfağın açık ve izlenebilir olması, mekâna özgü çeşitli dekoratif objelerin bulunması, gastronomik etkinlik ve eğitim broşürlerinin paylaşılması, saksı bitkilerinin yetiştirilmesi, sunum malzemelerinin mekâna özgü tasarlanması, lavabo ve tuvaletin çoğunlukla olmaması, menülerde çoğunlukla İngilizce ifadelerin kullanılması ve mekâna özgü duvar çizimlerinin veya yazılarının (İngilizce) olması sıkça gözlemlenen ortak özelliklerdir.

[6] Amerikan popüler müziği ve Amerikan popüler müzik türleri kavramları, farklı kökenlerden gelip ABD müzik endüstrisinde evrilerek uluslararası alana yayılan popüler müzik türlerini ifade eder (bkz. Mauch, MacCallum, Levy, ve Leroi, 2015).

türleri ile birlikte bir atmosferin parçası olduğu gözlemlenmiştir. Bu müzik türlerinin seçimi, sunumu ve temsiliyeti hususunda ise görüşülenlerin çeşitli görüşleri ortaya çıkmıştır:

Butik burger işletmelerinde çalınan müziklerin çoğunlukla üretenler (işletmeci, aşçı-işletmeci, aşçı) tarafından belirlendiği ve müzik dinletmek için Spotify başta olmak üzere SoundCloud ve Youtube gibi web platformlarının da kullanıldığı tespit edilmiştir. Bazı işletmelerin Spotify üzerinden mekâna özgü veya bireysel olarak çalma listeleri oluşturduğu belirlenmiştir. Çoğu işletme sahibi mekânda çaldıkları müzikleri güncelleddiklerini, yeni müzikler keşfettiklerinde bunları da çalma listelerine eklediklerini belirtmiştir.

Görüşülenlerden bazıları, mekânda çaldıkları müziklerin müşterilerle olan ilişkisinin, gözlemlerine dayanarak, olumlu olduğunu belirtmiş ve seçilen müziklerin müşteriler tarafından da beğenildiğini, müşterilerin o anda çalan müziğin ne olduğunu öğrenmek için kendilerine veya cep telefonu uygulamaları vasıtasıyla çalan parçayı öğrenmeye çalıştıklarını gözlemlediklerini ifade etmişlerdir.

Yine işletme sahiplerinin çoğunluğu, mekânda çaldığı müzik türünü mekânın yoğunluğuna göre gün içerisinde değiştirdiğini ifade etmiştir. Fakat yukarıda belirtilen türlerin dışında bazı işletme sahipleri, mekânın açılışından önce veya kapanışından sonra bazı yerli müzisyenleri de dinlediklerini ifade etmiştir.

Yapılan görüşmeler sonucu butik burger işletmelerinde sunulan müziklerle ilgili belirlenen üç durum şöyledir: 1. Mekânda müşterilerin olmadığı zamanlarda başka türde müzikler çalmak, 2. Günlük hayatta zaten dinlenen müzikleri mekânda çalmak, 3. Günlük hayatta mekânda çalan müzikleri dinlememek.

Ortaya çıkan bu üç durum ise müziğin mekânda hangi amaçlarla kullanıldığı sorusunu ortaya çıkarabilir: Mekânda çalan müzikleri günlük hayatında dinleyenler ve dinlemeyenler arasında müziğin hangi amaçlarla çalındığı sorusunun cevabı farklıdır. Görüşülenlerin bir kısmı günlük hayatlarında zaten dinledikleri müzikleri mekânda çalarak kendi beğenilerini müşterileri ile paylaşma amacıyla, ticari kaygı olmaksızın tercih ettiklerini belirtmiştir. Görüşülenlerin diğer kısmı ise belirlenen müzik türlerini çalma amacı olarak konseptlerine uygun olması bağlamında tercih yaptıklarını ifade etmiştir.

Bu durumda mekânda çalınan türlerin iki farklı amaçla tercih edildiği görülmektedir. Birincisi, ticareti desteklemek maksatlı konsepte uygun müzikleri özellikle sunmak, ikincisi ise müzik konusundaki bireysel beğenileri sunmak. Fakat bazı işletmelerin, mekân açılışında veya kapanışında, yine kendi bireysel beğenileri olan bazı müzikleri müşteri olmadığı zamanlarda çalmaları, zaman zaman bireysel beğenilerin sunulmasında kontrollü olunduğunu, müşterilere

özellikle ticareti destekleyebilecek uygun müzik türlerinin sunulması bakımından bir çaba olduğunu gösterir.

Ayrıca görüşülenlerin müzik türlerini hız bağlamında ele aldıkları tespit edilmiştir. Yoğunluk artınca 'hızlı müzikler' çaldıklarını belirten görüşülenlerin, mekânda müziğe yükledikleri işlevsel görevinden ötürü, türleri de 'hareketli', 'hızlı', 'sakin' ve 'yavaş' olarak tanımladıkları belirlenmiştir. Bu noktada müziğin temposunun üretim açısından birtakım etkilerinin olduğu görüşmelerde ortaya çıkmıştır: Çoğu aşçı-işletmeci ve aşçı, çalışırken mekânda çalan müziği dinlediğini, müziğin kendileri için bir motivasyon kaynağı olduğunu, çalışırken hızlı müzikler dinlemenin hızlı çalışmalarını sağladığını, yavaş müzikler dinlemenin ise yavaşlamalarına sebep olarak iş verimini düşürdüğünü belirtmiştir. Bu bakımdan, müziğin türünün/temposunun, çalışma temposu ile uygun ve özellikle 'hızlı' veya 'hareketli' olmasının, aşçı-işletmeci ve aşçılara üretim açısından verimlilik bağlamında fayda sağladığı ortaya çıkmıştır. Bu durumda görüşülenlerin tür ve tempoyu aynı bağlamda ele almalarının nedeni değerlendirildiğinde, çalan müzikte işlerini etkileyen en önemli faktörün tempo olduğu görülmektedir.

Burgeri üretip mekânda çalınacak müzik eserlerini belirleyenlerin yanı sıra tüketici olarak müşterilerin de burger ve müzik ilişkisine dair görüşleri vardır: Görüşülenlerden bazı müşterilerin lezzet ve müzik arasında kurduğu ilişkinin çok ileri olduğu ve yerli müzik sınırını dahi aştığı görülmüştür. Müşteriler, Amerikan popüler müzik türlerinden Elektronik (House, Electro House, Deep House, Techno), Funk, Pop, Rock, Country, Jazz, Reggae, Rap, Chill-out, R&B ve Hip-hop'dan başka müzik türlerinin uygun olmayacağını ifade etmiş ve butik burger için sadece bu türleri önermişlerdir. Dolayısıyla bu türlerin dışına çıkılması, satın alma konusunda çekimserlik yaratabilir veya bir daha aynı mekânı tercih etmemeye neden olabilir. Görüşülenlerin Amerikan popüler müziği türlerinden örnek vermelerinin nedenine bakıldığında ise bu durumun, burgerin ABD kökenli firmalar ile yaygınlaşan bir yiyecek olmasıyla kurulan ilişkiden kaynaklandığı belirlenmiştir. Ortaya çıkan bulgulara göre, yiyecek ile uygun müziğin eşleştirilmesi, işletmenin yaptığı iş konusunda bilinçli olduğunu ifade eden bir gösterge olarak algılanarak müşterilerin o mekânı tercih etmesinde aynı zamanda bir güven duygusu verdiği de görülmektedir.

Görüşülenlerinin ifadeleri sonucunda, mekânda hem müşteriler hem de üretenler açısından tercih edilen müzik ve müzik türlerinin, ticareti destekleyebilecek uygun müzikleri veya müzik konusundaki bireysel beğenileri sunmak maksadıyla belirlendiği tespit edilmiştir. Nitekim her iki durumda da müzik ve müzik türleri atmosferin bir parçası ve dolayısıyla aynı zamanda pazarlanan ve satın alınan ürünlerden biridir (bkz. Kotler, 1974). Hatta bu mekânlarda müzik, görüşülenlerin ifadesine göre, bazen de ürünün kendisi olabilecek kadar öne çıkmaktadır. Bu

yüzden yiyecek ve mekân arasında bireysel beğenilerin kontrol edilmesinin ve uygun müziklerin seçilmesinin her iki taraf için de önemli olduğu görülmektedir.

Son olarak butik burger mekânlarına uygun olan müziklerin sunulmasında web platformlarının, uygulamaların ve özellikle Spotify'ın işletmelerin müziksel temsiliyeti açısından önemli bir işlevi olduğu da belirlenmiştir. Mekâna özel profil oluşturarak, bu gibi profiller veya çalma listeleriyle işletmelerin, üretim-lezzet ve mekânsal özelliklerinin yanı sıra, müzikle de kendilerine özgülüklerini ifade ettikleri görülmektedir[7]. İşletme sahiplerinin gastronomik düzeyde bir lezzet tasarımına sahip olan butik burger ve profesyonellerce tasarlanan mekân arasında, müşterilerin algılarında bu iki ögeyi uyumlamak için ABD ile yaygınlaşan burger ile Amerikan popüler müzik türlerini çalmaları, ticaret adına müziğin temsiliyet gücünden yararlanmakta olduklarını göstermektedir.

5. SONUÇLAR VE ÖNERİLER

Gıda, müzik ve insan ilişkisi bağlamında yürütülen bu araştırmada butik burger işletmelerinde tercih edildiği tespit edilen Amerikan popüler müziğinin, butik burgeri neden ve nasıl temsil ettiği konusunda şu sonuçlar ortaya çıkmıştır:

İşletme sahiplerinin, Amerikan popüler müziğini, burgerin 'Amerika' menşeili bir yiyecek oluşunu göz önünde bulundurarak mekânlarda sunduğu belirlenmiştir. Bu yüzden işletmelerde tercih edilen müzik türlerinin, sunulan ürüne uygun olacak şekilde, işletmenin ticari gelişimini destekleme amacıyla belirlendiği tespit edilmiştir.

Bu şekilde, amaçlanan atmosferin, müşterilerin yediği yemek ile bulunduğu mekânı uyumlayabilmesi için bilinçlice tasarlandığı belirlenmiştir. Ayrıca işletmeci, aşçı-işletmeci ve aşçıların yanı sıra, gastronomik deneyimi doğrudan yaşayanlar olarak müşteri grubunun da butik burger ile Amerikan popüler müziğini eşleştirdikleri belirlenerek işletmelerin bu tercihini uygun bulduğu tespit edilmiştir. Eşleştirmenin bu yönde olma nedeni ise burgerin görüşülenler nezdinde Amerika'yı temsil etmesinden kaynaklandığı belirlenmiştir. Ayrıca Amerika ile kurulan temsiliyet ilişkisinde, işletme sahiplerinin yurt dışındaki butik burger işletmelerinden mekân tasarımı bakımından esinlenmiş olmasının ve aynı zamanda menülerde veya duvar çizimlerinde kullanılan İngilizce ifadelerin (yerel olmayan bir kültürün göstergeleri olarak) müşterilere görsel açıdan katkı sağladığı düşünülmektedir.

Bu yönde, tespit edilen müziklerin işitsel açıdan müşterilerin Amerika ile kurduğu ilişkiye sağladığı katkı ise ortak yapısal özellikleri bakımından sözlerin İngilizce dilinde olması ve/veya

[7] Spotify'da oluşturulan bir çalma listesinin, kullanıcılar tarafından belli bir duygu durumunu, kavramı veya kullanıcının kişiliğini temsil etmesine ilişkin örnek bir çalışma olarak bkz. Siles et al., 2019.

Türkiye'ye özgü geleneksel müzik unsurlarının dışında daha farklı müziksel unsurların kullanılmış olmasıdır.

Spotify uygulaması üzerinden oluşturulan mekâna özgü çalma listeleri, mekânın müzik tercihinin bir temsili olarak, kendine özgülüğün ifade edilmesinin müzik bağlamında bir aracı olduğu belirlenmiştir. Aynı zamanda mekânda çalınan Amerikan popüler müziği örneklerinin müşterilere dinletilmesi ve uygulama üzerinden erişilebilir olması ise Amerikan kültürü ile temasta bir alan sağladığı tespit edilmiştir.

Amerikan popüler müziği dışında başka türlerin butik burger için uygun olamamasının bir nedeninin, müziğin ortamdaki işlevinden kaynaklandığı belirlenmiştir. Bu işlevin, gün içindeki üretim süreci boyunca, butik burgerin üretim biçimine uygun olacak şekilde, sabah saatlerinden akşam saatlerine doğru müziğin temposunun arttırılarak aşçıların çalışma tempolarını da arttırmak ve bu bağlamda iş verimi sağlamak olduğu tespit edilmiştir. Müzik türlerinin hızlı, hareketli, sakin, yavaş gibi kavramlarla ifade edilmesinin de müziğin ortamdaki bu işlevinden kaynaklandığı saptanmıştır. Bu bakımdan üretenler açısından müziğin temposunun/türünün üretim temposuna uygun olmasının, iş verimi bağlamında bir gereklilik olarak ortaya çıktığı tespit edilmiştir.

Müşterilerin müzik türlerini uygun bulmalarında da bazı kıstaslar olduğu ortaya çıkmıştır: Birincisi, yemeğin türü ve müziğin türü birbirine uygun olmalıdır, ikincisi, belirlenen müzik türü yemeğe olan odağı teşvik etmeli, yeme eyleminin önüne geçmemeli, ona eşlik etmelidir ve üçüncüsü ise müzik, yemek türüne ve mekânın atmosferine de uygun olmalıdır. Fakat bu üç kıstas da esasen birbirine bağlıdır. Çünkü lezzetin kökeni ve müziğin kökeni birbiri ile eşleşmediği bir örnekte, müşterinin gastronomik deneyimi manipüle edilmiş ve müzik atmosfere uygun bulunmamıştır.

Bu bakımdan gastronomik deneyime doğrudan katılanların yemeğin kültürel kodları ile müziğin kültürel kodları arasında ilişki kurduğu ve bu kodların birbirine uygun olacak şekilde eşleşmesinin gastronomik deneyimin tam anlamıyla yaşanabilmesi için bir gereklilik olduğu tespit edilmiştir.

Bu durumun neden böyle gerçekleştiğinin açıklanmasında başka bir araştırmanın gerekliliği doğsa da gastronomik deneyimin bütün duyularla yaşanan bir süreç olduğunu ve bir gastronomik deneyim esnasında ne kadar çok duyuya hitap edilirse yemeğin o kadar iyi algılandığını gösteren çalışmalar, -kültürlere göre değişebilse de- gıda ve müziği eşleştirme konusundaki çoklu duyusal eğilimlerimizi, daha fazla haz almaya yönelik olarak gerçekleştirdiğimizi düşündürmektedir.

Ayrıca yapılan araştırmayla görülmüştür ki literatür, Müzikoloji dışındaki farklı çalışma alanlarından ve az da olsa Müzikoloji içinden, gıda, müzik ve insan ilişkilerini konu alan birçok çalışmayı içermektedir. Bu sonuçlar değerlendirildiğinde, sonraki çalışmaları da yönlendirebilecek bir öneri şöyle olabilir:

Daha önce Müzikoloji dışından farklı bilim alanlarında yapılan gastronomik deneyimde müziğin rolüne ilişkin çıkarımlar, Müzikoloji'nin kendi yöntemleriyle değerlendirerek müzikolojik sonuçlara ulaşmak ve bu sonuçlardan genellenebilir bulgular elde etmeye yönelik olarak Gastromüzikoloji olarak değerlendirilebilir. Bu bakımdan, bu konuda yapılabilecek çalışmaları Müzikoloji içerisinde Gastromüzikoloji başlığının altında sınıflandırılması, hem gıda, müzik ve insan ilişkilerinin ele alındığı çalışmaları belirlemek hem de araştırmacıların bu konuya odaklanan çalışmalara doğrudan ulaşabilmesini sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

Baysal, A. (1993). Türk Yemek Kültüründe Değişmeler, Beslenme ve Sağlık Yönünden Değişmeler. K. Toygar (Ed.), *Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar* içinde (s. 12-21). Ankara: Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları No: 3.

Beardsworth, A., & Keil, T. (2011). *Yemek Sosyolojisi: Yemek ve Toplum Çalışmasına Bir Davet*. Ankara: Phoenix Yayınevi.

Braus, I. (2007). *Classical Cooks*. Bloomington, IN: Xlibris.

Brillat-Savarin, J. A. (2015). *Lezzetin Fizyolojisi ya da Yüce Mutfak Üzerine Düşünceler* (H. Bucak, Çev.). İstanbul: Oğlak Yayıncılık.

Erdoğan Türen, İ. (2019). *Butik Burgercilerde Müzik Unsuru: Kadıköy'de (İstanbul) Etnografik Gastromüzikoloji Çalışması*. İstanbul Üniversitesi.

Gillespie, C. (2001). *European Gastronomy into the 21st Century*. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Goody, J. (2013). *Yemek, Mutfak, Sınıf: Karşılaştırmalı Sosyoloji Çalışması*. İstanbul: Pinhan Yayıncılık.

Hegarty, J. (2009). How Might Gastronomy be a Suitable Discipline for Testing the Validity of Different Modern and Postmodern Claims About What May be Called Avant-Garde? *Journal of Culinary Science & Technology*, *7*(1), 1–18. doi: https://doi.org/10.1080/15428050902788295

Kivela, J., ve Crotts, J. C. (2006). Tourism and Gastronomy: Gastronomy's Influence on How Tourists Experience a Destination. *Journal of Hospitality and Tourism Research, 30*(3), 354–377. doi: https://doi.org/10.1177/1096348006286797

Kotler, P. (1974). Atmospherics as a Marketing Tool. *Journal of Retailing, 49*(4), 48–64. Erişim adresi: https://www.researchgate.net/publication/239435728_Atmospherics_as_a_Marketing_Tool

Mauch, M., MacCallum, R. M., Levy, M., ve Leroi, A. M. (2015). The Evolution of Popular music: USA 1960-2010. *Royal Society Open Science*, *2*(5), 2–10. doi: https://doi.org/10.1098/rsos.150081

Murray, E. (2015). Introduction: Singing While Sowing. In E. Murray (Ed.), *A Symphony of Flavors: Food and Music in Concert* (p. 293). Newcastle: Cambridge Scholars Publishing.

North, A. C., Hargreaves, D. J., ve McKendrick, J. (1997). In-Store Music Affects Product Choice. *Nature, 390* (November), 132. doi: http://dx.doi.org/10.1038/36484

Özçelik, A. Ö., & Sürücüoğlu, M. S. (1998). Tüketicilerin "Fast Food Türü" Yiyecek Tercihleri. *GIDA*, *23*(6), 437–447. Retrieved from http://dergipark.gov.tr/gida/issue/6867/91974

Polzonetti, P. (1999). Feasting and Fasting in Verdi's Operas. *Studi Verdiani*, *14*, 69–106. Erişim adresi: https://www.academia.edu/19690064/_Feasting_and_Fasting_in_Verdi_s_Operas_Studi_Verdiani_14_1999_69-106

Ritzer, G. (2017). *Toplumun McDonaldlaştırılması: Çağdaş Toplum Yaşamının Değişen Karakteri Üzerine Bir İnceleme*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Santich, B. (2004). The study of gastronomy and its relevance to hospitality education and training. *International Journal of Hospitality Management*, *23*(1), 15–24. doi: https://doi.org/10.1016/S0278-4319(03)00069-0

Scarpato, R. (2011). Gastronomy as a Tourist Product: The Perspective of Gastronomy Studies. In A.-M. Hjalager & G. Richards (Eds.), *Tourism and Gastronomy* (pp. 51–70). London: Routledge.

Schlosser, E. (2004). *Hamburger Cumhuriyeti: Amerikan Fast Food Kültürünün Karanlık Yüzü*. İstanbul: Metis Yayınları.

Shepherd, G. M. (2012). *Neurogastronomy*. New York: Columbia University Press.

Siles, I., Segura-Castillo, A., Sancho, M., ve Solís-Quesada, R. (2019). Genres as Social Affect: Cultivating Moods and Emotions through Playlists on Spotify. *Social Media + Society*, *5*(2), 1–11. doi: https://doi.org/10.1177/2056305119847514

Spence, C. (2017). *Gastrophysics: The New Science of Eating*. New York: Viking.

Williams, S. (Ed.). (2006). *The Ethnomusicologists' Cookbook* (1st ed.). New York: Routledge.

Williams, S. (Ed.). (2016). *The Ethnomusicologists' Cookbook, Volume II*. New York: Routledge.

Yeoh, J. P. S., ve North, A. C. (2010). The Effects of Musical Fit on Consumers' Ability to Freely Recall Related Products. *Empirical Musicology Review, 5*(1), 3–9. doi: https://doi.org/10.18061/1811/45168

ELEKTRONİK KAYNAKLAR

URL1: beatport.com

URL2: discogs.com

3rd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 28-30 June 2019, Lefkosa

İlk ve Acil Yardım Programına Devam Eden Öğrencilerin Çocukluk Döneminde Babanın Anneye Yönelik Şiddetine Tanık Olma Durumları

Assoc. Prof. Dr. Hatice BEKİR
Gazi University
hsimsekbekir@gmail.com

Inst. Exp. İsmet ÇELEBİ
Gazi University
ismetcelebi17@hotmail.com

ÖZET

İlk ve acil yardım öğrencilerinin çocukluk döneminde babanın anneye yönelik şiddetine tanık olma durumunun belirlenmesi amacıyla planlanan araştırmanın çalışma grubunu bir üniversitenin Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu İlk ve Acil Yardım Programı'nda öğrenim gören 125 öğrenci oluşturmuştur. Veri toplama aracı olarak araştırmacılar tarafından oluşturulan Genel Bilgi Formu ve Aydın, Bekir ve Çiçek (2015) tarafından geliştirilip geçerlik ve güvenirliği yapılan "Çocukluk Döneminde Babanın Anneye Yönelik Şiddetine Tanık Olma Ölçeği" kullanılmıştır. Ölçek iki alt boyut ("Sözel-minör fiziksel şiddet" ve "Ağır fiziksel şiddet") olup 10 maddeden oluşmaktadır. Ölçek 3'lü likert derecelendirme (0= yaşanmadı, 1= bazen yaşandı, 2= yaşandı) ile değerlendirilmektedir. Verilerin analizi bir istatistik programı ile yapılmış ve %95 güven düzeyi ile çalışılmıştır. Araştırma sonucunda ağır fiziksel şiddet alt boyutu ile anne öğrenim düzeyi değişkeni arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Ayrıca, çocukluk döneminde babanın anneye yönelik şiddetine tanık olma ölçeği toplamı ve alt boyutları (sözel-minör fiziksel şiddet, ağır fiziksel şiddet) ile baba öğrenim düzeyi ve baba meslek değişkenleri arasında anlamlı farklılık bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar sözcükler: *Öğrenci, ilk ve acil yardım, çocukluk dönemi, şiddet*

Giriş

Aile içi şiddet en genel tanımıyla "aile içinde bir bireyin fiziksel ve psikolojik bütünlüğünün ya da özgürlüğünün güç ya da zor kullanılarak tehlikeye uğratılması"dır (Stewart ve Robinson, 1998: 83). Aile içinde şiddetin en yaygın görülen şekli erkeğin kadına ve çocuğa uyguladığı şiddettir (Güler, Tel ve Özkan, 2005:51). Kadına yönelik şiddet yaşanılan bölge, gelir ve öğretim düzeyine göre farklı olmaksızın tüm dünyada ve kültürlerde görülmektedir (Güler vd., 2005:51). Aile içinde kadına karşı şiddetin temelinde kadının fiziksel olarak zayıflığı değil, ekonomik ve toplumsal anlamda güçsüzlüğü vardır. Aile içi şiddetin genellikle mağduru olan ve korunması gereken kadına yönelik şiddet, genel olarak toplumların erkek egemen yapısından kaynaklanmaktadır (Kanbay, Işık, Yavuzaslan ve Keleş, 2012: 107).

Yapılan çalışmalarda çocukken aile içerisinde baba tarafından anneye uygulanan şiddete tanıklık etmiş olmanın ileri yaşamlarda büyük ölçüde bir risk etmeni olduğunu belirlenmiştir (Altınay ve Arat, 2008; Astin, Lawrence ve Foy, 1993; Flaherty, Thompson. Litrownik, Theodore, English ve Black, 2006; Humphreys, 1991; Jewkes, Penn-Kekana, Levin, Ratsaka

ve Schrieber, 2001; Vahip ve Doğanavşargil, 2006; Yılmaz, 2001). Ayrıca, literatürde; çocukların ebeveynleri arasındaki algıladıkları çatışma arttkça benlik saygısının düştüğü (Yılmaz, 2001), anne babanın şiddetine tanık olan çocuklarda istimara uğrama olasılıklarının fazla olduğu (Bulut, 1996), ebeveynlerin arasındaki şiddete tanık olan çocukların kaygı, depresyon, uyku bozuklukları gibi psikolojik problemlerle karşılaştıkları (Humphreys, 1991), kök ailede anne baba arasında şiddetin varlığının eşler arası şiddet uygulama ve şiddete maruz kalma açısından belirleyici olduğu (Büyükgök, 2007), çocukluk döneminde şiddete tanıklık etmenin yetişkinlik dönemlerinde dışa vurduğu (Aral, Bekir ve Aydın, 2018), üniversite öğrencilerinin babaların anneye yönelik şiddetine tanık olma durumlarının mezun olduklarında çalıştıkları meslekler üzerinde etkili olduğu belirtilmektedir (Bekir ve Şahin, 2017).

Yüksek sabır ve şefkatli olmayı gerektiren mesleklerden biri olan ilk ve acil yardım alanında çalışanlar; paramedik olarak hastane öncesi acil sağlık hizmetlerinde görev yapmaktadırlar. Bu bağlamda paramedikler, Acil Sağlık Hizmetleri'nde, yaşam zincirinin anahtarı olarak tanımlanan ve hastane öncesi acil bakımın önemli bir parçasını oluşturan; genellikle kritik durumdaki hastaya ya da yaralıya ilk anda müdahale eden bilgi ile donatılmış, her türlü olay karşısında ne yapacağını bilen, etik kurallara göre hareket eden profesyoneldir (shmyo.gazi.edu.tr, 2019). Hasta ve yaralılara müdahale esnasında çoğu zaman yüksek sabır göstermeleri ve şefkatli olmaları gerekmektedir. Bu nedenlerle çalışmada, İlk ve acil yardım öğrencilerinin çocukluk döneminde babanın anneye yönelik şiddetine tanık olma durumunun belirlenmesi amaçlanmıştır.

Yöntem

Bu çalışma İlk ve acil yardım öğrencilerinin çocukluk döneminde babanın anneye yönelik şiddetine tanık olma durumlarının incelenmesi amacıyla tarama modelinde planlanmış ve yürütülmüştür. Tarama modeli, geçmişte ya da halen var olan bir durumu var olduğu şekli ile betimlemeyi amaçlayan araştırma yaklaşımıdır. Araştırmaya konu, olay, birey ya da nesne, kendi koşulları içinde ve olduğu gibi genellikle diğer araştırmalara göre görece daha büyük örneklemler üzerinde yapılan araştırmalara tarama araştırmaları denmektedir (Karasar, 2007).

Araştırmanın çalışma grubunu bir üniversitenin Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu İlk ve Acil Yardım Programı'nda öğrenim gören 125 öğrenci oluşturmuştur. Çalışma grubunu tanıtıcı özellikler Tablo 1'de yer almaktadır.

Tablo 1. Çalışma grubunu tanıtıcı özelliklerin dağılımı

		n	%
Cinsiyet	Kız	86	68,80
	Erkek	39	31,20
	Toplam	125	100,00
Sınıf	1	76	60,80
	2	49	39,20
	Toplam	125	100,00
Anne Öğrenim	Okur Yazar	11	8,80
	İlkokul	53	42,40
	Ortaokul	34	27,20
	Lise	27	21,60
	Toplam	125	100,00
Baba Öğrenim	İlkokul	42	33,60
	Ortaokul	23	18,40
	Lise	36	28,80
	Ön Lisans/Lisans	24	19,20
	Toplam	125	100,00
Anne Meslek	Ev Hanımı	114	91,20
	Esnaf	1	0,80
	İşçi	2	1,60
	Memur	3	2,40
	Serbest Meslek	3	2,40
	Emekli	2	1,60
	Toplam	125	100,00
Baba Meslek	Emekli	23	18,40
	Esnaf	18	14,40
	İşçi	19	15,20
	Memur	21	16,80
	Serbest Meslek	34	27,20
	Şoför	10	8,00
	Toplam	125	100,00
Anne Baba Birliktelik Durumu	Birlikte Yaşamakta	116	92,80
	Boşanmış	5	4,00
	Ayrı	4	3,20
	Toplam	125	100,00

Tablo 1'e göre katılımcıların %68.80'i kız, %60.80'i birinci sınıf, %42.40'ının annesi ilkokul mezunu, %33.60'ın babası ilkokul mezunu, %91.20'sinin annesi ev hanımı, %27.20'sinin babası serbest meslekte çalışmakta ve %92.80'nin anne ve babası birlikte yaşamaktadır.

Araştırmada, veri toplama aracı olarak "Genel Bilgi Formu" ve "Çocukluk Döneminde Babanın Anneye Yönelik Şiddetine Tanık Olma Ölçeği" kullanılmıştır. Araştırmacılar tarafından hazırlanan Genel Bilgi Formu öğrencilerin cinsiyet, sınıf, anne-baba öğrenim ve meslek, anne-baba birliktelik durumlarını belirlemeye yönelik sorulardan oluşmuştur.

Straus (1979) tarafından geliştirilen Arslan (2002) ve Baykal (2008) tarafından geçerlik ve güvenirlik çalışması yapılan Conflict Tactic Scale-(CTS) ölçeğinin "Ebeveynler arası şiddet, babadan anneye" formu 12 maddelik 6'lı likert tipi ölçek, Aydın, Bekir ve Çiçek (2014) tarafından soruların kolay anlaşılabilmesi için uzman görüşü alınarak üçlü likerte dönüştürülmüş ve soruların anlamını bozmamak koşulu ile soru köklerinde çeşitli değişiklikler

yapılarak yeniden geçerlik ve güvenirliği yapılmıştır. Çocukluk Döneminde Babanın Anneye Yönelik Şiddetine Tanık Olma Ölçeği iki alt boyut ("Sözel-minör fiziksel şiddet" ve "Ağır fiziksel şiddet") olmak üzere toplam 10 maddeden oluşmaktadır. Ölçek üçlü likert derecelendirme (1= yaşanmadı, 2= bazen yaşandı, 3= yaşandı) ile değerlendirilmektedir. Ölçekten alınabilecek en yüksek puan 30, en düşük puan ise 10'dur. Katılımcılar çocukluk döneminde babalarının annelerine yönelik şiddetine tanıklık etme durumlarına yönelik maddeleri üç basamaklı likert tipi ölçek üzerinden kendilerine en uygun olan seçeneği işaretleyerek doldurmaktadırlar. Geçerlik güvenirlik çalışmasında ölçeğin iç tutarlık güvenirliği için Cronbach Alfa iç tutarlık katsayısı .92, sözel-minör fiziksel şiddet alt boyutu için .89, ağır fiziksel şiddet alt boyutu için ise .93 olarak belirlenmiştir. Bu araştırmada verilerin analizinde ölçek ve alt boyutlarının güvenirliğini belirlemek için Cronbach Alfa iç tutarlık katsayıları hesaplanmış ve Tablo 2'de ayrıntılı olarak verilmiştir.

Tablo 2: Çocukluk Döneminde Babanın Anneye Yönelik Şiddetine Tanık Olma Ölçeği ve Alt Boyutlarının Cronbach Alfa İç Tutarlık Katsayıları

Ölçek ve Alt Boyutlar	**Cronbach's Alpha**	**Madde Sayısı**
Sözel-Minör Fiziksel Şiddet	.97	6
Ağır Fiziksel Şiddet	.97	4
Toplam	.97	10

Tablo 2 incelendiğinde Çocukluk Döneminde Babanın Anneye Yönelik Şiddetine Tanık Olma Ölçeği ve alt boyutları için hesaplanan iç tutarlık katsayıları .97 olduğu görülmektedir. Akgül ve Çevik, (2003), iç tutarlık katsayılarının; .60 ile .80 arasında olduğunda ölçek "oldukça güvenilir", .80 ile 1 arasında olduğunda ise "yüksek derecede güvenilir" olduğunu belirtmiştir. Buna göre ölçeğin ve alt boyutlarının yüksek derecede güvenilir olduğu söylenebilir.

Araştırma için veri toplama izni alınmış ve veriler Nisan-Mayıs 2019 tarihinde toplanmıştır. Veri toplama öncesi sınıflara gidilerek öğrencilere araştırmanın amacından bahsedilmiştir. Öğrencilere kendilerinden hiçbir kimlik bilgisi istenmeyeceği, çalışmaya katılımda gönüllülük esas alındığı bu nedenle de çalışmaya katılıp katılmama haklarının olduğu hatırlatılmıştır. Öğrencilerin veri toplama araçlarını yanıtlama süreleri 10 ile 15 dakika arasında değişmiştir.

Verilerin analizinde %95 güven düzeyi ile çalışılmıştır. Veriler bir istatistik programına girilmiş ve analizi öncesi ölçeğe ilişkin z puanları hesaplanarak uç değeler belirlenmiş ve verilerden silinmiştir. Kolmogrow normallik analizi sonucu veriler normal dağılım göstermediğinden ölçek ve alt boyut puanlarının demografik değişkenlere göre farklılık gösterme durumu

parametrik olmayan test tekniklerinden Mann Whitney U ve Kruskal Wallis testleri kullanılarak yapılmıştır. Kruskal Wallis testi sonucu anlamlı çıkan farklılıklarda grup farklılıklarını inceleyebilmek amacıyla Mann Whitney U testi kullanılmıştır. İstatistiksel hesaplamalarda anlamlılık düzeyi 0,05 olarak belirlenmiştir.

Bulgular ve Tartışma

Bu bölümde ilk ve acil yardım öğrencilerinin çocukluk döneminde babanın anneye yönelik şiddetine tanık olma durumlarının incelenmesine yönelik bulgu ve tartışmalara yer verilmiştir.

Çocukluk döneminde babanın anneye yönelik şiddetine tanık olma ölçeği ve alt boyutlarının cinsiyete göre farklılaşma durumlarını belirlemeye yönelik yapılan Mann Whitney U testi sonuçları Tablo 3'de yer almaktadır.

Tablo 3. *Çocukluk Döneminde Babanın Anneye Yönelik Şiddetine Tanık Olma Ölçeği ve Alt Boyutlarının Cinsiyete Göre Farklılaşma Durumlarını Belirlemeye Yönelik Mann Whitney U Testi Sonuçları*

	Cinsiyet	n	Sıra Ortalaması	U	P
Sözel-Minör Fiziksel Şiddet	Kız	86	65,25	1483,50	0,152
	Erkek	39	58,04		
	Toplam	125			
Ağır Fiziksel Şiddet	Kız	86	65,00	1505,00	0,073
	Erkek	39	58,59		
	Toplam	125			
Toplam	Kız	86	65,25	1484,00	0,152
	Erkek	39	58,04		
	Toplam	125			

Tablo 3 incelendiğinde çocukluk döneminde babanın anneye yönelik şiddetine tanık olma ölçeği toplamı ve alt boyutları (sözel-minör fiziksel şiddet, ağır fiziksel şiddet) ile cinsiyet değişkeni arasında anlamlı farklılık bulunmamaktadır ($p>0,05$). Buna göre katılımcıların kadın ve erkek olma durumlarının çocukluk dönemlerinde babalarının annelerine uyguladıkları hem toplam hem sözel-minör fiziksel şiddet hem de ağır fiziksel şiddete tanık olmalarında farklılık yaratmadığı söylenebilir. Bu durum babaların eşlerine şiddet uygularken çocuklarının kız ya da erkek olmasından çok yaptıkları eylemin kabul edilemez olduğunun bu kabul edilemez eylemi çocukların gelişimleri üzerindeki etkisinin önemli olduğu ile açıklanabilir.

Bekir ve Şahin (2017), yaptıkları çalışmada kızların sözel minör şiddet ve ağır fiziksel şiddet alt boyut puanlarının erkeklerden anlamlı düzeyde daha düşük olduğu sonucuna ulaşmış ve bu durumu kızların erkek egemen bir toplum yapısında, erkek hâkimiyetini, daha çocukken öğrenip normal bir davranış biçimi olarak kabul etmelerinden ya da kızların aile içinde olan

olayları daha çok saklamaya yönelik olarak yetiştirilmesinden kaynaklanmış olabileceği şeklinde açıklamışlardır.

Çocukluk döneminde babanın anneye yönelik şiddetine tanık olma ölçeği ve alt boyutlarının anne öğrenim değişkenine göre farklılaşma durumlarını belirlemeye yönelik yapılan Kruskal Wallis Testi sonuçları Tablo 4'de yer almaktadır.

Tablo 4. *Çocukluk Döneminde Babanın Anneye Yönelik Şiddetine Tanık Olma Ölçeği ve Alt Boyutlarının Anne Öğrenim Değişkenine Göre Farklılaşma Durumlarını Belirlemeye Yönelik Kruskal Wallis Testi Sonuçları*

	Anne Öğrenim	n	Sıra Ortalaması	X^2	p	Anlamlı Farklılık (Mann Whitney U)
Sözel-Minör Fiziksel Şiddet	1.Okur Yazar	11	66,27	6,394	0,094	
	2.İlkokul	53	69,06			
	3.Ortaokul	34	55,56			
	4.Lise	27	59,15			
	Toplam	125				
Ağır Fiziksel Şiddet	1.Okur Yazar	11	62,64	9,630	0,022*	1>3
	2.İlkokul	53	68,73			
	3.Ortaokul	34	57,00			
	4.Lise	27	59,46			
	Toplam	125				
Toplam	1.Okur Yazar	11	66,27	6,364	0,095	
	2.İlkokul	53	69,04			
	3.Ortaokul	34	55,56			
	4.Lise	27	59,19			
	Toplam	125				

Tablo 4'e göre çocukluk döneminde babanın anneye yönelik şiddetine tanık olma ölçeği toplamı ve sözel-minör fiziksel şiddet alt boyutu ile anne öğrenim düzeyi değişkeni arasında anlamlı farklılık bulunmamıştır ($p>0,05$). Ağır fiziksel şiddet alt boyutu ile anne öğrenim düzeyi değişkeni arasında anlamlı farklılık bulunmuştur ($p<0,05$). Bu farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek üzere yapılan "Mann Whitney-U" testi sonucunda (annesi okur-yazar olan grupta 62,64, ilkokul mezunu olan grupta 68,73, ortaokul mezunu grupta 57,00; lise mezunu olan grupta ise 59,46) annesi ortaokul mezunu olan katılımcılar ile annesi okuryazar olan katılımcılar lehine istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur ($p<0,05$). Buna göre annesi okuryazar katılımcıların annesi ortaokul mezunu olan katılımcılara göre çocukluk dönemlerinde daha fazla babalarının annelerine yönelik uyguladıkları ağır fiziksel şiddete tanık oldukları söylenebilir. Bu durum annelerin öğrenim düzeyleri düştükçe daha fazla eşlerinin ağır fiziksel şiddetlerine maruz kaldıklarını akla getirmektedir.

Bu araştırma bulgusunu destekler nitelikte Bekir ve Şahin (2017)'in lisans öğrencileri ile yaptıkları çalışma sonucunda anne öğrenim düzeyleri ile ağır fiziksel şiddet alt boyut puanı açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Ayrıca farklı ölçme araçları ile farklı yaş grubunda yapılan araştırmalar da kadınların eğitim düzeyleri arttıkça eşleri veya birlikte oldukları kişiler tarafından şiddete maruz kalma oranının azaldığını göstermektedir (Jewkes vd., 2002:1603; Kocacık ve Doğan, 2006:742; Mayda ve Akkuş, 2004:95; T.C. Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü, 2009).

Araştırma bulgusu ve ilgili literatür incelendiğinde öğrenim düzeyi düşük olan annelerin çocuklarının ailede ağır fiziksel şiddete tanık olma durumlarının öğrenim düzeyi yüksek annelerin çocuklarına göre daha yüksek olduğu söylenebilir.

Çocukluk döneminde babanın anneye yönelik şiddetine tanık olma ölçeği ve alt boyutlarının baba öğrenim değişkenine göre farklılaşma durumlarını belirlemeye yönelik yapılan Kruskal Wallis Testi sonuçları Tablo 5'de yer almaktadır

Tablo 5. *Çocukluk Döneminde Babanın Anneye Yönelik Şiddetine Tanık Olma Ölçeği ve Alt Boyutlarının Baba Öğrenim Değişkenine Göre Farklılaşma Durumlarını Belirlemeye Yönelik Kruskal Wallis Testi Sonuçları*

	Baba Öğrenim	n	Sıra Ortalaması	X^2	p	Anlamlı Farklılık (Mann Whitney U)
Sözel-Minör Fiziksel Şiddet	1.İlkokul	42	72,81	9,366	0,025*	1>2,3,4
	2.Ortaokul	23	60,96			
	3.Lise	36	56,64			
	4.Ön Lisans/Lisans	24	57,33			
	Toplam	125				
Ağır Fiziksel Şiddet	1.İlkokul	42	71,80	14,550	0,002*	1>2,3,4
	2.Ortaokul	23	57,00			
	3.Lise	36	58,72			
	4.Ön Lisans/Lisans	24	59,77			
	Toplam	125				
Toplam	1.İlkokul	42	72,79	9,320	0,025*	1>2,3,4
	2.Ortaokul	23	60,96			
	3.Lise	36	56,64			
	4.Ön Lisans/Lisans	24	57,38			
	Toplam	125				

Tablo 5 incelendiğinde çocukluk döneminde babanın anneye yönelik şiddetine tanık olma ölçeği toplamı ve alt boyutları (sözel-minör fiziksel şiddet, ağır fiziksel şiddet) ile baba öğrenim düzeyi değişkeni arasında anlamlı farklılık bulunmuştur ($p<0,05$).

Bu farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek üzere "Mann Whitney-U" testi yapılmıştır. Test sonucunda sözel-minör fiziksel şiddet (babası ilkokul mezunu olan grupta 72,81, ortaokul mezunu grupta 60,96; lise mezunu olan grupta 56,64, ön lisans veya lisans mezunu olan grupta 57,33) ve ağır fiziksel şiddet alt boyutunda (babası ilkokul mezunu olan grupta 71,80, ortaokul mezunu grupta 57,00; lise mezunu olan grupta 58,72, ön lisans veya lisans mezunu olan grupta 59,77) babası ortaokul, lise ve ön lisans veya lisans mezunu olan katılımcılar ile babası ilkokul mezunu olan katılımcılar lehine istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur ($p<0,05$). Ayrıca ölçek toplam puanında (babası ilkokul mezunu olan grupta 72,79, ortaokul mezunu grupta 60,96; lise mezunu olan grupta 56,64, ön lisans veya lisans mezunu olan grupta 57,33) babası ortaokul, lise ve ön lisans veya lisans mezunu olan katılımcılar ile babası ilkokul mezunu olan katılımcılar lehine istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur ($p<0,05$).

Bu bulgular, babası ilkokul mezunu olan katılımcıların, babası diğer öğrenim kademelerinden mezun olan katılımcılara göre babalarının annelerine uyguladığı hem sözel-minör fiziksel hem de ağır fiziksel şiddete daha fazla tanıklık ettiklerini göstermektedir. Başka bir deyişle, babası ilkokul mezunu olan katılımcıların babası diğer öğrenim kademelerinden mezun olan katılımcılara göre çocukluk dönemlerinde daha fazla babalarının annelerine yönelik uyguladıkları hem sözel-minör fiziksel hem de ağır fiziksel şiddet tanık oldukları söylenebilir. Bu durum babaların öğrenim düzeyleri düştükçe eşlerine daha fazla ağır fiziksel şiddet uyguladıklarını akla getirmektedir.

Bekir ve Şahin (2017)'in yaptıkları araştırmada da bu bulguyu destekler nitelikte çocukluk döneminde babanın anneye yönelik şiddetine tanık olma ölçeği toplamı ve alt boyutları (sözel-minör fiziksel şiddet, ağır fiziksel şiddet) ile baba öğrenim düzeyi değişkeni arasında anlamlı farklılık bulmuşlardır.

Araştırma bulgusu ve ilgili literatür incelendiğinde öğrenim düzeyi düşük olan babaların çocuklarının ailede ağır fiziksel şiddet hem sözel-minör fiziksel hem de ağır fiziksel şiddet tanık olma durumlarının öğrenim düzeyi yüksek babaların çocuklarına göre daha yüksek olduğu söylenebilir.

Çocukluk döneminde babanın anneye yönelik şiddetine tanık olma ölçeği ve alt boyutlarının baba meslek değişkenine göre farklılaşma durumlarını belirlemeye yönelik yapılan Kruskal Wallis Testi sonuçları Tablo 6'da yer almaktadır

Tablo 6. *Çocukluk Döneminde Babanın Anneye Yönelik Şiddetine Tanık Olma Ölçeği ve Alt Boyutlarının Baba Meslek Değişkenine Göre Farklılaşma Durumlarını Belirlemeye Yönelik Kruskal Wallis Testi Sonuçları*

	Baba Meslek	n	Sıra Ortalaması	X^2	p	Anlamlı Farklılık (Mann Whitney U)
Sözel-Minör Fiziksel Şiddet	1.Emekli	23	52,00	19,454	0,002	5,6>1 6>2
	2.Esnaf	18	52,69			
	3.İşçi	19	60,21			
	4.Memur	21	58,45			
	5.Serbest Meslek	34	77,21			
	6.Şoför	10	73,40			
	Toplam	125				
Ağır Fiziksel Şiddet	1.Emekli	23	57,00	16,535	0,005	5>1
	2.Esnaf	18	57,00			
	3.İşçi	19	63,68			
	4.Memur	21	60,17			
	5.Serbest Meslek	34	73,37			
	6.Şoför	10	57,00			
	Toplam	125				
Toplam	1.Emekli	23	52,00	19,598	0,001	5,6>1 6>2
	2.Esnaf	18	52,69			
	3.İşçi	19	60,00			
	4.Memur	21	58,50			
	5.Serbest Meslek	34	77,29			
	6.Şoför	10	73,40			
	Toplam	125				

Tablo 6 incelendiğinde çocukluk döneminde babanın anneye yönelik şiddetine tanık olma ölçeği toplamı ve alt boyutları (sözel-minör fiziksel şiddet, ağır fiziksel şiddet) ile baba meslek değişkeni arasında anlamlı farklılık bulunduğu görülmektedir ($p<0,05$).

Bu farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek üzere yapılan "Mann Whitney-U" testi sonucunda sözel-minör fiziksel şiddet alt boyutu (babası emekli olan grupta 52,00, esnaf olan grupta 52,69, işçi olan grupta 60,21, memur olan grupta 58,45, serbest meslek olan grupta 77,21, şoför olan grupta 73,40) ve ölçek toplam puanında (babası emekli olan grupta 52,00, esnaf olan grupta 52,69, işçi olan grupta 60,00, memur olan grupta 58,50, serbest meslek olan grupta 77,29, şoför olan grupta 73,40) babası emekli olan katılımcılar ile babası serbest meslek sahibi ya da şoför olan katılımcılar lehine istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur

($p<0,05$). Ağır fiziksel şiddet alt boyutunda ise (babası emekli olan grupta 57,00, esnaf olan grupta 57,00, işçi olan grupta 60,00, memur olan grupta 58,50, serbest meslek olan grupta 77,29, şoför olan grupta 73,40) babası emekli olan katılımcılar ile babası serbest meslek sahibi olan katılımcılar lehine istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur ($p<0,05$).

Buna göre babası serbest meslek sahibi ya da şoför olan katılımcıların babası emekli olan katılımcılara göre çocukluk dönemlerinde daha fazla babalarının annelerine yönelik uyguladıkları sözel-minör fiziksel şiddete tanık oldukları söylenebilir. Ağır fiziksel şiddete tanık olma durumlarında ise babası serbest meslek sahibi olan katılımcıların babası emekli olanlara göre daha fazladır. Bu durum babaların sabit bir gelir sahibi olup yaşları ilerledikçe (emekli) eşlerine daha az sözel-minör fiziksel ya da ağır fiziksel şiddet uyguladıklarını akla getirmektedir.

Bekir ve Şahin (2017)'in yaptıkları araştırmada da bu bulguyu destekler niteliktedir. Ayrıca, literatürde bu bulguyu destekler nitelikte, aile içi şiddeti artıran olaylar arasında ekonomik yetersizlik ilk üç sırada yer aldığı ve düşük gelir düzeyi ile birlikte yaşanan stres, işsizlik ve kısıtlı kaynakların şiddet riskini artırdığına yönelik çalışmalar bulunmaktadır. (Güler vd., 2005:51; Rittersberger Tılıç, 1998:28, T.C. Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü, 2009).

SONUÇ VE ÖNERİLER

Sonuç olarak ebeveynler arasında yaşanan sağlıksız ilişkilere ve şiddete çocuklar tanık edilmektedir. Şiddetle karşılaşan veya tanıklık eden çocuklar yine uzun dönemde şiddet uygulayan bir eş veya şiddet uygulanan bir meslek sahibi olabilmektedir.

Araştırma sonucunda çocukluk döneminde babanın anneye yönelik şiddetine tanık olma ölçeği toplamı ve alt boyutları (sözel-minör fiziksel şiddet, ağır fiziksel şiddet) ile cinsiyet değişkeni arasında anlamlı farklılık bulunmamıştır.

Ağır fiziksel şiddet alt boyutu ile anne öğrenim düzeyi değişkeni arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Ancak, çocukluk döneminde babanın anneye yönelik şiddetine tanık olma ölçeği toplamı ve sözel-minör fiziksel şiddet alt boyutu ile anne öğrenim düzeyi değişkeni arasında anlamlı farklılık bulunmadığı belirlenmiştir.

Çocukluk döneminde babanın anneye yönelik şiddetine tanık olma ölçeği toplamı ve alt boyutları (sözel-minör fiziksel şiddet, ağır fiziksel şiddet) ile baba öğrenim düzeyi ve baba meslek değişkenleri arasında anlamlı farklılık bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırma bulgularına yönelik olarak;

- İlk ve acil yardım öğrencilerinin de, aile içi şiddete tanık olan çocukların davranışları konusunda bilgi sahibi olmaları, çocuk tepkilerini bu bağlamda yorumlayabilmelerine yönelik müfredatlarına dersler eklenmesi,
- Araştırmanın, ailede annenin babaya yönelik şiddetine tanık olma durumlarının da incelendiği, ilk ve acil yardım programına devam eden daha geniş çalışma grubunda karma desende tekrarlanması,
- Annelerin şiddetin tanımı ve şiddet içeren durumlar konusunda eğitim yolu ile bilinçlendirilmesinin sağlanması,
- Ebeveynlerin, ailede babanın anneye yönelik şiddetine tanık olma durumunun çocuklarının gelişimi üzerindeki etkileri konusunda kamu spotları, aile eğitim programları aracılığı ile farkındalık oluşturulması,
- Evde yaşanan şiddetten çocukların etkilenme olasılığını azaltmak için aile içi problem yaşayan çiftlerin aile terapistlerine ailece gitmeleri önerilebilir.

Kaynaklar

Altınay, A. G., & Arat, Y. (2008). *Türkiye'de kadına yönelik şiddet.* İstanbul: Punto.

Arslan, D.İ. (2002). *Dating violence among turkish university students: prevalance rates and predictors of psychological, physical and sexual violence*. Yüksek Lisans Tezi, Boğaziçi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Astin, M. C., Lawrence, K. J., & Foy, D. W. (1993). Posttraumatic stress disorder among battered women: Risk and resiliency factors. *Violence and Victims, 8*, 17-28.

Aydın, R.Bekir, H., & Çiçek, O.(2015). Witnessing the Domestic Violence of Father Towards Mother in Childhood: Scale Developing Study (Çocukluk Döneminde Babanın Anneye Yönelik Şiddetine Tanık Olma Durumu: Ölçek Geliştirme Çalışması). *Contemporary approaches in education (Eğitimde Çağdaş Yaklaşımlar)*. (ed. K. Norley, M. A. Icbay, & H. Arslan.), 413-420, Frankfurt: Peter Lang.

Bekir, H., & Şahin, H. (2017). Research on university students' witnessing domestic violence against women during their childhood and adolescence. *Anthropologist* 27(1-3), 58-68.

Bulut, I. (1996). *Genç anne ve çocuk istismarı.* Ankara:Bizim Büro.

Büyükgök, D. (2007). *Eşler arası şiddet: Belirleyicileri ve ruh sağlığına etkileri.* Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Aydın.

Flaherty, E.G., Thompson. R., Litrownik, A.J., Theodore, A., English, D.J., & Black, M.M. (2006). Effect of early childhood adversity on health. *Arch Pediatr Adolesc Med* 160:1232-1238.

Gazi Üniversitesi Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu. http://shmyo.gazi.edu.tr/posts/view/title/ilk-ve-acil-yardim-28583 adresinden 11.10.2019 tarihinde erişilmiştir.

Güler, N., Tel, H., & Özkan Tuncay, F. (2005). Kadının aile içinde yaşanan şiddete bakışı. *Cumhuriyet Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi* 27 (2); 51-56.

Humphreys, J. (1991). Children of battered women: about their mothers. *Pediatric Nursing, 17,* 342-354.

Jewkes, R., Penn-Kekana, L., Levin, J., Ratsaka, M., & Schrieber, M. (2001). Prevalence of emo-tional, physical and sexual abuse of women in three South African Provinces. *South African Medical Journal, 91,* 421–428.

Kanbay, Y., Işık, E., Yavuzaslan, M., & Keleş, S. (2012). Hemşirelik öğrencilerinin kadına yönelik şiddetle ilgili görüş ve tutumlarının belirlenmesi. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi 1*(2); 107-119.

Kocacık, F., & Doğan, O. (2006). Domestic violence against women in Sivas, Turkey: Survey study. *Croat Med J.* 47: 742-9

Mayda, S.S., & Akkus, D. (2004). Domestic violence against 116 Turkish housewives: A field study. *Women Health* 40: 95-108.

Rittersberger Tılıç. H. (1998). Aile İçi Şiddet; Bir sosyolojik Yaklaşım.*20. yüzyılın sonunda kadınlar ve gelecek*, Editor: Oya Çiftçi, Ankara:Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü.

Straus, M.A. (1979). Measuring intrEFAmily conflict and violence: The conflict tactics (CT) scales. *Journal of Marriage and the Family, 41* (1), 75-88.

T.C. Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü (2009). Türkiye'de kadına yönelik aile içi şiddet. T.C. Başbakanlık Elma Teknik Basım Matbaacılık, Ankara.

Vahip, I. ve Doğanavşargil, Ö. (2006). Aile içi fiziksel şiddet ve kadın hastalarımız. *Türk Psikiyatri Dergisi, 17,* 107-114.

Yılmaz, A. (2001). Eşler arasındaki uyum, anne-baba tutumu ve benlik algısı arasındaki iliişkilerin gelişimsel olarak incelenmesi. *Türk Psikoloji Dergisi, 16*(47), 1-20.

3rd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 28-30 June 2019, Lefkosa

Okul Öncesi Öğretmen Adaylarının Temel Yaşam Desteği Uygulama Becerilerine Çocuk Temel Yaşam Desteği Eğitim Programının Etkisi

Inst. Exp. İsmet ÇELEBİ
Gazi University
ismetcelebi17@hotmail.com

Assoc. Prof. Dr. Hatice BEKİR
Gazi University
hsimsekbekir@gmail.com

ÖZET

Okul öncesi öğretmenleri, okul öncesi eğitim kurumlarında çocukların temel yaşam desteği ihtiyacı doğduğu durumlarda ilk müdahaleyi yapacak kişiler olmaları nedeniyle, temel yaşam desteğini etkili bir şekilde uygulama ve çocukların hayatını kurtarmak için yeterli bilgi ve beceriye sahip olmaları gereklidir. Literatür incelendiğinde TYD eğitiminin sağlık çalışanlarında TYD bilgi ve beceri düzeylerini arttırdığını belirten çalışmalara rastlansa da okul öncesi öğretmen adaylarına yönelik bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu bağlamda, bu çalışmada okul öncesi öğretmen adaylarının temel yaşam desteği uygulama becerilerine çocuk temel yaşam desteği eğitim programının etkisinin **i**ncelenmesi amaçlanmıştır.

Nicel araştırma desenlerinden zayıf deneysel desende planlanan ve yürütülen araştırmanın çalışma grubunu bir üniversitenin eğitim fakültesi, temel eğitim bölümü okul öncesi eğitimi anabilim dalında öğrenim gören ikinci sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplama aracı olarak araştırmacılar tarafından hazırlanan genel bilgi formu ile ön ve son testlerde Avrupa resusitasyon konseyinin (ERC) en son 2015 yılında güncellediği temel yaşam desteği algoritmaları kontrol listesi ve çocuk TYD eğitim programı kullanılmıştır. Kontrol listeleri ve uygulanacak eğitim programı ERC'nin 2015 yılında yayınladığı çocuk TYD algoritmasında bulunan 35 işlem basamağından oluşmaktadır. Uygulama öncesi öğretmen adaylarına araştırmanın amacından bahsedilmiş ve çalışmaya katılmaya gönüllü öğretmen adaylarına genel bilgi formu dağıtılmış ve doldurmaları istenmiştir. Daha sonra kontrol listesi eşliğinde bireysel olarak uygulama yaptırılmış ve değerlendirilmiştir. Daha sonra araştırmacı tarafından sınıf ortamında çocuk TYD eğitim programı bir ders saati boyunca uygulanmıştır. Eğitim sonrasında son test olarak kontrol listesi eşliğinde bireysel olarak uygulama yaptırılmış ve değerlendirilmiştir. Üç hafta sonra ise aynı yöntemle kalıcılık testi değerlendirilmesi yapılmıştır. Veriler bir istatistik programında analiz edilmiştir. Araştırmada ön ve son test puanları arasında son test puanları lehine istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunduğu tespit edilmiştir. Son ve kalıcılık test puanları arasında ise son test puanları lehine istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunduğu görülmüştür.

Anahtar sözcükler: *Temel Yaşam Desteği, Çocuk, Öğretmen Adayı, Beceri*

Giriş

Solunumu ve/ veya kalbi durmuş kişide, yapay solunum ile akciğerlere oksijen gitmesini, dış kalp masajı ile kalpten kan pompalanmasını sağlamak için yapılan ilaçsız ve tıbbi malzemesiz uygulamalar temel yaşam desteği (TYD) olarak adlandırılır (MEGEP, 2011). Başka bir deyişle TYD, solunumu ve dolaşımı durmuş kişilere uygulanan ve mekanik olarak dışardan destek ile solunum ve dolaşımın sürdürülmesi işlemidir (Soysal, Karcioğlu, Korkmaz, Topaçoğlu, 2005: 40-46). Temel Yaşam Desteği ani kardiyak ölüm durumlarında kullanılan ilkyardım uygulamasıdır. Ani kardiyak ölüm (AKÖ), "genel olarak önceden kalp hastalığı var

olan veya olmayan bir kişide kardiyovasküler bir sebepten dolayı, akut semptomlar başladıktan sonra yaklaşık bir saat içinde beklenmedik bir şekilde meydana gelen ölüm" olarak tarif edilmektedir (Deo ve Albert, 2012: 620-637; Knudson, vd. 2012: 2940-2944). Ambulans ekibi veya temel yaşam desteği konusunda deneyimli bir sağlık personeli gelinceye kadar kalbi ve/veya solunumu duran hastaya temel yaşam desteğine başlanmasının sağkalımı belirgin olarak arttırdığı belirlenmiştir (Baskett vd. 2005: 181-190). Ani kardiyak ölüm çocuklarda erişkinlere göre daha seyrek görülmekle birlikte ortaya çıkış düzenekleri ve sonuçları erişkinlerden farklıdır (Zeng vd. 2013: 1685-1690; Söğütlü, 2015). Çocuk ve bebeklerde önce solunum durur, solunumun durmasına bağlı olarak kalp durur (Megep, 2011). Temel Yaşam Desteği uygulamaları bakımından yaş grupları bebek (< 1 yaş), çocuk (1 yaş-puberte) ve yetişkin (>puberte) olarak sınıflandırılmaktadır (Söğütlü, 2015; ERC, 2019).

AKÖ oranları genel popülasyonda, her 100 bin kişi başına 50 ile 100 arasında değişmekte ve buna ek olarak AKÖ' lerin çoğunluğu gündüz vakitlerinde 08:00-18:00 saatleri arasında meydana gelmektedir (Deo, 2012: 620-637; Aygin, 2018). Çocuklarda hastane içi AKÖ durumlarında yaşamda kalma ve yaşam süresi oranları % 9-47 arasında iken, hastane dışı AKÖ ise %0-29 arasındadır (Zeng vd. 2013: 1685-1690; Berg vd. 2010: 862-875; Aygin, 2018). Bu oran dikkate alındığında okul öncesi öğretmenleri, okul öncesi eğitim kurumlarında çocukların TYD ihtiyacı doğduğu durumlarda ilk müdahaleyi yapacak kişiler olmaları nedeniyle, temel yaşam desteğini etkili bir şekilde uygulama ve çocukların hayatını kurtarmak için yeterli bilgi ve beceriye sahip olmaları gereklidir. Yeterli bilgi ve beceriye sahip olmaları içinde okul öncesi öğretmenlerinin mesleğe başlamadan önce TYD ile ilgili eğitim almaları önem taşımaktadır.

Literatür incelendiğinde TYD eğitiminin sağlık çalışanlarında TYD bilgi ve beceri düzeylerini arttırdığını belirten çalışmalara (Tuna vd. 2017:1842-1848; Kara, 2015; Beck vd. 2016:1-7; Toubasi, Alosta, Darawad, Demeh, 2015: 999-1003) rastlansa da okul öncesi öğretmen adaylarına yönelik bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu bağlamda, okul öncesi öğretmen adaylarının temel yaşam desteği uygulama becerilerine çocuk temel yaşam desteği eğitim programının etkisinin incelenmesi amaçlanmıştır.

Yöntem

Okul öncesi öğretmen adaylarına verilen eğitimin çocuklarda temel yaşam desteği beceri düzeylerine etkisinin incelenmesinin amaçlandığı bu araştırma, nicel araştırma türünün

deneysel desenlerinden zayıf deneysel desende yürütülmüştür. Büyüköztürk (2018)'e göre deneysel desen, değişkenler arasındaki neden-sonuç ilişkilerini keşfetmek amacıyla kullanılan araştırma desenleri olarak tanımlanmaktadır. Zayıf deneysel desenler ise kontrol grubunun atanmadığı (tek grup) ya da rastgele atamanın yapılmadığı (deney ya da kontrol grubunun rastgele atanmadığı) durumlarda kullanılmaktadır. Araştırmanın çalışma grubunu bir üniversitenin eğitim fakültesi temel eğitim bölümü okul öncesi eğitimi anabilim dalında öğrenim gören 38 ikinci sınıf öğrencisi oluşturmaktadır. Tablo 1'de okul öncesi eğitimi ana bilim dalında öğrenim gören öğrencilere yönelik tanıtıcı bilgiler yer almaktadır.

Tablo 1. Okul öncesi Öğretmen Adaylarının Tanıtıcı Bilgilerinin Dağılımı

		n	%
Cinsiyet	Erkek	4	10,50
	Kadın	34	89,50
	Toplam	38	100,00
Yaş	19	9	23,70
	20	21	55,30
	21	5	13,20
	22	3	7,90
	Toplam	38	100,00
Sürücü belgesine sahip olma durumu	Yok	29	76,30
	Var	9	23,70
	Toplam	38	100,00
Daha önce konu ile ilgili eğitim alma durumu	İlk yardım dersi alan	38	100,00
	Toplam	38	100,00

Tablo 1'e göre araştırmaya katılan katılımcıların % 89,50'si kadın, %55.30'u 20 yaşında, %76,30'u ise sürücü belgesine sahip değildir. Katılımcıların tamamı daha önce ilkyardım dersi almıştır.

Araştırmada veri toplama aracı olarak araştırmacılar tarafından hazırlanan cinsiyet, yaş ve sürücü belgesine sahip olma durumu, daha önce TYD eğitimi alma durumlarını belirlemeye yönelik sorulardan oluşan genel bilgi formu ile ön ve son testlerde Avrupa resusitasyon konseyinin (ERC) en son 2015 yılında güncellediği temel yaşam desteği algoritmaları kontrol listesi ve çocuk TYD eğitim programı kullanılmıştır (ERC,2019). ERC birçok Avrupa ülkesinin bir araya gelmesiyle kurulmuş, temel ve ileri yaşam desteği ile ilgili çalışmalar yaparak 2001, 2005, 2010 ve son olarak 2015 yılında kılavuz yayınlamış ve böylece standart Temel Yaşam Desteği uygulamalarının yaygınlaşmasını sağlamışlardır (ERC, 2019; Karataş ve Selçuk, 2012:84-87; Maconochie vd. 2012:223-248). Ön ve son testlerde kullanılacak olan

kontrol listesi ve uygulanacak eğitim programı ERC'nin 2015 yılında yayınladığı çocuk TYD algoritmasında bulunan 35 işlem basamağından oluşturulmuştur. Kontrol listesi ve puan dağılımı için uzman görüşü alınmıştır. Uzman görüşleri doğrultusunda 35 madde toplam 100 puan üzerinden değerlendirilmiştir. Uygulanan eğitim programında hayat kurtarma zinciri, TYD tanımı, çocuklarda yetişkinlere göre solunum ve dolaşım sistemindeki farklılıklar, çocuklarda TYD uygulama tekniği, Çocuklarda suni solunum tekniği ve çocuklarda dış kalp masajı tekniği temaları yer almaktadır.

Verilerin toplanması aşamasında çalışma grubuna araştırmanın amacından bahsedilmiş ve çalışmaya katılmaya gönüllü öğretmen adaylarına genel bilgi formu dağıtılmış ve doldurmaları istenmiştir. Daha sonra kontrol listesi eşliğinde bireysel olarak uygulama yaptırılmış ve değerlendirilmiştir. Daha sonra araştırmacı tarafından sınıf ortamında çocuk TYD eğitim programı bir ders saati boyunca uygulanmıştır. Programın uygulanmasında anlatım, gösterip yaptırma, soru cevap teknikleri kullanılmıştır. Eğitim sonrasında son test olarak kontrol listesi eşliğinde bireysel olarak uygulama yaptırılmış ve değerlendirilmiştir. Üç hafta sonra ise aynı yöntemle kalıcılık testi değerlendirilmesi yapılmıştır.

Veriler bir istatistik programına işlenerek analiz edilmiştir. Okul öncesi öğretmen adaylarının tanıtıcı özelliklerine ilişkin dağılımları frekans ve yüzde değerler olarak verilmiştir. Verilerin analizinde kullanılacak uygun testlerin seçilmesi için verilere normallik testi yapılmıştır. Puanların normalliğe uygunluğunu incelemede çalışma grubu büyüklüğünün 50'den küçük olması durumunda Shapiro-Wilks testi, 50'den büyük olması durumunda ise Kolmogorov-Smirnov (K-S) testi kullanılmaktadır (Büyüköztürk, 2018). Böylece katılımcıların ölçeklerden elde ettikleri puanlara ait dağılımların normallik ve homojenlik varsayımlarını karşılayıp karşılamadığı belirlenmiştir.

Tablo 2. Shapiro-Wilks Testi Sonuçları

	Shapiro-Wilk		
	İstatistik	sd	p
Ön test	,922	38	0,052
Son test	,955	38	0,128
Kalıcılık	,960	38	0,195

Tablo 2'ye göre toplanan veriler sonucunda; ön-son ve kalıcılık testlerden elde edilen verilerin normal dağılım gösterdiği görülmüştür ($p>0,050$). Bu nedenle hem ön, son ve kalıcılık test toplam puanları hem de son ve kalıcılık testi puanları arasında farklılık

durumunun analizinde parametrik testlerden tekrarlı (paired) örneklem t-testi uygulanmıştır. Anlamlılık düzeyi olarak 0,050 kullanılmış olup, p<0,050 olması durumunda anlamlı farklılığın olduğu, p>0,050 olması durumunda anlamlı farklılığın olmadığı belirtilmiştir.

Bulgular ve Tartışma

Tablo 3. Okul öncesi Öğretmen Adaylarının Ön ve Son Test Puanlarına İlişkin Tekrarlı Ölçümler t-Testi Sonuçları

Uygulama	n	Ortalama	SS	Ortalamanın St. Hatası	t	sd	p
Ön Test	24	6,60	7,98	1,29	54,775	37	0, 000
Son Test	24	83,79	4,59	0,74			

Tablo 3'de ön ve son test puanlarına ilişkin tekrarlı ölçümler t-testi sonuçları görülmektedir. Buna göre; ön ve son test puanlarına ilişkin analiz sonuçları incelendiğinde son test puan ortalaması 83,79 iken ön test puan ortalaması ise 6,60 olup ön ve son test puanları arasında son test puanları lehine istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır (t=54,775, p≤0,05). Öğrencilerin temel yaşam desteği becerileri eğitim öncesi ve sonrasında karşılaştırıldığında eğitim sonrasında, anlamlı farklılık olacak şekilde olumlu yönde bir artışın olduğu görülmektedir.

Literatür incelendiğinde okul öncesi öğretmen adaylarına yönelik TYD eğitiminin etkisini inceleyen bir çalışmaya rastlanmasa da sağlık çalışanlarında TYD eğitiminin TYD bilgi ve beceri düzeylerini arttırdığını belirten çalışmalara (Tuna, 2017:1842-1848; Kara, 2015; Beck, 2016:1-7; 2015: 999-1003) rastlanmıştır. Bu çalışmalar incelendiğinde TYD eğitim programının TYD becerilerini geliştirdiği sonucunun elde edildiği görülmektedir. Bu çalışmada da sağlık çalışanları üzerinde yapılan araştırmalara benzer olarak TYD eğitim programının okul öncesi öğretmen adaylarının temel yaşam desteği uygulama becerileri üzerinde etkili olduğu bulgusu elde edilmiştir. Başka bir deyişle ön-son test puanları karşılaştırıldığında son test puanları lehine anlamlı farklılık olduğu saptanmıştır. Bu farklılığın TYD Programı'ndan kaynaklandığı düşünülmektedir.

Katılımcıların son ve kalıcılık test puanlarına ilişkin tekrarlı ölçümler t-testi sonuçları Tablo 4'de yer almaktadır.

Tablo 4. Okul öncesi Öğretmen Adaylarının Son ve Kalıcılık Test Puanlarına İlişkin Tekrarlı Ölçümler t-Testi Sonuçları

	n	Ortalama	SS	Ortalamanın St. Hatası	t	sd	p
Son Test	38	83,79	4,59	1,29	11,047	37	0, 000
Kalıcılık Testi	38	64,74	10,40	1,68			

Tablo 4'de son ve kalıcılık test puanlarına ilişkin tekrarlı ölçümler t-testi sonuçları görülmektedir. Buna göre; son ve kalıcılık test puanlarına ilişkin analiz sonuçları incelendiğinde son test puan ortalamaları 83,79 iken kalıcılık test puan ortalamaları ise 64,74 olup kalıcılık son test puanları arasında son test puanları lehine istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır ($t=11,047$, $p\leq0,05$). Bu bulgulara göre uygulanan eğitimin öğrencilerin temel yaşam desteği becerilerinin kalıcılığına etki etmediği söylenebilir. Yani eğitimin etkisi devam etmemektedir.

Öğretmen adaylarına uygulanan TYD Programı'nın amacı öğretmen adaylarının TYD becerilerini arttırmaktır. Bu amaç doğrultusunda temel yaşam desteği programı uygulanmıştır. Uygulanan bu eğitim programının tamamı öğrencilerin TYD becerilerini geliştirmek için planlanmıştır. Uygulanan bu eğitim programının konuları görev alacakları okullardaki yaş gruplarına yönelik tasarlanarak ileride yaşamla ilişkilendirmelerine olanak sağlanmıştır. Eğitimin etkisi anlamlı olarak kalıcı olmasa da öğrencilerin kalıcılık test puanlarının ön test puanlarından daha yüksek olması konu ile ilgili farkındalıklarının oluştuğunu düşündürmektedir.

Sonuç ve Öneriler

Araştırmada, ön ve son test puanlarına ilişkin analiz sonuçları incelendiğinde son test puan ortalamaları 83,79 iken ön test puan ortalamaları ise 6,60 olup ön ve son test puanları arasında son test puanları lehine istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunduğu tespit edilmiştir. Son ve kalıcılık test puanlarına ilişkin analiz sonuçları incelendiğinde ise son test puan ortalamaları 83,79 iken kalıcılık test puan ortalamaları ise 64,74 olup kalıcılık son test puanları arasında son test puanları lehine istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunduğu görülmüştür.

Sonuç olarak, okul öncesi öğretmen adaylarına verilen eğitimin temel yaşam desteği beceri düzeylerine etkisi olduğu görülmüştür. Ancak, eğitimin etkisi anlamlı olarak kalıcı olmasa da öğretmen adaylarının kalıcılık test puanlarının ön test puanlarından daha yüksektir.

Araştırma sonucuna yönelik olarak; eğitimin etkisi anlamlı olarak kalıcı olmasına yönelik periyodik olarak eğitimin tekrarlanması önerilmektedir. Üniversite, belediye, halk eğitim merkezi ya da sivil toplum kuruluşu gibi kurum ve kuruluşlarda, öğretmen adaylarına temel yaşam desteği becerilerine yönelik seminer, konferans gibi etkinlikler düzenlenerek öğrencilerin temel yaşam desteği becerilerine katkı sağlanabilir. Uzman kişilerin katılımını sağlayarak okul öncesi öğretmenlerine ve okul öncesi kurum personeline temel yaşam desteği sağlamaya yönelik eğitim programları düzenlenebilir. Milli Eğitim Bakanlığı ile Sağlık Bakanlığı protokolünün oluşturarak eğitici eğitimleri düzenlenebilir.

Kaynakça

Aygin, D., Açıl, H. C., Yaman, Ö., Çelik, M & Danç, E. (2018). Hemşirelerin kardiyopulmoner resüsitasyon ve güncel 2015 kılavuz bilgilerinin değerlendirilmesi. Turk J Cardiovasc Nurs. 9(18):7–12

Baskett P.J., Nolan J.P., Handley A., Soar J., Biarent, D & Richmond (2005). European resuscitation council. european resuscitation council guidelines for resuscitation section 9. principles of training in resuscitation. resuscitation; 67 Suppl 1:181-9.

Beck, S., Meier-Klages, V., Michaelis, M., Sehner, S., Harendza, S., Zöllner, C & Kubitz, JC (2016). Okul çocuklarına temel yaşam desteği öğretme tıp öğrencilerinin öğretme ve temel yaşam destek becerilerini geliştirir: Randomize, kontrollü bir deneme. *Canlandırma*, *108* , 1-7.

Berg M.D., Schexnayder S.M., Chameides L., Terry M., Donoghue A & Hickey R.W. (2010). Part 13: Pediatric Basic Life Support: American heart association guidelines for cardiopulmonary resuscitation and emergency cardiovascular care. Circulation.122(18 Suppl 3):862-75.

Büyüköztürk, S. (2018). Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı. Ankara: Pegem.

Deo R & Albert C.M. 2012. Epidemiology and genetics of sudden cardiac death. Circulation 125:620–37.

European Resuscitation Council. https://www.erc.edu/ (Erişim tarihi: 13.10.2019)

Kara, F., Yurdakul, A., Erdoğan, B & Polat, E. (2015). Bir devlet hastanesinde görev yapan hemşirelerin güncel temel yaşam desteği bilgilerinin değerlendirilmesi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Dergisi, 3(1),* 17-26.

Karataş, M & Selçuk, E.B. (2012). Kardiyopulmoner resüsitasyonun tarihçesi. Kafkas J Med Sci. 2(2):84–7.

Knudson, J.D., Neish, S.R, Cabrera, A.G., Lowry, A.W., Shamszad, P & Morales, D.L. (2012). Prevalence and outcomes of pediatric in-hospital cardiopulmonary resuscitation in the United States: an analysis of the Kids' Inpatient Database. Crit Care Med. 40:2940–4.

Maconochie, I. K., Bingham, R., Eich, C., López-Herce, J., Rodríguez-Núnez, A., Rajka, T & Nolan, J. P. (2015). European resuscitation council guidelines for resuscitation section 6. paediatric life support. *Resuscitation, 95,* 223-248.

Milli Eğitim Bakanlığı (MEB). (2011). Mesleki eğitim ve öğretim sisteminin güçlendirilmesi projesi kitabı. Ankara.

Soysal, S., Karcioglu, Ö., Korkmaz, T & Topaçoglu, H. (2005). Temel yaşam desteği eğitimi: Ideal ne kadar uzakta. *JAEM, 3*, 40-6.

Söğütlü, Y., Turan, A. P & Biçer, S. (2015). Çocuklarda temel yaşam desteği konusunda Amerikan kalp cemiyeti tarafından yapılan güncellemeleri neler getiriyor? CAYD. 2(3):103-10

Toubasi, S., Alosta, M.R, Darawad, M.W. & Demeh, W. (2015). Simülasyon eğitiminin Ürdün hemşirelerinin temel yaşam destek becerilerinin performansına etkisi: pilot çalışma. *Bugün hemşirelik eğitimi, 35 (9),* 999-1003.

Tuna, A., Çelebi, İ., Silahçılar, A., Sezgin, H., Şıpkın, S., Karatutlu, C & Dereköy, S. (2017). Kardiyopulmoner resüstasyon (Temel Yaşam Desteği) eğitimi alan sağlık yüksekokulu öğrencilerinin bilgi ve beceri düzeyleri: altı aylık izlem sonuçları. *Itobiad: Journal of the Human & Social Science Researches, 6*(3).

Zeng, J., Qian, S., Zheng, M., Wang, Y., Zhou, G & Wang, H. (2013). The epidemiology and resuscitation effects of cardiopulmonary arrest among hospitalized children and adolescents in Beijing: An observational study. Resuscitation. 84:1685-90.

EMI congress

EMISSC 2018 - LEFKOSA
EMISSC 2018 - CAPPADOCIA
EMISSC 2019 - LEFKOSA



EMI journal · eujmr · International Journal of Arts & Social Studies · Dilkur Akademi Yabancı Dil Kursları · Akademisyen Kitabevi · Nişantaşı University · Selçuk Üniversitesi · Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi · Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi · Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi