



IMASCONGRESS

**INTERNATIONAL MARMARA
SOCIAL SCIENCES CONGRESS**

**IMASCON 2019 AUTUMN
PROCEEDINGS BOOK**

November 01 - 03, 2019 Kocaeli / TURKEY



International Marmara Social Sciences Congress (Autumn 2019)

01 – 03 November 2019 KOCAELİ

SOCIAL SCIENCES PROCEEDINGS E-BOOK

**-Social Sciences-
(Full Papers and Abstracts)**

Organizer



Sponsors



This congress proceedings book is published as an electronic format as e-book.

All rights reserved.

Editorial Board

Social Sciences: Assoc. Prof.Dr. Öznur GÖKKAYA
Lect. İsmail KILICASLAN
Lect. Barış DEMİR
Lect. Kazım KAHRAMAN

ISBN: 978-605-69509-5-7

Address Kocaeli Üniversitesi Rektörlüğü, Umuttepe Yerleşkesi Kocaeli,
TÜRKİYE
Phone +90 262 303 1000
E-mail info@imascon.com
Web www.imascon.com

All legal and ethical responsibility of the studies belongs to the authors. All rights reserved. The copyright of this proceedings book belongs to Kocaeli University. It may not be copied or reproduced without permission.

Table of Contents

BRIEFLY ABOUT	viii
IMASCON 2019 ORGANIZATION	ix
SCIENTIFIC COMMITTEE	x
IMASCON 2019 INVITED SPEAKERS	xii
CONGRESS PROGRAMME	xiii
ABSTRACTS AND POSTERS.....	1
AFRİKA'DA BARIŞ VE GÜVENLİK SORUNU: AFRİCOM'UN TERÖRİZMLE MÜCADELESİ	2
TÜRKİYE VE AB ÜLKELERİNDE KADINLARIN SOSYOEKONOMİK STATÜSÜNÜN ENTROPİ TEMELLİ ARAS, MAUT VE SAW YÖNTEMLERİ İLE DEĞERLENDİRİLMESİ	3
AFET EĞİTİMİNİN, AFET VE ACİL DURUM İLE MÜCADELEDE ÖNEMİ BİR ALAN ARAŞTIRMASI	4
HİNDİSTAN AFRİKA POLİTİKASI ÜZERİNE BİR İNCELEME	5
ÖRGÜTSEL GÜVEN BAĞLAMINDA BEYAZ YAKA ÇALIŞANLARIN LİDERLİK TANIMLAMALARI: BİR ALAN ARAŞTIRMASI.....	6
TÜKETİCİ ETNOSENTRİZMİ VE MENŞE ÜLKE ALGISININ MARKAYA YÖNELİK TUTUM, ALGILANAN ÜRÜN DEĞERİ VE SATIN ALMA NİYETİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: TÜRK VE KORE MENŞELİ ÜRÜNLER ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA	8
İZMİR YARIMADASI ANTİK LİMANLARI	9
AYAZ İŞAKİ'NİN “KİYÄW” ADLI HİKÂYESİNDE EVLİLİK İLE İLGİLİ GELENEKLER	11
BOLU İLİ'NE ÖZGÜ GASTRONOMİK ÜRÜNLERİN COĞRAFİ İŞARET KAPSAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ	12
CLAUDE MONET'İN DOĞAYA BAKIŞ AÇISININ İNCELENMESİ.....	14
YAKIN DÖNEM DAĞLIK KARADAĞ SORUNU PERSPEKTİFİNDE ERMENİSTAN AZERBAYCAN İLİŞKİLERİ	15
“YAZILI DÜZELTİCİ DÖNÜT VE HATA DÖNÜTÜ” KONUSUNDA YABANCILARA TÜRKÇE ÖĞRETİMİ ALANINDA YAPILAN ÇALIŞMALAR.....	16
YAPAY ZEKA VE YAPAY ZEKÂ FİLMİ ÜZERİNE ÖRNEK BİR İNCELEME: “ROBOTLARIN DÜNYASI”	17
ORTAÖĞRETİM KURUMLARINDA ÖĞRETMENLERİN İLETİŞİM BECERİLERİNİ ÖLÇMEYE YÖNELİK BİR ÇALIŞMA: KOCAELİ İLİ İZMİT İLÇESİ ÖRNEĞİ	18
MERSİN İLİNDEKİ AYA TEKLA (MERYEMLİK) KİLİSESİ İLE İZMİR İLİNDEKİ MERYEM ANA EVİNİN İNANÇ TURİZMİ AÇISINDAN İKİ KİLİSENİN DEĞERLENDİRİLMESİ	20
THE IMPACT OF THE GLOBAL FİNANCİAL CRİSİS ON KOSOVO'S ECONOMY	21
TÜRKİYE'DE PEDİATRİK VE YENİDOĞAN YOĞUN BAKIMI YATIRIMINDA TIBBİ CİHAZ PAYI VE ETKİSİ	22
TÜBİTAK 4004 DOĞAYI VE BİLİMİ KEŞFET HAYALLERİNİ KODLA PROJESİ DEĞERLENDİRMESİ	23
“Z KUŞAĞI”NIN GELECEĞE YÖNELİK OFİS VE ÇALIŞMA ORTAMI BEKLENTİLERİNE YÖNELİK BİR ÇALIŞMA	25
“NE BİLİR KADIN OYUN OYNAMAYI(!)”: KADIN OYUNCULARIN GÖZÜNDEN ESPOR	26
İLKOKUL VE ORTAOKUL FEN BİLİMLERİ DERS KİTAPLARINDAKİ İMGELER	28
İLKOKUL VE ORTAOKUL FEN BİLİMLERİ DERS KİTAPLARININ GÜNLÜK YAŞAM İLE İLİŞKİLENDİRİLMESİNİN İNCELENMESİ	29
TÜRK FUTBOLUNDA E-BİLET UYGULAMASI ÜZERİNE BİR İNCELEME	30
2020 TÜRKİYE-KOCAELİ DÜNYA GENÇLER ORYANTİRİNG ŞAMPİYONASINA YÜKLENİCİ PAYDAŞ KURUM KOCAELİ BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİNİN ORGANİZASYONEL YAKLAŞIMI	31

KRİZ VE STRES SÜRECİNDE LİDERLİK TÜRLEİ KURUMSAL DUYGUSAL ZEKÂİ VE İNSAN KAYNAKLARI MOTİVASYONUNU NASIL ETKİLEYEBİLİR?	33
SORGULAMAYA DAYALI ÖĞRETİMDE İNGİLİZCE YABANCI DİL OLARAK ÖĞRETİMDE KULLANILAN STRATEJİLER VE ETKİNLİKLER.	35
İÇSEL PAZARLAMA UYGULAMALARININ ÇALIŞAN MUTLULUĞU VE İŞTE KALMA NİYETİNE ETKİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA	36
DİJİTAL ÇAĞDA POPÜLERLİK KAVRAMI VE TÜKETİM KÜLTÜRÜ BAĞLAMINDA YOUTUBER ÇOCUKLAR	38
YÖNETİMDE BAĞIL HAREKET: YÖNETİCİLER VE YÖNETİLENLER ARASINDAKİ KARŞILIKLI ÖNYARGI.....	39
ALMAN DİLİNDEKİ PARTİKEL OLARAK ADLANDIRILAN EDATLAR/İLGEÇLER VE TÜRKÇEYE ÇEVİRİLMİŞ EDEBİ ESERLERDEKİ KARŞILIKLARI	41
MESLEK YÜKSEKOKULUNDA GÖREVLİ ÖĞRETİM ELEMANLARIN AKADEMİK İLETİŞİM BECERİLERİNİN İNCELENMESİ	43
TİCARİ DEFTERLERİN İNCELENME YERİ TESPİTİNDE KARŞILAŞILAN SORUNLAR	44
SOCİAL SKİLLS, PERCEPTION OF EMOTİONAL SUPPORT AND TENDENCY OF DEPRESSION AMONG UNİVERSİTY STUDENTS, NAKHON RATCHASİMA, THAILAND.....	45
MUSTAFA KEMAL ATATÜRK'ÜN TÜRK DÜNYASI EKSENİNDE TÜRK DİLİ İLE İLGİLİ GÖRÜŞLERİ	46
"BİR BİLİM ADAMININ ROMANI MUSTAFA İNAN" ESERİNDEKİ BİLİM İNSANININ ÖZELLİKLERİ	47
İKTİSADİ FAALİYET VE MESLEK GRUPLARINA GÖRE BİREYLERİN MEMNUNİYET DÜZEYLERİNİN İSTATİSTİKSEL ANALİZİ	48
CONDUCTING THE BEST HOUSE PRICE PREDICTION MODEL FOR TURKISH HOUSING MARKET WITH MACHINE LEARNING	49
RELATIONSHIP BETWEEN HOUSE VALUES AND MACROECONOMIC İNDİCATORS İN TURKISH RESIDENTIAL MARKET	50
TOPLU BESLENMEDE MENÜ PLANLAMA VE ÖRNEK MENÜ UYGULAMALARI	51
LARGE FAMILÝ BUSINESS GROUPS İN KOSOVO	52
BÜYÜK SINAV (YAPAY ZEKA)	53
İSTANBUL SOKAK LEZZETLERİNE YÖNELİK YERLİ TURİSTLERİN TUTUMUNUN BELİRLENMESİ.....	54
BİR GRUP KAMU SAĞLIK KURUMLARINA AİT SAĞLIK İLETİŞİMİNDE ELEKTRONİK ŞİKÂyet BAŞVURULARININ İNCELENMESİ	55
STUDİES İNVESTİGATING THE EFFECTS OF THE USE OF MANGA COMİCS IN MATHEMATİCS TEACHİNG	57
İLKÖĞRETİM MATEMATİK ÖĞRETMEN ADAYLARININ "KÜLTÜR VE "MATEMATİK" ALGILARININ İNCELENMESİ	58
BİLGİSAYAR DERSİNDE TERS-YÜZ ÖĞRENME SINIF UYGULAMALARI: BİR LİTERATÜR TARAMASI	60
FULL PAPER PROCEEDINGS.....	61
BURHAN DOĞANÇAY ESERLERİNİ ESTETİK AÇIDAN İNCELEME.....	62
ARİSTOTELES'E GÖRE İNSANIN EYLEMLERİ KAPSAMINDA GÜNÜMÜZ İNSANININ EYLEMLERİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME	67
PAZARLAMADA REKLAMIN OLUMLU ETKİSİ	70
AHP METODU İLE TÜRKİYE'DE SÜRDÜRÜLEBİLİR DENİZCİLİK GİRİŞİMLERİNİN AĞIRLIKLANDIRILMASI	76
YABANCI DİL OLARAK İNGİLİZCE ÖĞRETMENLERİN SINIF İÇERİSİNDEKİ ANA DİL KULLANIMINA KARŞI TUTUMLARI VE DERS İÇİ UYGULAMALARI	83
AKADEMİK TEŞVİKTE İTİRAZ SÜRECİ VE SORUNLAR.....	91

KAMUNUN AYDINLATILMASINDA SOSYAL MEDYA.....	97
DÖVİZ KURU ŞOKLARININ SEKTÖREL DIŞ TİCARETE ETKİSİ	102
KARADENİZ EKONOMİK İŞBİRLİĞİ ÖRGÜTÜ: KURULUŞU VE İŞLEVSELLİĞİ	108
GENDER-RELATED LINGUISTIC DIFFERENCES: THE CASE OF ENGLISH TEACHERS WORKING AT A FOUNDATIONAL UNIVERSITY IN TURKEY	112
BORSA İSTANBUL GIDA İÇECEK ENDEKSİNDE YER ALAN ŞİRKETLERİN SOSYAL MEDYA KULLANIM İSTATİSTİKLERİ VE FİNANSAL PERFORMANSLARININ İNCELENMESİ.....	121
DENETÇİ GİRİŞİMCİLİĞİNİN DENETİM SORUMLULUĞU KAYIRMACILIK VE DENETÇİ BAĞIMSIZLIĞI ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ	127
TRANSFER FİYATLANDIRMADA İÇ TEDARİKÇİ HİZMET KALİTESİNİN MALİYET ETKİNLİĞİNDEKİ ROLÜ	137
TEACHERS' BELIEFS AND PRACTICES IN EFL CLASSROOMS OVER CORRECTIVE FEEDBACK IN TURKEY	145
THE IMPACT OF TAPERING ANNOUNCEMENTS ON BORSA ISTANBUL BANKS INDEX	156
KÜRESELLEŞMENİN SONU: YABANCI SERMAYE REKABETİ SORUNU	165
KOCAELİ İLİN KONGRE TURİZMİ POTANSİYELİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ.....	173
İKTİDARIN MEŞRUIYETİNİ TESİSİ MESELESİ: HÂREZMŞAHLAR (1097-1231) ÖRNEĞİ	179
DUYGUSAL ZEKA FİNANSAL DAVRANIŞLARI ETKİLER Mİ?	185
KİŞİLİK ÖZELLİKLERİNİN FİNANSAL RİSK TOLERANSI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ	189
BORSA İSTANBUL'DA İŞLEM GÖREN DOKUMA VE GİYİM SEKTÖRÜNDE FAALİYET GÖSTEREN ŞİRKETLERİN FACEBOOK VE TWİTTER KULLANMA EĞİLİMLERİ	193
CUMHURİYETİN İLANININ AMERİKAN BASININDA YANSIMALARI	199
OTELDEKİ FARKLI TASARIMLARIN VE MÜŞTERİLERİN DENEYİM ARAYIŞLARININ OTEL İŞLETMELERİNE ETKİSİ	208
İŞE ALIM MÜLAKATLARINDA BİLİŞSEL ZEKA MI (IQ), DUYGUSAL ZEKA MI (EQ) ÖNEMLİ?	215
KAMU ÇALIŞANLARININ İHBARLA (WHISTLBLOWING) İLGİLİ DÜŞÜNCELERİ	220
HALEB ATABEYİ MELİK SALİH İSMAIL İLE SALÂHEDDİN EYYÜBÎ ARASINDAKİ MÜCADELE	226
BÜROKRASİNİN DENETİMİNDE KAMU DENETÇİLİĞİ KURUMUNUN ETKİSİ.....	232
YERELLEŞME VE MERKEZİLEŞME BAĞLAMINDA TÜRKİYE'DE YEREL YÖNETİMLER REFORMUNUN DEĞERLENDİRİLMESİ	240
SAĞLIK ÇALIŞANLARININ SAĞLIK OKURYAZARLIK DÜZEYİNİN BELİRLENMESİ	249
ORTAOKUL MATEMATİK ÖĞRETMENİ ADAYLARININ "GEOMETRİ" KAVRAMINA İLİŞKİN METAFOR ALGILARININ İNCELENMESİ	257
SPORDA ŞİDDET VE DÜZENSİZLİĞİN ÖNLENMESİNDE KURUMLAR ARASI KOORDİNASYON VE İŞ BİRLİĞİNİN ÖNEMİ VE BU ALANDAKİ SORUNLAR	268
TÜRKİYE'DE DOĞRUDAN YABANCI YATIRIMLAR VE EKONOMİK BÜYÜME İLİŞKİSİ.....	274
TÜKETİCİ KREDİLERİ İLE ENFLASYON İLİŞKİSİ: TÜRKİYE ÖRNEĞİ	282
GRUP ÇALIŞMASININ ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN (BİRİNCİ SINIF) UYUM VE YILMAZLIK DÜZEYLERİNE ETKİSİ	290
ANNE-ÇOCUK ETKİLEŞİMİNİN GERİYE DÖNÜK OLARAK İNCELENMESİ	295
LİBERAL AYDINLANMANIN AKIL, BİREY VE ÖZGÜRLÜK ÜZERİNE DÜŞÜNCESEL YANSIMASI OLARAK HEIDI VE VIKİNGLER ÇİZGİ FİMLERİ ÖRNEĞİ	300
BATI BALKANLARDA BARIŞ VE İSTİKRARIN TESİSİNDE AB'NİN ROLÜ	307

OECD ÜLKELERİNİN KÜMELEME ANALİZİ İLE SAĞLIK DURUM GÖSTERGELERİNE GÖRE SINIFLANDIRILMASI.	317
İŞLETMELERDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞE MUHASEBE GÖZÜNDEN BAKIŞ	323
HASTANE ÖNCESİ ACIL SAĞLIK HİZMETLERİNDE PSİKOSOSYAL DESTEK	326
İNOVASYON YÖNETİMİNDE İNOVATİF LİDERLİK VE YARATIMCI BİREYİN ALAN YAZINDA YERİ	331
AKARYAKIT VERGİLERİNİN TÜKETİCİ DAVRANIŞLARINA MUHTEMEL ETKİLERİ	340
GENÇLİK VE SPOR BAKANLIĞI TAŞRA TEŞKİLATLANMASINDA SPOR HİZMETLERİNİN PERSONEL İHTİYACI YÖNÜNDEN İNCELENMESİ (KOCAELİ İLİ ÖRNEĞİ)	348
BİRLEŞMİŞ MİLLETLERİN GLOBAL BÜTÜNLÜK PROGRAMI (UNPRME) KAPSAMINDA SORUMLU YÖNETİM İLKELERİNİN İNCELENMESİNE DAİR BİR ANALİZ	354
ELEKTRONİK TEDARİK ZİNCİRİ UYGULAMALARI: LOJİSTİK FAALİYETLERDE KULLANILAN YAZILIMLAR VE LOJİSTİK İŞLETMELERE ETKİLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ	360
COĞRAFI İŞARETLİ ÜRÜNLERİN BÖLGESEL TURİZMİN GELİŞİMİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİNE YÖNELİK BİR DEĞERLENDİRME	366
CEP TELEFONU SEKTÖRÜNDE MARKA BEĞENİLİRLİĞİNİN BELİRLENMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA	371
TÜKETİCİ KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ İLE MARKA GÜVENİ ARASINDAKİ İLİŞKİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA	380
SOSYAL MEDYADA AĞIZDAN AĞIZA PAZARLAMANIN SATIN ALMA NİYETİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ	389
A REVIEW OF THESES ON TEACHER COGNITION IN TURKISH EFL CONTEXT	397
BİREYLERİN SAĞLIK TUTUMLARININ GELİŞTİRİLMESİNDE TELEVİZYON SAĞLIK PROGRAMLARININ ETKİSİ: SAKARYA İLİ ÖRNEĞİ	402
TÜKETİCİ SATIN ALMA ERTELEME SEBEPLERİNİ BELİRLEMeye YÖNELİK KEŞİFSEL BİR ÇALIŞMA: SAKARYA İLİ ÖRNEĞİ	411
ENERJİ İLETİM HAVA HATLARINDA BUZ YÜKÜ NEDENİYLE OLUŞAN HASAR MALİYETLERİNİN ENDEKS SAYILARI KULLANILARAK ANALİZİ	418
ENERJİ İLETİM HAVA HATLARINDAKİ KUŞKOVAR SİSTEMLERİNİN EKONOMİK ANALİZİ	425
JEOTERMAL KAYNAK KULLANIMI: TERMAL OTELLER ÖRNEĞİ.....	432
TURİZM KONGRELERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ: 2018 TÜRKİYE ÖRNEĞİ	439
MUHASEBE MESLEK MENSUPLARININ KURUMLAR VERGİSİNE BAKIŞI	449
ŞEHİR İMAJININ AİDİYET ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: KANDIRA ÖRNEĞİ	455
EARTHQUAKE INSURANCE PRODUCT – IS IT NEED OR NECESSİTY?	464
KOCAELİ KETENCİLER KÖYÜ ÇERKES MÜZİK KÜLTÜRÜ TEMSİLCİSİ “KETENCİLER WORED KUP- KETENCİLER MÜZİK TOPLULUĞU”	471
HASTALARIN SİBERKONDRIA DÜZEYLERİNE YÖNELİK BİR İNCELEME: BİR ARAŞTIRMA HASTANESİ ÖRNEĞİ .	475
YÜKSEK LİSANS VE DOKTORA ÖĞRENCİSİ SEÇİM MÜLAKATINDA KABUL KRİTERLERİNE İLİŞKİN ÖNEM DÜZEYLERİNİN SWARA YÖNTEMİ İLE BELİRLENMESİ	481
MYO ÖĞRENCİLERİNİN AKADEMİK AZİM DÜZEYLERİNİN BAZI DEĞİŞKENLER AÇISINDAN İNCELENMESİ	488
ORTAOKUL ÖĞRENCİLERİNİN BİLİM FUARLARINDA GÖREV ALMALARININ FEN ÖĞRENMEYE YÖNELİK MOTİVASYONLARINA ETKİSİNİN İNCELENMESİ	492
TIMSS BİLİŞSEL BOYUTLARINA GÖRE DERS KİTABI DEĞERLENDİRME SORULARININ İNCELENMESİ: FEN BİLİMLERİ DERS KİTABI ÖRNEĞİ	498
FEN BİLİMLERİ ÖĞRETMEN ADAYLARININ ASTRONOMİ KONULARININ ÖĞRETİMİNE YÖNELİK ÖZ-YETERLİK İNANÇLARININ BELİRLENMESİ.....	503

HIZLI MODA KAVRAMI İLE DEĞİŞEN KADIN MÜŞTERİ SATIN ALMA DAVRANIŞLARINI ETKİLEYEN TEKSTİL ÜRÜNLERİNİN ÖZELLİKLERİNİN SWARA YÖNTEMİYLE DEĞERLENDİRİLMESİ	509
KENTE YÖNELİK AİDİYET: KANDIRA İLÇESİ ÖRNEĞİ.....	515
HİZMET KALİTESİ, MARKA ADI, MARKA GÜVENİ VE MARKA İMAJI ÖLÇEKLERİNİN ZİNCİR YİYECEK-İÇECEK İŞLETMELERİNDE UYGULANABİLİRLİĞİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA.....	523
KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK; KALİTE YÖNETİM SİSTEMİ İLE FARKLILIKLARI VE SA 8000 SOSYAL SORUMLULUK STANDARDI.....	532
GASTRONOMİ TEMALI MÜZELERDE SUNUM FARKLILIKLARI	540
MESLEK YÜKSEKOKULUNDA GÖREVLİ ÖĞRETİM ELEMANLARIN AKADEMİK İLETİŞİM DÜZEYLERİNİN İNCELENMESİ	547
MUTFAK MÜZELERİNİN SERGİLEME ŞEKİLLERİ: ŞANLIURFA HACIBANLAR EVİ MUTFAK MÜZESİ ÖRNEĞİ	550
DOĞAL KAYNAKLARA DAYALI TURİZM: ORDU İLİ VE JUKKASJARVİ ÖRNEKLERİ	558
MOBİL REKLAMLARA YÖNELİK TUTUMLAR TÜKETİCİLERİN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİNE GÖRE FARKLIŞMAKTA MIDIR?	565
POLİTİK PAZARLAMA KAPSAMINDA SEÇMENLERİN İLGİLENİM DÜZEYLERİNİN İNCELENMESİ	571
MESLEK YÜKSEKOKULU ÖĞRENCİLERİNİN FİNANSAL TUTUMLARININ BAZI DEĞİŞKENLER AÇISINDAN İNCELENMESİ	576
ERİLLİK-DİŞİLİK KÜLTÜRÜ İLE SOSYAL YENİLİKÇİLİK İLİŞKİSİ: ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA.....	581
İŞLETME VE ÇEVRE DUYARLILIĞI AÇISINDAN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİN MALİYET ANALİZİ	588
KÜRESEL MARKALAR - KÜRESEL KÜLTÜR : COCA-COLA ÖRNEĞİ	591
YEŞİLE BOYAMA VE SATIN ALMA DAVRANIŞI ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME	598
AKILLI ŞEHİRLER KONSEPTİ ÇERÇEVESİNDE AKILLI ŞEHİR İÇİ ULAŞIM SİSTEMLERİNİN MOBİL UYGULAMALARLA DESTEKLENEREK KENTSEL HİZMET SUNUMU : E-KOMOBİL UYGULAMASI	604
TÜRKİYE'DE Kİ SURİYELİ MÜLTECİLERİN ÇADIR KENTLERDE SPOR VE REKREASYON AKTİVİTELERİNİN PLANLANMASI VE MODEL ÖNERİSİ	609
ROLE OF INSTITUTIONS AND DEVELOPMENT PROBLEMATICS OF THE POOR COUNTRIES.....	615
INVESTİGATING HOW EFL TEACHERS TEACH AND ASSESS GRAMMAR: A QUALİTATİVE STUDY İN TURKEY ..	622
İKTİSADİ FAALİYET VE MESLEK GRUPLARINA GÖRE BİREYLERİN İŞ MEMNUNİYET DÜZEYLERİNİN İSTATİSTİKSEL ANALİZİ	632
MYO ÖĞRENCİLERİNİN AKADEMİK ENGELLEME DÜZEYLERİNİN BELİRLENMESİ.....	638
YENİLENEN İLKÖĞRETİM MATEMATİK ÖĞRETMENLİĞİ LİSANS PROGRAMIN İNCELENMESİ	643
MATEMATİK EĞİTİMİNDE SOMUT KAVRAMININ ALGILANMA DÜZEYLERİ	651
PROBLEM ÇÖZMENİN MATEMATİK EĞİTİMİNDEKİ YERİ	655
DÜZENSİZ GÖÇ OLGUSU VE TÜRKİYE'DEKİ ETKİLERİ	659
İŞLE BÜTÜNLEŞMENİN İŞTEN AYRILMA NİYETİNE ETKİSİNİN İNCELENMESİ	665
CEBİRSEL KAVRAMLARIN ÖĞRENCİLER TARAFINDAN ALGILANMASI ÜZERİNE BAZI DEĞERLENDİRMELER....	671
KİMYA PROGRAMI ÖĞRENCİLERİNİN GÜNLÜK HAYATTA KULLANDIKLARI KİMYASALLAR	674
ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN KOCAE'LİYİ VE BÖLÜM'Ü SEÇME NEDENLERİ: KOCAELİ MESLEK YÜKSEKOKULU ÖRNEĞİ	679
THE CHALLENGE OF YOUTH UNEMPLOYMENT IN ALBANIA.....	683
PPP IN ALBANIA.....	690

BRIEFLY ABOUT

International Marmara Social Sciences Congress was held between 01-03 November 2019 by Kocaeli University and TUBITAK MAM. The congress aims to bring together researchers whose working on interdisciplinary subjects in science and social sciences and also to establish an effective communication platform between them. In congress;

In Social Sciences; Anthropology, Archeology, Asian History, European Union, Banking and Insurance, Western Languages and Literature, Human and Economic Geography, Information and Document Management, Computer Education Technologies Education, Geography, Contemporary Turkish Dialects and Literature, Contemporary World History, Child Development, Linguistics , Religious Culture and Moral Education, Educational Sciences, Econometrics, History of Ancient Anatolia, History of Ancient Asia, Ethnoculture, Philosophy, Finance, Journalism and Media Studies, Developmental Psychology, Visual Communication Design, Fine Arts, Public Relations, Law, Economic Thought , Economics, Economic History, Theology, Communication Studies, Business, Women's Studies, Public Administration, Librarianship, Finance, Architecture, Accounting, History of Muslim Turkish States and Societies, Museum Studies, Music, Organization, Secondary Science and Mathematics Education, Secondary Education Social Alanlar Egitimi, Ottoman Institutions and Civilization, Special Education, Paleoanthropology, Marketing, Psychology, Guidance and Psychological Counseling, Advertising, Painting, Health Sciences, Art and Art Education, Cinema-TV, Political Thoughts, Political Life and Institutions, Political Science, Social Work, Social Policy, Sociology, Sport Science and Education, Fisheries Policies and Employment, History, Basic Education, Tourism, History of Turkish and Islamic Thought, Turkish Islamic Art, International Trade, International Economics, International Relations, Foreign Language Education, Local Governments, Administration, Higher Education Studies

The language of the congress is English or Turkish, and all full papers and abstracts submitted for publication in the congress on current issues have been evaluated by at least two referees by the blind reviewing method. 140 papers, abstracts and posters were accepted for oral presentation and publication as a result of peer review. We would like to thank all the researchers who have shown interest in the Congress.

IMASCON 2019 ORGANIZATION

IMASCON 2019, organized by Kocaeli University and (KOÜ) ve TUBITAK MAM and also sponsored by Kocaeli Metropolitan Municipality, Körfez Municipality, Kartepe Municipality, Gölcük Municipality and East Marmara Development Agency.

Imascon 2019 General Chair

Öznur GÖKKAYA (KOÜ)

Organizing Committee

Şükrü DURSUN (Konya Teknik Ü)

Arif ÖZKAN (Kocaeli Ü)

Serdar BİROĞUL (Düzce Ü)

Ömer GÜNGÖR (Kocaeli Ü)

Mustafa OF (Kocaeli Ü)

Barış DEMİR (Kocaeli Ü)

İsmail KILIÇASLAN (Kocaeli Ü)

Kazım KAHRAMAN (Kocaeli Ü)

SCIENTIFIC COMMITTEE

- Prof. Dr. Ahmet Küçük (Kocaeli U)
Prof. Dr. Alaeddin Bobat (Kocaeli U)
Prof. Dr. Ayşe Gül Gürek (Gebze Teknik U)
Prof. Dr. Bahadır Akın (Necmettin Erbakan U)
Prof. Dr. Durmuş Kaya (Kocaeli U)
Prof. Dr. Engin Özdemir (Kocaeli U)
Prof. Dr. Fabienne Dumoulin (Gebze Teknik U)
Prof. Dr. Fatma Çanka Kılıç (Kocaeli U)
Prof. Dr. Fazilet Burcu Candan (Kocaeli U)
Prof. Dr. C. Gazi Uçkun (Kocaeli U)
Prof. Dr. Hanefi Bayraktar (Bayburt U)
Prof. Dr. Hasan Latif (Kocaeli U)
Prof. Dr. Hasan Tutar (Sakarya U)
Prof. Dr. Hülya Gündüz Çekmecelioğlu (Kocaeli U)
Prof. Dr. Hysen Mankolli (Editor of IJEES, USA)
Prof. Dr. İlyas Uygur (Düzce U)
Prof. Dr. Juan Carlos (Roca U. of Huelva, Spain)
Prof. Dr. Kadri Süleyman Yiğit (Kocaeli U)
Prof. Dr. M. Emin Özdemir (Uludağ U)
Prof. Dr. Maan T. J. Maaroo (Mousul U., Iraq)
Prof. Dr. Mahmut Durmuş (Gebze Teknik U)
Prof. Dr. Mehmet Demirtaş (Bitlis Eren U)
Prof. Dr. Mustafa Yaşar (Karabük U)
Prof. Dr. Numan Akdoğan (Gebze Teknik U)
Prof. Dr. Novo Palakalovic (East Sarajevo U, Bosnia and Herzegovina)
Prof. Dr. Olena Demyanyuk (Institute of Agroecology and Environmental Management, Ukraine)
Prof. Dr. Resul Kara (Düzce U)
Prof. Dr. Shahabuddin Memon (University of Sindh, Pakistan)
Prof. Dr. Sibel Zor (Kocaeli U)
Prof. Dr. Şükrü Dursun (Konya Teknik U)
Prof. Dr. Ümit Alınçık (Kocaeli U)
Prof. Dr. Vefa Ahsen (Gebze Teknik U)
Prof. Dr. Tamara Milenkovic Kerkovic (University of Nis, Serbia)
Assoc. Prof. Dr. Azeta Tartaraj (Aleksander Moisiu Durres University, Albania)
Assoc. Prof. Dr. Flora Merko (Aleksander Moisiu Durres University, Albania)
Assoc. Prof. Dr. Eda Bezhani (Aleksander Moisiu Durres University, Albania)
Assoc. Prof. Dr. Brunela Trebicka (Aleksander Moisiu Durres University, Albania)
Assoc. Prof. Dr. Lyudmyla Symochko (Uzhhorod National University, Ukraine)
Assoc. Prof. Dr. Nagip Skenderi (University of Prishtina, Kosovo)
Assoc. Prof. Dr. Natalya Gudkova (The State Ecological Academy, Ukraine)
Assoc. Prof. Dr. Arif Özkan (Kocaeli U)
Assoc. Prof. Dr. Arzu Yüce Morkoyunlu (Kocaeli U)
Assoc. Prof. Dr. Ayşe GÜNSEL (Kocaeli U)
Assoc. Prof. Dr. Ebubekir Ayan (Kocaeli U)
Assoc. Prof. Dr. Erdinç Doğan (Kocaeli U)
Assoc. Prof. Dr. Esra Alınçık (Kocaeli U)
Assoc. Prof. Dr. Fadime Sertçelik (Kocaeli U)
Assoc. Prof. Dr. Fatih Koç (Kocaeli U)
Assoc. Prof. Dr. Ferah Yıldız (Kocaeli U)
Assoc. Prof. Dr. Gönül Konakay (Kocaeli U)
Assoc. Prof. Dr. Halil Atmaca (Artro Klinik)
Assoc. Prof. Dr. Hasan Kaya (Kocaeli U)
Assoc. Prof. Dr. Hüseyin Dikme (İstanbul Gelişim U)
Assoc. Prof. Dr. M. Kenan Döşoğlu (Düzce U)
Assoc. Prof. Dr. Orhan Gezici (Ömer Halis Demir U)
Assoc. Prof. Dr. Öznur Gökkaya (Kocaeli U)
Assoc. Prof. Dr. Samad Rahimi Aghdam (Tabriz U, Iran)
Assoc. Prof. Dr. Serhat Duman (Düzce U)
Assoc. Prof. Dr. Selda Uca (Kocaeli U)
Assoc. Prof. Dr. Sinan Aydın (Kocaeli U)
Assoc. Prof. Dr. Şükran Güzin Ilıcak Aydınalp (İstanbul Gelişim U)
Assoc. Prof. Dr. Yunus Taş (Kocaeli U)
Assist. Prof. Dr. Mazin Nazar Fadhel (Mosul U, Iraq)
Assist. Prof. Dr. A. Arzu Arı Bural (Kocaeli U)
Assist. Prof. Dr. Aslıhan Kuyumcu Vardar (Düzce U)
Assist. Prof. Dr. Aysun Kaya (İstanbul Gelişim U)
Assist. Prof. Dr. Fatih Sevgi (Selçuk U)
Assist. Prof. Dr. Fatma Oğuz Erdoğan (Kocaeli U)
Assist. Prof. Dr. İpek Sucu (İstanbul Gelişim U)
Assist. Prof. Dr. Kamuran Soylu (Kocaeli U)
Assist. Prof. Dr. Merve Doğan (Kocaeli U)
Assist. Prof. Dr. Nermin Demirkol (Kocaeli U)
Assist. Prof. Dr. Oğuz Polatel (Kocaeli U)

Assist. Prof. Dr. Oğuzhan Karahan (Kocaeli U)
Assist. Prof. Dr. Larissa Shragina (Mechnikov U, Ukraine)
Assist. Prof. Dr. Rüştü Taştan (Kocaeli U)
Assist. Prof. Dr. Safiye Bozkurt Ekren (Kocaeli U)
Assist. Prof. Dr. Seher Uçkun (Kocaeli U)
Assist. Prof. Dr. Serpil Özkurt Sivrikaya (Kocaeli U)
Assist. Prof. Dr. Serdar Biroğul (Düzce U)
Assist. Prof. Dr. Seyil Najimudinova (Kırgızistan Türkiye
Manas U)
Assist. Prof. Dr. Taner Erdoğan (Kocaeli U)
Assist. Prof. Dr. Vystavkina Daria (Mechnikov U, Ukraine)
Assist. Prof. Dr. Yasemin Katrancı (Kocaeli U)
Assist. Prof. Dr. Yusuf Budak (Kocaeli U)
Phd. Alba Ramallari (Aleksandër Moisiu U, Albania)
Phd. Alma Zisi (Aleksandër Moisiu U, Albania)
Phd. Blerina Vrenozi (Tirana U, Albania)
Phd. Mirela Alushllari (University of Albania, Albania)
Phd. Cand. Daniela Lika (Aleksander Moisiu Durres U,
Albania)
Phd. Jonida Gashi (Aleksander Moisiu Durres U, Albania)
Phd. Sonila Zerelli (Aleksander Moisiu Durres U, Albania)
Phd. Violeta Neza (Aleksander Moisiu Durres U, Albania)
Phd. Cand. Ariola Harizi (Aleksander Moisiu Durres U,
Albania)
Phd. Saeid Shojaei (University of Tabriz, Iran)
Dr. Ömer Güngör (Kocaeli U)
Dr. Ruhan Özel (Kocaeli U)
Dr. Moses M. Solomon (King Fahd University of Petroleum
and Minerals, Saudia Arabia)
Dr. Emma Gurashi Nikolaoy (University Of Patras, Greece)
Dr. Hisham M. Alidrisi (King Abdulaziz University, Saudi
Arabia)
Osman Taylan, King Abdulaziz University, Saudi Arabia
Dr. Thawee Numsakulwong (Rajamangala University of
Technology Isan, Tayland)
Dr. Reyhan Dadash (Azerbaycan Devlet Pedagoji
Üniversitesi, Azerbaycan)

IMASCON 2019 INVITED SPEAKERS

- Assoc. Prof. Dr. Flora MERKO, Albania
- Assoc. Prof. Dr. Luis Manuel Ferreira ROSEIRO, Portugal
- Prof. Dr. Tamara Milenkovic Kerkovic, Serbia
- Dr. Alma Zisi, Albania
- Dr. Alba Ramallari, Albania
- Assoc. Prof. Dr. Banu Inan Karagül, Turkey
- Dr. Reyhan Dadash, Azerbaijan
- Prof. Dr. Fernando Dominques Moita, Portugal
- Assoc. Prof. Dr. Nagib Skenderi, Kosovo
- Dr. Violeta Neza, Albania
- Prof.Dr. Özcan Gündoğdu, Turkey
- Prof.Dr. Novo Palakalovic, Bosnia and Herzegovina
- Prof.Dr. Maan T. J. Maarroof, Iraq
- Prof.Dr. Hysen Mankoli, USA
- Prof.Dr. Hab. Justyna Franc-Dabrowska, Poland
- Assoc.Prof.Dr. Lyudmyla Symochko, Ukraine
- Assist.Prof.Dr. Mazin Nazar Fadhel, Iraq

CONGRESS PROGRAMME**01 NOVEMBER Friday**

01 NOVEMBER Friday	
The Start of Registration Process	
OPENING SPEECHES - 10:15 / 11:00	
IMASCON PANEL I – 11:00 / 12:30	
SESSION CHAIR :	
Assoc. Prof. Dr. Flora Merko, Albania	Sürdürülebilirlik / Sustainability
Prof. Dr. Tamara Milenkovic Kerkovic, Serbia	
Dr. Alma Zisi, Albania	
Dr. Alba Ramallari, Albania	
Prof. Assoc. Dr. Banu Inan Karagül, Turkey	
Dr. Reyhan Dadash, Azerbaijan	
Dr. Mustafa Çöpoğlu, East Marmara Development Agency, Turkey	
ÖĞLE YEMEĞİ – 12:30 / 13:45	
IMASCON PANEL II – 14:00 / 14:45	
SESSION CHAIR :	
Prof. Dr. Luis Manuel Ferreira Roseiro, Portugal	Sürdürülebilirlik/ Sustainability
Prof. Dr. Fernando Dominques Moita, Portugal	
Assoc. Prof. Dr. Nagib Skenderi, Kosovo	
Dr. Violeta Neza, Albania	
Prof.Dr. Özcan Gündoğdu, Turkey	

01 NOVEMBER Friday 14:00 – 16:30 POSTER PRESENTATION		
Poster No		
S1	ADHURIM UKA	THE IMPACT OF THE GLOBAL FINANCIAL CRISIS ON KOSOVO'S ECONOMY
S2	NAGIP SKENDERI	LARGE FAMILY BUSINESS GROUPS IN KOSOVO

ORAL PRESENTATIONS		
01 November 2019	SESSION 1	Time 14:00 – 15:15
IMASCON Session 1.5 / 14:00 – 15:15		Hall : 5
SESSION CHAIR : Assist.Prof.Dr.Arzu ARI BURAL		
BETÜL BAYDAR IŞIK	THE USE OF MANGA COMICS IN MATHEMATICS EDUCATION	
ASSIST.PROF.DR.HILAL KARABULUT	EXAMINATION OF MOTHER-CHILD INTERACTION RETROSPECTIVELY	
İLKNUR GÜNEŞ	RENEWED PRIMARY EDUCATION MATHEMATICS TEACHING UNDERGRADUATE PROGRAM	
TUĞÇE AR	INVESTIGATION OF PRE-SERVICE CULTURE AND MATHEMATICS "PERCEPTIONS OF PROSPECTIVE MATHEMATICS TEACHERS	
MELTEM UMUR	EXAMINING THE QUALIFICATION OF UNDERGRADUATE AND GRADUATE STUDENTS TO RECOGNIZE MEASUREMENT TECHNIQUES USED IN THE QUESTIONS PREPARED	
ASSIST.PROF.DR.HILAL KARABULUT	THE EFFECT OF GROUP WORK ON THE UNIVERSITY STUDENTS' (FIRST GRADER) ADJUSTMENT AND RESILIENCE	
IMASCON Session 1.6 / 14:00 – 15:15		Hall : 6
SESSION CHAIR : Assoc.Prof.Dr.Dogan YÜKSEL		
CANSU AYKUT	GENDER-RELATED LINGUISTIC DIFFERENCES: THE CASE OF ENGLISH INSTRUCTORS WORKING AT A FOUNDATIONAL UNIVERSITY IN TURKEY	
HAYRIYE BACAĞIZ	PARTICLES IN GERMAN LANGUAGE AND THEIR TURKISH EQUIVALENTS IN THE TRANSLATIONS OF THE LITERARY WORKS	
MERVE BAYRAM	INVESTIGATING HOW EFL TEACHERS TEACH AND ASSESS GRAMMAR: A QUALITATIVE STUDY IN TURKEY	
KATARZYNA ANNA ZAKES GÖKTAN	STRATEGIES AND ACTIVITIES USED IN INQUIRY-BASED TEACHING IN EFL CLASSROOMS.	
LECTURER ZEHRA ÇOBAN	TEACHERS' BELIEFS AND PRACTICES IN EFL CLASSROOMS OVER CORRECTIVE FEEDBACK IN TURKEY	
ASSOC. PROF.DR. İBRAHİM ARPACI	FLIPPED-LEARNING APPLICATION CLASSROOM IN COMPUTER EDUCATION: A LITERATURE REVIEW	
Discussion		Coffee Break (15:15 – 15:30)

ORAL PRESENTATIONS		
01 November 2019	SESSION 2	Time 15:30 – 16:45
IMASCON Session 2.5 / 15:30 – 16:45		Hall : 5
SESSION CHAIR : Prof.Dr. Faik ÇELİK		
ASSOC.PROF.DR.FATİH TEMİZEL	SOCIAL MEDIA IN PUBLIC DISCLOSURE	
ASSIST.PROF.DR.NIDA ABDİOĞLU	THE IMPACT OF TAPERING ANNOUNCEMENTS ON BORSA İSTANBUL BANK INDEX	
LECTURER ÜMMÜHAN MUTLU	DO EMOTIONAL INTELLIGENCE INFLUENCE FINANCIAL BEHAVIORS?	
ASSOC.PROF.DR.FATİH TEMİZEL	INVESTIGATION OF SOCIAL MEDIA USAGE STATISTICS AND FINANCIAL PERFORMANCE OF COMPANIES IN BORSA İSTANBUL FOOD AND BEVERAGE INDEX	
ASSOC.PROF.DR.ALİ ÖZDEMİR	TENDENCIES OF COMPANIES OPERATING IN THE WEAVING AND CLOTHING SECTOR LISTED IN BORSA İSTANBUL TO USE FACEBOOK AND TWITTER	
PROF.DR.FAİK ÇELİK	INVESTIGATION OF THE FINANCIAL ATTITUDE OF VOCATIONAL SCHOOL STUDENTS IN TERMS OF SOME VARIABLES	
IMASCON Session 2.6 / 15:30 – 16:45		Hall : 6
SESSION CHAIR : Assoc.Prof.Dr.Gülşen ERDAL		
LECTURER DR.YILDIRIM ONUR ERDİREN	AN ASSESSMENT ON THE ACTIONS OF THE TODAY WITHIN THE SCOPE OF HUMAN ACTIONS ACCORDING TO ARISTOTELES	
ASLI KILIÇ	ANCIENT HARBORS OF İZMİR PENINSULA	
MUSTAFA AYAZ	INVESTIGATION OF CLAUDE MONET'S PERSPECTIVE ON NATURE	
ASSOC.PROF.DR.GÜLŞEN ERDAL	KOCAELİ KETENCİLER VILLAGE REPRESENTATIVE OF CIRCASSIAN MUSIC CULTURE "KETENCİLER WORED KUP - KETENCİLER MUSIC ENSEMBLE	
LECTURER DR. YILDIRIM ONUR ERDİREN	AESTHETIC ANALYSIS OF BURHAN DOĞANÇAY WORKS	
PROF. DR. ALAEDDİN BOBAT	PROBLEMS OF OBJECTION PROCESS IN ACADEMIC INCENTIVE	
Discussion 17:00)		Coffee Break (16:45 –

ORAL PRESENTATIONS		
01 November 2019	SESSION 3	Time 17:00 – 18:15
IMASCON Session 3.5 / 17:00 – 18:15		Hall : 5
SESSION CHAIR : Assoc.Prof.Dr.Rahmi YÜCEL		
ASSOC.PROF.DR.RAHMI YÜCEL	THE EFFECTS OF AUDITOR ENTREPRENEURSHIP ON AUDIT RESPONSIBILITY, NEPOTISM AND AUDITOR INDEPENDENCE	
BERNA TÜRKSOY	PHENOMENON OF IRREGULAR MIGRATION AND ITS EFFECTS ON TURKEY	
RESEARCH ASST. DR. ULVİ SANDALCI	NEGATIVE INCOME TAX AS A TOOL FOR COMBATING INEQUALITY IN INCOME DISTRIBUTION	
ASSOC.PROF.DR.RAHMI YÜCEL	THE ROLE OF INTERNAL SUPPLIER SERVICE QUALITY IN COST EFFICIENCY IN TRANSFER PRICING	
NESLIHAN ÇALIŞKAN	POSSIBLE EFFECTS OF FUEL TAXES ON CONSUMER BEHAVIORS	
ASSOC.PROF.DR.EHLINAZ TORUN KAYABAŞI	POSITIVE EFFECT OF ADVERTISING IN MARKETING	
IMASCON Session 3.6 / 17:00 – 18:15		Hall : 6
SESSION CHAIR : Prof. Dr. Süleyman SÖZEN		
ASSOC.PROF.DR.ŞİNAN AYDIN	PERCEPTION LEVELS OF CONCRETE CONCEPT IN MATHEMATICS EDUCATION	
MUSTAFA KEMAL YÜZBAŞIOĞLU	DETERMINATION OF SELF-EFFICIENCY BELIEFS OF SCIENCE TEACHER CANDIDATES FOR TEACHING ASTRONOMY ISSUES	
RESEARCH ASST. HÜLYA DEMİR YALEZE	A STUDY ON MEASUREMENT OF TEACHERS' COMMUNICATION SKILLS IN SECONDARY EDUCATION INSTITUTIONS: CASE OF İZMİT DISTRICT OF KOCAELİ	
ASSOC.PROF.DR.ŞİNAN AYDIN	THE ROLE OF MATHEMATICAL PROBLEM SOLVING IN MATHEMATICS EDUCATION	
BÜŞRA KIRAL	INVESTIGATION OF METAPHORIC PERCEPTIONS OF PRE-SERVICE MIDDLE SCHOOL TEACHERS ABOUT THE CONCEPT OF "GEOMETRY"	
ASSOC.PROF.DR.ŞİNAN AYDIN	CONCEPTION ERRORS IN PROOF OF ALGEBRAIC THEOREMS	
PROF. DR. SÜLEYMAN SÖZEN	THE IMPORTANCE OF COORDINATION AND COLLABORATION IN PREVENTION OF VIOLENCE AND DISORDER IN SPORTS AND PROBLEMS IN THIS FIELD	
Discussion		Coffee Break (18:15 – 18:30)

ORAL PRESENTATIONS		
01 November 2019	SESSION 4	Time 18:30 – 19:45
IMASCON Session 4.5 / 18:30 – 19:45		Hall : 5
SESSION CHAIR : Assist.Prof.Dr.Hafife BOZDEMİR YÜZBAŞIOĞLU		
MUSTAFA KEMAL YÜZBAŞIOĞLU	EXAMINING THE EFFECT OF SECONDARY STUDENTS' TAKING PART IN SCIENCE FAIRS ON THEIR MOTIVATION TOWARDS LEARNING SCIENCE	
MUSTAFA KEMAL YÜZBAŞIOĞLU	INVESTIGATION OF TEXTBOOK EVALUATION QUESTIONS ACCORDING TO TIMSS COGNITIVE DIMENSIONS: SCIENCE TEXTBOOK EXAMPLE	
ASSIST.PROF.DR.HAFIFE BOZDEMİR YÜZBAŞIOĞLU	INVESTIGATION OF THE RELATIONSHIP BETWEEN DAILY LIFE OF PRIMARY AND SECONDARY SCIENCE COURSE BOOKS	
OSMAN KAYNAR	TÜBİTAK 4004 EVALUATION OF THE PROJECT “DISCOVER NATURE AND SCIENCE CODE YOUR DREAMS”	
HASAN TAHSİN SALUR	IMAGES IN PRIMARY AND SECONDARY SCIENCE TEXTBOOKS	
ZÜLKÜF OSMAN GÜL	THE EFFECT OF 5E MODEL SUPPORTED BY ALGODOO SOFTWARE IN THE LIGHT UNIT OF 7 TH GRADE SCIENCE LESSON ON ACADEMIC ACHIEVEMENT AND MOTIVATION OF STUDENTS	
IMASCON Session 4.6 / 18:30 – 19:45		Hall : 6
SESSION CHAIR : Assist.Prof.Dr.İbrahim MUTLU		
LECTURER.SADETTİN YILMAZ	ESTIMATION OF DAMAGE COSTS DUE TO ICE LOAD IN ENERGY TRANSMISSION AERIAL LINES BY USING INDEX NUMBERS	
LECTURER.SADETTİN YILMAZ	ECONOMIC ANALYSIS OF BIRD REPELLENT SYSTEMS IN ENERGY TRANSMISSION AERIAL LINES	
LECTURER. ÜMMÜHAN MUTLU	THE EFFECT OF PERSONALITY TRAITS ON FINANCIAL RISK TOLERANCE	
RESEARCH ASST. HÜSEYİN GÜVENOĞLU	THE RELATIONSHIP BETWEEN FOREIGN DIRECT INVESTMENTS AND ECONOMIC GROWTH IN TURKEY	
DR. MUSA BAYIR	THE RELATIONSHIP BETWEEN CONSUMER LOANS AND INFLATION: THE CASE OF TURKEY	
ASSIST.PROF.DR.İBRAHİM MUTLU	TÜRKİYE'DE PEDIATRİK VE YENİDOĞAN YOĞUN BAKIMI YATIRIMINDA TIBBİ CİHAZ PAYI VE ETKİSİ	
ASSIST.PROF.DR KAMURAN SOYLU	PROBLEMS ENCOUNTERED IN DETERMINING THE PLACE OF EXAMINATION OF COMMERCIAL BOOKS	

02 NOVEMBER Saturday		
ORAL PRESENTATIONS		
02 November 2019	SESSION 5	Time 09:00 – 10:15
IMASCON Session 5.5 / 09:00 – 10:15		Hall : 5
SESSION CHAIR : Assoc.Prof.Dr.Fatih KOÇ		
DR. AYŞEGÜL KARATAŞ	IMPACT OF EXCHANGE RATE SHOCKS ON SECTORAL INTERNATIONAL TRADE	
RESEARCH ASST. SEDA CELEP	AN EVALUATION ON GREENWASH AND PURCHASE BEHAVIOUR	
ASSOC.PROF.DR.FATİH KOÇ	EXAMINING OF VOTER INVOLVEMENT LEVELS IN POLITICAL MARKETING	
ASSOC.PROF.DR.FATİH KOÇ	THE EFFECTS OF CITY IMAGE ON PLACE ATTACHMENT: THE CASE OF KANDIRA	
YOUSEF ALMANASREH	THE EFFECT OF CONSUMER ETHNOCENTRISM AND COUNTRY OF ORIGIN ON THE ATTITUDE TOWARD THE BRAND, PERCEIVED VALUE AND PURCHASE INTENTION: A RESEARCH ON TURKISH AND KOREAN PRODUCTS.	
IMASCON SESSION 5.6 / 09:00 – 10:15		HALL : 6
SESSION CHAIR : Assist.Prof.Dr.Gözde KOCA		
ASSIST.PROF.DR.GÖZDE KOCA	WEIGHTED WITH THE AHP METHOD TO SUSTAINABLE MARINE INITIATIVES IN TURKEY	
EMEL YILMAZ	AN EXAMINATION OF THE CYBERCHONDRIA LEVELS OF PATIENTS: THE CASE OF RESEARCH HOSPITAL	
MELISA NARIN	DETERMINATION OF IMPORTANCE LEVELS OF THE ACCEPTANCE CRITERIA USED AT GRADUATE AND DOCTORATE STUDENT SELECTION INTERVIEW THROUGH SWARA METHOD	
SELİN BABACAN	EVALUATION OF THE FEATURES OF TEXTILE PRODUCTS AFFECTING CHANGING PURCHASING BEHAVIOURS OF FEMALE CUSTOMERS WITH FAST FASHION CONCEPT THROUGH SWARA METHOD	
DR. LEYLA ŞENOL	THE RELATIONSHIP BETWEEN MASCULINITY AND FEMININE CULTURE AND SOCIAL INNOVATION: A RESEARCH BY UNIVERSITY STUDENTS	
ASSIST.PROF.DR.GÖZDE KOCA	ANALYZING THE SOCIO ECONOMIC STATUS OF WOMEN IN TURKEY AND EU COUNTRIES USING ENTROPY BASED ARAS, MAUT AND SAW METHODS	
Discussion		Coffee Break (10:15 – 10:30)

ORAL PRESENTATIONS		
02 November 2019	SESSION 6	Time 10:30 – 11:45
IMASCON Session 6.5 / 10:30 – 11:45		Hall : 5
SESSION CHAIR : Assoc.Prof.Dr.Banu İNAN KARAGÜL		
ASSOC.PROF.DR. BANU İNAN KARAGÜL	A REVIEW OF THESES ON TEACHER COGNITION IN THE TURKISH EFL CONTEXT	
BÜŞRA ULU	EXPLORING PRACTICES AND ATTITUDES OF EFL INSTRUCTORS ABOUT L1 USE	
ASSIST.PROF.DR. SERPİL ÖZKURT SIVRIKAYA	THE STUDY OF UNIVERSITY STUDENTS AND THE REASONS FOR CHOOSING DEPARTMENT: CASE OF KOCAELI VOCATIONAL SCHOOL	
ZEHRA HİFA HİTALANY	“WRITTEN CORRECTIVE FEEDBACK AND ERROR FEEDBACK” STUDIES ON TEACHING TURKISH TO FOREIGNERS	
ASSIST.PROF.DR. SERPİL ÖZKURT SIVRIKAYA	CHEMİSTRY PROGRAM STUDENTS DAILY USE CHEMİCALS	
DR.ORHAN ÇELTİKÇİ	MUSTAFA KEMAL ATATÜRK'S VIEWS ON TURKISH LANGUAGE IN THE AXIS OF TURKISH WORLD	
IMASCON Session 6.6 / 10:30 – 11:45		Hall : 6
SESSION CHAIR : Prof. Dr. Sima NART		
LECTURER DR. NİLAY KARASAKAL	LEADERSHIP DEFINITIONS OF WHITE COLLAR WORKERS IN THE CONTEXT OF ORGANIZATIONAL TRUST: A FIELD RESEARCH	
ASSIST.PROF.DR.ÖZLEM ATAN	A RESEARCH ON THE EFFECTS OF INTERNAL MARKETING PRACTICES ON EMPLOYEE HAPPINESS AND INTENTION TO STAY IN WORK	
PROF. DR. SİMA NART	PUBLIC EMPLOYEES' VIEWS ON WHISTLBLOWING	
GÜVEN KARAMAN	TRENDS RELATED TO HUMAN RESOURCES MANAGEMENT IN TEXTILE BUSINESSES; THE CASE OF GİRESUN AND ORDU	
LECTURER ASIYE YÜKSEL	INNOVATIVE LEADERSHIP IN INNOVATION MANAGEMENT AND THE PLACE OF THE CREATIVE PERSON IN THE LITERATURE	
LECTURER ASIYE YÜKSEL	AN ANALYSIS OF THE RESPONSIBLE MANAGEMENT PRINCIPLES UNDER THE UNITED NATIONS GLOBAL INTEGRITY PROGRAM UNPRM	
Discussion		Coffee Break (11:45 – 12:00)

ORAL PRESENTATIONS		
02 November 2019	SESSION 7	Time 12:00 – 13:15
IMASCON Session 7.5 / 12:00 – 13:15		Hall : 5
SESSION CHAIR : Assist.Prof.Dr. Aysun KAYA		
ASSIST.PROF.DR.ZÜHAL ÖZDEMİR YAMAN	EVALUATION OF GASTRONOMIC PRODUCTS WHICH ARE SPECIFIC FOR BOLU CITY WITH RESPECT TO GEOGRAPHICAL INDICATION	
İBRAHİM TOĞRUL	MENU PLANNING AND SAMPLE MENU APPLICATIONS IN MASS FEEDING	
RESEARCH ASST.ASİLHAN SEMİH MUTLU	PRESENTATION DIFFERENCES IN GASTRONOMY THEMED MUSEUMS	
RESEARCH ASST. ASİLHAN SEMİH MUTLU	FORMS OF EXHIBITIONS OF CULINARY MUSEUMS: ŞANLIURFA HACIBANLAR EVİ CULINARY MUSEUM EXAMPLE	
RESEARCH ASST.MERİH TATLI	THE KNOWLEDGE, ATTITUDES AND PRACTICES OF FOOD ALLERGIES OF RESTAURANT EMPLOYEES IN ISTANBUL, TURKEY	
CENNET YAVUZ	THE EFFECT OF TELEVISION HEALTH PROGRAMS IN IMPROVING HEALTH ATTITUDES OF INDIVIDUALS: SAMPLE OF SAKARYA	
IMASCON Session 7.6 / 12:00 – 13:15		Hall : 6
SESSION CHAIR : Assoc.Prof.Dr.		
MEHMET DUMAN	INVESTIGATION OF SPORT SERVICES IN THE PROVINCIAL ORGANIZATION OF THE MINISTRY OF YOUTH AND SPORTS FOR PERSONNEL NEEDS (EXAMPLE OF KOCAELİ PROVINCE)	
RESEARCH ASST. AYŞEGÜL FUNDA ALP	“WHAT WOMEN KNOW HOW TO PLAY GAMES(!)” : ESPORT THROUGH WOMEN'S EYES	
RESEARCH ASST. GÖKHAN ÇAKMAK	A REVIEW ON E-TICKET IN TURKISH FOOTBALL	
KUBİLAY PARILTI	2020 TURKEY-KOCAELİ YOUNG WORLD ORYANTRING CHAMPIONSHIPS CONTRACTOR STAKEHOLDER INSTITUTIONS ORGANIZATIONAL APPROACH OF KOCAELİ MUNICIPALITY	
TALHA ALTUNTAŞ	EXAMINATION OF THE MANAGEMENT AND IMPLEMENTATION PROCESSES OF KOCAELİ METROPOLITAN MUNICIPALITY KOBİS (KOCAELİ BICYCLE TRANSPORTATION SYSTEM) PROJECT	
EZGİ ÇİÇEK	PLANNING AND MODEL PROPOSAL OF SYRIAN REFUGEES IN TURKEY IN TENT CITIES SPORTS AND RECREATION ACTIVITIES	
Discussion		Coffee Break (13:15 – 13:30)

ORAL PRESENTATIONS		
02 November 2019	SESSION 8	Time 13:30 – 14:45
IMASCON Session 8.5 / 13:30 – 14:45		Hall : 5
SESSION CHAIR : Prof. Dr. İrfan Kaya ÜLGER		
SONGÜL ÖZDEMİR	THE PROBLEM OF PEACE AND SECURITY IN AFRICA: AFRICOM'S FIGHT AGAINST TERRORISM	
BÜŞRA ERBİL	ESTABLISHMENT AND DEVELOPMENT OF BLACK SEA ECONOMIC COOPERATION ORGANIZATION	
SONGÜL ÖZDEMİR	A REVIEW OF INDIA'S AFRICAN POLICY	
EBRU ARSLAN	ARMENIAN AZERBAIJAN RELATIONS IN THE PERSPECTIVE OF THE MOST MONTH MOUNTAIN MONTENEGRO	
ZEYNEP BAKIR	THE OVERVIEW OF CORPORATION TAX OF ACCOUNTING PROFESSIONALS	
PROF. DR. İRFAN KAYA ÜLGER	THE EU'S CONTRIBUTION TO PEACE AND STABILITY IN THE WESTERN BALKANS	
IMASCON Session 8.6 / 13:30 – 14:45		Hall : 6
SESSION CHAIR : Assoc.Prof.Dr. Meryem GÜRBÜZ		
ASSOC.PROF.DR.MERYEM GÜRBÜZ	MATTER OF ESTABLISHING LEGITIMACY OF THE POWER: EXAMPLE OF KHWAREZMIANS (1097-1231)	
ZAFER ÖZEN	TEVFİK RUSHDİE AND HIS POLİTİCAL LİFE	
ASSOC.PROF.DR.ESMA TORUN ÇELİK	THE REFLECTIONS OF THE DECLARATION OF THE TURKISH REPUBLIC IN AMERICAN PRESS	
DR. ABDULCELİL IŞIK	THE STRUGGLE BETWEEN THE ATABEK OF ALEPPO MELİK SALEH ISMAIL AND SALAH AL-DİN AYYUBİ	
RASILYA KARIMOVA	TRADITIONS ABOUT MARRIAGE IN AYAZ ISHAKI'S STORY “KIYÄW”	
Discussion		Coffee Break (14:45 – 15:00)

ORAL PRESENTATIONS		
02 November 2019	SESSION 9	Time 15:00 – 16:15
IMASCON Session 9.5 / 15:00 – 16:15		Hall : 5
SESSION CHAIR : Assoc.Prof.Dr.Tahsin GÜLER		
ASSIST.PROF.DR.TAHSİN GÜLER	IMPACT OF THE OMBUDSMAN INSTITUTION IN THE CONTROL OF BUREAUCRACY	
ŞAH ASLI KARATAŞ	CLASSIFICATION OF OECD COUNTRIES WITH RESPECT TO HEALTH STATUS INDICATORS VIA CLUSTER ANALYSIS	
ASSIST.PROF.DR.TAHSİN GÜLER	EVALUATION OF LOCAL GOVERNMENT REFORM IN THE CONTEXT OF DECENTRALIZATION AND CENTRALIZATION IN TURKEY	
LECTURER KAMİL ÇAYIRLI	ZINGAT_CONDUCTING THE BEST HOUSE PRICE PREDICTION MODEL FOR TURKISH HOUSING MARKET BY MACHINE LEARNING	
LECTURER KAMİL ÇAYIRLI	RELATIONSHIP BETWEEN HOUSE VALUES AND MACROECONOMIC INDICATORS IN TURKISH RESIDENTIAL MARKET	
SEMIHA SÖNMEZ	THE END OF GLOBALIZATION: THE PROBLEM OF FOREIGN CAPITAL COMPETITION	
IMASCON Session 9.6 / 15:00 – 16:15		Hall : 6
SESSION CHAIR : Assoc.Prof.Dr. Hüseyin DİKME		
ASSOC.PROF.DR.FATİH KOÇ	DO ATTITUDES TOWARD THE MOBILE ADS DIFFERENT ACCORDING TO THE CONSUMERS' DEMOGRAPHIC CHARACTERISTICS	
ASSIST.PROF.DR.DUYGU FIRAT	A RESEARCH ON THE RELATIONSHIP BETWEEN CONSUMER PERSONALITY AND BRAND TRUST	
ASSIST.PROF.DR.ŞENOL HACİFENDİOĞLU	THE EFFECT OF WORD OF MOUTH MARKETING ON PURCHASING INTENT IN SOCIAL MEDIA	
RESEARCH ASST. HAZEL MİHRİBAN KARACA	AN EXPLORATORY STUDY TO DETERMINE CONSUMERS' PURCHASE PROCRASTINATION REASONS: THE CASE OF SAKARYA	
ASSIST.PROF.DR.KAZIM MERT	WHY ARE YOU TIRED OF LIFE. HOWEVER, I AM VERY HAPPY IN SHOPPING CENTERS. ANALYSIS OF THE HAPPINESS OF TIRED PEOPLE IN SHOPPING CENTERS BY PHOTO BASED STORYTELLING TECHNIQUE	
Discussion		Coffee Break (16:15 – 16:30)

ORAL PRESENTATIONS		
02 November 2019	SESSION 10	Time 16:30 – 17:45
IMASCON Session 10.5 / 16:30 – 17:45		Hall : 5
SESSION CHAIR : Assoc.Prof.Dr.Öznur GÖKKAYA		
DİLAY GÜVENÇ	A STUDY FOR THE FUTURE OFFICE AND WORKING ENVIRONMENT EXPECTATIONS OF “GENERATION Z”	
ÇİĞDEM TUZLAKOĞLU	CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY; DIFFERENCES WITH QUALITY MANAGEMENT SYSTEM AND SA 8000 SOCIAL RESPONSIBILITY STANDARD	
LECTURER OKTAY ÇETİN	PLACE ATTACHMENT: THE CASE OF KANDIRA	
CEYDA NUR CİHAN	GENDER ROLES AND CHILDREN	
LECTURER DR. ÖZLEM KÜÇÜK	THE CARTOONS OF HEIDI AND VIKING ON THE DISCOURSE OF AGE OF REASON WITH INDIVIDUAL LIBERTY DURING LIBERAL ENLIGHTENMENT.	
ASSOC.PROF.DR. AYSEN KANDEMİR ŞİMŞEK	STATİSCİAL ANALYSİS OF THE LEVEL OF JOB SATİSFACİON OF THE EMPLOYED BY ECONOMIC ACTİVİTY AND OCCUPATİONAL GROUP	
IMASCON Session 10.6 / 16:30 – 17:45		Hall :6
SESSION CHAIR : Assoc.Prof.Dr.Yılmaz AKGÜNDÜZ		
ASSOC.PROF.DR.YILMAZ AKGÜNDÜZ	THE ANALYSIS OF ARTICLES RELATED TO ORGANIZATIONAL REVENGE	
RESEARCH ASST. MEHMET BOYRAZ	THE USE OF GEOTHERMAL RESOURCES: CASE OF THERMAL HOTELS	
RESEARCH ASST.MEHMET BOYRAZ	EVALUATION OF TOURISM CONGRESS: CASE OF TURKEY 2018	
MESUD UZUN	AN INVESTIGATION THE APPLICABILITY OF SERVICE QUALITY, BRAND NAME, BRAND TRUST AND BRAND IMAGE SCALES ON FRANCHISE FOOD AND BEVERAGE BUSINESSES	
AYŞEGÜL COŞKUN	EVALUATION OF THE POTENTIAL OF CONGRESS TOURISM IN KOCAELI PROVINCE	
IMASCON Session 10.7 / 16:30 – 17:45		Hall :7
SESSION CHAIR : Prof. Dr. Ceylan Gazi UÇKUN		
LECTURER BARIŞ DEMİR	RESEARCH OF THE ACADEMIC GRIT LEVELS OF VOCATIONAL SCHOOL STUDENTS IN TERMS OF CERTAIN ASSESSMENT REQUIREMENTS	
ASSIST.PROF.DR.SEHER UÇKUN	COGNITIVE INTELLIGENCE (IQ) OR EMOTIONAL INTELLIGENCE (EQ) IMPORTANT IN RECRUITMENT INTERVIEWS?	
LECTURER İSMAIL KILIÇASLAN	BUSINESS AND ENVIRONMENT SENSITIVITY COST ANALYSIS OF SUSTAINABILITY	
LECTURER ZAFER CESUR	ELECTRONIC SUPPLY CHAIN APPLICATIONS: SOFTWARE USED IN LOGISTICS ACTIVITIES AND EVALUATION OF ITS EFFECTS ON LOGISTICS BUSINESSES	
LECTURER ZAFER CESUR	A RESEARCH TO DETERMINE BRAND LIKEABILITY IN THE MOBILE PHONE INDUSTRY	
LECTURER. İSMAIL KILIÇASLAN	ACCOUNTING PERSPECTIVE ON SUSTAINABILITY IN BUSINESS	

ORAL PRESENTATIONS		
02 November 2019	SESSION 11	Time 18:00 – 19:15
IMASCON Session 11.3 / 18:00 – 19:15	Hall : 3	
SESSION CHAIR : Assoc.Prof.Dr.İpek SUCU		
ASSIST.PROF.DR.AYSUN KAYA DENİZ	THE TERM OF POPULARITY IN THE DIGITAL AGE AND THE KID YOUTUBERS IN CONCEPT OF CONSUMPTION CULTURE	
KIMBAT AKHAYEVA	MANIPULATION OF CINEMA TO YOUNG PEOPLE,	
ADEM BALTACI	GRAND EXAM (ARTIFICIAL INTELLIGENCE)	
ASSIST.PROF.DR.İPEK SUCU	AN EXAMPLE ON ARTIFICAL INTELLIGENCE AND ARTIFICIAL INTELLIGENCE FILM: WORLD OF ROBOTS	
SELMA DAĞCI	EXAMINATION OF ELECTRONIC COMPLAINT APPLICATIONS IN HEALTH COMMUNICATION OF A GROUP OF PUBLIC HEALTH INSTITUTIONS	
ASSIST.PROF.DR.HÜSNÜNUR ASLANTÜRK	PSYCHOSOCIAL SUPPORT IN PRE-HOSPITAL EMERGENCY HEALTH SERVICES	
Discussion		Coffee Break (16:15 – 16:30)
IMASCON Session 11.5 / 18:00 – 19:15	Hall : 5	
SESSION CHAIR : Assoc.Prof.Dr. Şükran Güzin İLİCAK		
ASSIST.PROF.DR.EMRE ORUÇ	INVESTIGATION OF THE EFFECTS OF WORK ENGAGEMENT ON TURNOVER INTENTIONS	
LECTURER DR. NİLAY KARASAKAL	THE IMPORTANCE OF DISASTER TRAINING IN THE FIGHT AGAINST DISASTER AND EMERGENCY : A FIELD RESEARCH	
ASSIST.PROF.DR.OKAN ŞENELDIR	HOW LEADERSHIP TYPES CAN IMPACT CORPORATE EMOTIONAL INTELLIGENCE AND HUMAN RESOURCES MOTIVATION IN THE CRISIS AND STRESS PROCESS?	
ASSIST.PROF.DR.OKAN ŞENELDIR	RELATIVE MOVEMENT IN MANAGEMENT: MUTUAL PREJUDICE BETWEEN MANAGERS AND EMPLOYEES	
SUZAN KALUÇ	DETERMINATION OF HEALTH LITERACY LEVEL OF HEALTH WORKERS	
ANIL SÖKELİ	CULTURAL POLICIES OF MUNICIPALITIES: THE CASE OF İZMİT MUNICIPALITY	

IMASCON Session 11.6 / 18:00 – 19:15 Hall :6	
SESSION CHAIR : Assoc.Prof.Dr.Yılmaz AKGÜNDÜZ	
ASSOC.PROF.DR. YILMAZ AKGÜNDÜZ	EMPIRICAL RESEARCHES RELATED TO LEADERSHIP IN THE HOTEL BUSINESSES: INVESTIGATION SCIENCE DIRECT DATABASE
LECTURER FATMA ÜÇLER	CHARACTERISTICS OF THE SCIENTIST IN HIS WORK : “A SCIENTIST'S NOVEL, MUSTAFA İNAN”
EYLEM KARA	DETERMINATION OF THE ATTITUDE OF DOMESTIC TOURISTS TO ISTANBUL STREET ...
HANIFE AKYÜZ	TOURISM BASED ON NATURAL RESOURCES: ORDU PROVINCE AND JUKKASJARVİ CASES
FATMA MELIKE KÖRPE	THE EFFECT OF DIFFERENT DESIGNS IN THE HOTEL AND EXPERIENCE SEEKING OF CUSTOMERS ON HOTEL BUSINESSES
HALIDE PALAVAR	AYA TEKLA (MERYEMLIK) CHURCH IN MERSİN PROVINCE AND THE VIRGIN MARY HOUSE/CHURCH IN İZMİR PROVINCE ...
IMASCON Session 11.7 / 18:00 – 19:15 Hall : 7	
SESSION CHAIR : Prof. Dr. Ceylan Gazi UÇKUN	
PROF. DR. CEYLAN GAZI UÇKUN	DETERMINATION OF ACADEMIC SELF HANDICAPPING LEVELS OF VOCATIONAL
LECTURER. ZAFER CESUR	AN ASSESSMENT OF THE IMPACT OF GEOGRAPHICALLY MARKED PRODUCTS ON THE DEVELOPMENT OF REGIONAL TOURISM
LECTURER. İSMAIL KILIÇASLAN	GLOBAL BRANDS - GLOBAL CULTURE: COCA-COLA CASE
LECTURER. BARIŞ DEMİR	EXAMINATION OF ACADEMIC COMMUNICATION SKILLS OF FACULTY MEMBERS IN VOCATIONAL
ASSOC.PROF.DR.FATİH AKBULUT	SMART CITY TRANSPORTATION SYSTEMS SUPPORTED BY MOBILE APPLICATIONS FOR URBAN SERVICE DELIVERY WITHIN THE FRAMEWORK OF SMART CITIES CONCEPT; E-KOMOBİL APPLICATION

03 NOVEMBER Sunday

KOCAELİ ŞEHİR GEZİLERİ – 12:00

ABSTRACTS AND POSTERS

AFRİKA'DA BARIŞ VE GÜVENLİK SORUNU: AFRİCOM'UN TERÖRİZMLE MÜCADELESİ

Songül Özdemir

Gaziosmanpaşa Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler
songull.ozdemirr13@gmail.com

Özet

Terörizm insanlık tarihi kadar eski bir geçmişe sahip olmakla birlikte günümüzde de dünyada en önemli problem olarak varlığını sürdürmektedir. Terörizmin etkili olduğu bölgelerden biri de küresel güçler tarafından cetvelle çizilen Afrika Kıtasıdır. Afrika'da artan terörün temelinde; başta ABD olmak üzere, sanayii güçlü olan gelişmiş ülkelerin doğal kaynaklara bağımlılığı yatıyor. Afrika'daki terörizmi önlemek amacıyla ABD 2007 yılında Amerika Birleşik Devletleri Afrika Komutanlığını (AFRİCOM'u) kurdu. Bu çalışmanın temel amacı; Afrika Kıtasında var olan terörizmin nedenlerini, Kıta'da bulunan terör örgütlerinin faaliyetlerini, küresel güçlerin örgütlere olan desteklerini ya da engel olmak için gösterdikleri çabayı inceleyerek AFRİCOM'un Afrika'daki varlığını ele almaktır. Bu amaç doğrultusunda, Terörizmin Afrika'da gelişimi nasıl olmuştur? Kıtada bulunan örgütleri destekleyen küresel güçlerin amaçları nelerdir? Örgütlerin faaliyetlerinin Kıtaya verdiği yıkımın boyutu ne derecedir? Küresel güçlerin terörü önlemek için girişimde bulundular mı, etkili oldu mu? AFRİCOM'un Afrika'daki varlığı terörü önledi mi? sorularına cevap aranacaktır. Çalışma boyunca; tarihsel olgu ve olaylar eşliğinde resmi kanallardan elde edilen veriler analiz edilecektir.

Anahtar Kelimeler Terörizm, AFRİCOM, Küresel Güç, Bölgesel Çıkarlar

THE PROBLEM OF PEACE AND SECURITY IN AFRICA: AFRICOM'S FIGHT AGAINST TERRORISM

Abstract

Although terrorism has a history as ancient as human history, it still exists today as the most important problem in the world. One of the regions where terrorism is effective is the African continent, drawn by global powers. At the heart of the growing terror in Africa lies the dependence of developed countries, especially the United States, whose industry is strong, on Natural Resources. In order to prevent terrorism in Africa, the United States established the United States Africa Command (AFRICOM) in 2007. The main purpose of this study is to examine the causes of terrorism in the African continent, the activities of terrorist organizations in the continent, the support of global powers to organizations or their efforts to prevent Africom's presence in Africa. For this purpose, How has Terrorism developed in Africa? What are the aims of the global powers that support organisations on the continent? To what extent is the extent of the devastation caused by the activities of organisations to the continent? Have global powers attempted, effectively, to prevent terrorism? Did AFRICOM's presence in Africa prevent terrorism? your questions will be answered. During the course of the study, data obtained from official channels will be analyzed with historical facts and events.

Keywords Terrorism, AFRICOM, Global Power, regional interests

TÜRKİYE VE AB ÜLKELERİNDE KADINLARIN SOSYOEKONOMİK STATÜSÜNÜN ENTROPİ TEMELLİ ARAS, MAUT VE SAW YÖNTEMLERİ İLE DEĞERLENDİRİLMESİ

Müge Yılmaz

Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi İİBF İktisat
mmuge_89@hotmail.com

Gözde Koca

Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi İİBF İşletme
gozde.koca@bilecik.edu.tr

Mevludiye Şimşek

Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi İİBF İktisat
mevludiye.simsek@bilecik.edu.tr

Özet

Bu çalışmada Türkiye ve AB ülkelerinde kadınların sosyoekonomik statüsünün çok kriterli karar verme (ÇKKV) yöntemleri ile değerlendirilmesi konusu ele alınmıştır. Ülkelerin verileri; kadınlarda kişi başına düşen gelir, istihdam oranı, işgücüne katılım oranı, okullaşma oranı (ilk-orta-yüksek öğretim), sağlıklı yaşam beklentisi, politik katılım oranı ve insani kalkınma endeksi (HDI) kriterleri çerçevesinde değerlendirilmiştir. Değerlendirmede kullanılan bu kriterler, ülkelerin 2016 yılına ait verilerinden elde edilmiştir. Öncelikle Entropi yöntemi ile kriterlerin ağırlıkları belirlenmiştir. Elde edilen kriter ağırlıkları ARAS, MAUT ve SAW yöntemleri kullanılarak ülkelerin performanslarına göre üç ayrı sıralama yapılmıştır. Daha sonra tek bir sıralama elde etmek için Borda yöntemi kullanılmıştır. Değerlendirme sonucunda ilk üç sırada İsveç, Danimarka ve Hollanda; son üç sırada ise Romanya, Hırvatistan ve Macaristan yer almaktadır. Türkiye ise 21. sırada bulunmaktadır.

Anahtar Kelimeler Çok Kriterli Karar Verme, ARAS, MAUT, SAW, Kadınların Sosyoekonomik Statüsü

ANALYZING THE SOCIO ECONOMIC STATUS OF WOMEN IN TURKEY AND EU COUNTRIES USING ENTROPY BASED ARAS, MAUT AND SAW METHODS

Abstract

The aim of this study is to evaluate the socio-economic status of women with multi-criteria decision-making methods in Turkey and EU Countries. The data of the countries were evaluated within the framework of the criteria which estimated GNI per capita (PPP, female, Constant 2011 PPP \$), employment to population ratio (15+, female,%), labor force participation rate (% of female population ages 15-64), school age population (primary education- secondary education-tertiary education, female, number), healthy life expectancy, women's political participation rate, human development index of women (HDI). Then, using ARAS (Additive Ratio Assessment), MAUT (Multi-Attribute Utility Theory) and SAW (Simple Additive Weighting) methods, three different rankings of the countries have been made. Finally, Bordo method was used to obtain a single order. As a result of the evaluation, Sweden, Denmark and the Netherlands are in the top three and Romania, Croatia and Hungary are in the last three. Turkey ranks of the 21.

Keywords Multi Criteria Decision Making, ARAS, MAUT, SAW, Socio-Economic Status of Women

AFET EĞİTİMİNİN, AFET VE ACİL DURUM İLE MÜCADELEDE ÖNEMİ BİR ALAN ARAŞTIRMASI

Nilay KARASAKAL

Kocaeli Üniversitesi Kandıra Meslek Yüksekokulu İşletme Yönetimi
nkaleli78@hotmail.com

Özet

Afet ve acil durum ile mücadelede, farkındalık ve bilinç düzeylerinin artırılmasında temel şart; Afet ve Acil Durum Yönetimi (AADY) konusunda verilmesi gereken sürekli eğitimlerdir. Eğitim şartını, tüm paydaşlarla yani merkezi ve yerel yönetimlerle, özel sektörle, üniversitelerle ve en önemlisi de toplumla işbirliği içinde gerçekleştirmek, afet ve acil durumlar karşısında daha az zarar görme ve daha güvenli ortamlarda yaşamaya olanak sağlayacaktır. Sürecin en önemli paydaşı olarak görülmesi gereken toplum fertlerinin, yaşadıkları ya da yaşayacakları herhangi bir afet ve acil durum karşısında kendilerini ve çevrelerini koruyabilmeleri ve başa çıkabilmeleri için eğitim şarttır. Toplum bireyleri açısından, afet eğitiminin afet ve acil durum ile mücadelede önemini ortaya koymak, bu çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Sonuç olarak; AADY eğitimleri, afet ve acil durum ile mücadelede en önemli çözüm yollarından birisi olarak görülmelidir. Afet eğitimleri, toplum bireylerinin bu konuya karşı farkındalıklarını ve bilinç düzeylerini arttırmada önemli etken olacaktır.

Anahtar Kelimeler Afet Eğitimi, Afet ve Acil Durum Yönetimi, Eğitim, Farkındalık.

THE IMPORTANCE OF DISASTER TRAINING IN THE FIGHT AGAINST DISASTER AND EMERGENCY A FIELD RESEARCH

Abstract

The basic condition for raising awareness and consciousness level in combating disaster and emergency; Disaster and Emergency Management (DAEM) are the continuous training that should be given. It will enable training conditions to be carried out in cooperation with all stakeholders, is central and local authorities, private sector, universities and, most importantly, with the community, to make them less vulnerable to disasters and emergencies and to live in safer environments. Education is essential for the members of the community to be seen as the most important stakeholders of the process, to protect themselves and their environment and to cope with any disasters and emergencies. The purpose of this study is to reveal the importance of disaster education for disaster and emergency situations in terms of community members. As a result; AADY trainings should be seen as one of the most important solutions for combating disaster and emergency. Disaster trainings will be an important factor in raising awareness and consciousness level of community members towards this issue.

Keywords Disaster Training, Disaster and Emergency Management, Training, Awareness.

HİNDİSTAN AFRİKA POLİTİKASI ÜZERİNE BİR İNCELEME

Songül Özdemir

Gaziosmanpaşa Üniversitesi Fakülte Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler
songull.ozdemirr13@gmail.com

Özet

İçerisinde bulunduğumuz yüzyılın başlangıcı ile birlikte küresel ve bölgesel anlamda etkin güçler uluslararası sistemde güçlerini artırmak adına devletler Afrika açılımı ile gündeme geldiler. Başta ABD, Çin ve Rusya olmak üzere 2000’li yıllar itibarıyla uzun süreli sömürgecilik geçmişi olan Hindistan’da Afrika Kıtası üzerinde etkili olmaya başlamıştır. İkili ilişkilerin gelişiminde sömürgeci geçmişiyle ortak paydada birleşmiş olmaları önemli rol oynamıştır. Hindistan’ın Afrika politikasında temel unsur sömürgecilğe ve ırkçılığa karşı verilen mücadeleye destek olmasıdır. Gandhi ve ilk başbakan Nehru dönemlerinde sağlam bir temele oturtulmaya çalışılan ilişkiler; Soğuk Savaş dönemi ve sonrasında da olumlu yönde ilerlemeye devam etmiştir. 2000 sonrasında çeşitli projelerle Hindistan ve Afrika ilişkileri zirveye ulaşmıştır. Bu çalışmada yapılması amaçlanan 1948-2018 arası dönemde Hindistan ve Afrika ilişkilerini ekonomik ve siyasi boyutlarıyla incelemektir. Dönemlere göre değişiklik gösteren ilişkilerin yoğunluğuna etki eden sebepler tarihsel olgu ve olaylarla birlikte ele alınarak çözümlenmeye çalışılacaktır. Çalışmanın hedefi; ilişkilere etki eden faktörler nelerdir, lider algılarının etkileri ilişkilere nasıl yansımıştır, karşılıklı faydanın temel dinamiklerini oluşturan etkenler nelerdir ve gelecekte ilişkilerin yönü nasıl seyredebilir sorularına cevap aramaktır. Konunun daha anlaşılır kılınması için 3 temel dönemlendirme yapılacak olup bunlar; 1948-1990 arası dönem 1991 – 2002 ve 2002-2018 arası dönem ilişkileridir. Çalışma boyunca, karşılıklı zirveler, diplomatik girişimler ve üst düzey siyasi temaslar temel argümanlar olarak kabul edilecek, tarihsel olgu ve olaylar eşliğinde resmi kanallardan elde edilen veriler analiz edilecektir.

Anahtar Kelimeler Çok Yönlü Diplomasi, Afrika, Hindistan, Karşılıklı Fayda

A REVIEW OF INDIA'S AFRICAN POLICY

Abstract

With the beginning of the present century, the global and regional active forces came to the fore with the African initiative to increase their power in the international system. India, China and Russia, with a long history of colonialism as of 2000s, started to affect the African Continent. The unification of the colonial past and the common denominator played an important role in the development of bilateral relations. A key element in India's African policy is its support for the fight against colonialism and racism. The relations, which were tried to be established on a solid basis during Gandhi and the first Prime Minister Nehru, continued to progress in a positive direction during the Cold War period and after. After 2000, India and Africa relations reached their peak with various projects. The aim of this study is to examine the economic and political aspects of India and Africa relations between 1948-2018. The reasons affecting the intensity of the relations which vary according to the periods will be examined together with historical facts and events and will be tried to be resolved. The aim of the study is to look for answers to the questions of what are the factors affecting relationships, how are the effects of leader perceptions reflected on relationships, what are the factors that constitute the fundamental dynamics of mutual benefit and how can Relations be guided in the future. To make the subject more clear, 3 basic periodizations will be made and these are; 1948-1990 period 1991 – 2002 and 2002-2018 period relations. Throughout the study, mutual summits, diplomatic initiatives and high-level political contacts will be considered as the main arguments, and data from official channels will be analyzed, accompanied by historical facts and events.

Keywords : Multifaceted Diplomacy, Africa, India, Mutual Benefit

ÖRGÜTSEL GÜVEN BAĞLAMINDA BEYAZ YAKA ÇALIŞANLARIN LİDERLİK TANIMLAMALARI: BİR ALAN ARAŞTIRMASI

Nilay KARASAKAL

Kocaeli Üniversitesi Kandıra MYO Kandıra MYO İşletme Yönetimi
nkaleli78@hotmail.com

Özet

20. Yüzyıl, dünyada yeni düşüncelerin, yeni teknolojilerin, yeni örgüt yapılarının, yeni yönetim anlayışlarının doğup büyüdüğü bir yüzyılı temsil etmektedir. İşletmeler ve bu işletmelerin sahip oldukları lider- yöneticiler, çevrelerindeki hızlı değişim ve gelişmeler nedeni ile, bu yüzyılda hiç beklemedikleri veya önceden göremedikleri fırsat veya tehditlerle karşı karşıya kalmışlardır. Böyle bir ortamda varlıklarını sürdürebilenler ise, bu değişim ve gelişmeleri önceden görebilen ve bunlara karşı hazırlıklı olan işletmeler olabilmıştır ve gelecekte de öyle olması beklenmektedir. Değişim hızının artarak devam ettiği günümüzde, artık eski yönetim tarzlarını kullanarak teknolojiye ayak uydurmak veya değişim hızına ayak uydurabilmek için sadece teknolojilere sahip olmak da yeterli olmamaktadır. İşletmelerin yönetiminden sorumlu olan lider-yöneticilerin hesaba katmak zorunda oldukları bazı kritik noktalar vardır. Günümüzde bu lider yöneticilerin, hem çevrede meydana gelen değişiklikleri takip edebilmeleri, hem de yoğun rekabet ortamında güçlü olabilmeleri ve varlıklarını sürdürebilmeleri için, eski yönetim tarzlarını bırakmaları ve her şeyden önce bir gelecek görüşüne, “vizyona” sahip olmaları gerekmektedir. Ayrıca, bu liderlerin entelektüel, stratejik, demokratik, katılımcı, yenilikçi, harekete geçirici, dağıtımçı, babacan özelliklerini ortaya koymaları ve bu şekilde davranmaları gerekmektedir. Liderlik sürecinin gerçekleştirilebilmesi için başta güven gerekir. Güven olmadan bireylerin liderlerine inanması, ondan etkilenmesi ve harekete geçmesi mümkün olmayacaktır. Liderlik ile güven bir araya geldiğinde, bilinmezlik ve belirsizlik içerisinde, doğru sağlam ve bilinçli adımlar atılması mümkün olabilecektir. Çalışanlar yöneticileri bir lider gibi gördükleri zaman örgütsel güven bu ilişkinin temelini oluşturacak ve kendiliğinden ortaya çıkacaktır. Yapılan bu çalışma ile örgütsel güven bağlamında beyaz yaka çalışanların güven parametreleri açısından liderlik tipi tanımlamalarını ortaya koymak amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler Güven, Örgütsel Güven, Liderlik, Liderlik Tipleri.

LEADERSHIP DEFINITIONS OF WHITE COLLAR WORKERS IN THE CONTEXT OF ORGANIZATIONAL TRUST: A FIELD RESEARCH

Abstract

The 20th century represents a century in the world in which new ideas, new technologies, new organizational structures, new management approaches emerged. Because of the rapid changes and developments around them, businesses and their leaders have faced opportunities or threats that they had never expected or anticipated in this century. Those who survived in such an environment have been able to anticipate these changes and developments and are prepared for them and are expected to do so in the future. Nowadays, as the pace of change continues to increase, it is no longer sufficient to keep up with technology or to keep pace with the pace of change by using old management styles. There are some critical points that must be taken into account by the leader-managers responsible for the management of businesses. Today, these leading managers need to abandon their old management styles and, above all, to have a vision and a “vision için in order to be able to follow the changes that occur in the environment and to be strong and survive in the intense competition environment. In addition, these leaders are required to demonstrate and behave in an intellectual, strategic, democratic, participatory, innovative, motivating, distributive, paternalistic way. The leadership process requires trust in the first place. Without trust, individuals will not be able to believe in, be influenced by, and act upon their leaders. When leadership and trust come together, it will be possible to take correct, sound and conscious steps in obscurity and uncertainty. When employees see managers as leaders, organizational trust will form the basis of this relationship and emerge automatically. In this study, it is

aimed to reveal the leadership type definitions in terms of trust parameters of white collar employees in the context of organizational trust.

Keywords Trust, Organizational Trust, Leadership, Types of Leadership.

TÜKETİCİ ETNOSENTRİZMİ VE MENŞE ÜLKE ALGISININ MARKAYA YÖNELİK TUTUM, ALGILANAN ÜRÜN DEĞERİ VE SATIN ALMA NİYETİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: TÜRK VE KORE MENŞELİ ÜRÜNLER ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA

Yousef ALMANASREH

Kocaeli Üniversitesi Institute of Social Sciences Faculty of Economics Production Management and Marketing
Yousef.ALMANASREH@outlook.com

Özet

This study aims to examine the impact of consumer ethnocentrism and country of origin on attitude toward the brand, perceived value and purchase intentions for Turkish and Korean products in the white goods sector. For this purpose, a field study was conducted on a convenient sample of 328 consumers in Kocaeli. Data is collected by online and face to face surveys. The questionnaire used for the study is consisted of multi item scales measuring study variables. Responses were measured by 5-point Likert scale (1 = Strongly Disagree, 5 = Strongly Agree). Two brands from both countries of origin were selected after a preliminary study by surveying a sample of 45 participants (22 males, 23 females). Namely Samsung and Arçelik was selected to represent Korea and Turkey respectively. After running factor and reliability analyses, a series of regression analyses were performed to probe the effects of consumer ethnocentrism and country of origin on attitude toward the brand, perceived value and purchase intentions. Results revealed that, consumer ethnocentrism positively effects attitudes toward and perceived value for domestic brands. Further, it is found that country of origin exerted a positive effect on attitudes toward and perceived value of domestic brands. However, the effects of consumer ethnocentrism and country of origin on purchase intentions found to be non-significant. Accordingly, research and managerial implications of the findings are provided.

Anahtar Kelimeler Tüketici Etnosentrizm, Menşe Ülkesi, Markaya yönelik Tutum, Algılanan Değer, Satın Alma Niyeti.

THE EFFECT OF CONSUMER ETHNOCENTRISM AND COUNTRY OF ORIGIN ON THE ATTITUDE TOWARD THE BRAND, PERCEIVED VALUE AND PURCHASE INTENTION: A RESEARCH ON TURKISH AND KOREAN PRODUCTS.

Abstract

This study aims to examine the impact of consumer ethnocentrism and country of origin on attitude toward the brand, perceived value and purchase intentions for Turkish and Korean products in the white goods sector. For this purpose, a field study was conducted on a convenient sample of 328 consumers in Kocaeli. Data is collected by online and face to face surveys. The questionnaire used for the study is consisted of multi item scales measuring study variables. Responses were measured by 5-point Likert scale (1 = Strongly Disagree, 5 = Strongly Agree). Two brands from both countries of origin were selected after a preliminary study by surveying a sample of 45 participants (22 males, 23 females). Namely Samsung and Arçelik was selected to represent Korea and Turkey respectively. After running factor and reliability analyses, a series of regression analyses were performed to probe the effects of consumer ethnocentrism and country of origin on attitude toward the brand, perceived value and purchase intentions. Results revealed that, consumer ethnocentrism positively effects attitudes toward and perceived value for domestic brands. Further, it is found that country of origin exerted a positive effect on attitudes toward and perceived value of domestic brands. However, the effects of consumer ethnocentrism and country of origin on purchase intentions found to be non-significant. Accordingly, research and managerial implications of the findings are provided.

Keywords Consumer Ethnocentrism, Country of Origin, Attitude Towards the Brand, Perceived Value, Purchase Intenti

İZMİR YARIMADASI ANTİK LİMANLARI

Aşlı KILIÇ

Kocaeli Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Arkeoloji
klcasli95@gmail.com

Özet

Kıyılara kurulmuş antik yerleşimler için deniz yaşamsal önemdedir. Günümüzde olduğu gibi antik dönemlerde de, deniz çeşitli şekillerde insanın yaşam ekonomisini belirlemiştir. Antik dönemde insanlar bir su yolu olarak denizi kara ulaşımına tercih etmişlerdir. Antik dönem ticareti de karayoluna göre daha güvenli, hızlı ve maliyetsiz olduğundan deniz üzerinden yapılmıştır. Tunç çağından itibaren tekne yapım tekniği ve denizciliğin gelişimi ile birlikte, ticaretin ağırlıklı olarak deniz yolu ile yapıldığı arkeolojik kazılar ile belgelenmektedir. Deniz kenarında kurulmuş antik kentler aynı zamanda liman kentleri olup limanlarında denizel ticaretin aktif olarak sürdüğü yerlerdir. Antik kentlerin limanları daha çok batık liman yapı kalıntıları ve çok sayıda batık tekne kalıntıları denizel arkeoloji çalışmaları ile belgelenmektedir. Akdeniz havzasında, ilk olarak ülkemizde denizel arkeoloji uygulamaları gerçekleşmiş ve batık tekneler arkeolojik kazılar ile ortaya çıkarılmışlardır. Denizel arkeolojide öncü olan ülkemiz başlarda yalnızca batıklara yönelik kazı çalışmaları yapmışken son 20 yıl içerisinde antik limanları da araştırmaktadır. Denizel arkeoloji araştırmaları, günümüzde karasularımızda bulunan tüm denizel kültür varlığını tespit amaçlı birer arkeolojik yüzey araştırması yöntemi ile de sürdürülmektedir. Liman Tepe Denizel Arkeoloji Kazıları, İzmir Yarımadasında Urla ilçesinde, Liman Tepe höyük limanlarında gerçekleşen ülkemizdeki ilk kapsamlı uygulamadır. Liman Tepe'de farklı dönemlere ait birden fazla antik liman ve bu limanların mendirekleri olduğu arkeolojik araştırmalar ile anlaşılmaktadır. Çalışmamızda, Liman Tepe limanlarının bölgedeki önemini kavramak amaçlı İzmir Yarımadasında bulunan arkeolojik araştırma ve çalışmalar ile ortaya çıkarılmış antik kent limanlarını incelemek amaçlanmıştır. İzmir Yarımadasında Liman Tepe'nin yanı sıra bilinen limanlar Teos ve Erythrai antik kentleri limanlarıdır. Teos antik limanına ilişkin denizel yüzey araştırmaları yapılmıştır; sınırlı da olsa bilgi mevcuttur. Erythrai antik kentinde ise denizel arkeoloji çalışmaları henüz yapılmamış olmakla birlikte antik limana ilişkin topografik bilgiler mevcuttur. Çalışmamızda bu üç antik kent ve limanları incelenmekte ve karşılaştırmalı olarak değerlendirilmektedirler.

Anahtar Kelimeler denizel arkeoloji, batık tekne, deniz ticareti, antik liman, mendirek

ANCIENT HARBORS OF IZMIR PENINSULA

Abstract

In the past, sea was of vital importance for the ancient settlements found along the coast; Sea defined the socioeconomics of people. Since the Bronze Age, people preferred seafaring and maritime trade due to the development of boat building techniques and navigation, which enabled safer, faster and less budget trade. The ancient cities founded by the sea always had harbors, where busy maritime trade was facilitated. Ruins of such numerous ancient harbors and shipwrecks, at present, are being documented during marine archaeological researches. It is for the first time in the Mediterranean basin marine archaeological excavations have been undertaken in territorial waters of our country. Anatolian archaeology as the pioneer in marine archaeology, initially, conducted shipwreck excavations and during the last two decades ancient harbor excavations are being undertaken. At present, marine archaeological researches also implement archaeological survey methods to detect marine cultural heritage in our territorial waters. Liman Tepe Marine Archaeology Excavations, at the harbors of Liman Tepe mound in Urla district of the İzmir Peninsula are the first extensive harbor excavations in Anatolia. Archaeological investigations yielded ruins of a couple of harbor basins and several moles of these harbors at Liman Tepe. Present study aims to examine harbors of neighbor ancient towns so as to detect common and distinctive features of the Liman Tepe harbors and to assess their importance within the region, İzmir Peninsula. Teos and Erythrai are the ancient harbor towns in the İzmir Peninsula together with the Liman Tepe. Marine archaeological surveys have been conducted on the Teos harbor town, even though very limited information has been collected. Concerning the harbors of

the ancient city of Erythrai geographic location can be deduced from topographical examinations, yet there have not been any marine archaeological surveys undertaken at the site.

Keywords Maritime archeology, shipwreck, maritime trade, ancient harbor, mole

AYAZ İSHAKİ'NİN “KİYÄW” ADLI HİKÂYESİNDE EVLİLİK İLE İLGİLİ GELENEKLER

Rasilya Karimova

Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

rasilyakra@gmail.com

Özet

Türk Dünyasının önemli merkezlerinden biri olan İdil-Ural Bölgesinde yaşayan Tatarlarda tarih boyunca evlilik kurumu çok önemli sayılmıştır. Bu kurumun temellerinin atılması ile ilgili olarak evlilik öncesi, nikâh, düğün ve düğün sonrasını kapsayan pek çok gelenek geçmişten günümüze varlığını devam ettirmektedir. Uzun ve köklü bir tarihsel geçmişe sahip olan Tatarların hayatında İslamiyet öncesi Türk kültürü, İslamiyet etkisi altındaki kültürün izleri, çok güçlü olmasa da beş asra yaklaşan esaret hayatı dolayısı ile Rus kültürünün de etkileri görülmektedir. Bu çalışmada, Muhammed Ayaz İshaki tarafından yazılan ve 1912 yılında basılan Kiyâw (Damat) adlı hikâyede yer alan evlilik ile ilgili gelenekler ele alınıp incelenmeye çalışılmıştır. Yazar, evlilik kurumunu ele alırken hem topluma ayna tutmuş hem de toplumun aksayan yönlerini göstermeye çalışmıştır. Eserde din kavramı ve din ehli kimseler üzerinde de duran yazarın dinin istismarına sert bir biçimde karşı çıktığı görülmektedir.

Anahtar Kelimeler Ayaz İshaki, kiyâw (damat), evlilik, gelenek

TRADITIONS ABOUT MARRIAGE IN AYAZ ISHAKI'S STORY “KİYÄW”

Abstract

The institution of marriage has been considered very substantial throughout history for Tatars living in the Idil-Ural region, which is one of the significant centers of the Turkish World. Many traditions related to the foundation of this institution, including pre-marriage, wedlock, wedding and wedding post, continue to exist from past to present. The pre-Islamic Turkish culture, the traces of the culture under the influence of Islam, the effects of the culture under the influence of Islam in the life of the Tatars, which have a long and long-established historical background, and the effects of the Russian culture due to the life of captivity which is close to five centuries. The traditions about the marriage in Kiyâw (groom) which was written by Muhammed Ayaz Ishaki and published in 1912 were studied in this study. The author both mirrored the society and tried to show the deficiencies of society while discussing the institution of marriage. The author dealing the concept of religion and religious people has been found out in a situation of a strong opposition to the abuse of religion in the work.

Keywords Ayaz Ishaki, kiyâw (groom), marriage, tradition

BOLU İLİ'NE ÖZGÜ GASTRONOMİK ÜRÜNLERİN COĞRAFI İŞARET KAPSAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ

Zühal ÖZDEMİR YAMAN

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Beslenme ve Diyetetik Bölümü
zhlozdemir@gmail.com

Özet

Coğrafi işaretler, belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibari ile kökeninin bulunduğu bir yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş bir ürünü gösteren işaretlerdir. Kırsal yörelerde yaşayan insanların beslenme alışkanlıkları, yerel ve doğal kaynakları, sosyal ve kültürel değerleri ile özdeşleşen gastronomik ürünlerin coğrafi işaret tescili, tüketiciler için ürünün kaynağını, karakteristik özelliklerini ve ürünün söz konusu karakteristik özellikleri ile coğrafi alan arasındaki bağlantıyı gösteren ve garanti eden kalite işaretleridir. Bu yönüyle coğrafi işaretin gastronomik ürünlere kazandırdığı ürün farklılaştırma, pazarlama aracı olma, istihdam, kırsal kalkınma ve turizmi destekleme, ürün taklitçiliği ile mücadele etme gibi pazar avantajları yaratma etkisi bulunmaktadır. Ayrıca üretim bölgelerinde üretimin sürdürülebilirliğine de katkı sağlamaktadır. Bu çalışmada, Türkiye'nin tarım ve hayvancılık ekonomisine önemli katkılar sağlayan Bolu İli'ne özgü gastronomik ürünlerin coğrafi işaret kapsamında değerlendirilmesi, yöreye katkıları olabilecek gastronomik ürünlerin ortaya konulması, ürünlerin gastronomi turizmi ve kırsal kalkınma açısından değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Çalışmanın kapsamını Türk Patent Enstitüsü (TPE) tarafından 30.10.2019 tarihine kadar Bolu İli'ne özgü coğrafi işaret tescilli gastronomik ürünler ile henüz tescil süresini tamamlamamış olan ayrıca tescil alma potansiyeli bulunan gastronomik ürünler oluşturmaktadır. Bolu İli'nin coğrafi işaretlere yönelik var olan mevcut durumunun ve potansiyelinin ortaya konmasına ilişkin tanımlayıcı özellik taşıyan bu çalışmada, verilerin toplanmasında nitel araştırma yöntemlerinden arşiv-doküman tarama tekniği kullanılmış ve ikincil kaynaklardan yararlanılmıştır. Bolu İli'ne özgü coğrafi işaret tescilli sadece 2 adet (Bolu Kızılıcak Tarhanası, Göynük Bombay Fasulyesi) gastronomik ürünün ve coğrafi işaret tescil başvuru aşamasında olan 19 adet ayrı ürünün bulunduğu tespit edilmiş olup; çalışmada tescil potansiyeli olan gastronomik ürünlere de ayrıca yer verilmiş, bu ürünlerin coğrafi işaret tescili ile gastronomi turizmine, yörenin kalkınması ve tanınmasına yönelik olası etkileri açıklanmıştır.

Anahtar Kelimeler Bolu, Coğrafi İşaret, Gastronomi, Mahreç İşareti, Menşei İşareti

EVALUATION OF GASTRONOMIC PRODUCTS WHICH ARE SPECIFIC FOR BOLU CITY WITH RESPECT TO GEOGRAPHICAL INDICATION

Abstract

Geographical indications are indications which indicate a product which was identified with region, area, territory or country where its origin is located due to its certain quality, reputation or other property. Geographical indication registration of gastronomic products which were identified with food habits of people who live in rural area, local and natural resources, social and cultural values are indications which indicate and warrant source of products for consumers, their characteristic properties and relation between said characteristic features and geographical area. With this aspect geographical indicators have the effect of creating market advantages over gastronomic products such as product differentiation, to support rural development and tourism, struggling with product imitation. Also it makes contribution to sustainability of production in production areas. Evaluation of gastronomic products which are specific for Bolu City and makes significant contribution to agriculture and stockbreeding economy with respect to geographic indication, introducing gastronomic products which may make contribution to territory, evaluation of products with respect to tourism and rural development were aimed in this study. Scope of study consists of gastronomic products with geographic indication that are specific for Bolu City which were geographically registered by Turkish Patent Institute (TPE) until 30.10.2019 and gastronomic products which were not registered yet but have the potential for registration. Archive document scanning technique from qualitative research

method was used for data collection in this study which have illustrative feature for presenting existing status and potential for geographical indicators in Bolu City and secondary resources were used. It was determined that only two (Bolu Kızılcık Tarhana, Göynük Bombay beam) gastronomic products with geographical indication register specific for Bolu city were found in this study and gastronomic products which register potential were presented separately and possible effects of geographical indication register for these products over gastronomy tourism, development and introduction of territory were explained.

Keywords Bolu, Geographical indication, gastronomy, indication of origin, indication of source

CLAUDE MONET'IN DOĞAYA BAKIŞ AÇISININ İNCELENMESİ**Mustafa AYAZ**Atatürk Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Resim İş Eğitimi
ayaz_56_18@hotmail.com**Yusuf HAN**Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Resim İş Eğitimi
ysf.ressam@gmail.com**Özet**

Resim sanatında doğa hep işlenmiş konuların arasında yer almıştır. Resim sanatında hava perspektifini en iyi biçimde aktaran, doğada yaptıkları çalışmalar ile tanıdığımız Empresyonist sanatçılardır. Empresyonizm kuşkusuz sanat tarihinde önemli bir yere sahiptir. Akımın etkileri kendinden sonraki sanatçılara ilham olmuş ve olmaya devam etmektedir. Empresyonist sanatçılardan Claude Monet'nin bu sanat akımına öncülük ettiği ve doğayı ışığı etkin bir biçimde kullandığı bilinmektedir. Empresyonist sanatçıların öncülerinden birisi olan Monet, eserlerinde doğayı etkili bir şekilde kullanmıştır. Monet atölyenin durağanlığından sıyrılıp doğa ile buluşacaktır. Monet'nin eserlerinde ışığın etkisi ile ani izlenimlerin sonucu olarak renklerin değişimini görmek mümkün olacaktır. Bu izlenimlerin sanatçının eserlerine nasıl yansıdığını inceleyerek doğa ile olan bağına ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Monet'nin gün doğarken izlenimler adlı eseri, izlenimleri ile bu akıma ismini vermiştir. Bu sanatçı topluluğunun aslında gelişmiş güzel bir araya geldiğini söylenebilir. Ancak, bu sanatçılardan ayrı olarak Monet'nin, empresyonizm ve doğa hakkındaki izlenimleri açısından son derece önem arz ettiğini tekrardan görebiliriz.

Anahtar Kelimeler Claude Monet, Empresyonizm, Doğa, İzlenimcilik**INVESTIGATION OF CLAUDE MONET'S PERSPECTIVE ON NATURE****Abstract**

“Nature” has always been among the subjects studied in the art of painting. It is the impressionist artists that conveys the “weather” perspective in the best way in the pictorial arts. Impressionism, undoubtedly, has an important place in the art history. The effects of the movement have inspired many artists. We know the impressionist artists are famous for their works on “nature”. It is known that, from the impressionist artists, Claude Monet one of the pioneers in this art movement, used the “nature” effectively in his works. Monet will wriggle himself out of the stationarity of the workplace thus conveying the nature. In Monet's works, it will be possible to see the change of colors as a result of instant impressions under the effect of light. By examining how these impressions are reflected in the works of the artist, it is aimed to reveal its connection with nature. Monet's work named “impressions sunrise” gave its name to the movement with its impressions. It can be said that these artists met with each other randomly. However, we see again that Monet, apart from these artists, is extremely important in terms of his perspectives about impressionism and nature.

Keywords Claude Monet, Nature, Impressionism

YAKIN DÖNEM DAĞLIK KARADAĞ SORUNU PERSPEKTİFİNDE ERMENİSTAN AZERBAYCAN İLİŞKİLERİ

Ebru ARSLAN

Gaziosmanpaşa Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler
arslanebru301@gmail.com

Özet

Dağlık Karabağ, hukuken Azerbaycan sınırları içinde bulunan, ancak fiilen Ermenistan tarafından işgal edilmiş olan bir bölgedir. Azerbaycan ile Ermenistan arasında sürüp gelen söz konusu iki asırlık problem, özünde XVIII. yüzyıl başlarında Rusya'nın bölge ile ilgili politikaları doğrultusunda oluşturulmuş yapay bir sorundur. Sorun 1990'lardan itibaren daha da tırmanmaya başlamış ve günümüzde de çözüme kavuşmuş değildir. Çalışmanın temel amacı; Karabağ sorununu geçmişten günümüze, tarihi bir bütünlük içerisinde ele almaktır. Bu amaçla, öncelikli olarak "Karabağ" bölgesinin, coğrafi sınırları ve ekonomik kaynakları incelenmektedir. Böylelikle, söz konusu bölgenin, her iki ülke için ne ifade ettiği anlaşılmaya çalışılmaktadır. Konunun daha iyi anlaşılması adına 1988-2017 dönemleri arasında inceleme yapılacaktır. Bu çerçevede Rusya'nın Karadağ Sorunu üzerindeki etkisi, uluslararası sistemin konuya bakış açısı çözüm arayışları, iki ülkenin çıkarları, sorunun her iki ülkeye ekonomik siyasi sosyal etkileri araştırılacak ve son olarak sorunun nasıl çözüleceğine ilişkin olası çözüm önerileri üzerinde durulacaktır. Çalışma boyunca, karşılıklı zirveler, diplomatik girişimler ve üst düzey siyasi temaslar temel argümanlar olarak kabul edilecek, tarihsel olgu ve olaylar eşliğinde resmi kanallardan elde edilen veriler analiz edilecektir.

Anahtar Kelimeler Ermenistan, Azerbaycan, Rusya , Dağlık Karadağ

ARMENIAN AZERBAIJAN RELATIONS IN THE PERSPECTIVE OF THE MOST MONTH MOUNTAIN MONTENEGRO

Abstract

Nagorno-Karabakh is a region that is legally occupied by Azerbaijan but is actually occupied by Armenia. The two centuries old problem between Azerbaijan and Armenia is essentially XVIII. century is an artificial problem created in line with Russia's policies regarding the region. The problem began to escalate since the 1990s and has not yet been resolved. The main purpose of the study; The aim is to deal with the Karabakh problem from the past to the present, in a historical integrity. For this purpose, primarily the geographical borders and economic resources of the "Karabakh" region are examined. Thus, it is tried to understand what this region means for both countries. An examination will be conducted between 1988-2017 in order to better understand the issue. In this context, the impact of Russia on the Montenegrin Question, the international system's perspective on the issue, the interests of the two countries, the economic, political and social impacts of the problem on both countries will be explored and finally the possible solutions to the problem will be discussed. Throughout the study, mutual summits, diplomatic initiatives and high level political contacts will be regarded as the main arguments, and the data obtained from official channels will be analyzed with historical facts and events.

Keywords Armenia, Azerbaijan, Russia, Mountainous Montenegro

**“YAZILI DÜZELTİCİ DÖNÜT VE HATA DÖNÜTÜ” KONUSUNDA
YABANCILARA TÜRKÇE ÖĞRETİMİ ALANINDA YAPILAN ÇALIŞMALAR****Zehra Hifa HITALANY**Kocaeli Üniversitesi Eğitim Fakültesi Yabancılar Türkçe Öğretimi
zehifa@gmail.com**Doğan YÜKSEL**Kocaeli Üniversitesi Eğitim Fakültesi İngiliz Dili Eğitimi
dogan.yuksel@kocaeli.edu.tr**Özet**

Ülkemize gelen yabancı öğrenci sayısının artmasıyla beraber Türkçe'nin yabancı dil olarak öğretimi alanında yapılan çalışmaların da fark edilir bir biçimde arttığı görülmektedir. Üniversitelerde yüksek lisans bölümlerinin kurulmuş olmasının yanı sıra yabancılar Türkçe eğitimi alanında bilgili öğretmenler yetiştirmek amacıyla sertifika programları da düzenlenmektedir. Yüksek lisans bölümlerinin açılması bu alanda yapılan araştırmaların artmasını sağlamış; 2010 yılından bu yana pek çok sayıda çalışma yapılmış ve özellikle 2015 yılından itibaren çalışmalar ciddi anlamda ivme kazanmıştır. Alanyazında okuma, yazma, dinleme, motivasyon, ölçek geliştirme, kitap inceleme gibi çeşitli çalışmalar bulunmaktadır. Bu çalışmada sadece "yazılı düzeltici dönüt ve hata dönütü" konusundaki çalışmalar incelenecektir. Makale ve tezlerin içeriklerinden ve sonuçlarından bahsedilecek ve sonuçlar EFL ve ESL alanında yapılan benzer araştırmaların sonuçlarıyla karşılaştırılacaktır.

Anahtar Kelimeler

Yabancılar Türkçe Öğretimi, Yazılı Düzeltici Dönüt, Hata Dönütü

**“WRITTEN CORRECTIVE FEEDBACK AND ERROR FEEDBACK” STUDIES ON
TEACHING TURKISH TO FOREIGNERS****Abstract**

Due to the increase in the number of foreign students coming to Turkey, it is seen that the studies in the field of teaching Turkish as a foreign language have increased noticeably. In addition to the establishment of master's departments in universities, certificate programs are also organized in order to train teachers in the field of Turkish education for foreigners. The opening of the graduate departments has increased the researches in this field. Many studies have been carried out since 2010 and especially since 2015, the studies have gained serious momentum. There are various studies in the literature such as reading, writing, listening, motivation, scale development, and book review. In this study, only "corrective feedback and error feedback" studies will be examined. The contents and results of the articles and dissertations will be mentioned and the results will be compared with the results of similar studies in the field of EFL and ESL.

Keywords

Teaching Turkish to Foreigners, Written Corrective Feedback, Error Feedback

YAPAY ZEKA VE YAPAY ZEKÂ FİLMİ ÜZERİNE ÖRNEK BİR İNCELEME: “ROBOTLARIN DÜNYASI”

Hüseyin DİKME

İstanbul Gelişim Üniversitesi İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler Reklam Tasarımı ve İletişim
hdikme@yahoo.com

İpek Sucu

İstanbul Gelişim Üniversitesi İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler Reklam Tasarımı ve İletişim
isucu@gelisim.edu.tr

Özet

Yapay zekâ kavramından son yıllarda sıkça bahsedilmektedir. Aslında yapay zekâ kavramı bu kadar yeni bir kavram değil, aksine yapay zekânın ortaya çıkışı çok eski dönemlere dayanmaktadır. İlk kişisel bilgisayarların çıkarılması, ilk yapay sinir ağları, yapay sinir ağılı bilgisayarlar, bilgisayarlar için yazılmış satranç programı, turing testi, makine öğrenimi gibi kavramlar çok eski tarihlerde bulundu. “Yapay zekâ” kavramı ilk kez John McCarthy ve onun gibi dâhilerin 2 Eylül 1955’te Rockefeller Vakfı’na sundukları resmi başvuru yazısında ortaya çıktı. Daha sonraki yıllarda çeşitli yapay zekâ programları oluşturuldu ve robotlar yapılmaya başlandı. Bu gelişmelerin hemen ardından derin öğrenme ve doğal dil işleme gibi kavramlar da gündeme gelmekle birlikte yapay zekâyı konu alan filmler yapıldı. Bu özellikler robotlara kazandırılmaya başlandı ve şimdiki “yapay zekâ” kavramına ulaşılmış oldu. Sıkça kullanılan bir arama motoru olan Google dahi yapay zekâ teknolojisini kullanmaktadır. Bu çalışmada yapay zekânın tanımı, gelişimi, uygulamaları, yapay zekânın günümüzdeki durumu, yapay zekânın yeni medya ile ilişkisi, 2001 yılında çıkarılan “Yapay Zekâ” (A.I. Artificial Intelligence) filmi, filmden hareketle robotların insanlar gibi birtakım duygulara sahip olup olamayacağı üzerinde durulacaktır.

Anahtar Kelimeler Yapay zekâ, robot, teknoloji, yeni medya.

AN EXAMPLE ON ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND ARTIFICIAL INTELLIGENCE FILM: WORLD OF ROBOTS

Abstract

The concept of artificial intelligence has been frequently mentioned in recent years. In fact, the concept of artificial intelligence is not so new, on the contrary, the emergence of artificial intelligence dates back to very old times. The first personal computers, the first artificial neural networks, artificial neural network computers, computers written chess program, turing test, machine learning concepts such as found in ancient times. The concept of artificial intelligence came into being for the first time in the official application letter submitted by John McCarthy and his geniuses to Rockefeller Foundation on September 2, 1955. Even in the following years, various artificial intelligence programs were created and robots started to be built. Immediately after these developments, concepts such as deep learning and natural language processing came to the fore, and films about artificial intelligence were made. These features were introduced to robots and the current concept of “artificial intelligence ulaş was reached. Even Google, a frequently used search engine, uses artificial intelligence technology. In this study, the definition, development and applications of artificial intelligence, the current state of artificial intelligence, the relationship between artificial intelligence and new media, the film Art Artificial Intelligence çıkar (A.I. Artificial Intelligence), which was released in 2001, will focus on whether robots can have emotions like humans

Keywords Artificial intelligence, robot, technology, new media

ORTAÖĞRETİM KURUMLARINDA ÖĞRETMENLERİN İLETİŞİM BECERİLERİNİ ÖLÇMEYE YÖNELİK BİR ÇALIŞMA: KOCAELİ İLİ İZMİT İLÇESİ ÖRNEĞİ

Hülya DEMİR YALEZE

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım
hulya.yaleze@hbv.edu.tr

Emine Atar

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Eğitim Yönetimi ve Denetimi
emine_biyikli@windowslive.com

Özet

Duygu, düşünce ya da bilginin, çeşitli yollarla karşılıklı olarak aktarılması iletişim olarak anlamlandırılabilir. İnsanlık tarihi kadar eski olan iletişim, her alanda olduğu gibi eğitim ve öğretim alanında da iletişim önem arz eden bir konudur. İletişim, öğretmen-öğrenci özelinde ele alınırsa; öğretmenin öğrenci ile etkili iletişim kurması, öğrencinin sınıfta bulunma, derse katılma, sınıfta kendini ifade etme konusunda istek duymasını olumlu yönde etkileyecek bir faktör olarak ifade edilebilir. “Öğretmen iletişimi” öğrencilerin derse yönelik tutum ve motivasyonlarını etkileyen bir süreçtir. Bu nedenle öğretmenlerin, iletişim bileşenlerini sınıf ortamında etkin düzeyde kullanması gerekmektedir. Konunun hassasiyeti göz önünde bulundurulduğunda öğretmenlerin öğrenciye yönelik iletişim becerisini değerlendirmek ve duruma yönelik bir saptama yapmak amacıyla bir çalışma yapmak amaçlanmıştır. Buna yönelik olarak Yıldız, Kılıç ve Yavuz (2018)’un geliştirmiş olduğu “Öğretmen İletişim Becerisi Değerlendirme Ölçeği” kullanılacaktır. Ölçek doğrultusunda çalışmada öğretmenlerin iletişim becerileri; Empati ve yardım becerileri, iletişim ortamı oluşturma, sınıf yönetimi ve iletişim engelleri olmak üzere dört ana kategoride incelenecektir. Ölçekte yer alan 20 anket sorusu 12 olumlu 8 olumsuz yargıdan oluşmaktadır. Çalışma, 2019-2020 eğitim öğretim yılında evren olarak değerlendirilen Kocaeli İli İzmit İlçesi’nde yer alan tüm ortaöğretim kurumlarından (31) okul türüne göre tesadüfi örneklem yoluyla belirlenen 6 okulda 240 ortaöğretim öğrencisine bir önceki sınıf öğretmenleri hakkında anket uygulaması ile yapılacaktır. Ortaöğretime yeni başladıkları göz önünde bulundurularak 9. Sınıf öğrencileri anket kapsamı dışında tutulacaktır. Anketten elde edilen verilerde öğrencilerin sınıf ve cinsiyet bilgileri ile ilgili çözümlemeler için yüzde ve frekans analizlerinden faydalanılacaktır. Ölçek puanlarının ortalama istatistikleri değişkenine göre “Kruskal Wallis H testi” kullanılacaktır. Anlamlı farklılık tespit edilen değişkenler için “Mann Whitney U” testinden yararlanılacaktır.

Anahtar Kelimeler Anahtar Kelimeler: Öğretmen iletişimi, İletişim Becerisi, Öğretmen-öğrenci iletişimi.

A STUDY ON MEASUREMENT OF TEACHERS 'COMMUNICATION SKILLS IN SECONDARY EDUCATION INSTITUTIONS: CASE OF İZMİT DISTRICT OF KOCAELİ

Abstract

The mutual transfer of emotion, thought or knowledge in various ways can be interpreted as communication. Communication, which is as old as the history of humanity, is an important issue in the field of education and training as it is in every field. If communication is handled in the context of teacher-student; The effective communication of the teacher with the student can be expressed as a factor that positively affects the student's desire to be in class, to participate in the class, to express himself in the class. "Teacher communication" is a process that affects students' attitudes and motivation towards the course. Therefore, teachers need to use communication components effectively in the classroom. Considering the sensitivity of the subject, it was aimed to evaluate the communication skills of the teachers and make a determination about the situation. For this purpose, "Teachers' Communication Skills Assessment Scale" developed by Yıldız, Kılıç and Yavuz (2018) will be used. The communication skills of the teachers were; empathy and help skills, communication

environment creation, classroom management and communication barriers. 20 questionnaire questions in the scale consist of 12 positive and 8 negative judgments. The study will be carried out with the questionnaire application of 240 secondary school students in 6 schools determined by random sampling from all secondary education institutions (31) in Izmit District of Kocaeli, which is evaluated as universe in 2019-2020 academic year. Considering that they have just started secondary education, 9th grade students will be excluded from the survey. Percentage and frequency analyzes will be used for the analysis of class and gender knowledge of the students in the data obtained from the survey. Us Kruskal Wallis H test göre will be used according to the average statistics variable of the scale scores. Whit Mann Whitney U ”test will be used for variables with significant differences.

Keywords Key Words: Teacher communication, Communication Skills, Teacher-student communication.

MERSİN İLİNDEKİ AYA TEKLA (MERYEMLİK) KİLİSESİ İLE İZMİR İLİNDEKİ MERYEM ANA EVİNİN İNANÇ TURİZMİ AÇISINDAN İKİ KİLİSENİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Halide PALAVAR

Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı
halide.palavar@gmail.com

Özet

Ülkemiz, farklı dinlere ev sahipliği yaptığından dolayı pek çok inanç merkezlerini bünyesinde bulunduran önemli ülkeler arasındadır. Aya Tekla kilisesi ve Meryem Ana kilisesi hem hac kapsamında hem de turistik mekân olarak kabul edilen kutsal mekânlar arasındadır. Çalışmamızda öncelikli olarak literatür taraması yapılmıştır. Araştırma kapsamında temel kavramlar kısaca açıklanmıştır. Aya Tekla ve Meryem Ana hakkında genel bilgiler verilmiştir. Çalışmamızda, Hristiyanlar için önemli hac merkezlerinden olan Mersin’de bulunan “Aya tekla kilisesi” ve “Meryem Ana” kilisesinin turizm bakımından değerlendirilip karşılaştırılması hedeflenmiştir. Hedeflenen karşılaştırmayı gerçekleştirmek için araştırmayla ilgili derinlemesine literatür taraması yoluyla ikincil kaynaklardan veriler elde edilmiştir. Araştırmacılar, daha önceden yapılmış araştırmalardan yararlanılan ansiklopedi, kitap ve makaleler gibi yayınları ikincil kaynaklar olarak tanımlamaktadır.

Anahtar Kelimeler Aya Tekla, Meryem Ana, Kilise, İnanç Turizmi

AYA TEKLA (MERYEMLİK) CHURCH IN MERSİN PROVINCE AND THE VİRGİN MARY HOUSE/CHURCH IN İZMİR PROVINCE COMPARİSON

Abstract

Our country is one of the important countries that have many faith centers because it hosts different religions. Aya Tekla church and the Church of the Virgin Mary are among the holy places, which are accepted both as a pilgrimage and as a touristic place. In our study, literature review was done primarily. The basic concepts of the research are briefly explained. General information about Aya Tekla and Virgin Mary is given. In our study, it was aimed to evaluate and compare the “Aya tekla church ya and“ Virgin Mary inden church in Mersin which is one of the important pilgrimage centers for Christians. Data from secondary sources were obtained through an in-depth literature review of the research to carry out the targeted comparison. Researchers describe publications such as encyclopedias, books and articles used in previous studies as secondary sources.

Keywords Aya Tekla, Virgin Mary, Church, Belief Tourism

THE IMPACT OF THE GLOBAL FINANCIAL CRISIS ON KOSOVO'S ECONOMY**Adhurim UKA**University of Prishtina "Hasan Prishtina" Faculty of Economics Economics
adhurim.uka@uni-pr.edu**Nagip Skenderi**University of Prishtina "Hasan Prishtina" Faculty of Economics Economics
nagip.skenderi@uni-pr.edu**Özet**

The Great Recession has had far reaching consequences for the global economy. Apart from the impact it had on the markets, the crisis has made a shift in the debates on both academia and politics. As such, the crisis served as a momentum for post-neoclassical ideas to take place in academic thinking and it has also guided political directions. Nevertheless, seems like none of this was true about Kosovo. The impact of the crisis seems irrelevant to the economy; apart from the financial system and overseas investments, there was no reported impact of the crisis on the economy. This research delves deeper into the details and analyses the routes by which the crisis has introduced itself to the Kosovo's economy. Since there was no housing crisis in Kosovo, we conclude that indeed the crisis has had its impact on Kosovo's economy primarily due to the strong connections that exist with the international financial system and we evaluate the impact that this has had in the overall economy.

Anahtar Kelimeler Global Financial Crisis, Kosovo, 2008**THE IMPACT OF THE GLOBAL FINANCIAL CRISIS ON KOSOVO'S ECONOMY****Abstract**

The Great Recession has had far reaching consequences for the global economy. Apart from the impact it had on the markets, the crisis has made a shift in the debates on both academia and politics. As such, the crisis served as a momentum for post-neoclassical ideas to take place in academic thinking and it has also guided political directions. Nevertheless, seems like none of this was true about Kosovo. The impact of the crisis seems irrelevant to the economy; apart from the financial system and overseas investments, there was no reported impact of the crisis on the economy. This research delves deeper into the details and analyses the routes by which the crisis has introduced itself to the Kosovo's economy. Since there was no housing crisis in Kosovo, we conclude that indeed the crisis has had its impact on Kosovo's economy primarily due to the strong connections that exist with the international financial system and we evaluate the impact that this has had in the overall economy.

Keywords Global Financial Crisis, Kosovo, 2008

**TÜRKİYE’DE PEDIATRİK VE YENİDOĞAN YOĞUN BAKIMI YATIRIMINDA
TIBBİ CİHAZ PAYI ve ETKİSİ****İbrahim MUTLU**Kocaeli Üniversitesi Teknoloji Fakültesi Biyomedikal Mühendisliği
mutluibrahim@gmail.com**Baki YAR**Kocaeli Üniversitesi Teknoloji Fakültesi Biyomedikal Mühendisliği
yarbaki@gmail.com**Özet**

Ülkemizde her geçen gün sağlık yatırımları artmakta ve yapılan yatırım miktarları ve sayıları da artış göstermektedir. Bu yatırımların içinde özel sektörün payı gittikçe artmaktadır. Özel sektör yatırımlarında kaliteli bir hizmet sunumunun yanında maliyeti düşük bir işletme kurulumunun yapılması istenir. Bu çalışma da yeni bir sağlık kurumu kuruluşu esnasında kuruluşunun karlı ve geleceğe dönük olabilmesi adına başlangıç esnasında yoğun bakım ünitesi yatırımı için gerekli alt yapı çalışmaları yapılarak maliyetleri ile birlikte fizibilite çalışması incelenmiştir. Bu incelemede özellikle yatırım maliyetlerinin yatırım içindeki paylarını dikkate alınarak maliyeti düşük tutmak için gerekli etkenler irdelenmiştir. Sonuç olarak biyomedikal cihaz yatırımının yatırım payı içinde büyük yere sahip olduğu anlaşılmaktadır.

Anahtar Kelimeler Pediatrik yoğun bakım, yenidoğan yoğun bakım, yatırım, fizibilite, tıbbi cihaz**EFFECT of MEDICAL DEVICES SHARE IN TURKEY IN PEDIATRIC AND NEWBORN
INTENSIVE CARE INVESTMENT****Abstract**

In our country, health investments are increasing day by day and the amount and number of investments is increasing. The share of the private sector in these investments is increasing. In private sector investments, it is required to establish a low-cost enterprise as well as providing quality service. In this study, in order to make the establishment profitable and future-oriented during the establishment of a new health institution, the necessary infrastructure works for the intensive care unit investment were made and the feasibility study was examined. In this examination, especially considering the share of investment costs in the investment, the factors necessary to keep the cost low are examined. As a result, it is understood that biomedical device investment has a big place in the investment share.

Keywords Pediatric intensive care, neonatal intensive care, investment, feasibility, medical device

TÜBİTAK 4004 Doğayı ve Bilimi Keşfet Hayallerini Kodla Projesi Değerlendirmesi**Osman KAYNAR**Yüksel Bahadır Alaylı Bilim ve Sanat Merkezi Milli Eğitim Tarih
kaynar42@gmail.com**Bayram GÜNEŞ**Yüksel Bahadır Alaylı Bilim ve Sanat Merkezi Milli Eğitim Edebiyat
bayramgunes@live.com**Ramazan Gündüz**Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Arkeoloji
ramazangunduz@selcuk.edu.tr**Özet**

Bu çalışmanın amacı, TÜBİTAK 4004 Doğa Eğitimi ve Bilim Okulları programı kapsamında yürütülmüş olan “Doğayı ve Bilimi Keşfet Hayallerini Kodla” projesinin bulgularını paylaşmaktır. Projenin amacı, okul dışı öğrenme ortamlarında ve doğada doğrudan yansıtıcı bilim öğretimi destekli etkinlikler kullanarak öğrencilerin kalıcı öğrenmelerini sağlamak ve onların bilimsel düşünme ve problem çözme becerilerini geliştirmektir. Ayrıca bu alanlardaki farkındalıklarının artırılması ve yeteneklerinin keşfedilmesini sağlayarak, kodlama dilinin önemini bilen, işlemsel düşünme becerisi kazanmış, bilime meraklı, eğitim hayatında ve sosyal çevresinde arkadaşlarına rol model olabilecek, ülkesine faydalı bilim okuryazarı bireyler olarak yetişmelerini sağlamaktır. Projenin hedef kitlesini Konya’da bulunan Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler İl Müdürlüğü’nün sevgi evlerinde kalan kimsesiz öğrenciler (12-14 yaş grubu) ile Konya’da Bilim ve Sanat Merkezine devam eden derslerinde başarılı, ancak sosyo-ekonomik durumu ortalamanın altında olan öğrenciler oluşturmuştur. TÜBİTAK 4004 Doğa ve Bilim Okulları projeleri katılımcıların etkinliklere aktif katılımlarıyla yürütülen projelerdir. Bu nedenle projeye dahil olan öğrencilerin etkinliklere aktif olarak katılmaları sağlanmıştır. Projenin bir araştırma projesi olmaması ve deney-kontrol gruplarının oluşturulamaması nedeniyle çalışma, tek grup ön test son test kontrol grupsuz deneme modelinde bir çalışma olarak planlanmıştır. Çalışmada ayrıca katılımcıların etkinliklerde elde ettikleri kazanımları belirlemek amacıyla gün sonunda katıldıkları etkinliklerle ilgili yazdıkları yansıtıcı yazılar ile proje sonunda yazdıkları değerlendirme yazıları da derlenmiştir. Bu açıdan çalışma aynı zamanda nitel bir çalışmadır. Bu tür projelerin özellikle küçük yaşta bireylerin bilime ve bilim insanına yönelik bakış açısına olumlu bir katkı sağladığı, yaparak- yaşayarak ve aktif öğrenmenin bu süreci desteklediği, farklı okullardan gelen öğrencilerin etkinliklerde birlikte yer almaları bu öğrencilerin iletişim becerilerinin gelişmesine ve sosyalleşmelerine katkı sağladığı değerlendirilmektedir.

Anahtar Kelimeler Doğa Eğitimi,Kodlama,Uygulamalı Eğitim,Yaratıcı Düşünme**TÜBİTAK 4004 EVALUATION OF THE PROJECT “DISCOVER NATURE AND SCIENCE
CODE YOUR DREAMS”****Abstract**

The aim of this study is to share the findings of the Project “Discover Nature and Science Code Your Dreams ” which was conducted within the scope of TÜBİTAK 4004 Schools of Nature Education and Science program. The aim of the project is to provide students' permanent learning by using directly reflective science teaching with supported activities outdoor learning environments and in nature and to improve their scientific thinking and problem solving skills. In addition, by raising awareness in these areas and discovering their talents, it is aimed to enable them to grow up as science literate individuals who are aware of the importance of coding, have gained operational thinking skills, are curious about science, can be role models for their friends in educational life and social environment. The target group of the project was the students living in Konya “Sevgi Evleri” by the Provincial Directorate of Family, Labor and Social Services (12-14 age group) and the successful students

attending Science and Art Center in Konya. However, the students whose socio-economic status is below average formed TÜBİTAK 4004 Nature and Science Schools projects are carried out with the active participation. For this reason, it was ensured that the students participated all activities in an active way. Because the project is not a research project and experimental-control groups cannot be formed, the study was planned as a study in a single-group pre-test post-test control group-free trial model. In this study, writings about the activities they involved and evaluation papers written at the end of the project were compiled in order to determine the gains of the participants in the activities. In this respect, the study is also a qualitative study. It is considered that such projects make a positive contribution to the perspective of science and scientist especially for young people As this process supports doing & living and active learning s and the participation of students from different schools in the activities together contributes to the development of their communication skills and socialization.

Keywords Nature Education, Coding, Applied Education, Creative Thinking

“Z KUŞAĞI”NIN GELECEĞE YÖNELİK OFİS VE ÇALIŞMA ORTAMI BEKLENTİLERİNE YÖNELİK BİR ÇALIŞMA

Sinem Yıldırım

Sakarya Üniversitesi Sakarya üniversitesi Siyasal Bilgiler Çalışma Ekonomisi ve endüstri ilişkileri
ssac@sakarya.edu.tr

Dilay GÜVENÇ

Sakarya Üniversitesi Siyasal Bilgiler Çalışma Ekonomisi ve Endüstri ilişkileri
dilay.dilay@windowslive.com

Özet

Çalışmaya ilişkin paradigmlar geçmişte defalarca olduğu gibi, bugün de yoğun biçimde değişmektedir. Bu değişim çalışma alışkanlıklarını, çalışmaya ilişkin tutumu, çalışma ortamından beklentileri yeniden şekillendirmektedir. Değişim kaçınılmaz olmakla birlikte, algılanışı ve kabulü görecelidir. Bu kabul ve algılama kuşaklar açısından da ciddi farklılıklar göstermektedir. Bugün itibarıyla çalışma yaşamında, X ve Y kuşaklarının aktif oldukları, Baby Boomers ların çekildikleri ve Z kuşağının girmeye hazırlandığı bir ortam söz konusudur. Bu dönemde ağırlıklı olarak meslek seçimi yapmakta olan veya üniversite öğrencisi durumunda olan Z kuşağı, önümüzdeki kısa dönemde çalışma hayatında yerini alacaktır. Z kuşağı çalışma hayatına hazırlanırken, sorulması gereken bir soru da çalışma ortamının Z kuşağına hazır olup olmadığıdır. Mevcut çalışanlardan farklı değer, kültür, alışkanlık, inanç, tutum ve beklentilere sahip Z kuşağının ofis ve çalışma ortamından beklentilerini incelemeyi amaçlayan bu araştırma, Kocaeli Üniversitesi Kandira MYO’nun farklı bölümlerinde öğrenim görmekte olan, 2000 doğumlu, daha önce iş veya staj deneyimi bulunan üniversite öğrencilerinden oluşan üç odak görüşme grubu ile gerçekleştirilecektir. Öncelikle bir form aracılığıyla demografik bilgiler edinildikten sonra, odak grup görüşmesi tekniği ile katılımcıların ofis ortamının sahip olması gerekli nitelik ve özelliklere ilişkin beklentileri belirlenecektir.

Anahtar Kelimeler Z kuşağı, Gelecek, Ofis, Çalışma, Beklenti

A STUDY FOR THE FUTURE OFFICE AND WORKING ENVIRONMENT EXPECTATIONS OF “GENERATION Z”

Abstract

The paradigms of the work have changed extensively, as they have been many times in the past. This change reshapes working habits, attitudes towards work and expectations from working environment. While change is inevitable, its perception and acceptance are relative. This acceptance and perception shows significant differences in terms of generations. As of today, there is an environment in which X and Y generations are active, Baby Boomers are withdrawn and generation Z is prepared to enter. Generation Z, which is mainly engaged in career choice or university student, will take its place in working life in the short term. While the Z generation is preparing for working life, one question to ask is whether the working environment is ready for the Z generation. The aim of this study is to examine the expectations of generation Z from office and work environment with different values, culture, habits, beliefs, attitudes and expectations from existing employees. This study was conducted in 2000, which is a university in Kocaeli University Kandira Vocational School. The students will be interviewed with three focus groups. First of all, demographic information is obtained through a form, then the focus group interview technique will determine the expectations of the participants regarding the qualifications and characteristics of the office environment.

Keywords Generation Z, Future, Office, Study, Expectation

“NE BİLİR KADIN OYUN OYNAMAYI(!)”: KADIN OYUNCULARIN GÖZÜNDEN ESPOR**Ayşegül FUNDA ALP**Kocaeli Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği Bölümü
afundaalp@gmail.com**Gökhan ÇAKMAK**Kocaeli Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi Spor Yöneticiliği Bölümü
cakmakgokhan23@gmail.com**Müge SARPİR KAHVECİ**Kocaeli Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği Bölümü
mugesarper@hotmail.com**Özet**

Erkek ve kadın bireylere, biyolojik cinsiyetlerinden bağımsız olarak yaşadıkları toplumun inançları, değerleri ve kültürlerine göre toplumsal bir cinsiyet rolü atfedilmektedir. Evrensel tarafının yanı sıra toplumsal cinsiyet, yaşanan bölgeye göre de değişebilmektedir. Toplumdaki değişimlerin gözlemlenebileceği ortamlardan biri de spordur. Gelişen teknolojilerle birlikte geleneksel sporlara ek olarak “espor” kavramı ortaya çıkmıştır. Espor, son yıllarda küresel çapta hızla büyüyen bir sektör haline gelmekle birlikte dünya çapında milyonlarca kişi tarafından oynanmaktadır. Bireylerin bilgisayar başında, fiziksel olarak bir arada bulunmalarına gerek duymadan oyun oynamalarına imkân tanıyan esporda, geleneksel sporların çoğunda olduğu gibi erkek egemen bir yapı mevcuttur. Bu araştırma kadın esporcuların oyun oynadıkları süreler zarfında karşılaştıkları zorlukları, deneyimleri ve esporcu olmalarının nasıl algılandığını araştırmak amacıyla yapılmıştır. Bu araştırmada bireylerin davranışlarını, algılarını ve deneyimlerini incelemeye ve anlamaya imkân sunduğu için nitel araştırma yaklaşımlarından fenomenoloji kullanılmıştır. Örneklem yöntemi olarak amaçlı örnekleme yöntemlerinden ölçüt örnekleme kullanılmıştır. Katılımcıların kadın olması ve lisanslı espor oyuncusu olması ölçüt olarak belirlenmiştir. Veriler yapılandırılmış görüşme formu tekniği ile belirli kısıtlar nedeniyle online olarak gönderilmiş ve toplanmıştır. Veri analizinde betimsel ve içerik analizinden faydalanılmıştır. Elde edilen bulgular 27 kod, 9 kategori ve 3 tema altında toplanmıştır. Bu temalar “esporda kadın olmanın avantajları”, “esporda kadın olmanın dezavantajları” ve “aile ve çevrenin bakış açısı” olarak belirlemiştir. Sonuç olarak kadın espor oyuncularının diğer geleneksel sporlarda sıkça görüldüğü gibi hakarete ve dışlanmaya maruz kaldığı, günlük hayatta karşılaşılan toplumsal cinsiyet normlarının espor ortamına yansıtıldığı, başarıya ve maddi kazanç durumuna göre ailenin ve çevrenin bakış açılarının değiştiği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler espor, kadın, nitel araştırma, toplumsal cinsiyet.**“WHAT WOMEN KNOW HOW TO PLAY GAMES(!) : ESPORT THROUGH WOMEN'S EYES****Abstract**

Male and female individuals are assigned a gender role according to their beliefs, values and cultures, regardless of their biological gender. In addition to its universal side, gender role can vary according to the regions. One of the areas where changes in society can be observed is sport. With the developing technologies, the concept of e-sport has emerged in addition to traditional sports. E-sport has become a rapidly growing sector globally in recent years, so is played by millions around the world. Espor allows individuals to play games without having to be physically together at the computer, as in most traditional sports, there is a male-dominated structure. The aim of this study was to investigate the difficulties, experiences and perceptions of being a woman. Phenomenology, one of the qualitative research approaches, has been used in this study since it allows to examine and understand behaviors, perceptions and experiences of individuals. Criterion sampling, one of the purposeful sampling

methods, was used as the sampling method. Participants consist of women and licensed e-sport players. The structured interview form was sent online and collected because of time and place constraints. Descriptive and content analysis was used in data analysis. The findings were collected under 27 codes, 9 categories and 3 themes. These themes have been defined as “advantages of being a woman in e-sport”, “disadvantages of being a woman in e-sport” and “perspective of family and environment”. As a result, it was seen that female espor players were exposed to insult and exclusion as seen in other traditional sports, and gender norms encountered in daily life were reflected in the espor environment. It was also found that the perspective of the family and the environment changed according to the success and financial gain.

Keywords e-sport, woman, qualitative research, gender.

İLKOKUL VE ORTAOKUL FEN BİLİMLERİ DERS KİTAPLARINDAKİ İMGELER**Hafife BOZDEMİR YÜZBAŞIOĞLU**Kastamonu Üniversitesi Eğitim Fakültesi Temel Eğitim
bozdemirhafife@gmail.com**İlkay AŞKIN TEKKOL**Kastamonu Üniversitesi Eğitim Fakültesi Temel Eğitim
ilkayaskin@hotmail.com**Hasan TAHSİN SALUR**Kastamonu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Temel Eğitim
hasantahsinsalur@gmail.com**Özet**

Öğretim programı doğrultusunda hazırlanan ders kitaplarında kazanımlara yönelik metin, etkinlik ve sorular yer almaktadır. Bu öğeler bir mesaj içermektedir. Bu mesajların iletilmesinde görsel unsurlar da kullanılmaktadır. Resim, fotoğraf, grafik diyagram vb. mevcut araştırmada imge olarak nitelendirilen bu unsurlar ders kitaplarında bulunmaktadır. Öğretmenler, öğrenciler ve diğer paydaşlar ders kitaplarında bunlarla karşılaştıklarında anlam yüklemektedirler. Özellikle fen bilimleri ders kitaplarında kavramların soyut, karmaşık yapıda olması, doğrudan gözlemeye imkân vermemesi gibi gerekçelerle imgeler fazlaca bulunmaktadır. Bunlar fen kavramlarının gösterimi ve anlamlandırılmasında önemli rol oynamaktadır. Bu bakımdan çalışmada fen bilimleri ders kitaplarında yer alan imgelerin incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda metinlerde yer alan imgeler ve bu imgelerle temsil edilen etkinliklerde yapılanlar analiz edilmiştir. Çalışmada doküman incelemesi yöntemi kullanılmıştır. 3-8. sınıf fen bilimleri ders kitapları araştırmada veri kaynakları olarak kullanılmıştır. Verilerin analizi sonrasında araştırmanın sonuçları bulgular doğrultusunda tartışılacak ve sonuçlara bağlı olarak öneriler sunulacaktır.

Anahtar Kelimeler fen bilimleri, ders kitapları, imgeler.**IMAGES IN PRIMARY AND SECONDARY SCIENCE TEXTBOOKS****Abstract**

Textbooks are prepared according to the curriculum, there are texts, activities and questions about the objectives and content. These elements contain a message. Visual elements are also used in the transmission of these messages. Picture, photo, graphic diagram and. etc are described as images in this research, are found in textbooks. Teachers, students, and other stakeholders assign a meaning when they meet them in textbooks. Especially in science textbooks, there are a lot of images due to the fact that the concepts are abstract, complex and do not allow direct observation. They play an important role in the indication and interpretation of science concepts. In this respect, it is aimed to examine the images in science textbooks. For this purpose, the images in the texts and the activities done to the activities represented by these images were analyzed. Document analysis was used in the study. 3-8. grade science textbooks used data sources in research. The results of the research will be discussed in accordance with the findings and suggestions will be presented depending on the results.

Keywords science, textbooks, images.

İLKOKUL VE ORTAOKUL FEN BİLİMLERİ DERS KİTAPLARININ GÜNLÜK YAŞAM İLE İLİŞKİLENDİRİLMESİNİN İNCELENMESİ

Hafife BOZDEMİR YÜZBAŞIOĞLU

Kastamonu Üniversitesi Eğitim Fakültesi Temel Eğitim
bozdemirhafife@gmail.com

İlkay AŞKIN TEKKOL

Kastamonu Üniversitesi Eğitim Fakültesi Temel Eğitim
ilkayaskin@hotmail.com

Özet

Fen bilimleri dersinde fen okuryazarı bireylerin yetiştirilmesi amaçlanmaktadır. Bu bireylerden beklenen özelliklerden biri de günlük hayat problemlerini belirleme ve bunların çözümü için fen bilimleri derslerinde edindiği bilgi ve becerileri kullanma noktasındadır. Bunun yanı sıra fen okuryazarı bireyler günlük yaşam ile fen kavramlarını ilişkilendirmeyi de gerçekleştirebilmektedirler. Fen bilimleri dersi öğretim programı kapsamında amaçlanan fen okuryazarı bireylerin yetişmesi için belirlenen konu ve kavramlar dahilinde kazanımlar yer almaktadır. Bunlar doğrultusunda hazırlanan ders kitapları da bu nihai amaca ulaşmada etkili materyallerdir. Buradan hareketle ders kitaplarında günlük yaşamın nasıl ele alındığı hangi konu ve kavramlarla bu ilişkinin kurulduğunun tespiti araştırmanın amacını oluşturmaktadır. Çalışmada doküman incelemesi yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın veri kaynaklarını ilkökul ve ortaokul fen bilimleri ders kitapları oluşturmaktadır (3-8. Sınıf). Veri kaynaklarının incelenmesi sonrasında araştırmanın sonuçları bulgular doğrultusunda tartışılacak ve sonuçlara bağlı olarak öneriler sunulacaktır.

Anahtar Kelimeler fen bilimleri, ders kitapları, günlük yaşam.

INVESTIGATION OF THE RELATIONSHIP BETWEEN DAILY LIFE OF PRIMARY AND SECONDARY SCIENCE COURSE BOOKS

Abstract

The aim of science course is to educate science literate individuals. One of the characteristics expected of these individuals is to identify the problems of daily life and to use the knowledge and skills acquired in science courses for their solution. In addition, science literate individuals are able to relate the concepts of science with daily life. Learning objectives of science course curriculum include this aim. Textbooks prepared in line with these are also effective materials for achieving this ultimate aim. From this point of view, the aim of the research is to determine how the daily life is considered in the textbooks and to determine which subjects and concepts are related (3-8. Grade). In this study, document analysis method was used. The data sources of the research are science textbooks. The results of the research will be discussed in accordance with the findings and suggestions will be presented depending on the results.

Keywords science, textbooks, daily life.

TÜRK FUTBOLUNDA E-BİLET UYGULAMASI ÜZERİNE BİR İNCELEME

Gökhan ÇAKMAK

Kocaeli Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi Spor Yöneticiliği Bölümü
cakmakgokhan23@gmail.com

Özet

Futbol, tarihi çok eski zamanlara kadar uzanan bir spor dalıdır. Önceleri sıradan insanlar tarafından amatör bir ruhla oynanan futbol, endüstriyelleşme süreciyle beraber daha net kuralları olan ve işi futbol oynamak olan insanlar tarafından oynanmaya başlamıştır. Futbol geliştikçe futbolu izleyen taraftar sayısı da artmıştır. Büyük stadyumların inşasıyla birlikte daha kalabalık taraftar sayılarına ulaşılmıştır. Bu kalabalık taraftar topluluğu geçmişten günümüze bazı şiddet olaylarına sebep olmuştur. Taraftarların sebep olduğu bazı olaylar onlarca insanın ölümüyle sonuçlanmıştır. Futbolu yönetenler bu nedenle birtakım önlemler almak zorunda kalmışlardır. Ülkemizde de artan şiddet olayları neticesinde bazı önlemler alınmıştır. 14.04.2011 tarihinde 6222 sayılı Sporda Şiddet ve Düzensizliğin Önlenmesine Dair Kanun yürürlüğe sokulmuştur. Bu kanunla futbol liglerinin en üstünde yer alan Süper Lig ve bir alt lig olan 1.Lig’te oynanan futbol müsabakalarını stadyumlardan izlemek isteyenlerin kendi adlarına çıkarılmış bir elektronik karta sahip olmaları zorunlu hale getirilmiştir. Bu elektronik kart sistemiyle stadyumda maç izlemek isteyen 7 yaş üstü tüm bireylerin bu karta sahip olmaları gerekmektedir. Elektronik kart sistemiyle birlikte kağıt bilet dönemi sona ermiştir. Elektronik kart bazı faydalar yaratacağını öne sürmüştür ancak ne kadarını yerine getirebildiği halen daha tartışılmaktadır. Bu çalışmanın amacı E-bilet sisteminin mevcut durumunu, pozitif ve negatif yönlerini incelemektir.

Anahtar Kelimeler Futbol, Futbol Endüstrisi, E-Bilet

REVIEW ON E-TICKET IN TURKISH FOOTBALL

Abstract

Football is a sport that dates back to ancient times. Formerly played by ordinary people with an amateur spirit, football has started to be played by people who have clear rules and whose job is to play football. The number of fans watching football increased as football improved. With the construction of large stadiums, more crowded fans were reached. This crowd of fans has caused some violence from past to present. Some events caused by the fans resulted in the death of dozens of people. For this reason, the rulers of football had to take some precautions. As a result of increasing violence in our country, some measures have been taken. The Law No. 6222 on the Prevention of Violence and Irregularity in Sports was put into force on 14.04.2011. With this law, those who want to watch the football competitions played in the Super League, which is at the top of the football leagues and in the 1st league, which is a sub-league, are required to have an electronic card issued in their name. With this electronic card system, all individuals over the age of 7 who want to watch a match in the stadium must have this card. The paper ticket period has ended with the electronic card system. The electronic card has suggested some benefits, but how much it can fulfill is still under discussion. The aim of this study is to examine the current status, positive and negative aspects of the E-ticket system.

Keywords Football, Football Industry, E-Ticket

2020 TÜRKİYE-KOCAELİ DÜNYA GENÇLER ORYANTİRİNG ŞAMPİYONASINA YÜKLENİCİ PAYDAŞ KURUM KOCAELİ BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİNİN ORGANİZASYONEL YAKLAŞIMI

Kubilay PARILTI

Kocaeli Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beden Eğitimi ve Spor Ana Bilim Dalı Beden Eğitimi
ve Spor

kubilayparilti@gmail.com

Mehmet DUMAN

Kocaeli Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beden Eğitimi ve Spor Ana Bilim Dalı Beden Eğitimi
ve Spor

mehmetduman@gsb.gov.tr

Özet

1990 yılından itibaren her yıl düzenlenmeye başlayan ve 2020 yılında 31.'si düzenlenecek olan Dünya Gençler Oryantiring Şampiyonası Organizasyonu Uluslararası Oryantiring Federasyonu (IOF) tarafından 05.07.2017 tarihinde ülkemize (Kocaeli iline) verilmiştir. Dünya Gençler Oryantiring Şampiyonası, ülke federasyonları tarafından belirlenen milli takımlar arasında, W(K) 20 ve M(E) 20 kategorilerinde ve 26.06.2020 tarihinde katilelerin gelişi ile başlayıp 04.07.2020 tarihinde grupların ayrılması son bulacak olup, toplamda 9 gün sürecektir. 2017 yılında Finlandiya'nın Tampere kentinde düzenlenen son Gençler Dünya Oryantiring Şampiyonası kayıtlarını incelediğimizde 39 ülkeden 437 yarışmacı ile 94 idarecinin organizasyona katıldığını görmekteyiz. Aynı yarışma ile birlikte yapılan Finlandiya 5 Gün Yarışmasında da 1600'e yakın sporcu yarışmıştır. Dünya Gençler Oryantiring Şampiyonası ile birlikte uluslararası puan veren (WRE) başka bir etkinlikte düzenlemek mümkündür. Şampiyonaya katılım olarak 800 milli takım sporcusu olmak üzere toplamda 3500 ila 4000 arası sporcu ile 55-60 ülkenin de katılımı beklenmektedir. Bu kapsamda 25-31 Ağustos 2020 tarihleri arasında Dünya Gençler Oryantiring Şampiyonası 1. Resmi Antrenman Programı gerçekleştirilecektir. 2020 Şampiyona öncesi hazırlık kampı içerisinde 1. Resmi Antrenman programı yapılacaktır. Orta mesafe antrenmanı- Cumaköy, Sprint antrenmanı – Arslanbey, Kısaltılmış uzun mesafe antrenmanı – Ormanya, Uzun mesafe antrenmanı- Durhasan köyü, Sprint antrenmanı – Gebze merkez, takım yarışması antrenmanı – Bahçecik parkurlarında yapılacaktır. Bu çalışmanın amacı; Yüklenici paydaş kurum olan Kocaeli Büyükşehir Belediyesi'nin organizasyonu etkin ve verimli bir şekilde gerçekleştirilebilmesi adına; mevcut planlamayı analiz ederek, olumlu anlamda organizasyon sürecine katkıda bulunmaktadır. Yöntem olarak nitel araştırma yöntemlerinden doküman analizi kullanılmıştır. Kocaeli Büyükşehir Belediyesi'nin organizasyon ile ilgili yaptığı planlama ve hazırlıklar incelendiğinde; organizasyonun yaklaşık 1,500.000 TL'lik bir bütçe gerektirdiği tespit edilmiştir. Bu organizasyonun daha ekonomik maliyetlerle, sağlıklı ve kaliteli bir şekilde gerçekleştirilmesi adına öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler Spor, Oryantiring, Dünya Şampiyonası, Organizasyon,

2020 TURKEY-KOCAELI YOUNG WORLD ORYANTRING CHAMPIONSHIPS CONTRACTOR STAKEHOLDER INSTITUTIONS ORGANIZATIONAL APPROACH OF KOCAELI MUNICIPALITY

Abstract

The International Orienteering Federation (IOF) organized the World Youth Orienteering Championship, which will be held every year since 1990 and will be held for the 31st time in 2020, to our country (Kocaeli province) on 05.07.2017. The World Junior Orienteering Championship will start in the W (K) 20 and M (E) 20 categories among the national teams designated by the country federations, and with the arrival of the groups on 26.06.2020, the group separation will end on 04.07.2020 and will last for 9 days in total. When we look at the latest Junior World Orienteering Championships held in Tampere, Finland in 2017, we see that 437 competitors and 94 managers from

39 countries participated in the event. Nearly 1600 athletes competed in the Finland 5 Day Competition held with the same competition. Together with the World Junior Orienteering Championship, it is possible to organize an international event (WRE). Participation in the championship is expected to be between 800 national team athletes and a total of 3500 to 4000 athletes and 55-60 countries. In this context, the 1st Official Training Program of the World Junior Orienteering Championship will be held between 25-31 August 2020. The first official training program will be held within the pre-championship camp of 2020. The aim of this study; In order to carry out the organization of Municipality which is the contractor stakeholder institution in an effective and efficient manner; to contribute to the organization process by analyzing the existing planning. Document analysis, one of the qualitative research methods, was used as the method. Municipality regarding the organization are examined; the organization required a budget of approximately 1,500,000 TL. Suggestions were made in order to realize this organization in a healthy and high quality way with more economic costs.

Keywords Sport, Oryantring, World Championship, Organization

KRİZ VE STRES SÜRECİNDE LİDERLİK TÜRLERİ KURUMSAL DUYGUSAL ZEKÂYI VE İNSAN KAYNAKLARI MOTİVASYONUNU NASIL ETKİLEYEBİLİR?

Ceylan Gazi UÇKUN

Kocaeli Üniversitesi Hereke Ömer İsmet Uzunyol Meslek Yüksekokulu Mülkiyeti Koruma ve Güvenlik
gazi.uckun@kocaeli.edu.tr

Hasan LATİF

Kocaeli Üniversitesi Hereke Meslek Yüksekokulu Yönetim ve Organizasyon
hasan.latif@kocaeli.edu.tr

Okan ŞENELDİR

Kocaeli Üniversitesi Kocaeli Meslek Yüksekokulu Yönetim ve Organizasyon
seneldir@kocaeli.edu.tr

Özet

Bu çalışmada liderlik stillerinin kurumsal duygusal zekâ ve insan kaynakları motivasyonu ile ilişkisi incelenmiştir. Dahası, bu tür ilişkilerin kriz ve stres sürecinden nasıl etkileneceği tartışılmaktadır. Liderler, yüksek düzeyde iş tatmini ve örgütsel bağlılığa sahip yüksek performanslı ekipler oluşturmada önemli bir rol oynamaktadır. Organizasyonlar sürekli olarak geliştikçe, bir liderin rolü daha zorlu ve önemli hale gelir. Birçok lider, artan çevresel karmaşıklık ve organizasyonların değişen doğası nedeniyle her zamankinden daha büyük zorluklarla karşı karşıyadır. Liderliğin etkin olarak yürütülmesi, örgütlerin rekabet üstünlüğüne yol açar. Liderlik tarzlarının bazıları; otokratik, karizmatik, babacan, stratejik, demokratik, destekleyici, katılımcı, dönüşümcü liderlik ve etkileşimci liderliktir. Dönüşümsel ve etkileşimci liderlik türleri, örgütsel değişimin gerçekleştirilmesinde büyük rol oynar. Kriz yönetimi, insan kaynaklarına yönelik üst düzeyde karar ve sorumlulukları içermektedir. Bu nedenle farklı örgütsel ve liderlik becerilerini gerektirmektedir. Ekonomik kriz, işçilerin ruh sağlığını olumsuz yönde etkileyen önemli bir baskıdır. Duygudurum bozuklukları, anksiyete, depresyon ve intihar oranlarının artması gibi sonuçlar; işsizliğin artışı, iş yükünün artışı, personelin azaltılması ve ücretlerin azaltılmasıyla ilişkilidir. Yönetim dünyası artık işyerinde etkili olmak için, bir bireyin veya takımın duygusal zekâyı ihtiyacı olduğunu biliyor. Yüksek duygusal zekâ etkili takımların kalbinde yer alır. Bu ekipler, hem takımın içinde hem de dışında ilişkiler kuracak ve zorluklarla karşılaşma yeteneklerini güçlendirecek şekilde davranırlar. Karşılıklı güven, grup kimliği ve grup etkinliği duyguları oluşturulması; ekiplerin duygusal zekâlarını artırır. Motivasyon, organizasyonlar içinde yüksek performanslar elde etmede merkezi bir role sahiptir. Organizasyon, yöneticilerin çabalarını çalışanların motivasyon ve memnuniyetine yönlendirerek ilerleyebilir.

Anahtar Kelimeler Liderlik, insan kaynakları, motivasyon, kriz.

HOW LEADERSHIP TYPES CAN IMPACT CORPORATE EMOTIONAL INTELLIGENCE AND HUMAN RESOURCES MOTIVATION IN THE CRISIS AND STRESS PROCESS?

Abstract

In this study, it is examined that relations of leadership styles with corporate emotional intelligence and human resources motivation. Furthermore, how this kind of relations be affected by crisis and stress process are discussed. Leaders play a significant role in building high-performing teams who have high levels of job satisfaction and organizational commitment. Effective leadership leads to the competitive advantage of organizations. Some of the styles of leadership are autocratic, charismatic, paternalistic, strategic, democratic, supportive, participative, transformational leadership and transactional leadership. Transformational and interactive types of leadership play a major role in the realization of organizational change. Crisis management involves high level decisions and responsibilities for human resources. Therefore, it requires different organizational and leadership skills. Economic crisis is an important stressor that had a negative impact on workers' mental health.

Results such as mood disorders, anxiety, depression and increased suicide rates; The increase in unemployment is related to the increase in the workload, the reduction of personnel and the reduction of wages. The management world knows by now that to be effective in the workplace, an individual or a team need high emotional intelligence. High emotional intelligence is at the heart of effective teams. These teams behave in ways that build relationships both inside and outside the team and that strengthen their ability to face challenges. Creating mutual trust, group identity and group activity feelings; increase the emotional intelligence of the teams. Motivation has a central role in achieving high performances within organizations. The organization can progress by orienting the efforts of the managers towards motivation and satisfaction of the employees.

Keywords Leadership, human resources, motivation, crisis.

SORGULAMAYA DAYALI ÖĞRETİMDE İNGİLİZCE YABANCI DİL OLARAK ÖĞRETİMDE KULLANILAN STRATEJİLER VE ETKİNLİKLER.

Katarzyna ANNA ZAKES GÖKTAN

Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yabancı Dil Eğitimi
zakes.kasia@gmail.com

Özet

Bu makale, İngilizce yabancı dil eğitimi (EFL) içerisinde Sorgulamaya Dayalı Öğretiminde (IBT) uygulanan stratejileri ve etkinlikleri incelemeyi amaçlamaktadır. Bu doğrultuda araştırmaya Kocaeli ilindeki özel kolejlerden birisinde çalışan yedi ilköğretim okulu öğretmeni dâhil edilmiştir. Veriler, 14 saatlik ses kaydı alınan sınıf içi gözlemleri ve ders planı analizleri aracılığıyla toplanmıştır. İlköğretimde sınıf içi gözlemleri 2., 3., ve 4. sınıf öğrencileri ile gerçekleştirilmiştir. Ders planları, Amaç, Ön bilgiye erişme, Yeni Bilgi ve Hedefi Genelleştirme anlamına gelen GANAG ders planlama şeması kullanılarak hazırlanmıştır. Sonuçlar, grup çalışması ve göreve yönelik faaliyetler arasında öğretmenlerin derslerinde Sorgulamaya Dayalı Öğretimi desteklemek için geniş bir strateji yelpazesi kullandıklarını göstermiştir.

Anahtar Kelimeler İngilizce Yabancı Dil Eğitimi, Sorgulamaya Dayalı Öğretim, Stratejiler

STRATEGIES AND ACTIVITIES USED IN INQUIRY-BASED TEACHING IN EFL CLASSROOMS.

Abstract

The main aim of this paper is to explore the strategies and activities implemented in Inquiry-Based teaching in English as foreign language (EFL) classrooms. For the purpose of this study seven primary school teachers, working at one of the private college in Kocaeli province, were included in the study. The data were collected through 14 hours of audio-recorded classroom observation and lesson plan analysis. The lesson observation was done with grade 2, grade 3 and grade 4 students. The lesson plans were written using the GANAG lesson planning schema which stands for Goal, Access prior knowledge, New Information and Generalize the Goal. The results have shown that the teachers used broad range of strategies to support IBT in their classrooms, between them were group work and task oriented activities.

Keywords EFL, Inquiry-Based Teaching, Strategies

İÇSEL PAZARLAMA UYGULAMALARININ ÇALIŞAN MUTLULUĞU VE İŞTE KALMA NİYETİNE ETKİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Özlem ATAN

Haliç Üniversitesi İşletme
ozlematan@halic.edu.tr

Özet

Bu çalışmada, literatürde daha çok hizmet pazarlaması ile ilişkili olarak ele alınan İçsel Pazarlama kavramının ve uygulamalarının çalışan mutluluğu ve işte kalma niyetine etkilerinin neler olduğunun araştırılması amaçlanmaktadır. İçsel pazarlama kavramı kısaca; “iç müşteriler olarak çalışanların memnuniyetinin dış müşterilerin memnuniyeti üzerindeki etkileri” olarak tanımlanabilir (Ewing ve Caruana, 1999). İçsel pazarlama uygulamalarının çalışanların Mutluluğu üzerinde oldukça etkili olması beklenmektedir. Çalışanların iş ortamında kendilerini mutlu hissetmeleri İşte Kalma Niyetlerini de olumlu yönde etkileyecektir. Bu çalışmada geliştirilen özgün araştırma modeli çerçevesinde bağımsız değişken olarak İçsel Pazarlama Uygulamaları ile bağımlı değişkenler olarak Çalışan Mutluluğu ve İşte Kalma Niyeti ele alınmıştır. Aynı zamanda Pozitif Psikolojik Sermayenin bu ilişkilerdeki aracı ve düzenleyici rolü de test edilmiştir. Çalışmada kantitatif araştırma yöntemleri kullanılmış ve veriler anket yöntemiyle elde edilmiştir. Araştırmada İçsel Pazarlama Uygulamalarını Vizyon, Gelişim ve Ödül boyutlarında ölçen Foreman ve Money (1995)’in ölçeği kullanılmıştır. Çalışan Mutluluğunu Yaşam Doyumu boyutunda ölçmek için Diener (1985)’in ölçeği ve Pozitif/Negatif Duygulanım boyutunda ise Watson vd. (1988)’in ölçeği kullanılmıştır. İşte Kalma Niyeti Demir (2002,2011)’in ölçeği ile ölçülmüştür. Pozitif Psikolojik Sermayeyi İyimserlik, Psikolojik Dayanıklılık, Umut ve Özyeterlilik boyutlarında ölçen Luthans vd. (2007)’nin ölçeği kullanılmıştır. Veriler İstanbulda faaliyet gösteren 5 yıldızlı otel işletmelerinden toplanmış ve SPSS 24.0 istatistiksel programı ile analiz edilmiştir. Ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirlik analizleri ile Açıklayıcı Faktör Analizi yapılmıştır. Araştırma hipotezlerini test etmek için; regresyon analizi, t testi, ANOVA testi vb. faydalanılmıştır.

Anahtar Kelimeler İçsel Pazarlama Uygulamaları, Çalışan Mutluluğu, Pozitif Psikolojik Sermaye, İşte Kalma Niyeti

A RESEARCH ON THE EFFECTS OF INTERNAL MARKETING PRACTICES ON EMPLOYEE HAPPINESS AND INTENTION TO STAY IN WORK

Abstract

In this study, it is aimed to investigate the effects of Internal Marketing concept and implementations, which are mostly related to service marketing in the literature, on employee happiness and intention to stay. The concept of Internal Marketing can be defined briefly as “the effects of employees satisfaction as internal customers on external customers satisfaction” (Ewing and Caruana, 1999). Internal Marketing Implementations are expected to have a significant impact on Employee Happiness. Employees' feeling happy in the work environment will positively affect their Intention to Stay in Work. Within the framework of the original research model developed in this study, Internal Marketing Implementations as independent variable and Employee Happiness and Intention to Stay in Work as dependent variables were considered. At the same time, the mediating and regulatory role of Positive Psychological Capital in these relationships has been tested. Quantitative research methods were used in the study and the data were obtained by survey method. Foreman and Money (1995) scale, which measures Internal Marketing Implementations in the dimensions of Vision, Development and Reward, was used in this research. In order to measure Employee Happiness in Life Satisfaction dimension, Diener (1985) scale and Positive / Negative Affect dimension were measured by Watson et al. (1988) scale was used. Intention to Stay in Work was measured with the scale of Demir (2002,2011). Luthans et.al.'s (2007) scale that tests the Positive Psychological Capital within the dimensions of Optimism, Psychological Endurance, Hope and Self Efficacy was used. Data were collected from 5-star hotels operating in Istanbul and analyzed with SPSS 24.0 statistical program.

Validity and reliability analysis of the scales and Explanatory Factor Analysis were performed. To test research hypotheses; regression analysis, t test, ANOVA test, etc. have been used.

Keywords Internal Marketing Implementations, Employee Happiness, Positive Psychological Capital, Intention to Stay in Work.

DİJİTAL ÇAĞDA POPÜLERLİK KAVRAMI VE TÜKETİM KÜLTÜRÜ BAĞLAMINDA YOUTUBER ÇOCUKLAR

Aysun KAYA DENİZ

İstanbul Gelişim Üniversitesi İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi Reklam Tasarımı ve İletişimi
akaya@gelisim.edu.tr

Özet

Günümüzde dijitalleşme kavramı yediden yetmişe tüm bireyleri etkisi altına almaktadır. Sosyal medya ağlarının her geçen gün çeşitlenerek artması, bireyleri sanal ortamlarda daha çok vakit geçirmeye teşvik etmektedir. Sosyal medya ağlarını popüler olma yolunda aktif bir şekilde kullanmaya başlayan bireyler, kendi içeriklerini üreterek hedef kitleye ulaşmayı hedeflemektedir. Çocuklar da etrafındaki bireyleri rol model alarak sosyal medya ağlarında kendi içeriklerini oluşturmakta ve kendilerini popüler birer birey gibi hissetmeye başlamaktadır. Günümüzde youtuber çocukların sayfalarında yer alan içeriklerin büyük bir çoğunluğu ebeveynleri tarafından yönetilmektedir. Bunun sonucunda da çocuklar artık tüketim kültürünün bir parçası olarak hayatlarına sosyal medya ağları üzerinden devam etmektedir. Bu çalışmada, Youtube’da popüler olmuş youtuber çocukların paylaşımları tüketim ve popülerlik kavramları çerçevesinde incelenecektir.

Anahtar Kelimeler Dijitalleşme, Popülerlik, Tüketim Kültürü, Çocuk Youtuber

THE TERM OF POPULARITY IN THE DIGITAL AGE AND THE KID YOUTUBERS IN CONCEPT OF CONSUMPTION CULTURE

Abstract

Today, the term of digitalization affects all individuals from seven to seventy. The increasing diversity of social media networks encourages individuals to spend more time on internet. Individuals who are actively using social media networks to become popular aim to reach their target audience by producing their own content. Children, by taking role models of the people around them, create their own content in social media networks and start to feel like a popular individual. Today, the majority of the content of youtuber kids is managed by their parents. As a result, children continue their lives through social media networks as a part of the consumption culture. In this study, the sharing of the popular kid youtubers will be discussed in terms of consumption and popularity.

Keywords Digitalism, Popularity, Consumption Culture, Kid Youtuber

YÖNETİMDE BAĞIL HAREKET: YÖNETİCİLER VE YÖNETİLENLER ARASINDAKİ KARŞILIKLI ÖNYARGI

Ceylan Gazi UÇKUN

Kocaeli Üniversitesi Hereke Ömer İsmet Uzunyol Meslek Yüksekokulu Mülkiyeti Koruma ve
Güvenlik
gazi.uckun@kocaeli.edu.tr

Hasan LATİF

Kocaeli Üniversitesi Hereke Meslek Yüksekokulu Yönetim ve Organizasyon
hasan.latif@kocaeli.edu.tr

Okan ŞENELDİR

Kocaeli Üniversitesi Kocaeli Meslek Yüksekokulu Yönetim ve Organizasyon
seneldir@kocaeli.edu.tr

Özet

Bu çalışmada fizikteki bağıl hareket kavramının yönetimdeki önyargı olgusuyla birlikte incelenmesi amaçlanmıştır. Diğer disiplinlerle karşılaştırma yapmak, farklı bir bakış açısı kazandırabilir. Fizik biliminin konusu olan hareket, bağıl (göreceli) bir gerçekliktir. Çünkü gözlemcinin bulunduğu yer, temel alınmaktadır. Bir cismin, gözlemde bulunan kişiye göre hareketi, bağıl harekettir. Bir yolda ilerleyen bir aracın içinde oturan kişilerin koltukları hareket etmemektedir, buna karşılık aracın dışından bakıldığında ise hareket ettikleri görülmektedir. İki cismin birbirlerine göre hızları, bağıl hız olarak tanımlanır. Aynı hızda ve aynı yönde gitmekte olan iki farklı araçta bulunanlar, birbirlerini ilerlemiyor gibi görür. Birbirlerine göre karşılıklı yönlerde hareket eden araçların nispi hızı, hızları eklenerek belirlenir. Bu nedenle, ilgili araçlardan birine bakan bir yolcu, diğer aracın daha hızlı bir şekilde geçtiğini görür. Örgütlerin yönetiminde karşılıklı önyargılar yaşanmaktadır. Yöneticiler ve çalışanlar, yaşanan süreçleri birbirlerine göre daha farklı olarak algılamaktadır. Yöneticiler çalışanlarını olumsuz görme eğiliminde olabilir. Çalışanlar ise, yöneticilerinin olumsuz davrandıklarını ve belki de dürüstlükten uzaklaşma yolunda ilerlediklerini algılayabilir. Fizikteki bağıl hızın artması gibi, bazı durumlarda karşılıklı önyargı artabilir. Özellikle yöneticilik deneyimi olmayan çalışanların düşünceleri, önyargıya daha açık olabilir. Benzer şekilde ilk defa yöneticilik deneyimi yaşayan yöneticiler, önyargıya daha açık olabilir. Karşılıklı güvensizlik ve motivasyon eksikliği yaşanabilir. Performansı etkileyen bu olumsuz önyargıların düzeltilmesi için, düşüncelerdeki bağıl hareketlerin örgütler tarafından sistemli olarak yönetilmesi gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler Yönetim, önyargı, bağıl, hareket.

RELATIVE MOVEMENT IN MANAGEMENT: MUTUAL PREJUDICE BETWEEN MANAGERS AND EMPLOYEES

Abstract

In this study, it is aimed to examine the concept of relative movement in physics together with the concept of prejudice in management. Comparing with other disciplines can give a different perspective. Movement, which is the subject of physics, is a relative reality. Because the location of the observer is based. The movement of an object with respect to the observer is relative movement. Seats of people sitting in a vehicle moving on a road do not move, whereas when viewed from the outside of the vehicle, they move. The velocity of two objects relative to each other is defined as relative velocity. Those in two different vehicles traveling at the same speed and in the same direction will see each other as not moving. The relative speed of the vehicles moving in opposite directions relative to each other is determined by adding their speed. Therefore, a passenger looking at one of the corresponding vehicles sees that the other vehicle passes by more quickly. Mutual prejudices are experienced in the management of organizations. Managers and employees perceive the processes as different than each other. Managers may tend to see employees negatively. Employees, on the other

hand, may perceive that their managers have behaved negatively and perhaps are on their way to becoming dishonest. In some cases, such as the relative speed of physics increases, mutual bias may increase. In particular, employees who do not have managerial experience may be more open to prejudice. Similarly, managers who have experienced management for the first time may be more open to prejudice. Mutual distrust and lack of motivation can be experienced. In order to correct these negative prejudices that affect performance, the relative movements in thoughts need to be systematically managed by the organizations.

Keywords Management, prejudice, relative, movement.

ALMAN DİLİNDEKİ PARTİKEL OLARAK ADLANDIRILAN EDATLAR/İLGEÇLER VE TÜRKÇEYE ÇEVİRİLMİŞ EDEBİ ESERLERDEKİ KARŞILIKLARI

Hayriye BACAŞIZ

Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Alman Dili ve Edebiyatı
hayriye.bacaksizz@gmail.com

Sevinç SAKARYA MADEN

Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Alman Dili Eğitimi
sevincmaden@trakya.edu.tr

Özet

Çekimlenemeyen bir yapıya sahip olan, Almancada Partikel olarak adlandırılan edatlar/ilgeçler, tek başına kullanıldıklarında belli başlı bir anlam ifade etmeyen ancak cümle içerisinde kendilerinden önce ya da sonra kullanılan kelimeler ile belli bir anlam kazanan sözcük türleridir. Almancada oldukça yaygın bir şekilde kullanılan Partikel olarak adlandırılan edatlar/ilgeçler, Türkçeye aktarımları esnasında çoğu zaman sorun yaşanan yapılardan birisidir. Çalışmanın amacı, Alman dilindeki edatların/ilgeçlerin birer sözcük türü olarak incelenmesi ve Almanca yazılmış edebi eserlerde yer alan Partikel sözcük kategorisinde yer alan kullanımların, eserlerin Türkçe çevirilerinde karşılıklarının ne olduğunun ortaya konmasıdır. Çalışmada betimsel araştırma yönteminden yararlanılmıştır. Orijinal dili Almanca olan ve Türkçeye çevrilmiş olan bunların edebi eserler arasından farklı yıllarda basılmış birden fazla Türkçe çevirisi olan Bertolt Brecht'in 1944 yılında yazdığı *Der kaukasische Kreidekreis* adlı eserinin 1963 tarihli baskısı seçilmiş, doküman incelemesi yapılarak tarama yöntemi ile bu eserde yer alan Almancada Partikel olarak adlandırılan edatlar/ilgeçler tespit edilmiştir. Ardından Türkçeye Kafkas Tebeşir Dairesi başlığı ile biri 1963 yılında Adalet Ağaoğlu diğeri 2014 yılında Yılmaz Onay tarafından çevrilmiş iki eserde ilgili edatların veya ilgeçlerin Türkçeye nasıl aktarıldığı araştırılmıştır. Çalışma sonucunda orijinal metindeki edatların/ilgeçlerin Türkçeye çevrilmiş edebi eserlerdeki karşılıkları tablolar yardımı ile gösterilmiştir. Çevirmenler, orijinal dilde verilmek istenen anlamı Türkçeye çevrilmiş metinde aktarabilmek için çeşitli yöntemler benimsemekte ve farklı tercihler yapmaktadırlar. İşte bu farklı çeviri tercihlerinin ortaya koyulması ve değerlendirilmesi açısından bu çalışma yol gösterici nitelikte olacaktır.

Anahtar Kelimeler Almanca, Partikeller, Türkçe, İlgeçler/Edatlar, Diller arası aktarım biçimleri

PARTICLES IN GERMAN LANGUAGE AND THEIR TURKISH EQUIVALENTS IN THE TRANSLATIONS OF THE LITERARY WORKS

Abstract

As a part of the speech in the German language, the particles are uninflected words. These words alone bear no meaning, but they find meaning in the sentence along with other words used before or after the particle words. These words are very common in the German language however, their translation into the Turkish language often presents difficulties. The aim of this study is to analyze the particles in the German language as a part of speech and to show the use of the particles in a German literary work and their equivalents in the Turkish translated literary texts. This study is based on a descriptive research method. Among the German literary works, the 1963 version of Bertolt Brecht's *Der kaukasische Kreidekreis* (The Caucasian Chalk Circle) was selected. This literary work by Bertolt Brecht has several Turkish translations that were published in different years. The translation works which were written by Adalet Ağaoğlu and Yılmaz Onay and published in 1963 and 2014, respectively, under the title *Kafkas Tebeşir Dairesi* were included in this study. The text was scanned and the particles were found in the selected German text. Subsequently, it was examined how the particles were translated into Turkish in two different translations of the German drama work. The words that were used in the Turkish translations as the equivalents for the particles were listed in a Table. In order to be able to reproduce the utterance of the source text also in the target text, translators

use different methods and make different decisions. This study will have a guiding role in defining and evaluating these different translation preferences.

Keywords German, Turkish, Particles, translation methods

MESLEK YÜKSEKOKULUNDA GÖREVLİ ÖĞRETİM ELEMANLARIN AKADEMİK İLETİŞİM BECERİLERİNİN İNCELENMESİ

Barış DEMİR

Kocaeli Üniversitesi Hereke Ö.İ.U. MYO Yönetim Organizasyon
barisprof@yahoo.com

Ceylan Gazi Uçkun

Kocaeli Üniversitesi Hereke Ö.İ.U. MYO.
guckun@gmail.com

Aykut Tosun

Kocaeli Üniversitesi
aykut.tosun@kocaeli.edu.tr

Orkun Konak

Kocaeli Üniversitesi
orkun.konak@kocaeli.edu.tr

Özet

Araştırmalar öğretim elemanlarının bireysellik, bilimsel bilginin yetersiz paylaşımı, motivasyon eksikliği, gruplaşma, yönetsel sorunlar, ortak amaç eksikliği, eleştiri, bölümün kapalılığı ve bölüm atmosferinin iletişimi gibi birtakım sebepler nedeniyle kendi aralarındaki iletişim sürecinde sorunlarla karşılaştıklarını ortaya koymuştur. Bu araştırmanın amacı, meslek yüksekokulunda görevli öğretim elemanların akademik ortamdaki iletişim becerilerini incelemektir. Araştırmanın verileri Kocaeli Üniversitesi'ne bağlı 3 meslek yüksekokulunda görevli 48 öğretim elemanından toplanmıştır. Araştırmada veri toplama aracı olarak Gizir ve Gizir (2005) tarafından geliştirilen akademik ortamda iletişim analizi envanteri kullanılmıştır. Veriler SPSS 16.0'da değerlendirilmiştir. Meslek Yüksekokulunda görevli öğretim elemanlarının akademik iletişim becerilerinin orta-düşük düzeyde olduğu ve bu düzeyin cinsiyet, unvan ve bölüm değişkenlerine göre istatistiki olarak anlamlı bir farklılık gösterdiği görülmüştür. Ancak mesleki deneyim ve idari görev değişkenlerine göre ise istatistiki olarak farklılaşmadığı sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler Meslek yüksekokulu, akademik iletişim, öğretim elemanı

EXAMINATION OF ACADEMIC COMMUNICATION SKILLS OF FACULTY MEMBERS IN VOCATIONAL SCHOOL

Abstract

The researches revealed that faculty members faced problems during the communication process among themselves due to reasons such as individuality, inadequate sharing of scientific knowledge, lack of motivation, grouping, administrative problems, lack of common purpose, criticism, closure of department and communication of department atmosphere. The aim of this study is to investigate the communication skills of the academic staff of the vocational school in the academic environment. The data of the research were collected from 48 faculty members working in 3 vocational schools of Kocaeli University. In the research, communication analysis inventory in the academic environment developed by Gizir and Gizir (2005) was used as data collection tool. The data were evaluated in SPSS 16.0. Academic communication skills of faculty members in Vocational School were found to be medium-low and this level showed a significant difference according to gender, title and department variables. However, it has been concluded that there is no statistical difference according to the variables of professional experience and administrative duties.

Keywords Vocational school, academic communication, teaching staff

TİCARİ DEFTERLERİN İNCELENME YERİ TESPİTİNDE KARŞILAŞILAN SORUNLAR

Kamuran SOYLU

Kocaeli Üniversitesi Kocaeli MYO Muhasebe
kamuransoylu@hotmail.com

Özet

Ticari defterlerin tutulması, tasdik-i, delil kuvveti ve ibrazı ile ilgili olarak, 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu (TTK), 312 sayılı Vergi Usul Kanunu (VUK) ve 6100 sayılı Hukuk Mahkemeleri Kanununda (HMK) çeşitli düzenlemeler yapılmıştır. Özellikle ticari davalarda, ticari defterlerin delil olarak çok önemli bir yeri bulunmaktadır. 6102 Sayılı TTK’da ticari defterlerin incelenmesi hususunda HMK’ya yönlendirme yapmıştır. VUK ve HMK’nuda inceleme yerleri ile ilgili düzenlemeler mevcuttur. HMK’da incelemeye ilişkin temel ilke ticari defterlerin Mahkemeye ibrazı esas alınmıştır. Ancak istisnai olarak; Madde 195 de, “...Mahkemeye getirtilmesi mümkün olmayan deliller,” ve Madde 218- (1) “...Mahkemeye getirilmesi zor veya sakıncalı olan belgeler,” yerinde incelenebileceği belirtilmiştir. Defter ibrazı istenen taraflarca, defter incelemesinin işyerinde yapılmasını gerektiren şartların keyfi olarak kullanıldığı görülmektedir. Bu çalışmada, ticari defterlerin incelemeye ibraz edilmesi ve inceleme yerinin belirlenmesi konusunda keyfiliğin önlenmesi ve işyerinde incelemede karşılaşılan sorunlar incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler Ticari defterler, Defter ibrazı, İnceleme yeri

PROBLEMS ENCOUNTERED IN DETERMINING THE PLACE OF EXAMINATION OF COMMERCIAL BOOKS

Abstract

Various regulations have been made in the Turkish Commercial Law (TCL) No. 6102, Tax Procedure Law (TPL) No. 312 and Law No. 6100 on Civil Justice Law (CJL) regarding keeping, confirmation, force of evidence and presentation of commercial books. Especially in commercial cases, commercial books have a very important place as evidence. TCL No.6102 has referred to of commercial books in CJL. There are regulations regarding TPL and CJL inspection places. In CJL, the basic principle for examination is based on the presentation of commercial books to the court. But exceptionally; Item 195 also states that “...evidence that cannot be brought to the court...” and item 218- (1) “...documents that are difficult or not objectionable to bring to court...” may be examined during the inspection. It is observed that the conditions requiring the examination of the books in the workplace are used arbitrarily by the parties to whom the book is submitted. This study examined the problems that encountered in the workplace and the prevention of arbitrariness in submitting commercial books to the inspection and determining the place of inspection.

Keywords commercial books, presentation of books, place of inspection

SOCIAL SKILLS, PERCEPTION OF EMOTIONAL SUPPORT AND TENDENCY OF DEPRESSION AMONG UNIVERSITY STUDENTS, NAKHON RATCHASIMA, THAILAND

Tawee NUMSAKULWONG

Abdullah Gül Üniversitesi Faculty of Sciences and Liberal Arts Department of Social Sciences
tawee@rmuti.ac.th

Özet

The World Health Organization (WHO) reports on the situation of world suicides before the Day of World Suicide Prevention (10th September of every year), revealed that people commit suicide every 40 seconds. It is also the cause of death among people who are 15-29 years old at most. Same as Thailand in 2018, there were 1.5 million depressive patients, there was 1 suicidal person every 2 hours on the average. Data have been found that in 2018, There was the suicide rate among 20-24 years old people 4.94 – 5.33 per hundred thousand people. University students are also in the critical group, those might have some problems relating to the tendency of depression and depression is positively related to suicide among suicidal people. Therefore, this study focuses on the social skills, emotional support, and tendency of depression among university students. The sample was 320 University students, Nakhon Ratchasima Thailand for the quantitative study. Social Skill Questionnaire, Perception of Emotional support Questionnaire and Tendency of Depression Questionnaire were used for this quantitative study. The findings of this study were as follows: 1) social skills negatively affect tendency of depression at the level of statistical significance 0.001, 2) perception of emotional support function as a full mediator of the relationship between social skills and the tendency of depression at the level of statistical significance 0.001 . This framework contributes to the prevention of suicide among adolescence and late adolescence.

Anahtar Kelimeler Social Skills, Perception of Emotional Support, Tendency of Depression

SOCIAL SKILLS, PERCEPTION OF EMOTIONAL SUPPORT AND TENDENCY OF DEPRESSION AMONG UNIVERSITY STUDENTS, NAKHON RATCHASIMA, THAILAND

Abstract

The World Health Organization (WHO) reports on the situation of world suicides before the Day of World Suicide Prevention (10th September of every year), revealed that people commit suicide every 40 seconds. It is also the cause of death among people who are 15-29 years old at most. Same as Thailand in 2018, there were 1.5 million depressive patients, there was 1 suicidal person every 2 hours on the average. Data have been found that in 2018, There was the suicide rate among 20-24 years old people 4.94 – 5.33 per hundred thousand people. University students are also in the critical group, those might have some problems relating to the tendency of depression and depression is positively related to suicide among suicidal people. Therefore, this study focuses on the social skills, emotional support, and tendency of depression among university students. The sample was 320 University students, Nakhon Ratchasima Thailand for the quantitative study. Social Skill Questionnaire, Perception of Emotional support Questionnaire and Tendency of Depression Questionnaire were used for this quantitative study. The findings of this study were as follows: 1) social skills negatively affect tendency of depression at the level of statistical significance 0.001, 2) perception of emotional support function as a full mediator of the relationship between social skills and the tendency of depression at the level of statistical significance 0.001 . This framework contributes to the prevention of suicide among adolescence and late adolescence.

Keywords Social Skills, Perception of Emotional Support, Tendency of Depression

MUSTAFA KEMAL ATATÜRK'ÜN TÜRK DÜNYASI EKSENİNDE TÜRK DİLİ İLE İLGİLİ GÖRÜŞLERİ

orhan ÇELTİKÇİ
oceltikci@hotmail.com

Özet

Dünya 1989 yılında SSCB'nin dağılmasıyla yeni bir hal almış, Türk Dünyasının Anadolu dışındaki sair unsurları bu dönemde bağımsız olmaya başlamışlardır. Yıllarca SSCB otoritesi altında yaşayan Türk soydaşlarımız Azerbaycan, Türkmenistan, Özbekistan, Kırgızistan, Kazakistan Türk Devletlerinin kurulmasıyla bölgelerinde bağımsız hale gelmişlerdir. Bağımsız, özerk ya da azınlık şeklinde yaşayan Türklerin farklı coğrafyalarda yaşamalarına rağmen temel özellikleri “Kültür Birliği” içinde olmalarıdır. Zira Kültür maziden atıye Tarihi, manevi, iktisadi, konuşma dil ve alfabesini içine alarak birleştirici bütünleştirici temel lokomotif güç olmuştur. Kültürel birlikteliğin en önemli unsurlarından biri de Dil Birliğidir. Türkiye Cumhuriyeti Devletinin kurucusu büyük önder Mustafa kemal Atatürk Türk Diline ve Dil birliğine çok büyük önem vermiş bu eksenle muhtelif defalar Türk Dilinin önemini dile getirdiği konuşmalar yapmıştır. Biz bu çalışmada Mustafa Kemal Atatürk'ün Türk Dili'ne yönelik çalışma ve görüşleri değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler Mustafa Kemal, Türk Dünyası, Türk Dili, Kültür, Türkçe.

MUSTAFA KEMAL ATATÜRK'S VIEWS ON TURKISH LANGUAGE IN THE AXIS OF TURKISH WORLD

Abstract

The world became a new state with the dissolution of the USSR in 1989 and other elements of the Turkish world outside Anatolia started to become independent in this period. Our Turkish nationals living under the authority of the USSR for many years became independent in their regions with the establishment of the Turkic States of Azerbaijan, Turkmenistan, Uzbekistan, Kyrgyzstan and Kazakhstan. Although living in independent, autonomous or minority form, Turks live in different geographies, but their main feature is that they are in the Birliği Cultural Union “. Because culture from history to history has been the unifying and integrative basic locomotive power by including history, spiritual, economic, speech language and alphabet. One of the most important elements of cultural unity is the Language Union. The founder of the great leader Mustafa Kemal Atatürk's Republic of Turkey has given great importance to the Turkish Language and Linguistic unity in this axis has several times voiced speeches the importance of the Turkish language. In this study, Mustafa Kemal Atatürk's works and views on Turkish language were evaluated.

Keywords Mustafa Kemal, Turkish World, Turkish Language, Culture, Turkish.

“BİR BİLİM ADAMININ ROMANI MUSTAFA İNAN” ESERİNDEKİ BİLİM İNSANININ ÖZELLİKLERİ

Fatma ÜÇLER

Kocaeli Üniversitesi Türk Dili Bölümü Türk Dili Bölümü
fatma.ucler@hotmail.com

Özet

Biyografik romanlar kaynağını gerçek yaşam öykülerinden alır. Dünya ve Türk edebiyatında bu türde pek çok örnek vardır. Siyasi, edebi, tarihî alanlarda iz bırakan insanların hayatı romanlaştırılmıştır. Türk bilim tarihinde önemli bir yere sahip olan Mustafa İnan'ın hayatını ise Oğuz Atay roman haline getirmiştir. Yazar, İnan'ın hayatını, çocukluğundan ölümüne kadar incelemiş ve eserine dâhil etmiştir. Ancak romanın odak noktası, İnan'ın örnek bir bilim insanı olma yönüdür. Atay'ın kendisi de bir akademisyendir, bilimsel çalışma, bilim insanı olma yolundaki gerçekleri bilmektedir. Bu eserde bir bilim insanında olan ve olması istenen özellikler M. İnan üzerinden anlatılmaktadır. Bu çalışmada bilime hayatını adayan M. İnan örneğinden yola çıkılarak bilim yolunda hangi aşamalardan geçildiği, hangi engellerin aşılması gerektiği ve iyi bir bilim insanı olmanın esasları ele alınacaktır.

Anahtar Kelimeler Mustafa İnan, Oğuz Atay, bilim insanı, biyografik roman.

CHARACTERISTICS OF THE SCIENTIST IN HIS WORK : “A SCIENTIST'S NOVEL, MUSTAFA İNAN”

Abstract

Biographical novels come from real life stories. There are many examples of this type in world and Turkish literature. The lives of people who left their mark in political, literary and historical fields were novelized. The life of Mustafa İnan, who has an important place in the history of Turkish science, has become a novel by Oğuz Atay. The author examined İnan's life from childhood to death and incorporated it into his work. However, the focus of the novel is İnan's direction of being an exemplary scientist. Atay himself is an academician, who knows the facts about scientific work and being a scientist. In this work, the characteristics of a scientist and the desired features are explained through M. İnan. In this study, starting from the example of M. İnan, who devotes his life to science, which stages are passed on the path of science, which obstacles must be overcome and the principles of being a good scientist will be discussed.

Keywords Mustafa İnan, Oğuz Atay, scientist, biographical novel.

İKTİSADİ FAALİYET VE MESLEK GRUPLARINA GÖRE BİREYLERİN MEMNUNİYET DÜZEYLERİNİN İSTATİSTİKSEL ANALİZİ

Aysen ŞİMŞEK KANDEMİR

Kocaeli Üniversitesi

kandemir_aysen@hotmail.com

Özet

İnsanlar için pek çok alanda önemli bir kavram olan memnuniyet duygusu özellikle günlük yaşam üzerinde oldukça etkilidir. Literatür taraması, bireylerin memnun olma düzeyleri üzerine pek çok çalışmanın yapıldığını göstermekle birlikte iktisadi faaliyet ve meslek gruplarına göre yapılan çalışmaların sınırlı olduğu göstermektedir. 2017 TÜİK aracılığı ile elde edilen ikincil veriler kullanılarak yapılan bu çalışmada, bireylerin işinden memnun olma düzeyleri bağımlı değişken olarak alınmış ve memnun olma düzeyi yüksek, orta, düşük ve memnun değil şeklindeki sıralama nedeniyle ordinal lojistik regresyon analizi kullanılmıştır. Yapılan çalışmada, katılımcıların yaş, cinsiyet, eğitim durumu, işteki durumu, kayıtlılık, çalışma şekli ve çalışma alanı bağımsız değişken olarak alınmıştır. Ordinal lojistik regresyon analizinin yanında tanımlayıcı istatistikler belirlenerek, analiz sonuçlarının yorumlanması ile çalışma tamamlanmıştır.

Anahtar Kelimeler ordinal lojistik regresyon, iş memnuniyeti, uygulamalı istatistik

STATİSTICAL ANALYSIS OF THE LEVEL OF JOB SATISFACTION OF THE EMPLOYED BY ECONOMIC ACTIVITY AND OCCUPATIONAL GROUP

Abstract

Satisfaction, which is an important concept for people in many areas, it is particularly effective on daily life. Many studies have been conducted on the level of satisfaction of individuals. Economic activities and occupational groups are limited. In this study, 2017 TURKSTAT data were used. This data is secondary data. Satisfaction levels of individuals are dependent variable. ordinal logistic regression analysis was used because satisfaction level is ordinal (high, medium, low, not satisfied). Age, sex, education, employment status, registration, working type and working condition are independent variables. Descriptive statistics were determined with ordinal logistic regression. analysis results were interpreted in this study.

Keywords ordinal logistic regression, job satisfaction, applied statisti

CONDUCTING THE BEST HOUSE PRICE PREDICTION MODEL FOR TURKISH HOUSING MARKET WITH MACHINE LEARNING

KAMIL CAYIRLI ¹✉, HILAL ERDOĞAN SUMNU ², ALİ HEPSEN ³, HAKAN TAŞ ⁴

¹ Head of R&D and Lecturer, Zingat.com & Nisantasi University, kamil.cayirli@zingat.com

² Head of Data Management, Zingat.com, hilal.sumnu@zingat.com

³ Prof. Dr., Istanbul University, Faculty of Business Administration, Department of Finance, Turkey
alihепен@yahoo.com

⁴ Head of Data Science, Zingat.com, hakan.tas@zingat.com

Özet

Bu çalışmanın amacı, doğruluk skorlarının ve test sonuçlarının mutlak sapmalarını karşılaştırarak Türkiye Konut Piyasası için en iyi makine öğrenme modelini ampirik olarak uygulamaktır. Bu makalede Ocak 2015 - Haziran 2019 arasındaki dört buçuk yıllık dönem için Türkiye'nin önde gelen emlak portalı "Zingat.com"un satılık ve kiralık ilan veri seti kullanılmıştır. Çalışmada, her bir tahmin modeli için on beş açıklayıcı bina ve konut değişkeni kullanılmıştır (Lokasyon (Enlem ve Boylam), Konut Büyüklüğü, Teras Büyüklüğü, Oda Sayısı, Banyo Sayısı, Bina Yaşı, Toplam Kat, Kat Sayısı, Mülkiyet Türü, Manzara, Daire Cephesi, Asansör, Isıtma Sistemi, Güvenlik ve Otopark). Çalışmada öncelikle veri kümeleri üzerinde ön işlemler (aykırı verilerin temizlenmesi, eksik veri tamamlama vb.) yapılmıştır. Sonrasında, veri seti kiralık ve satılık olarak ikiye ayrılmış olup, modelin eğitilmesi anlamında verilerinin %80'i eğitim seti, %20 oranıyla test seti olarak kabul edilmiştir. Çalışmanın analiz sürecinde danışmanlı öğrenme ile tahmin modellerinden Destek Vektör Makineleri, İleri Beslemeli Yapay Sinir Ağları ve Genelleştirilmiş Regresyon Sinir Ağları ile 3 farklı model oluşturulmuştur. Python programlama dili & Keras kütüphanesi kullanılmıştır. Hata metriği olarak ise Ortalama Mutlak Yüzde Hata (MAPE) seçilmiştir. Analiz sonuçlarına göre yöntemlerin başarıları incelendiğinde yapay sinir ağları modelinin diğer danışmanlı öğrenme modellerine göre daha iyi sonuçlar verdiği tespit edilmiştir. Çalışmada en küçük ortalama mutlak yüzde hata oranı kiralık ilanlarda %9,3; satılık ilanlarda %14,9 oranı elde edilmiştir. Oluşturulan modelin girdi değişkenleri olan 15 değişken durumunun ağırlık gelişimindeki önem derecelerine bakacak olursak, modeldeki en önemli değişken "lokasyon"dur, onu konut büyüklüğü takip etmektedir. En düşük ağırlık ise teras büyüklüğüne aittir.

Anahtar Kelimeler: Türkiye; Konut Piyasası; Makine Öğrenmesi; Zingat.com; Konut Fiyat Tahminlemesi

Abstract

The objective of this paper is to empirically conduct the best machine learning regression model for Turkish Housing Market by comparing accuracy scores and absolute deviations of test results. This paper uses the locational listing data of Turkish leading property portal Zingat.com, for the four-and-a-half-year period from January 2015 to June 2019. In our study, fifteen explanatory building and dwelling variables are used for each prediction model; Location (latitude& longitude), Dwelling Size, Terrace Size, Number of Room, Number of Bathroom, Building Age, Total Floor, Floor Number, Property Type, View, View Direction, Lift, Heating System, Security, and Parking. Data preprocessing (cleaning contradictory data, completing missing data etc.) was done on dataset. Dataset was separated as rental listings and for sale listings. Training the data model; data was apportioned into training and test sets, with an 80-20 split. Three different data models were created by using Support vector machine, Feedforward Neural Networks, Generalized Regression Neural Networks algorithms of forecasting models with supervised learning. Python programming language and Keras library were used. Mean Absolute Percentage Error (MAPE) was selected as the error metric. When the success of the methods was examined according to the results of the analysis, it has been found that the Feedforward Neural Network model gives better results than the other supervising learning models. Smallest MAPE observed as 9.3% for rental listings and 14.9% for on sale listings. The most important variable in the model was building location when we consider the importance of the 15 variables in network development. Dwelling size was the 2nd the most important variable and terrace size had the least importance.

Keywords: Turkey; Housing Market; Machine Learning; Zingat.com; House Price Prediction

RELATIONSHIP BETWEEN HOUSE VALUES AND MACROECONOMIC INDICATORS IN TURKISH RESIDENTIAL MARKET

KAMIL CAYIRLI ¹✉, HILAL ERDOĞAN SUMNU ², ALİ HEPSİN ³, HAKAN TAS ⁴

¹ Head of R&D and Lecturer, Zingat.com & Nisantasi University, kamil.cayirli@zingat.com

² Head of Data Management, Zingat.com, hilal.sumnu@zingat.com

³ Prof. Dr., Istanbul University, Faculty of Business Administration, Department of Finance, Turkey
alihepsin@yahoo.com

⁴ Head of Data Science, Zingat.com, hakan.tas@zingat.com

Özet

Türkiye’de, konut hane halkı için önemli ve geleneksel yatırımlardan biridir. Nüfus artışı, ortalama hanehalkı sayısında azalış, talep ve kentleşmenin hızı nedeniyle konut talebi sürekli artmaktadır. Öte yandan, konut piyasası ile makroekonomik değişkenler arasındaki ilişki önemlidir. Bu çalışmanın temel amacı, Türkiye’de makroekonomik göstergeler ile konut değerleri arasında uzun vadeli bir ilişki olup olmadığını araştırmaktır. Bu makalede Ocak 2015 - Haziran 2019 arasındaki dört buçuk yıllık dönem için Türkiye’nin önde gelen emlak portalı “Zingat.com”un satılık ve kiralık ilan veri seti kullanılmıştır. Çalışmada yer alan makroekonomik değişkenler ise “kişi başı milli gelir, nüfus, inşaat güven endeksi, işsizlik, kira getirisi, konut kredi hacmi, para arzı, enflasyon ve inşaat maliyeti” dir. Konut fiyatları ile makroekonomik değişkenler arasındaki kısa dönem ilişki VECM (vector error correction model) kullanılarak analiz edilmiştir. Konut fiyatları ile çalışmaya dâhil edilen makroekonomik değişkenler arasındaki nedenselliği araştırmaya yönelik olarak yapılan VEC Granger Nedensellik / Block Exogeneity Wald Testi sonuçlarına göre, konut fiyatları ile enflasyon arasında iki yönlü nedensellik ilişkisi söz konusu iken, konut fiyatları ile kişi başı milli gelir, inşaat güven endeksi, işsizlik, nüfus ve para arzı arasında, konut fiyatlarına doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi ortaya çıkmıştır. Elde edilen bulgular genel anlamda daha önce yapılan çalışmaları destekler niteliktedir. Analize dâhil edilen makroekonomik değişkenlerin konut fiyatlarını açıklama yönü ve gücünde farklılıklar gözlenmektedir. Konut fiyatları ile işsizlik arasında negatif bir ilişki bulunmuştur. Konut fiyatları ile kişi başı milli gelir arasında diğer bileşenlere göre daha güçlü bir ilişki söz konusudur.

Anahtar Kelimeler: Türkiye; Konut Piyasası; Makroekonomik Değişkenler; Zingat.com.

Abstract

In Turkey, housing is one of the important and traditional investment for households. Due to population growth, decrease in average size of the household, migration and rapid pace of urbanization, housing demand is continuously increasing in Turkey, and since this requirement cannot be met with supply, house prices have been increasing steadily. On the other hand, there is also a relatively recent, growing recognition about the importance of the interactive relationship between housing market and the macroeconomic variables. The main purpose of this study is to investigate whether there is a long-run relationship between macroeconomic indicators and house values in Turkey. This paper uses the monthly data, for the four-and-a-half-year period from January 2015 to June 2019, taken from Zingat.com data store. Macroeconomic variables included in the study; per capita income, population, construction confidence index, unemployment, housing starts, rental income, number of mortgages, money supply, inflation and construction cost. The short-run relationship between housing prices and macroeconomic variables was analyzed using Vector Error Correction Model (VECM). According to the results of VEC Granger Causality / Block Exogeneity Wald Test to investigate the causality between house prices and macroeconomic variables included in the study, while there is a two-way causality relationship between house prices and inflation, there is one – way causality relationship between house prices and per capita income, construction confidence index, unemployment, population and money supply towards housing prices. The findings support the previous studies in general. There are differences in the direction of explaining house prices and strength of macroeconomic variables included in the analysis. A negative relationship was found between housing prices and unemployment. There is a stronger relationship between house prices and per capita income compared to other components.

Keywords: Turkey; Housing Market; Macroeconomic Variables; Zingat.com

TOPLU BESLENMEDE MENÜ PLANLAMA VE ÖRNEK MENÜ UYGULAMALARI**İbrahim Toğrul**Kocaeli Üniversitesi/ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı
ibrahimtogrul@munzur.edu.tr**Remziye Karayığit**Kocaeli Üniversitesi/ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı
remziye01.karayıgit@gmail.com**Dr. Öğr. Üyesi Dilek Dülger Altın**Kocaeli Üniversitesi / Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
dilek.dulgeraltin@gmail.com**Özet**

Günümüzde yiyecek-içecek endüstrisi hızla gelişen sektörlerin başında yer almaktadır. Yiyecek-içecek işletmeleri değişen tüketici ihtiyaç ve isteklerine uygun ürün ve hizmetleri sunmaya çalışmaktadır. İnsanlar bilinçlendikçe dengeli ve yeterli beslenmeye daha çok önem vermeye başlamıştır. Gün boyu işte ve dışarıda geçirdiği zaman diliminde besleyici değeri yönünden farklı gruplarda toplanan gıdaları düzgün bir beslenme hizmeti ile almak istemektedir. Bu nedenle şehir yaşamının getirdiği sosyo-ekonomik ve kültürel değişimler sonucu toplumun önemli bir kısmı toplu beslenme hizmeti veren kuruluşlarda beslenme ihtiyaçlarını karşılamaktadır. Günümüzde toplu beslenme hizmeti veren kuruluşlar; otel, lokanta, üniversite, hastane, anaokulu vb. yerlerdir. Bu kuruluşlar tüketiciye zamanında sağlıklı ve dengeli bir şekilde beslenme hizmeti sunmaktadır. Uzman kişilerce hazırlanan menüler hem tüketici memnuniyetini arttırmakta hem de işletme kayıplarını azaltmaktadır. Toplu beslenmede besinlerin sağlanmasından artıkların toplanmasına kadar pek çok aşama mevcuttur. Yiyecek ve içecek gruplarının belirli bir düzen içerisinde belirli bir öğünde sunulması ve sınıflandırılması olan menü planlama toplu beslenmede en önemli aşamalardan biridir. Menü planlama yapılırken çalışanın yaşı, cinsiyeti, işin zorluk derecesi ve gereken enerji ve besin öğeleri miktarları göz önüne alınarak yemek listeleri oluşturulmaktadır. Bu karmaşık süreçte işletmenin maliyeti, besin kaynakları, uyum, çeşit, tat gibi etmenler dikkate alınarak menüye hangi besinlerin konulacağı planlanmaktadır. Bu planlama yapılırken tüketicinin besin ihtiyaçları ve yemek alışkanlıkları, kurumun bütçe, fiziksel durum, personel durumu ve dış etmenler vb. özellikler dikkate alınmaktadır. Bu hizmet sunulurken maliyet, gıda güvenliği ve memnuniyet de göz önünde bulundurulmalıdır. Dikkatli ve kaliteli hazırlanmış menü planları, mali denetim, personel motivasyonu, kayıp ve artıkları önleme ve tüketici memnuniyetini sağlamaktadır. Menü modellerinin hazırlanmasında ekonomiklik yanında, lezzet, görünüm, besin değeri ve mevsimsel özellikler yönünden çeşitliliğin sağlanmasına da özen gösterilmelidir. Bu çalışmanın amacı toplu beslenme ve sağlık açısından önemi ve menü planlanmasının hazırlanma süreci ile farklı işletmelerde uygulanan örnek menü uygulamalarından bahsetmektir.

Anahtar Kelimeler: yiyecek-içecek, menü, menü planlama, toplu beslenme, gıda güvenliği

LARGE FAMILY BUSINESS GROUPS IN KOSOVO**Nagip Skenderi¹****Adhurim Uka²****Abstract**

A family business is typically a business mostly owned and largely managed by a members of a single family. These type of businesses, we believe, are more common in countries with lacking contract enforcement mechanisms. In Kosovo, this practice is the first 'go to' management choice for small businesses and is also found in medium and large businesses. In this paper, we will analyze the trends of large family businesses in Kosovo (LFBGs). These businesses, managed by a large family have distinct behavior, control motivations and organizational choices. Our hypothesis is that LFBGs have diminished performance when their operations expand and become more complex. Hence, this paper aims to shed light in this hypothesis by analyzing LFBGs in Kosovo.

Keywords: Family business, LFBGs, Kosovo.

BÜYÜK SINAV (YAPAY ZEKA)**Doç. Dr. Hüseyin Dikme**İstanbul Gelişim Üniversitesi / İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler / Reklam Tasarımı ve İletişim
hdikme@gelisim.edu.tr**Dr. Öğr. Üyesi İpek Sucu**İstanbul Gelişim Üniversitesi / İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler / Reklam Tasarımı ve İletişim
isucu@gelisim.edu.tr**Adem Baltacı**İstanbul Arel Üniversitesi / İletişim Fakültesi / Halkla İlişkiler ve Reklamcılık
adem.baltaci1987@gmail.com**Özet**

21.yy Dünyasında yapay zekanın insan hayatına girmeye başlamasıyla birlikte gelecekte çok şeyin değişeceğini insan yaşamının yapay zeka ile evrim geçireceği ve bu sebepten dolayı iletişim başta olmak üzere çok meslek gruplarında da ya değişiklik gösterecektir ya da ihtiyaç olmadığı için geçmiş tarihte yerini almış olacaktır. Teknolojinin insan hayatını kolaylaştıracağı gibi insan sonunu da getireceği aslında bir bakıma bilim insanlarının ölümsüzlüğü yapay zeka ile olabileceğini insan ırkının önemsizleşeceğini ve yok olma yolunda hızla ilerlediğini gelecekte insan buna tanık olacaktır. Bilim insanlarının bu konuda insani değerler ön planda tutularak çalışmalarını yürütmeleri iyi niyet anlamında dünya insanlarının beklentisidir. Hipotezime dayanarak şuan da geliştirilen yapay zeka robotlarının insanların yerini alacağını kesin gözüyle bakmaktayım. İnsan denen varlığın kurgulanan değil öğretiye dayalı olduğundan kurgulanan bir yapay zekanın kendini geliştirmesi söz konusu olduğunda insan varlığını sorgulayacağı daha ileride de varlığını yok etmeyi bile planlayacağı düşüncesindeyim. Yapay zekalı robotların kendi enerjisini sağlayacak bilgiye çok çabuk ulaşabilme imkanı olabileceğini de hesaba katılmalıdır. En önemli problemlerin arasında iletişimin evrim geçirerek kaybolması olacaktır. İnsanlık bu asırda büyük sınavını verecektir ya makine olacağız yada insan olarak yaşayacağız. İnsan kalmayı tercih edersek hayat var olacak anlamlı olacak fakat makineleşirsek duygularımız kültürümüz yaşam biçimiz evrim geçirmiş olacaktır.

Anahtar Kelimeler: Yapay Zeka, Robotlar, Teknoloji.**GRAND EXAM (ARTIFICIAL INTELLIGENCE)****Abstract**

With the introduction of artificial intelligence in the 21st century, human life will evolve with artificial intelligence in the future, and for this reason, communication will change in many professional groups, or it will take its place in the past history because there is no need. In addition, technology will facilitate human life as well as bring about the end of human beings, in a way, scientists will see that immortality can be through artificial intelligence, human race will be trivialized and rapidly progressing towards extinction. It is the expectation of the people of the world in the sense of good faith that scientists carry out their studies by prioritizing human values. Based on my hypothesis, I am certain that artificial intelligence robots, which are currently being developed, will replace people. I think that if the artificial intelligence, which is called human being, is based on doctrine rather than fictional, it will question the human being when it comes to self-development, and even plan to destroy its existence in the future. It should also be taken into account that artificial intelligence robots may have access to information that will provide their own energy very quickly. One of the most important problems will be the evolutionary loss of communication. Humanity will give the big test in this century, we will either be machines or live as human beings. If we choose to remain human, life will be meaningful, but if we mechanize our emotions, our culture, our way of life will evolve.

Keywords: Artificial Intelligence, Robots, Technology Page.

İSTANBUL SOKAK LEZZETLERİNE YÖNELİK YERLİ TURİSTLERİN TUTUMUNUN BELİRLENMESİ

Eylem Kara

Kocaeli Üniversitesi / Turizm Fakültesi/ Turizm İşletmeciliği
eeylemkara@yandex.com

Özet

Hızlı ve ani bir büyüme ile işgücü potansiyelindeki artış ve talebin artması geleneksel olmayan hizmetler için büyük bir ivme kazandırmıştır. İnsanların turizm taleplerindeki hızlı değişiklikler turizmin çeşitlendirilmesine sebebiyet vermekle beraber turizm türlerinin önemi arttırmıştır. Önemi artan turizm türlerinden bir diğeri de, yeme içme alışkanlıklarını yansıtan gastronomi turizmidir. Her ülkenin hatta her bölgenin kendine özgü bir yemek kültürü vardır. Aynı zamanda her ülkenin ve bölgenin kendine özgü sokak lezzetleri de vardır. Sokak lezzetleri, yerel ürünlere dayanan geleneksel kültürü yansıtarak kentsel yaşamın modernliğine uyarlanmış yiyecek ve içeceklerdir. Sokak yiyecekleri sergiledikleri yöresel tatlar ile mutfağın ayrılmaz bir parçası olmakla beraber bölgenin önemli turistik çekiciliklerinden biridir. Ancak sokak yiyeceklerinin bir çekim aracı olarak kullanılması için, yerli turistlerin sokak yiyeceklerine yönelik tutumlarının belirlenmesi gerekir. Türkiye de sokak lezzetleri tüketimi çok yaygın durumdadır. Buradan hareketle çalışmanın amacı, gastronomik bir değer olarak kabul edilen sokak lezzetleri kavramını Türkiye'nin en büyük ve kozmopolit şehri olan İstanbul özelinde yerli turistlerin sokak yiyeceklerine yönelik tutumlarının belirlenmesidir. Bu doğrultuda, kolayda örnekleme yöntemi ile seçilen 400 kişiye anket uygulanacaktır. Elde edilen bulgular neticesinde, yerli halkın sokak lezzetlerine olumlu tutum sergilediği ve pazarlama çalışmalarının geliştirilmesi gerektiği sonuçlarına ulaşılması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sokak lezzetleri, gastronomi turizmi, tüketici tutumu

Abstract

The rapid and sudden growth and the increase in labor potential and the increase in demand have provided a great impetus for non-traditional services. The rapid changes in the tourism demands of people have led to the diversification of tourism, but the importance of tourism types has increased. Another important tourism type is gastronomic tourism, which reflects eating and drinking habits. Every country and even every region has its own food culture. At the same time, each country and region has its own unique street delicacies. Street delicacies are foods and beverages adapted to the modernity of urban life, reflecting traditional culture based on local produce. Street food is an indispensable part of the cuisine with its local tastes and it is one of the most important tourist attractions of the region. However, in order to use street food as a means of attraction, the attitudes of local tourists towards street food should be determined. Turkey also is widespread consumption of street delicacies. Hence the purpose of this study, the concept is accepted as a gastronomic delights street value in Turkey, which is the determination of the largest and most cosmopolitan attitudes towards street food of domestic tourists in particular Istanbul. In this direction, a questionnaire will be applied to 400 people selected by easy sampling method. As a result of the findings, it is expected that the local people display a positive attitude towards street delicacies and that marketing efforts should be improved.

Keywords: Street delicacies, gastronomic tourism, consumer attitude

BİR GRUP KAMU SAĞLIK KURUMLARINA AİT SAĞLIK İLETİŞİMİNDE ELEKTRONİK ŞİKÂyet BAŞVURULARININ İNCELENMESİ

Volkan KIZILAY

Sağlık Bilimleri Üniversitesi Hamidiye Sağlık Bilimleri Fakültesi Sağlık Yönetimi Bölümü
volkankizilay12@gmail.com

Selma DAĞCI

Sağlık Bilimleri Üniversitesi Hamidiye Sağlık Bilimleri Fakültesi Ebelik Bölümü
selma.dagci@gmail.com

Turgut Ziya İNCİ

İstanbul İl Sağlık Müdürlüğü, Kuzey Kamu Hastaneleri Hizmetleri Başkanlığı
turgutinci@gmail.com

Zeynep YAZICI

Sağlık Bilimleri Üniversitesi Hamidiye Sağlık Bilimleri Fakültesi Sağlık Yönetimi Bölümü
zeynoyaz@gmail.com

Doç. Dr. Yaşar SERTBAŞ

Sağlık Bilimleri Üniversitesi Fatih Sultan Mehmet Eğitim ve Araştırma Hastanesi

Prof. Dr. Kamil ÖZDİL

Sağlık Bilimleri Üniversitesi Ümraniye Eğitim ve Araştırma Hastanesi

Özet

Amaç: Günümüzde teknolojik gelişmeler hem hizmet sunumunda hem de hasta ve hasta yakınlarının rolünde, görüşlerinde ve memnuniyet düzeylerinde değişikliklere neden olmuştur. Cumhurbaşkanlığı İletişim Merkezi (CİMER) 2006 yılından bugüne 7 gün 24 saat hizmet vermektedir. Bu merkeze bilgi alma, tedavi talebi, şikâyet, teşekkür ile ilgili başvurular gibi sağlıkla ilgili birçok konuda çağrı gelmektedir ve sistem bu çağrıları ilgili olan alan ve kurumlara yönlendirmektedir. Bu kapsamda sağlık hizmet sunumunun geliştirilmesine katkı sağlamak hem de hasta ve hasta yakınları tarafından en çok şikâyet edilen ve beğenilen konuların neler olduğunu belirlemek süreci yönetmek açısından önemlidir. Bu çalışma İstanbul'da bulunan yirmi kamu kurumuna ait sağlık iletişimde elektronik şikâyet başvurularının incelenmesi amacıyla tanımlayıcı olarak gerçekleştirildi.

Yöntem: Çalışma, 01.01.2019-30.06.2019 tarihleri arasında İstanbul'da bulunan dokuz eğitim ve araştırma hastanesi, beş devlet hastanesi ve altı ağız ve diş sağlığı merkezine ait 3.868 CİMER başvurusu retrospektif olarak incelenerek gerçekleştirildi. Veriler toplanırken; araştırmacıların oluşturduğu soru formu ile CİMER kayıtları gruplandırıldı. Çalışma verileri değerlendirilirken tanımlayıcı istatistiksel metodlar (ortalama, standart sapma, frekans) kullanıldı.

Bulgular: 2019 yılı içinde belirtilen sağlık kurumlarına 14.308.989 hasta başvurusu olmuş, 3.868 hasta/hasta yakını çeşitli sağlık hizmet sunumu nedenleri ile CİMER'e başvuruda bulundu. Kurumlarda 6.460.912 poliklinik başvurusu tespit edilmiş, poliklinik sayısına göre CİMER başvuru oranının on binde 6, şikâyet başvuru oranı ise on binde 5,76 olduğu gözlenmiştir (Tablo 1). Başvuruların %77,7'si eğitim ve araştırma hastanelerine aitti ve %96,3'ünün konusunu şikâyetler oluşturmaktaydı (Tablo 2-3-4). En fazla şikâyet edilen konular; hizmeti sunan kişi (%29,3), hizmetin niteliği (%20,9) ve hizmete erişim (%14,5) iken en az şikâyet konusu olan durumlar ise uygunsuz tütün kullanımı (%0,13), hakkaniyet ve güvenlik idi (0,08) (Tablo 5). CİMER üzerinden teşekkür başvurularına bakıldığında en fazla eğitim ve araştırma hastanesi çalışanlarına (%2,72) teşekkür edildi.

Sonuç: Hasta ile hastane personeli iyi bir ilişki ve iletişim içinde olmalıdır. Hastaların hizmet alıcısı olarak, hizmet sunucusuna saygılı olması, güven duyması ve kurallara uyması; hizmet sunucusu olan sağlık çalışanlarının da hoşgörülü, sabırlı ve diyaloga açık olmasının şikâyetlerin büyük oranda azalmasına katkı sunacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sağlık hizmetleri, CİMER, şikâyet, hastane, sağlık çalışanı

EXAMINATION OF ELECTRONIC COMPLAINT APPLICATIONS IN HEALTH COMMUNICATION OF A GROUP OF PUBLIC HEALTH INSTITUTIONS

Abstract

Objective: Today, technological advances have led to changes in both service delivery and the role, views and satisfaction levels of patients and their relatives. The Presidential Communication Center (CIMER) has been open 24/7 since 2006. This center receives many health-related calls, such as receiving information, requesting treatment, complaints, applications for gratitude, and the system directs these calls to the relevant fields and institutions. In this context, it is important to contribute to the improvement of health service provision and to determine what are the most frequently complained and appreciated issues by patients and their relatives. This study was conducted as a descriptive study in order to examine electronic complaints applications in health communication of twenty public institutions in Istanbul.

Method: The study was conducted retrospectively by examining 3,868 CIMER applications from nine education and research hospitals (ERH), five state hospitals and six oral and dental health centers in Istanbul between 01.01.2019-30.06.2019. While collecting data; CIMER records were grouped with the questionnaire formed by the researchers. Descriptive statistical methods (mean, standard deviation, frequency) were used to evaluate the study data.

Results: In 2019, 14,308,989 patients applied to the health institutions and 3,868 patients / relatives applied to CIMER for various health services. 6,460,912 outpatient clinic applications were identified in the institutions. According to the number of outpatient clinics, CIMER application rate was 6 per thousand and the complaint application rate was 5.76 per ten thousand (Table 1). 77.7% of the applications belonged to ERHs and 96.3% of them were subject to complaints (Table 2-3-4). The most frequently complained subjects are; the service provider (29.3%), the quality of the service (20.9%) and access to the service (14.5%), while the least complaints were inappropriate tobacco use (0.13%), equity and safety (0.08) (Table 5). The highest number of ERH employees (2.72%) was thanked to CIMER.

Conclusion: Patient and hospital staff should be in good relationship and communication. As a service provider, patients should be respectful, trustful and obey the rules; The fact that healthcare providers, who are service providers, are tolerant, patient and open to dialogue is thought to contribute to the reduction of complaints to a great extent.

Keywords: Health services, CIMER, complaints, hospital, health worker

STUDIES INVESTIGATING THE EFFECTS OF THE USE OF MANGA COMICS IN MATHEMATICS TEACHING

A. Arzu ARI^{*1}, Barış DEMİR², Betül BAYDAR IŞIK³

¹Kocaeli Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, İlköğretim Bölümü, Kocaeli, Türkiye

² Kocaeli Üniversitesi, Hereke Ömer İsmet Uzunyol Meslek Yüksek Okulu, Kocaeli, Türkiye

³ Kocaeli Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Kocaeli, Türkiye

Abstract

The aim of this study is to examine the findings of studies investigating the effects of manga comics in mathematics teaching. The method of the study is content analysis. For this research, 20 studies were examined in detail and their findings were examined. According to the studies examined for the research, it has been seen that the use of manga comics in teaching has benefited students' affective characteristics, art abilities, course achievements, attitudes towards the course, creativity skills and reading skills.

Keywords: Manga, Manga Comics, Use of Manga in Education, Use of Manga in Mathematics Education

MATEMATİK ÖĞRETİMİNDE MANGA ÇİZGİ ROMAN KULLANIMININ ETKİLERİNİ ARAŞTIRAN ÇALIŞMALAR

Özet

Araştırmanın amacı matematik öğretiminde manga çizgi roman kullanımının etkilerini araştıran çalışmaların bulgularını incelemektir. Çalışmanın yöntemi içerik analizidir. Bu araştırma için 20 çalışma detaylı incelenmiş ve bulguları irdelenmiştir. Araştırma için incelenen çalışmalara göre; manganın öğretimde kullanılmasının öğrencilerin duyuşsal özelliklerine, sanat yeteneklerine, ders başarılarına, derse yönelik tutumlarına, yaratıcılık becerilerine ve okuma becerilerine fayda sağladığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Manga, Manga Çizgi Romanı, Eğitimde Manga Kullanımı, Matematik Eğitiminde Manga Kullanımı

İLKÖĞRETİM MATEMATİK ÖĞRETMEN ADAYLARININ “KÜLTÜR VE “MATEMATİK” ALGILARININ İNCELENMESİ

Dr. Öğr. Üyesi A. Arzu ARI

Kocaeli Üniversitesi, Eğitim Fakültesi İlköğretim Bölümü
abural@kocaeli.edu.tr

Öğr. Gör. Barış DEMİR

Kocaeli Üniversitesi, Hereke Ömer İsmet Uzunyol Meslek Yüksekokulu, barisprof@hotmail.com

Tuğçe AR

Kocaeli Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü
tugceozkan1903@gmail.com

Özet

Kültür, toplum denen birim içinde ve bu birimi oluşturan örgütlü alt birimlerde yaşayan insanın kendini, ötekini ve örgütlü birimleri ve alt birimleri “nasıl yeniden ürettiğini” ve “bu üretimle ilgili ifade biçimlerini” anlatır. Matematik ise en sade şekliyle yaşamın bir soyutlanmış biçimi olarak tanımlanır. Bu tanımın içinde saklı ağırlığından ötürü, matematik öğretimi daima önemsenmiş, bilimsel ve teknik alanlardaki gelişmeler, onun iyi öğrenilmesine, aksi durumlar öğrenilememesine bağlanmıştır. Bu çalışmanın amacı, İlköğretim matematik öğretmeni adaylarının “Matematik” ve “Kültür” kavramlarına yönelik sahip oldukları algıların metaforlar yardımıyla ortaya çıkarılmasıdır. Bu amaç doğrultusunda, 2019-2020 eğitim-öğretim yılında Kocaeli Üniversitesi Eğitim Fakültesi İlköğretim Bölümü Matematik Öğretmenliği anabilim dalının 2. sınıfında öğrenim gören ve “Kültür ve Matematik” alan eğitimi seçmeli dersini alan toplam 23 öğretmen adayından “Eğer “Kültür” bir renk, besin türü, ulaşım aracı, oyun, mevsim veya canlı türü olsaydı olurdu. Çünkü”, “Eğer “Matematik” bir renk, besin türü, ulaşım aracı, oyun, mevsim veya canlı türü olsaydı olurdu. Çünkü” Eğer “Kültür ve Matematik” ilişkisi bir renk, besin türü, ulaşım aracı, oyun, mevsim veya canlı türü olsaydı olurdu. Çünkü” cümlelerini tamamlamaları istenmiştir. Toplanan veriler, içerik analizi tekniği ile analiz edilerek yorumlanmıştır. Araştırma bulgularına göre matematik öğretmeni adayları “Kültür” ve “Matematik” ile ilgili olarak farklı sayıda kategori üretmişlerdir. Araştırmanın sonucunda öğretmen adaylarının “Kültür” ve “Matematik” kavramlarını çoğunlukla “yemek”, “renk” ve “ulaşım aracı” şeklinde algıladıkları görülmüştür.

Anahtar kelimeler: Kültür, Matematik, Matematik Öğretmeni Adayı, Metafor Algıları

INVESTIGATION OF “CULTURE” AND “MATHEMATICS” PERCEPTIONS OF PRIMARY SCHOOL MATHEMATICS TEACHER CANDIDATES

Abstract

Culture describes how the human being, who lives within the unit called society and in the organized sub-units that make up this unit, “reproduces itself, the other and the organized units and sub-units”, and the “forms of expression related to this production”. On the other hand, in the simplest terms, mathematics is defined as an isolated form of life. Because of the severity of this definition, mathematics teaching has always been considered important, and developments in scientific and technical fields have been attributed to the fact that it is well learned and not otherwise. The aim of this study is to reveal the perceptions of primary school mathematics teacher candidates about “mathematics” and “culture” with the help of metaphors. For this purpose, in the 2019-2020 academic year, second grade of 23 teacher candidates studying at Kocaeli University Faculty of Education, Department of Elementary Education, Mathematics Teaching Department were asked to complete the sentences “If Culture and Mathematics were a color, food type, means of transport, game, season and species, it would Because”. The collected data were analyzed and interpreted by the content analysis method. According to the research findings, mathematics teacher candidates produced different number of categories related to “Culture and Mathematics” course. As

a result of the research, it was seen that the teacher candidates perceived ‘the Culture and Mathematics ’ course mostly as ‘ food ’, ‘color’ and ‘means of transportation’.

Keywords: Culture, Mathematics, Mathematics Teacher Candidate, Methapor Perceptions

BİLGİSAYAR DERSİNDE TERS-YÜZ ÖĞRENME SINIF UYGULAMALARI: BİR LİTERATÜR TARAMASI

Özge AKGÜL UĞUR

Gazi Ortaokulu
ozgelev@hotmail.com

Doç. Dr. İbrahim ARPACI

Gaziosmanpaşa Üniversitesi, / Eğitim Fakültesi / Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Bölümü,
ibrahim.arpaci@gop.edu.tr

Özet

Son yıllarda çok tartışılan eğitim yöntemlerinden biri olan ters-yüz öğrenme, geleneksel öğrenmeyi tersine çevirerek sınıf içi uygulamaların sınıf dışında, sınıf dışındaki uygulamaların da sınıf içine taşınmasıyla bir tür harmanlanmış sistemdir. Bu eğitim yöntemi ile öğrencinin hedefe ulaşması için her yerde ders ve etkinliklerin belirli bir planla yapılması gerekmektedir. Alan taraması yapılarak gerçekleştirilmiş olan bu çalışma, ters yüz sınıf modelinin tanımı, avantajları ve dezavantajları, nasıl uygulanacağı ve bu metodun bilgisayar sınıflarındaki etkisi konusunda yürütülmüş araştırmalarla ilgili detaylı bilgi vermektedir. Bu çalışmada, bilgisayar eğitiminde ters-yüz öğrenme yaklaşımını araştıran nicel ve nitel araştırmaların doküman analizi yöntemi kullanılmıştır. Ayrıca çalışmada Bilişim Teknolojileri ve Yazılım dersinde uygulanan ters-yüz sınıf yönteminin, başarı, tutum gibi farklı değişkenler üzerindeki etkileri incelenmiştir. Bilgisayar eğitimi alanındaki mevcut araştırmalar, eleştirel olarak değerlendirilip özetlenerek uygulayıcılara rehberlik etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Ters yüz sınıf yöntemi, Eğitim Teknolojisi, Bilgisayar

FLIPPED-LEARNING APPLICATION CLASSROOM IN COMPUTER EDUCATION: A LITERATURE REVIEW

Abstract

Flipped learning, which is one of the most widely discussed educational methods in recent years, is a kind of blended system by reversing traditional learning by moving in-class practices out of the classroom and out-of-class practices into the classroom. In order for the student to reach the target with this method of education, courses and activities everywhere must be done with a specific plan. This study, which was carried out by field scanning, provides detailed information about the definition, advantages and disadvantages of the flipped class model, how to apply it and the impact of this method on computer classes. In this study, the method of document analysis of quantitative and qualitative research investigating the flipping learning approach in computer education was used. Also, in this study, the effects of the flipped class class method applied in Information Technology and software course on different variables such as success and attitude were examined. Current research in the field of computer education is to guide practitioners by critically evaluating and summarizing them.

Keywords: Flipped learning method, Educational Technology, Computer

FULL PAPER PROCEEDINGS

BURHAN DOĞANÇAY ESERLERİNİ ESTETİK AÇIDAN İNCELEME**Öğr. Gör. Dr. Yıldırım Onur ERDİREN**Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi / Fen-Edebiyat Fakültesi / Sosyoloji
yoerdiren@nku.edu.tr**Özet**

Burhan Doğançay 1929 yılında, tanınmış ressam ve harita subayı Adil Doğançay'ın oğlu olarak dünyaya geldi. Sanat eğitimi ilk olarak babasından ve tanınmış ressam Arif Kaptan'dan aldı. Babasının teşvikiyle başlayan resim çalışmaları, Ankara Üniversitesi'nde aldığı hukuk eğitiminin ve 1955'te Paris'te bitirdiği ekonomi doktorasının önüne geçerek sanat serüveninin başlangıcı oldu. Bir yandan akademik eğitimi devam ederken, diğer yandan resim çalışmalarını hiç aksatmadan sürdürdü. Paris'teki öğrencilik yıllarında La Grande Chaumiere'de resim çalışmalarına katıldı. Doktorasını bitirip Ankara'ya döndüğünde Sanat Sevenler Kulübü'nde babasıyla ortak sergiler açtı. Burhan Doğançay birçok yağlıboya eserler ortaya koymuştur. Bu eserler yüksek fiyatlara sergilerde ve müzayedelerde halen günümüzde satılmaktadır. Geçmişten 2013 yılına kadar önemli eserler üretmiş olan sanatçının eserleri estetik açıdan incelenmesi, sanatçının eserlerini daha iyi kavramımıza neden olacaktır. Sanatçının eserleri tasarım unsurları ve estetik çözümler ile incelenebilir. Bu çalışmada, Burhan Doğançay'ın eserleri estetik açıdan nasıl inceleneceği ve yorumlanacağı açıklanacaktır.

Anahtar Kelimeler: Burhan Doğançay, eser, estetik**AESTHETIC ANALYSIS OF BURHAN DOĞANÇAY WORKS****Abstract**

Burhan Doğançay was born in 1929 as the son of well-known painter and map officer Adil Doğançay. He received his art education from his father and well-known painter Arif Kaptan. His paintings started with the encouragement of his father and prevented his law education at Ankara University and his doctorate in economics in Paris in 1955. He started his art adventure. While continuing his academic education, he continued painting without interrupting. During her student years in Paris, she participated in painting at La Grande Chaumiere. After completing his PhD, he returned to Ankara and held joint exhibitions with his father at the Art Lovers Club. Burhan Doğançay has produced many oil paintings. These works are still sold today in exhibitions and auctions at high prices. The aesthetics of the artist, who has produced important works from the past to 2013, will lead to a better understanding of the artist's works. The artist's works can be examined with design elements and aesthetic analysis. In this study, it will be explained how Burhan Doğançay's works will be examined and interpreted aesthetically.

Keywords: Burhan Doğançay, work, aesthetic**1. GİRİŞ**

Gravür sanat dallarından biri olmakta ve geçmişi çok uzun yıllara dayanmaktadır. Metal, taş, tahta üzerine oyma tekniğini kullanarak yapılan ve kağıt üzerine aktarılan sanat, yaygın bir biçimde yapılmaktadır. İnce detaylar kullanarak ve özen isteyen gravür sanatı, matbaacılık alanında da kullanılmaktadır. Günümüzde müşamba gibi çeşitli materyaller üzerine de uygulanmaktadır. Gravür sanatını başarılı bir şekilde uygulayan Albrecht Dürer Alman Rönesans ressamı ve ünlü gravür sanatçısıdır. Sanatçının birden fazla tarzda ve üslupta icra ettiği farklı eserleri vardır. Dürer'in gravür eserlerinin yanı sıra tuval üzerine çalıştığı eserleri de mevcuttur. Dürer'in eserleri günümüz genç kuşak sanatçılarına ilham kaynağı olmuştur. Günümüz sanatçıları fikir açısından sanatçının eserlerinden esinlenmektedir. Bunun yanı sıra, Dürer'in eserlerini kavramak ve anlamak için o eserleri estetik açıdan incelemek önemlidir çünkü eserler estetik açıdan incelendiğinde o eserin nasıl bir estetik yapıya sahip olduğu anlaşılacaktır. Estetik bakımdan bir eseri incelemek için estetik çözümleme; estetik obje, estetik süje, estetik yargı ve estetik değer olarak incelemek gerekmektedir. Bununla birlikte bir eseri estetik incelemek için eserin tasarım unsurları bakımından nasıl olduğuna da

bakılması gerekmektedir. Bunlar; renk, şekil, çizgi, ton, ışık ve gölge, denge, vurgulama, görsel devamlılık, oran-orantı ve bütünlük olarak incelenmektedir. Bu çalışmada, Dürer'in gravür eserlerinin bu nitelikler ile birlikte nasıl incelendiğini görmüş olacağız.

2. BURHAN DOĞANÇAY



1929 yılında, tanınmış ressam ve harita subayı Adil Doğançay'ın oğlu olarak dünyaya geldi. Sanat eğitimi ilk olarak babasından ve tanınmış ressam Arif Kaptan'dan aldı. Babasının teşvikiyle başlayan resim çalışmaları, Ankara Üniversitesi'nde aldığı hukuk eğitiminin ve 1955'te Paris'te bitirdiği ekonomi doktorasının önüne geçerek sanat serüveninin başlangıcı oldu. Bir yandan akademik eğitimi devam ederken, diğer yandan resim çalışmalarını hiç aksatmadan sürdürdü. Paris'teki öğrencilik yıllarında La Grande Chaumière'de resim çalışmalarına katıldı. Doktorasını bitirip Ankara'ya döndüğünde Sanat Sevenler Kulübü'nde babasıyla ortak sergiler açtı. 1961'de 22. Devlet Resim ve Heykel Sergisi'ne beş resmi kabul edildi. 1962 yılında New York'a gitti. 1964 yılında Guggenheim müzesi müdürü Thomas Messer'in sanatçının yapıtlarından birini müze koleksiyonuna alması, sanatçının bu zorlu mücadeleden galip geleceğine olan inancını daha da pekiştirdi. New York duvarlarıyla başlayacak önemli esin kaynağı olan "Duvarlar" serisine de aynı yıllarda başladı. Çünkü duvarlar, hızla geçip giden yaşamın ardında kalan "her şey" i yansıtıyordu. 1975 yılında buradan yola çıkan sanatçı, 114 ülkeyi kapsayacak olan "Dünya Duvarları" fotoğraf projesine başladı. 1982'de bu projenin ürünlerini, Paris'te Georges Pompidou da "Fısıldayan Duvarlar" adı altında ilk kez sergiledi. 1983'te Fransa'nın ünlü halı merkezi Aubusson'dan sanatçının tasarımları duvar halısı olarak dokunmaya başlandı. 1986'da büyük bir onarım geçiren Brooklyn Köprüsü'nün 19 adet büyük boy fotoğrafı New York kentinin 100.yıl kutlamalarında (1998) JFK Uluslararası Havaalanı'nda iki yıla yakın bir süre sergilendi. Daha sonra bu fotoğraflar "Walls of the World" adı altında kitap olarak yayınlandı. 2001 yılında Dr. Nejat Eczacıbaşı Vakfı desteği ile ilk Retrospektif Sergisi'ni İstanbul Dolmabahçe Sarayı'nda gerçekleştirdi. 2003 Haziran ayında sanatçının, "Hat Sanatına Saygı" isimli çalışması Brüksel'deki yeni Avrupa Parlamentosu binasına asıldı.

3. BURHAN DOĞANÇAY ESERLERİNDEN ÖRNEKLER



Resim 1. Soyut Kompozisyon



Resim 2. Soyut Kompozisyon



Resim 3. Soyut Kompozisyon



Resim 4. Soyut Kompozisyon



Resim 5 ve 6. Soyut Kompozisyon



Resim 7. Soyut Kompozisyon



Resim 8. "Soyut Kompozisyon"

4. ESERLERİ ESTETİK İNCELEME

Resim 8.

- Resmin türü: soyut resim
- Işık ve gölge
- Denge, yön ve biçim olarak bütünlük sağlanmaktadır.
- Estetik obje-süje ilişkisi ve estetik değer-yargı ilişkisi kurulmaktadır. Sanatçı ortaya bir sanat eseri ortaya koyarak, bu esere değer atfedebilir ve yargıda bulunabilir

Resim 3.

- Eserde resmin türü olarak yine soyut resim kullanılmıştır.
- Gölge ve ışık başarılı bir şekilde yansıtılmıştır.
- Mavi tonları ağırlıktadır.
- Renklerde ve unsurlarda denge, biçim, oran-orantı, perspektif uyumlu bir şekilde yansıtılmıştır.

Resim 6.

- Soyut resim
- Perspektif başarılı bir şekilde yansıtılmıştır.
- Işık ve gölge de kullanılmış olup formlar kullanılmıştır.

5. SONUÇ

Burhan Doğançay'ın eserlerine baktığımızda oran-orantı ve perspektif sorunlarıyla ilgili incelemeler ve tablolar yapmıştır. Genelde kullandığı resmin türü soyuttur. Sanatçının tarzı değişkenlik göstermemiştir. Doğançay, her eserinde sıra dışı temalarıyla ışık ve gölgeyi başarılı bir şekilde

yansıtmıştır. Estetik obje-süje ilişkisi ve estetik değer-yargı ilişkisi kurulmaktadır. Sanatçı ortaya bir sanat eseri ortaya koyarak, bu esere değer atfedebilir ve yargıda bulunabilir

KAYNAKLAR

TUNALI, İ. (2013), *Estetik*, İstanbul: Remzi Kitabevi.

ÜNER, Ö. (2010), *Resmin Temellerii*, Ankara: Say Yayıncılık.

ARİSTOTELES'E GÖRE İNSANIN EYLEMLERİ KAPSAMINDA GÜNÜMÜZ İNSANININ EYLEMLERİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

Öğr. Gör. Dr. Yıldırım Onur ERDİREN

Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi / Fen-Edebiyat Fakültesi / Sosyoloji
yoerdiren@nku.edu.tr

Özet

Aristoteles felsefe tarihinin önemli filozoflarından olup, mantığın kurucusu olarak bilinmektedir. Aristoteles, *Nikomakhos'a Etik* adlı kitabında eylem (tercih)'ten bahseder. Çünkü her insan eylemleri olan bir varlıktır. İnsanların eylemleri felsefede sıkça konu olmuş ve sorgulanmıştır. Eylem (tercih), etik bir kavramdır. Aristoteles'e göre eylem ikiye ayrılır. İlki isteyerek yapılan eylemler, ikincisi ise, istemeyerek yapılan eylemlerdir. İstemeyerek yapılan eylemler zorla ve bilgisizlikten yapılan eylemlerdir. Başlangıcı yapanın ya da maruz kalanın dışında bulunan, böyle olduğundan dolayı da yapanın ya da maruz kalanın hiç yapı olmadan yapılan zorla yapılandır (Aristoteles, 2011: 44). Bilgisizlikten yapılan, üzüntü ve pişmanlık getireni istenmeyerek yapılandır. Aristoteles eylemleri ikiye ayırıp yorumlarken günümüzde insanların eylemleri de farklılık göstermektedir. Günümüzde insanın eylemleri denildiğinde özellikle felsefenin yanı sıra psikoloji ve sosyoloji disiplinleri de bu konuyu incelemektedir. Bu çalışmada, Aristoteles'in insan eylemlerine bakışı ile günümüzde insanın eylemleri arasında nasıl benzer ve farklılıklar olduğu örneklerle irdelenecektir.

Anahtar Kelimeler: Aristoteles, insan, insanın eylemleri.

AN ASSESSMENT ON THE ACTIONS OF THE TODAY WITHIN THE SCOPE OF HUMAN ACTIONS ACCORDING TO ARISTOTELES

Abstract

Aristotles is one of the most important philosophers in the history of philosophy and is known as the founder of logic. In his book *Ethics*, Aristotles mentions action (preference). Because every human being is an entity with actions. The actions of the people have been frequently questioned and questioned in philosophy. Action (choice) is an ethical concept. According to Aristotle, the action is divided into two. The first is intentional actions, the second is involuntary actions. Involuntary actions are acts of force and ignorance. The originator or the outside of the exposed, so that the structure of the constructor or the exposed structure without any structure made (Aristotle, 2011: 44). Construct unintentionally who brings sadness and regret. While Aristotle divides and interprets the actions, the actions of the people are different. Today, when human actions are mentioned, especially the philosophy, as well as the disciplines of psychology and sociology examine this issue. In this study, examples of Aristotle's approach to human actions and how similar and differences exist between human actions will be examined.

Keywords: Aristoteles, human, human actions.

1. GİRİŞ

Aristoteles felsefe tarihinin önemli filozoflarından olup, mantığın kurucusu olarak bilinmektedir. Aristoteles, *Nikomakhos'a Etik* adlı kitabında eylem (tercih)'ten bahseder. Çünkü her insan eylemleri olan bir varlıktır. İnsanların eylemleri felsefede sıkça konu olmuş ve sorgulanmıştır. Eylem (tercih), etik bir kavramdır. Aristoteles'e göre eylem ikiye ayrılır. İlki isteyerek yapılan eylemler, ikincisi ise, istemeyerek yapılan eylemlerdir. İstemeyerek yapılan eylemler zorla ve bilgisizlikten yapılan eylemlerdir. Başlangıcı yapanın ya da maruz kalanın dışında bulunan, böyle olduğundan dolayı da yapanın ya da maruz kalanın hiç yapı olmadan yapılan zorla yapılandır (Aristoteles, 2011: 44). Bilgisizlikten yapılan, üzüntü ve pişmanlık getireni istenmeyerek yapılandır. Aristoteles eylemleri ikiye ayırıp yorumlarken günümüzde insanların eylemleri de farklılık göstermektedir. Günümüzde insanın eylemleri denildiğinde özellikle felsefenin yanı sıra psikoloji ve sosyoloji disiplinleri de bu

konuyu incelemektedir. Bu çalışmada, Aristoteles'in insan eylemlerine bakışı ile günümüzde insanın eylemleri arasında nasıl benzer ve farklılıklar olduğu örneklerle irdelenecektir.

2. ARİSTOTELES'E GÖRE İNSAN

İnsanın tanımı geçmişten günümüze kadar yapılmaktadır. Özellikle sosyoloji, psikoloji ve felsefe disiplinlerinin temelinde insanın eylemleri incelenmektedir. Bu çalışmanın da konusu olan felsefede insan filozoflar tarafından felsefe tarihinde farklı görüşlere neden olmuştur. Bu görüşler günümüzde insanı irdelemek için örnek olmaktadır. Felsefede insan ile ilgili en çok tartışılan sorulardan biri “insan nasıl bir varlık?” tır. Bu soru insanın kendini sorgulaması için önemlidir. Mengüsoğlu'nun *İnsan Felsefesi* adlı eserinde şöyle der: “*insanın hem varlık koşulu hem de başarıları olan, insanın bilen, inanan, çalışan, değerleri duyan, seven, ideleştiren, önceden gören isteyen, eğiten-eğilen ve özgür olan bir varlık olması yanında dil ve disharmoni fenomenleri de onun varlık yapısının temelinde yer alır*” (Mengüsoğlu, 2017: 15). Bunların yanı sıra felsefede insan ile ilgili sorugulanması gereken birden fazla soru vardır: Bunlar; “İnsan mutlu mudur?”, “İnsan özgür müdür?”, “İnsan erdemli midir?” vb. sorular önemlidir.

Aristoteles'in insan ve doğa hakkında söylediği görüşler, iki açıdan dikkatle incelenmeye değerdir. İlki, Antik Yunan Felsefesi'nin Aristoteles'ten önceki ve sonraki kişi merkezli insan anlayışının daha iyi anlaşılması bakımından önemlidir. Bu açıdan, Antikçağ düşünürlerinin insan problemini tartışırken kullandığı insan ve doğası, insanın kendini gerçekleştirmesi form ve maddeye karşılık gelen ruh ve beden ayrımı, ruhun insanın özünü oluşturmaya, canlı-ruhlu varlık, canlı-ruhlu varlık olarak insanın ayırt edici özelliği akıl ve tercih gibi kavram ve ifadelerin o dönemdeki gerçek anlamların ortaya çıkarılması bakımından önemlidir (Özcan, 2016: 88).

Aristoteles'e göre insan her şeyden önce doğal bir varlıktır. Doğal bir varlık olarak insan, devinim (değişim) ve durağanlık ilkesi oluşturma neden ve ilkesi ile kendi amacını kendi içinde taşıyan, yapma-yaratma gücüne sahip bir varlıktır (Özcan, 2016: 94).

3. ARİSTOTELES'E GÖRE EYLEM

Eylem (tercih), etik bir kavramdır. İnsanların eylemleri felsefede sıkça konu olmuş ve sorgulanmıştır. Her insanın eylemleri vardır. Günlük yaşamda insanlar birbirlerinin eylemlerini eleştirirler. Aristoteles, *Nikomakhos'a Etik* adlı kitabında eylem (tercih)'ten bahseder.

“*Erdemin duygulanımlarla ve eylemlerle ilgili olduğuna ve isteyerek yapılanlarda özgüler ile yergiler, istemeyerek yapılanlarda ise bağışlama, hatta kimi kes acıma söz konusu olduğuna bakılırsa, isteyerek ve istemeyerek yapılanı belirlemek, erdem konusunda araştırma yapanlar için herhalde gereklidir; yasa koyanlar için de ödüllendirme ve ceza verme konusunda yararlıdır*” (Aristoteles, 2011: 43-44).

Aristoteles Eylemler (tercih)

1. İsteyerek Yapılan Eylemler

- Rasyonel Bir İlkeye Göre
- Arzu ve İştah

2. İstemeyerek Yapılan Eylemler

- Zorla Yapılan
- Bilgisizlikten Yapılan

Aristoteles'e göre eylem ikiye ayrılır. İlki isteyerek yapılan eylemler, ikincisi ise, istemeyerek yapılan eylemlerdir. İstemeyerek yapılan eylemler zorla ve bilgisizlikten yapılan eylemlerdir. Başlangıcı yapanın ya da maruz kalanın dışında bulunan, böyle olduğundan dolayı da yapanın ya da maruz kalanın hiç yapı olmadan yapılan zorla yapılandır (Aristoteles, 2011: 44). Bilgisizlikten yapılan, üzüntü ve pişmanlık getireni istenmeyerek yapılandır. Zorla veya bilgisizlikten dolayı yapılan istemeyerek yapılan olduğuna göre, isteyerek yapılan başlangıcı eylemin tek tek koşullarını bilen kişide olduğu zaman yapılandır (Aristoteles, 2011: 47). Aristoteles, isteyerek ve istemeyerek yapılan eylemleri tanımladıktan sonra tercihi ele almaya ve açıklamaya başlar. Çünkü, erdemle çok yakın ilişkili, ve karakterler konusunda eylemlerden daha fazla yargıya varmaya yardımcı olduğunu düşünülür. Aristoteles'e göre tercih, isteyerek yapılan birşey olarak görünmektedir (Aristoteles, 2011:

48). Buradan yola çıkarak, her insanın isteyerek veya istemerek yaptığı eylemleri vardır. Öznel iyi oluşun ele aldığı ve değindiği “iyi” ve “mutluluk” da eylemlere bağlı bir kavramdır. Bireyin iyi ve mutlu olması ya da kötü ve mutsuz olması eylemlerine bağlıdır. Bireyin ve mutlu olduğu durumda sergilediği eylemleri ile kötü ve mutsuz olduğu durumda sergilendiği eylemleri ile farklılıkları vardır. Örneğin; bireyin zorla işe gitmesi durumu o kişinin mutsuz bir eylem sergileyeceği halidir. Ya da bireyin bilgisizlikten gerçekleştirdiği eylemleri o kişinin bilgi eksikliğinden yaşadığı mutsuzluk olarak adlandırılabilir. Böylece bireyin eylemleri mutluluğu ya da mutsuzluğu belirler. Birey hangi eylemi gerçekleştiriyorsa nihai sonuç o olur.

4. GÜNÜMÜZ İNSANIN EYLEMLERİ

Her insanın isteyerek veya istemerek yaptığı eylemleri vardır. Öznel iyi oluş kavramının ele aldığı ve değindiği “iyi” ve “mutluluk” da eylemlere bağlı bir kavramlardır. Bireyin iyi ve mutlu olması ya da kötü ve mutsuz olması eylemlerine bağlıdır. Bireyin mutlu olduğu durumda sergilediği eylemleri ile kötü ve mutsuz olduğu durumda sergilendiği eylemleri ile farklılıkları vardır. Örneğin, bireyin zorla işe gitmesi durumu o kişinin mutsuz bir eylem sergileyeceği halidir ya da bireyin bilgisizlikten gerçekleştirdiği eylemleri o kişinin bilgi eksikliğinden yaşadığı mutsuzluk olarak adlandırılabilir. Böylece bireyin eylemleri mutluluğu ya da mutsuzluk halini belirler. Birey hangi eylemi gerçekleştiriyorsa nihai sonuç o olur.

Toplumsal eylemleri günümüzde sosyolojik açıdan en çok tartışılan durumlardandır. Özellikle toplumun sergilediği olumsuz eylemler gün geçtikçe çoğalmaktadır. Bu eylemlerin en başında bireyin sergilediği şiddet eylemidir. Şiddetin doğurduğu aile içi şiddet, kadına şiddet, psikolojik şiddet gibi bu kavramın türleri vardır. Günümüz haberlerine baktığımızda en fazla görülen şiddet türleridir. Bireylerin bu eylemi sergilemelerinde ki nedenler araştırıldığında toplumun maddi durumu denilebilir. Toplum sosyolojik açıdan incelendiğinden bireylerin gelir seviyeleri ve sosyo ekonomik kültür seviyesi çok düşük olduğu görülmektedir fakat burada söz konusu olan sosyo ekonomik seviyesi yüksek bireylerin de şiddet eylemi sergilediği görülmektedir.

Günümüz eylemlerinin bir diğer önemli kavramı bireyin sürekli iyiyi arzulama durumudur. Aristoteles *Nikomakhos’a Etik* adlı eserinde “*arzu ve tutku nedeniyle yaptıklarımızın hiçbirini mi isteyerek yapmıyoruz; yoksa güzel şeyleri isteyerek, kötü şeyleri istemeyerek mi yapıyoruz?*” ya da, *neden bir ve aynı olduğuna göre, bu gülünç olmaz mı? kişinin arzulaması gerekli olanlara istemeyerek yapılanlar demek herhanda yersiz olur; kimi şeyler konusunda öfkelenmek, kimi şeyler konusunda sağlık ve öğrenme gibi, arzu duymak gerekiyor* (Aristoteles, 2011: 47). Aristoteles’in de eserinde değindiği gibi sorunsallar olarak olup bitenlere bakılmaktadır.

5. SONUÇ

Aristoteles’e göre insan eylemleri olan, yaratan (tasarım yapabilen, sanat nesnesi üretebilen), bilen, logosu olan, akıl yürütebilen bir varlıktır. Günümüz insanının eylemleri ile Aristoteles’in eylem olarak verdiği kavramlarla iç içedir. Antikçağda Aristoteles’in *Nikomakhos’a Etik* adlı eserinde değindiği eylem ayrımları ve tanımları, isteyerek yapılan eylemler ve istemeyerek yapılan eylemler, günümüz eylemlerini de nitelendirmektedir çünkü eylemler insanların bir tercihidir. Günümüzde sıkça toplumun ve bireylerin gösterdiği şiddet kavramı da bu eylem türlerine en iyi örnektir.

KAYNAKLAR

MENGÜŞOĞLU, T. (2017), *İnsan Felsefesi*, Ankara: Doğu Batı Yayınları.

ÖZCAN, M. (2016), *İnsan Felsefesi*, Ankara: BilgeSu Yayıncılık.

ARİSTOTELES (2011), *Nikomakhos’a Etik*, (Çev.) Saffet Babür, Ankara: BilgeSu Yayıncılık

PAZARLAMADA REKLAMIN OLUMLU ETKİSİ

Ehlinaz TORUN KAYABAŞI¹

KOÜ Arslanbey MYO, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü Kartepe/Kocaeli,
ehlinaz@gmail.com

Özet

Bu çalışmada, reklamın pazarlamada ki yeri ve önemini vurgulamak, iyi ve etkili bir reklamın yapılabilmesi, pazarlamada olumlu etkiler yaratması için nelerin gerekli olduğuna dikkat çekmek amaçlanmıştır. Reklam bir ürünü geniş kitlelere tanıtmak, beğendirmek o ürünün daha çok istenmesini sağlamak için sözlü, görsel ve yazılı araçlarla yapılan her türlü tanıtma çabasıdır. Reklamın en önemli işlevi, insanların dikkatini çekmek, üründen, markanın varlığından haberdar etmek ve satış sırasında reklam sayesinde, markanın ve ürünün hatırlanmasını sağlamaktır. İyi bir reklamdan beklenen, tüketicinin zihninde markaya ilişkin mevcut çağrışımları hareketlendirmek ve tazelemektir. Etkili reklam kampanyaları hedef kitlenin markayı kendisi ile özdeşleştirmesini sağlar ve sadık müşterilere dönüşmesine yardımcı olur. Reklam pazarlama için önemli bir tutundurma karması araçlarından biridir. Günümüzde, rekabetin yoğun olması sebebiyle, reklam olmadan pazarlama yapabilmek mümkün görünmemektedir. İyi bir ürüne sahip olmak o ürünün kolayca satılabileceği anlamına gelmemektedir. Ticaretin temelinde pazarlama ve tutundurma karmasından olan reklam faaliyetleri yatmaktadır. Çalışma göstermiştir ki, pazarlama karması araçlarının kullanımı rekabette ve pazarlama faaliyetlerinde reklam önemli bir yere sahiptir.

Anahtar Kelimeler: Reklam, Pazarlama, Tüketici, Satış, Pazarlama Karması, Tutundurma Karması

POSITIVE EFFECT of ADVERTISING IN MARKETING

Abstract

In this study, it is aimed to emphasize the place and importance of advertising in marketing, to draw attention to what is necessary for a good and effective advertising and to create positive effects in marketing. Advertising is an endeavor to introduce a product to a wide audience and to promote it through verbal, visual and written tools in order to make it more desirable. The most important function of advertising is to attract people's attention, to inform the product and the existence of the brand and to ensure that the brand and product are remembered through advertising during sales. What is expected from good advertising is to stimulate and refresh existing connotations of the brand in the minds of the consumer. Effective advertising campaigns enable the target audience to identify the brand with itself and help turn it into loyal customers. Advertising is one of the important promotional mix tools for marketing. Today, due to the intense competition, marketing without advertising is not possible. Having a good product does not mean that it can be sold easily. At the heart of the trade lies the marketing and advertising mix or the promotion mix. The study showed that the use of marketing mix tools has an important role in advertising in competition and marketing activities.

Keywords: Advertising, Marketing, Consumer, Sales, Marketing Mix, Promotion Mix

GİRİŞ

21. yüzyılda günümüz dünyasını adeta bir “tüketim toplumu” olarak tanımlamak yanlış olmayacaktır. Gelir düzeyinin arttığı, kadınların iş gücüne daha fazla katıldığı, globalleşme ile “küçük bir köy” haline gelen dünyamızda, tüketim artık ihtiyaçtan öteye geçmiş ve bir çılgınlık haline gelmeye başlamıştır.

Günümüzde rekabetin yüksek olması firmaların ya da işletmelerin hedef kitleye ulaşmak ve Pazar payını büyümek için çeşitli araçlar kullanmaktadırlar. Bu araçlardan en önemli olanları kitle iletişim araçlarını kullanmak ve daha hızlı bir şekilde pazara nüfuz etmek istemektedirler. İşletmeler ya da firmalar kendi ürün ve hizmetlerini pazarlamak, satışlarını artırmak, pazarda hatırı sayılır bir yer edinmek için önceliğini reklama vermektedir.

İnsan nüfusu arttıkça onun ihtiyaçları da artmakta, bu artışla birlikte sunulan hizmet ya da ürünün çeşitliliği ve en önemlisi üreticilerin sayısı da artmaktadır. Özellikle sunulan hizmet ya da ürünlerdeki çeşitlilik, reklam alanında daha dikkatli olmasını zorunlu kılmaktadır. Bir ürünün veya hizmetin üretim amacı, tüketiciyle özdeş noktaları, ne denli ihtiyaç dâhilinde olup olmadığı doğru bir reklam ve pazarlama stratejisiyle amacına ulaşabilir (Kaya, 2018). Burada üreticinin, ürününü bir şekilde pazarlamasından ziyade ürün ya da hizmet ile onu tanımlarken, reklamını hazırlarken nelerin tüketiciyi yakından ilgilendirdiği ve kesinlikle ihmal edilmemesi gereken noktaların neler olduğu önem arz etmektedir.

PAZARLAMA NEDİR?

Amerikan Pazarlama Birliği'nin tanımına göre pazarlama; *“Bireysel ve kurumsal amaçları tatmin edecek değişimleri sağlamak üzere, ürün, hizmet ve fikirlerin şekillendirilmesi (üretilmesi), fiyatlandırılması, dağıtım ve tutundurulmasını planlama ve uygulama sürecidir.”*

Pazarlama Enstitüsü'ne göre pazarlama; *“Tüketici ihtiyaçların belirlemek, bunları tanımlamak ve karlı bir biçimde tahmin etmekle sorumlu yönetim sürecidir.”* (Bylthe & Çevirmen: Odabaşı, 2002).

Reklamlar, satın alma davranışlarını şekillendiren en önemli pazarlama araçlarıdır. **Pazarlama ise** bir işletmenin faaliyet ya da faaliyetlerini kâra dönüştürme sürecidir. Değişen ve gelişen dünyada, bir faaliyet ya da üründen kâr elde etmek için **pazarlama ve reklam** gibi iki önemli kolun iyi yönetilmesi gerekmektedir. Üretimden önce başlar; satıştan sonra da devam eder. Pazarlama, bir kurumun temel işlevidir. Kuruma ait tün birimler direkt ya da dolaylı olarak pazarlama hizmet eder.

Reklamcılık ise etkili ve yaratıcı yöntemlerle kitleleri etkilemeyi hedefler. Reklamlar, ürüne veya hizmete ait özellikleri tanımlamakla beraber, ürünle tüketicinin ortak noktasını bulup ürünün alım ve tüketimini artırmayı amaçlar. Kısaca reklamcılık; ürüne veya hizmete simgesel bir anlam yükleyerek tüketiciyi ikna etmek ve duygusal bağ oluşturarak satın almaya teşvik etmektir.

REKLAM NEDİR?

Reklamı çeşitli şekillerde tanımlamak mümkündür: “Reklam bir işin, bir malın veya bir hizmetin para karşılığında, genel yayın araçlarında, tarif edilerek geniş halk kitlelerine duyurulmasıdır” (Ünsal, 1984). Tanımdan da anlaşılacağı gibi reklamda ana unsurlar; belirli bir ücret karşılığında olması, reklamı yaptıran işletmenin belli olması, mal ya da hizmet tanıtılırken geniş kitlelere seslenen genel yayın araçlarının kullanılmasıdır. Bir diğer tanıma göre; “Bir mala ya da hizmete ilişkin bir iletiyi (mesajı) sözlü ya da görüntü olarak pazar birimlerine sunmak için yapılan eylemlere reklam yapmak denir” (Topsümer & Elden, 2013). Bu tanımda ise reklamın bir iletişim biçimi olduğu ancak bu iletişimin reklamı yapan işletmeden tüketicilere doğru bir yön izlediği vurgulanmaktadır.

Reklamın iki yönü bulunmaktadır. Bunlar, *bilgilendirme ve motive etme yönünü* dür. Bu açıdan bakınca reklam, tüketicileri bir mal veya markanın varlığı konusunda uyarmak ve mala yada hizmete/markaya veya kuruluşa doğru eğilim, ilgi yaratmak amacıyla göze veya kulağa hitap eden mesajların hazırlanması, bu mesajların toplu iletişim araçları ile yayılmasıdır.

Amerikan Pazarlama Birliği'nin reklam tanımı ise şöyledir: “Bir malın, bir hizmetin veya fikrin bedeli verilerek ve bedelin kimin tarafından ödendiği anlaşılacak biçimde yapılan ve yüz yüze satış dışında kalan tanıtım faaliyetleridir” (Topsümer & Elden, 2013).

Reklam; genel hatları ile sahip olunan bir ürün ya hizmetin, belirli bir bedel karşılığında çeşitli kanallar ile (medya imkânlarını kullanarak) geniş kitlelere tanıtılması işlemidir. Bu tanıtım, insanları belli bir yere yönlendirmek, dikkatlerini bir ürüne ya da hizmete çekmek, bu ürün ve hizmetler hakkında bilgi vermek amacını güder.

Reklamın kültürel etkileri ile ilgili olarak hep benzer şeyler iddia edilir. En geniş hedef kitleyi kuşatacak ortalama bir mesaj tasarımı, pazarlamada arzu edilen maksimum etkinin kestirme yolu olarak kabul edilir. Ana akım (mainstreaming), popüler kültürün hem dayanağı hem de sonucudur.

Popüler kültür ana akımlardan beslenir ve ürettiklerini birer ana akım olarak toplumlara sunar. Reklam, önemli bir popüler kültür etkinliğidir ve ana akımlardan bağımsız bir reklam etkisinden söz edilemez. Tanıtım stratejisini reklam tasarımından ayıran da budur. Dolayısıyla reklam endüstrisi hem kendini satış ajanı olarak popülerleştirir hem de müşterilerini popülerleştirir. Gerçeği değiştiremedikleri için gerçek hakkındaki imajları değiştirerek gerçeği çıkarlarına göre yeniden biçimlendirir. Bu yolla tüketim mitleri, marka olma efsaneleri yaratılır ve desteklenir. Öz saklanarak, görüntü popülerleştirilir. Görüntüyle öz tanımlanarak, özün yerini görüntü alır (Sungur, 2007).

Reklamın başarısı, tüketicide amaçladığı izlenimi oluşturmaktır. Bu amaç; benlik gereksinmesi oluşturmak, satın alma davranışını gerçekleştirmek veya oy verme tavrını değiştirmek, kanaat değişimini sağlamak, kalıcı bir imaj oluşturmak, devamlılığı sağlamak, güven duygusunu tazelemek, alternatif etkileri yok etmek, önem hissettirmek, özelliklerini fark ettirmektir. Bu çerçeveden bakıldığında dikkatler ürünler, hizmetler, kurumlar ve kişiler üzerine yoğunlaşır. Reklam, beğendirilmeye çalışılan unsurun hoş bir temsildir. Buradaki etki ile beğenilme ve hoşla gitme arasındaki ilişki yadsınamaz bir ilişkidir. Ancak bir reklam mesajının etkileme gücü zihinsel ve psikolojik pek çok sürece bağlı olarak gelişir. Çoğu durumda bilinç düzeyinde çözülmemeyen karmaşık mesaj tasarımı, kitlelerin zihinlerinde arzu edilen davranış biçimini yakalar ve başarılı olur. Bir başka ifade ile alıcı kitleler henüz ne olup bittiğini anlamadan amaç gerçekleşir: Zihinlere kazınması gereken mesaj kazınır.

3. 1. Reklam Nasıl Yapılır Ve Özellikleri Nelerdir?

Teknolojinin gelişmesi ile birlikte reklam için kullanılan bu kanallar da çeşitlilik göstermiştir. Günümüzde **reklam kanalları**; televizyon, gazete, radyo, billboard, dergi, sinema, internet ve sosyal medya reklam için kullanılan belli başlı kanallarından oluşmaktadır.

Reklamın özellikleri

1. Reklam, pazarlama iletişimi içerisinde yer alan bir elemandır.
2. Reklam, belirli bir ücret karşılığı yapılır.
3. Reklam, reklam verende tüketicie doğru akan bir iletiler bütünüdür.
4. Reklam, bir kitle iletişimidir.
5. Reklamı yapan kişi, kurum, kuruluş bellidir.
6. Reklam ile tüketiciler bilgilendirilmeye ve ikna edilmeye çalışılır.
7. Reklam mesajlarında mallar, hizmetler, vaatler, ödüller, sorunlara çözümler vardır.
8. Reklam, diğer pazarlama iletişimi elemanları ile işletmenin belirlediği pazarlama stratejisi doğrultusunda saptanan pazarlama hedeflerine ulaşmak için koordineli bir şekilde çalışır.

3. 2. Pazarlama İçin İyi Bir Reklam Nasıl Olmalıdır?

İyi bir reklam, ana teması iyi belirlenmiş, reklam için ayrılan bütçeyi etkili bir şekilde kullanabilen ve bu bütçeye en uygun kanallar ile en etkin, en dikkat çekici, en çarpıcı tasarımı yapabilmiş reklamdır. Bunun için, halk tarafından beğenilen ve sevilen bir yüz, etkileyici bir müzik ya da resim, konseptte uygun bir animasyon, ses ya da efektler kullanılarak ilgi çekmektir. Halkın taleplerini, firmanın amaçları lehine değiştirmek için, iyi bir reklamdan beklenen budur. Bir reklam, ürün veya hizmetinin rakiplerden üstün olduğu çabasını hiç göstermeden,

İlgi çekmeyi başarıyorsa,

İzleyiciyle duygusal bir bağ kurabiliyorsa,

Markayı rakiplerinden ayırabiliyorsa başarılı bir reklamdır. Marka insanların zihinlerinde yer eder ve satın alma anında insanlar markayı hatırlar ise iyi bir reklam olur.

3.3. Pazarlamada Etkili Reklam Nedir Ve Nasıl Olmalıdır?

Pazarlamacıların çoğu, insanların bir markayı satın alması için, akılcı nedenlere sahip olmaları gerektiğine dolayısıyla reklamların, potansiyel müşterileri (tüketicileri) markanın üstünlüğüne ikna etmesi gerektiğine inanmaktadırlar. Her reklamın sağlam satın alma nedenlerine, 1961’de Rosser Reeves her markanın “biricik satış önermesine” (Unique Selling Proposition) sahip olması gerektiğine vurgu yapmaktadır. Reklam literatüründe pek çok yazar reklamların esas işlevinin insanları ikna etmek olduğunu savunmuştur (Reeves, 1961). Bugün pek çok reklam ajansının uygulamalarında güçlü reklamcılık (Strong Advertising) temel varsayımı gözlemek mümkündür.

Bunun zıttı olan yaklaşım ise, reklamların işlevinin insanları ikna etmek değil, markayı insanların zihnine sokmak ve onların markayı hatırlamalarını sağlamak olduğuna inanır. 1920’de Raymond Rubicam, reklamın işlevinin, insanların ilgisini çekmek, onlarda duygusal bir tepki yaratmak ve böylelikle markayı onların zihnine yerleştirmek olduğunu savunmuşlardır (Raymond & Çevirmen: Baysal, 2005). Bu anlayışı benimseyen reklamcılar, markanın üstünlüklerini anlatarak insanları ikna etmek yerine ilginç, şaşırtan, tezatlar içeren, insanları gülümseten ya da onlarda yoğun duygular yaşıtan reklamlar yaparlar. Byron Sharp (2010) ve Andrew Ehrenberg (1974)’inde savunduğu bu görüşe göre bu tür reklamlar, yaşattıkları duygular sayesinde, insanların markayı hafızalarına kaydetmelerini sağlar (Soft Advertising) (Sharp , 2010; Ehrenberg, 1974). En etkili reklam yöntemleri olarak son dönemde viral reklamlar, google reklamları, internet ve sosyal medya reklamları olarak yer almaktadır (Torun, 2017).

4. Reklamın Faydaları Nelerdir?

Bilinenin aksine, reklamlar sadece firmalara fayda sağlamaz. firmaların ürünlerine olan ilgiyi, talebi artırdığı, satışlarda gözle görülür yükselişlere sebep olduğu, ürün ya da hizmetin marka olmasına büyük katkıda bulunduğu bilinen reklamlar aynı zamanda tüketiciye de fayda sağlamaktadır. Zira tüketicinin reklamı yapılan ürün ya da hizmet hakkında bilgi sahibi olmasına, ürünü tanımasına ve bilinçli bir alım yapmasına olanak verir. Tüketicinin yaşam standardını yükseltmesine, kendilerine en uygun ürün ya da hizmeti belirleyebilmesine olanak sağlar.

Görüldüğü gibi, son yıllarda firmalar arasında yaşanan rekabet reklam ajanslarına olan talebi de artırmış, bu ajanslara hatırı sayılır bir önem atfetmişlerdir. Reklam ajansları ile çalışan firmaların ürünlerine olan talepteki artış da yapılan araştırma ve anketlerle kanıtlanmıştır. Günümüzde pazarlamada reklamın 7 (Yedi) popüler pazarlama tekniği bulunmaktadır,

Pazarlamada reklamın 7 Popüler Pazarlama Tekniği

Broşür Dağıtmak,
Dev Posterler Asmak,
Ücretsiz Seçenekler Sunmak,
Tabela ve vitrin Değişikliği yapmak,
Küçük Reklamlar vermek,
Firma İsminin yâda Logosunun Bulunduğu Poşetler Kullanmak,
Katalog Bastırmak

PAZARLAMA STRATEJİLERİ

Bir ürünün üretiminden dağıtımına; dağıtımından son tüketiciye ulaştırılmasına kadar izlenen yollara pazarlama stratejisi denir. Ürünün ya da hizmetin, müşterilere ne gibi bir fiyat politikasıyla ulaşacağı, son tüketici ile nasıl iletişime geçileceği, ürünün pazarda kendini konumlandığı yer gibi kavramlar, pazarlama stratejisinin ana konuları arasındadır. Pazarlama stratejisi belirlenirken, bazı hususlara dikkat edilmelidir. Doğru adımlar belirlenerek mal ve hizmetlerin hedef kitleye ulaşması sağlanmalıdır. Bu adımlar 6 başlık altında incelenebilir.

1. Hedef Pazar Araştırması

Belli bir pazarı hedeflemek ve etkin bir pazar araştırması yapmak pazarlamanın verimini yükseltir. Daha gerçekçi hedefler konulabilmesi için etkili bir pazar araştırması yapılmalı, pazarın ihtiyacına göre stratejik planlar oluşturulmalıdır. İhtiyaca yönelik bir pazar, kâr oranını yükseltir.

2. Marka Konumlandırması

Marka, bir ürün ya da bir grup satıcının ürünlerini ya da hizmetlerini belirlemeye, tanımlamaya ve rakiplerinin ürünlerinden ya da hizmetlerinden farklılaştırmaya, ayırt etmeye yarayan isim, terim, işaret, sembol, tasarım, şekil ya da tüm bunların bileşimidir. 13 Hedef kitlenin zihninde yer etme, diğer rakiplerin arasından sıyrılma, marka ile ilgili özel bir yer oluşturma gibi faaliyetlerin bütününe de marka konumlandırması denir. Vurgu markanın sundukları, tüketici için yararları, şarklılıkları ve üstünlükleri noktasında yapılır. Markanın üstünlük ve şarklılıkları markanın performansı ile ilgili olabileceği gibi tüketici için ifade ettiği duygusal anlam veya psikolojik etki ile büyük oranda ilgilidir.

Ürün Stratejisi

Pazara sunulacak ürünlerin özellikleri, ürünü rakiplerinden ayıran noktalar, ürünün tasarımı, bu ürünün neyi amaçladığı kısacası ürünün işlevi ve içeriği ürün stratejisi başlığı altında toplanır.

Üreticinin Fiyatlandırma Stratejisi

Günümüz ekonomisinde belki de en önemli yer olan fiyat/fiyatlandırma, pazarlama stratejisinin de başını çeker. Bir ürünün satış fiyatının belirlenmesi ve etkin bir fiyatlandırma politikasının oluşturulması bu stratejinin en önemli parçasıdır. Bunun yanı sıra yapılması planlanan fiyat kampanyalarının ana hatlarıyla belirlenmesi gerekir.

Satış Kanalı Stratejisi

Ürünün ya da hizmetin, tüketiciye hangi kanallardan ulaşacağı mutlaka araştırılmalı ve iyi analiz edilmelidir. Bundan sonra o kanallara tedarik ve tedarik süresinde geçecek zaman da hesaplanmalıdır. Bunun için iyi bir tedarik zinciri kurulmalı ve kaliteli satış kanalları tercih edilmelidir.

İletişim Stratejisi İletişim Stratejisi;

Ürünü pazarlarken hangi iletişim kanallarının kullanılacağı, hedef kitleleri, mesajların belirlenmesi ve iletişim kanallarının ne sıklıkla kullanılacağı gibi konuları kapsayan bir strateji yöntemidir. İletişim stratejisinde mühim olan nokta, ürünün müşteriyle arasında derin bir bağ kurmasıdır. Bu bağın kurulmasında reklam devreye girmektedir. Ürün ne olursa olsun ona manevi değerler katılmalıdır. Bu manevi değeri hedef kitleye en hızlı şekilde ulaştırmak reklam aracılığı ile yapılmaktadır.

SONUÇ

Kitlelerin ihtiyaçları çeşitlendikçe, ürünler de çeşitlenir. Bu, alım-satımı artırdığı gibi rekabeti de artırır. Kâr elde etmek isteyen üreticinin, birtakım stratejilerle önce ürününün tanınması ardından rakiplerinden önde olması gerekir. İşte bu nokta da reklam ve pazarlamanın rolü büyüktür. Buradan hareketle, doğru bir reklamın izleyici üzerinde bırakacağı etkinin ürüne olan talebi artıracağını söyleyebiliriz.

Sürekli değişen ve gelişen dünyada bir markanın kendisine yer bulması ve o yerini sürekli büyütmesi önemlidir. Aksi takdirde büyük rakiplerinin arasında kaybolup gidecektir. Stratejik bir reklam ve pazarlama ile hem kendisini hem de maddi getirisini yukarılara taşıyabilmektedir.

Burada önemli olan şu ki; teknoloji ilerledikçe tüketiciye ulaşma hızı da artmakta, bu da reklamları canlı bir vitrin haline getirmektedir. Bu vitrin ne kadar göz alıcı ve bakımlı olursa, müşterisi de o kadar çok olur.

KAYNAKÇA

- Bylthe, J., & Çevirmen: Odabaşı, Y. (2002). *Pazarlama İlkeleri*. (Y. Odabaşı, Çev.) Bilim teknik Yayınevi.
- Ehrenberg, A. C. (1974). Repetitive Advertising and the Consumer. *Journal of Advertising Research*, 14, 25-34.
- Kaya, F. (2018). Reklam ve Pazarlama Stratejileri: Bir Reklamda Olması Gerekenler. *Mecmua, Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 99-111.
- Raymond, R., & Çevirmen: Baysal, A. (2005). *Sıradana Hayır*. (A. Baysal, Çev.) İstanbul: Kapi-Tal Medya Hizmetleri A.Ş., Promat Matbaas.
- Reeves, R. (1961). *Reality in Advertising*. Hardcove, Published March 12th 1961 by Knopş. **ISBN 0394442288** (ISBN13: 9780394442280)
- Sharp, B. (2010, December). Ehrenberg's View of Advertising. *Journal of Advertising Research*, 50(4), 352.
- Sungur, S. (2007). Reklamın Büyülü Dünyası:Sahte İmajların Gerçek Yüzü. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 6(4), 87-101.
- Topsümer, F., & Elden, . (2013). *Reklamcılık Kavramlar, Kararlar, Kurumlar*. İletişim Yayınları.

Torun, E. (2017). Tüketicilerin Satın Alma Davranışları Üzerinde İnternet ve Sosyal Medyanın Yeri ve Önemi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi - Electronic Journal of Social Sciences*, *www.esosder.org*, 16(62), 955-970.

Ünsal, Y. (1984). *Bilimsel Reklam Ve Pazarlamadaki Yeri*. İstanbul: Tivi Reklam Yayınları.

AHP METODU İLE TÜRKİYE’DE SÜRDÜRÜLEBİLİR DENİZCİLİK GİRİŞİMLERİNİN AĞIRLIKLANDIRILMASI

Dr. Öğr. Üyesi Gözde KOCA

Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi / İ.İ.B.F./ İşletme Bölümü
gozde.koca@bilecik.edu.tr

Doç. Dr. Sevgi GÖNÜLLÜOĞLU

Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi / İ.İ.B.F./ İşletme Bölümü
sevgi.gonulluoglu@bilecik.edu.tr

Merve YILMAZ

Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi / İ.İ.B.F./ İşletme Bölümü
merve.yilmaz@windowslive.com

Özet

Günümüzde sürdürülebilirlik çalışmaları, her sektörde etkisini, giderek artan bir ilgi ile göstermektedir. Özellikle de sürdürülebilirliğin ekonomik, çevre ve sosyal boyutu altında yer alan çalışmalar ilgi çekmektedir. Bu çalışmada sürdürülebilir denizcilik girişimleri, Çok Kriterli Karar Verme (ÇKKV) metodlarından biri olan AHP (Analitik Hiyerarşi Prosesi) ile ağırlıklandırılarak, öncelikli sürdürülebilir girişimlerin neler olduğu belirlenmiştir. Bu nedenle literatürden yararlanılarak 3 ana kriter ve 11 alt kriter belirlenmiştir. Bu kriterler İstanbul’da 6 farklı tersanede çalışan ve denizcilik konusunda eğitimli kişilerden alınan cevaplar doğrultusunda önceliklendirilmiştir. Sonuç olarak, en önemli ana kriterin sürdürülebilirliğin ekonomik boyutu ve en önemli alt kriterin ise ekonomik boyutun altında yer alan hizmet kriteri olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: AHP, Çok Kriterli Karar Verme, Sürdürülebilirlik, Denizcilik

WEIGHTED WITH THE AHP METHOD TO SUSTAINABLE MARINE INITIATIVES IN TURKEY

Abstract

Today, sustainability studies show an increasing impact in every sector. In particular, the studies under the economic, environmental and social dimensions of sustainability are of interest. In this study, sustainable maritime initiatives are weighted with AHP (Analytical Hierarchy Process), which is one of the Multi Criteria Decision Making (MCDM) methods, and the priority sustainable initiatives are determined. Therefore, 3 main criteria and 11 sub-criteria were determined by using the literature. These criteria have been prioritized in response to the responses received from people who work in 6 different shipyards in Istanbul. As a result, the most important main criterion was found to be the economic dimension of sustainability and the most important subcriterion was the service criterion below the economic dimension.

Keywords: AHP, Multi Criteria Decision Making, Sustainability, Marine

1. GİRİŞ

Dünyanın her yerinde medeniyetler, yıllar öncesinde kıyı etrafına kurulmuş ve zamanla denizler sayesinde ticaret yapar olmuşlardır. Denizlerin ve kıyıların önemi yıllar öncesinde de bilinmektedir. Günümüzde de ekonomik açıdan denizler önemli bir yere sahip olmaktadır. Dünya ticareti her geçen gün artış göstererek denizlere daha çok bağımlı hale gelmişlerdir. Birçok olumsuz çevre koşulları ile gelen sorunlar, sürdürülebilir olma ve kalkınma çözümünü ortaya koymaktadır. Sürdürülebilir çevre, sistemin devamlılığını sağlamayı ve doğal kaynaklarının korunmasını sağlamayı amaç edinmektedir. Bu açıdan bakıldığında, günümüzde en çok kullanılan ticaret yollarından biri olan denizcilik sektörünün sürdürülebilir olması ve çevreye uyumlu olarak doğal kaynaklara verilen zararı minimum seviyede tutması gerekmektedir (www.denizticaretodasi.org.tr). Bu nedenle bu çalışmada da sürdürülebilir denizcilik girişimlerinin öncelikleri AHP metodu ile belirlenmeye çalışılmıştır.

2. VERİ VE METODOLOJİ

2.1. Veri

Bu çalışmada sürdürülebilir denizcilik girişimleri hakkında görüş alabilmek için İstanbul'da 6 farklı tersanede çalışan ve denizcilik konusunda eğitilmiş 6 kişinin görüşleri alınmıştır. Tersaneler çok geniş yelpazede ele alınması gereken türde işletmelerdir. Bu çalışmada ele alınan bu tersaneler ise, havuzlarına inen gemilerin bakım-onarımını anlaştıkları süre içerisinde yapan ve havuzdan indirme gibi hizmetleri içeren tersanelerdir. Çalışmada, sürdürülebilir denizcilik girişimlerinin önceliklerini belirlemek için kullanılan kriterler ise literatürden yararlanılarak 3 ana kriter ve 11 alt kriter olarak ele alınmıştır. Ele alınan 3 ana kriter sürdürülebilirliğin boyutlarını oluşturan, ekonomik, çevre ve sosyal kriterlerdir. Bu ana kriterlerin alt boyutları literatürden derlenerek oluşturulmuştur. Aşağıda Tablo 1'de belirlenen kriterler verilmiştir.

	Kriterler	Kısa Tanım	Referans
Ekonomik Boyut	Yakıt Fiyatları	Deniz araçları için tüketilen yakıtların fiyatlarıdır.	Erdoğan ve Şengöz (2008); Sumailavd. (2008)
	Yakıt Vergileri	Tüketilen yakıt fiyatlarının vergi düzeyidir.	Steinslandvd. (2018); Bolh (2017)
	Deniz Ulaştırma Maliyetleri	Gemi ulaştırma ve havuza taşınma gibi maliyetleri içermektedir.	Şahin vd. (2009); Lee vd. (2019); Yeo (2019)
	Esneklik	Sürdürülebilir denizcilik için tersanelerin esnek yapıda olması gerekmektedir.	Powells ve Fell (2019); Kurozumi (2012)
	Hizmet	Gemiler, tersanelerde aldıkları hizmet karşılığında fiyat ödemektedirler.	Fiorini ve Hoekman (2018); Yang ve Evans (2019)
Çevre Boyutu	Kirlilik Kontrolü	Deniz ve liman çevresinin sürdürülebilir denizcilik düzeyi kirlilik kontrolüdür.	Brunner ve Rechberger (2015); Eichner ve Pethig (2019); Ngoc ve Schnitzer (2009)
	Geri dönüşüm	Tüketim ömrünü tamamlayan gemileri geri dönüşüm faaliyetleri uygulanmaktadır.	Chang vd. (2010); Schoyenvd(2017); Troschinetz ve Mihelcic (2009)
	Eko Tasarım	Tüm faaliyetlerin her açıdan çevreye uyumlu hale gelmesidir.	Balbar ve Metaxas (2019); Favi vd. (2019);
Sosyal Boyutu	Eğitim ve Kurumsallaşma	Toplumun sağlıklı girişimlerde bulunması, eğitim ve kurumsallaşma ile mümkün olmaktadır.	Bonnett(2002); Foster (2001) ; Mohamad vd. (2014); Wals (2014); Zhang vd. (2011)
	İş Sağlığı ve Güvenliği	Denizcilik sektöründeki tehlikeleri minimum düzeyde olmasını sağlamaktadır.	Cunningham(2010); Robson vd. (2007)
	Hükümet Desteği	Hükümet tarafından sürdürülebilir girişimlerin teşvik edilmesidir.	Bell (2002); Chen vd. (2019)

2.2. Metodoloji

Bu çalışmada ÇKKV metotlarından biri olan AHP metodu kullanılmıştır. Seçme ve sıralama problemlerinde kullanılan AHP'nin temelinde hem kriterler hem de alternatifler arası ikili karşılaştırma yatmaktadır. Bu ikili karşılaştırmalar da kriterler veya alternatiflerin birbirlerine göre önem derecesini karşılaştırmak amacıyla uygulanmaktadır. İkili karşılaştırmalarda kullanılacak verilerin belirlenmesinde karar vericilerin tutarlılık ile boyutlar belirlemesi gerekmektedir (Özçifçi ve Arsu, 2013). AHP 1977 yılında Thomas L. Saaty tarafından geliştirilip uygulanan Çok Kriterli Karar Verme (ÇKKV) yöntemlerinden biridir. Kriterler veya alternatifler, somut nicel olmak ile birlikte soyut nitel kriterler veya alternatifler de olabilmektedirler (Ömürberk vd. 2013). ÇKKV yöntemlerinden olan AHP ile belirlenen bir problem çözümü dört adımda gerçekleştirilmektedir. Bu dört adım şu şekilde sıralanmaktadır (Özçifçi ve Arsu, 2013).

1.Adım: Birbirleri ile ilişkisi belirlenen kriterlerin karar probleminin parçalara ayrılması ile bir karar hiyerarşisinin oluşturulmasıdır.

2.Adım:Kriterlerin ikili karşılaştırmalarına bakılarak giriş verilerinin yapılmasıdır.

3.Adım:Kriterlerin göreceli ağırlıklarını tahmin edebilmek için “özdeğer matrisi” yönteminin uygulanmasıdır.

4.Adım:Karar alternatiflerinin değerlendirmelerine ulaşmak için kriterlerin nispi ağırlıklarının incelenmesidir.

Belirlenen boyutların karşılaştırılması ve birbirlerine göre önem ya da baskın olup olmadığına bakabilmek için bir ölçeğe gerek vardır. Bunun için de Tablo 2’ de AHP önem düzeyleri verilmiştir (Saaty, 2008)

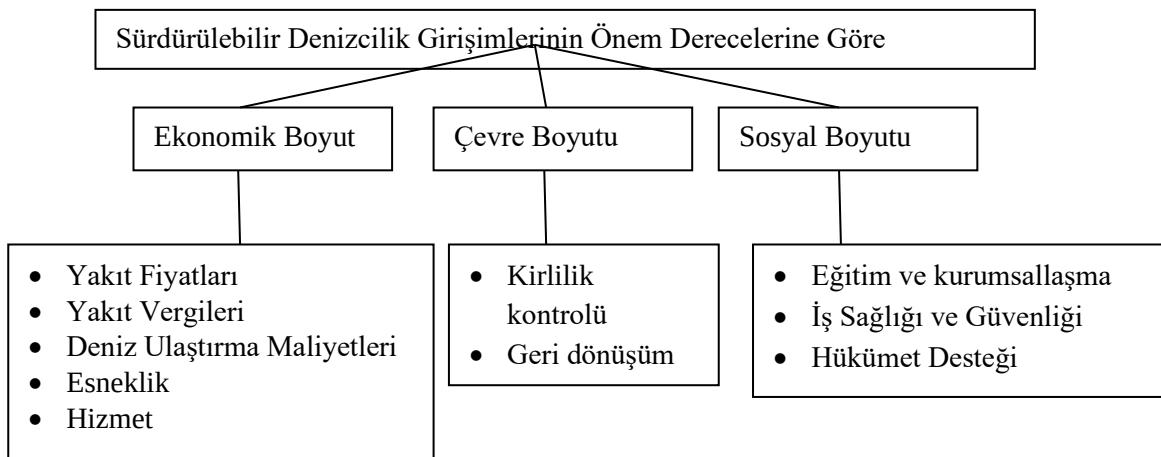
Tablo 2. AHP (Analitik Hiyerarşi Prosesi) Göreceli Önem Ölçeği (Saaty Ölçeği)

Önem Derecesi	Tanım	Açıklama
1	Eşit Önemli	Amaç için iki faaliyet (seçenek) de eşit öneme sahiptir.
3	Orta Derece Önemli	Bir seçenek diğerine nazaran biraz daha önemlidir.
5	Yüksek Derece Önemli	Bir seçenek diğerine nazaran oldukça önemlidir.
7	Çok Yüksek Derece Önemli	Bir seçenek diğerine nazaran çok yüksek biçimde önemlidir.
9	Son Derece Önemli	Bir seçeneğin diğerine nazaran oldukça yüksek biçimde önemi vardır.
2, 4, 6, 8	Ara Değerler	İki seçenek arasında olan bir değer vermek gerektiğinde kullanılır.

Belirlenen önem düzeyleri ile tutarlı yargılar olup olmadığını ölçmek adına tutarlılık oranı 0,1’den küçük olması gerekmektedir. Tutarlılık oranı 0,1’den büyük ise belirlenen önem düzeylerinin tutarsız olduğu sonucuna varılmaktadır.

3. BULGULAR

Çalışmanın bu bölümünde İstanbul’da faaliyet gösteren 6 tersanede çalışan, denizcilik konusunda uzman ve deneyimli olan kişilerin sürdürülebilir denizcilik girişimleri hakkında görüşleri sunulmuştur. AHP yöntemi ile ikili karşılaştırmalar anketi yapılmıştır. Söz konusu tersanelerde yönetim departmanı çalışanlarına sorularak cevaplar irdelenmiştir. Bu sayede sürdürülebilir denizcilik girişimlerinin tersaneler açısından önem derecesi sıralanmış ve hangi boyutun tersaneler açısından daha önemli olduğu belirlenmiştir. Çalışmaya konu olan problemimizin AHP Karar Hiyerarşisi Şekil 1’de verilmiştir.



Şekil 1. AHP Karar Hiyerarşisi

Uzmanlar tarafından yapılan ana kriterler arasındaki karşılaştırmalar Tablo 3’te verilmiştir.

Tablo3. Ana kriterler arasındaki karşılaştırmalar

Ana Kriterler	UZMANLAR (U)						Geometrik Ortalama	Ortak Görüş	Ana Kriterler
	U 1	U 2	U 3	U 4	U5	U6			
Ekonomik Boyut	5	3	3	9	5	3	4.27	4	Sosyal Boyut
Ekonomik Boyut	5	9	6	6	3	6	5.54	6	Çevre Boyutu
Çevre Boyutu	2	2	1/5	1/7	1/7	1/7	0.36	1/3	SosyalBoyut

Tablo3’de ana boyutlar karşılaştırıldığında ekonomik boyutun, sosyal boyuta ve çevre boyutuna göre daha önemli olduğu, çevre boyutunun da sosyal boyuta göre daha önemli olduğu görülmektedir. Tablo 3’te yer alan ifadelerin tutarlılık oranı ise 0.05’tir. Bu oran 0.10’un altında kaldığı için verilen cevapların tutarlı olduğu söylenebilir. Uzmanlar tarafından yapılan ekonomik boyuta ait alt kriterlerin karşılaştırılması ise Tablo 4’te verilmiştir.

Tablo4. Ekonomik boyuta ait alt kriterlerin karşılaştırılması

Ekonomik Boyut Kriterleri	UZMANLAR (U)						Geometrik Ortalama	Ortak Görüş	Ekonomik Boyut Kriterleri
	U 1	U 2	U 3	U 4	U5	U6			
Yakıt Fiyatları	1/5	9	1/5	1	1	1	0.84	1	Yakıt Vergileri
Yakıt Fiyatları	2	2	1/5	1/7	1/7	1/7	0.36	1/3	Deniz Ulaştırma Maliyetleri
Yakıt Fiyatları	1/7	1/3	1/7	1/7	1/2	1/3	0.23	1/4	Esneklik
Yakıt Fiyatları	1/7	1/5	1/3	1/9	1/7	1/5	0.17	1/6	Hizmet
Yakıt Vergileri	1/6	1/7	1/7	1	1/3	1/3	0.26	1/4	Deniz Ulaştırma Maliyetleri
Yakıt Vergileri	1/6	1/3	1/3	1/5	1/3	1/6	0.24	1/4	Esneklik
Yakıt Vergileri	1/6	1/7	1	1/9	1/9	1/9	0.17	1/6	Hizmet
Deniz Ulaştırma Maliyetleri	6	1/5	5	1	3	5	2.11	2	Esneklik
Deniz Ulaştırma Maliyetleri	6	1/7	3	1/9	3	1/7	0.70	1	Hizmet
Esneklik	1/6	1/5	1/3	1/7	1/3	1/3	0.23	1/4	Hizmet

Tablo4’e bakıldığında ekonomik boyutun altında yer alan alt boyutların ikili karşılaştırmaları verilmiştir. İfadelerin tutarlılık oranı ise 0.04’tir. Bu oran 0.10’un altında kaldığı için verilen cevapların tutarlı olduğu söylenebilir. Uzmanlar tarafından yapılan çevre boyutuna ait alt kriterlerin karşılaştırılması ise Tablo 4’te verilmiştir.

Tablo 5.Çevre boyutuna ait alt kriterlerin karşılaştırılması

Çevre Boyutu Kriterleri	UZMANLAR (U)						Geometrik Ortalama	Ortak Görüş	Çevre Boyutu Kriterleri
	U 1	U 2	U 3	U 4	U5	U6			
Kirlilik kontrolü	9	9	3	1	1	9	3.60	4	Geri Dönüşüm
Kirlilik kontrolü	9	7	1	1	9	1	2.88	3	Eko-tasarım
Geri Dönüşüm	1/7	5	1	1	1	1/5	0.72	1	Eko-tasarım

Tablo 5’e bakıldığında çevre boyutu altında yer alan alt boyutların ikili karşılaştırmaları verilmiştir. İfadelerin tutarlılık oranı ise 0.01’tir. Bu oran 0.10’un altında kaldığı için verilen cevapların tutarlı

olduğu söylenebilir. Uzmanlar tarafından yapılan sosyal boyuta ait alt kriterlerin karşılaştırılması ise Tablo 6’da verilmiştir.

Tablo 6.Sosyal boyutunun alt kriterlerinin ağırlıkları

Sosyal Boyut Kriterler	UZMANLAR (U)						Geometrik Ortalama	Ortak Görüş	Sosyal Boyut Kriterleri
	U 1	U 2	U 3	U 4	U5	U6			
Eğitim ve Kurumsallaşma	6	1/7	3	1/9	3	1/7	0.70	1	İş Sağlığı ve Güvenliği
Eğitim ve Kurumsallaşma	1/9	5	5	9	5	1/9	1.55	2	Hükümet Desteği
İş Sağlığı ve Güvenliği	2	7	5	2	7	2	3.53	4	Hükümet Desteği

Tablo 6’ ya bakıldığında sosyal boyutaltında yer alan alt boyutların ikili karşılaştırmaları verilmiştir. İfadelerin tutarlılık oranı ise 0.05’tir. Bu oran 0.10’un altında kaldığı için verilen cevapların tutarlı olduğu söylenebilir. Çalışmada yer alan tüm ana ve alt kriterlerin önem ağırlıkları ise Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7.Ana ve alt boyutların ağırlıkları

Ana Boyutlar	Yerel Ağırlıklar	Ara Boyutlar	Yerel Ağırlık	Global Ağırlık	Global Sıralama
EkonomikBoyut	0.691	Yakıt Fiyatları	0.064	0.044	7
		Yakıt Vergileri	0.059	0.040	8
		Deniz Ulaştırma Maliyetleri	0.286	0.197	2
		Esneklik	0.177	0.122	3
		Hizmet	0.414	0.286	1
ÇevreBoyutu	0.091	Kirlilik Kontrolü	0.634	0.057	6
		Geri Dönüşüm	0.174	0.015	11
		Eko-tasarım	0.192	0.017	10
Sosyal Boyutu	0.218	Eğitim ve Kurumsallaşma	0.376	0.081	5
		İş Sağlığı ve Güvenliği	0.474	0.103	4
		Hükümet Desteği	0.149	0.032	9

Tablo7’de görüldüğü gibi sürdürülebilir denizcilik girişimlerine ait en önemli ana kriter 0.691 ağırlığı ile ekonomik boyuttur. İkinci en önemli ana kriter ise 0.218 ağırlığı ile sosyal boyut ve son sırada 0.091 ağırlığı ile çevre boyutu yer almaktadır. Alt kriterlerden en önemli üçü ise 0.286 ağırlığı ile hizmet kriteri, 0.197 ağırlığı ile deniz ulaştırma maliyetleri ve 0.122 ağırlığı ile esneklik kriteridir. Alt kriterlerden son üç sırada yer alan kriterler ise 0.032 ağırlığı ile hükümet desteği, 0.017 ağırlığı ile eko-tasarım ve 0.015 ağırlığı ile geri dönüşümdür.

4. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Bu çalışmada, sürdürülebilir denizcilik girişimleri AHP metodu ile ağırlıklandırılarak, öncelikli sürdürülebilir girişimlerin neler olduğunu belirlenmiştir. Bu nedenle literatürden yararlanılarak 3 ana kriter ve 11 alt kriter belirlenmiştir. Bu kriterler İstanbul’da 6 farklı tersanede çalışan ve denizcilik konusunda eğitilmiş kişilerden alınan cevaplar doğrultusunda önceliklendirilmiştir. Çalışmanın uygulamasının sonucunda sürdürülebilir denizcilik girişimlerine ait en önemli ana kriterin0.691 ağırlığı ile ekonomik boyut olduğu, ikinci en önemli ana kriterin ise 0.218 ağırlığı ile sosyal boyut olduğu ve son sırada yer alan kriterin ise 0.091 ağırlığı ile çevre boyutu olduğu belirlenmiştir. Ana kriterlerin ağırlıklarından anlaşıldığı gibi sürdürülebilir denizcilik girişimlerinde çevresel kriterlere, ekonomik kriterler ve sosyal kriterler kadar önem verilmemektedir. Alt kriterlerdenise ilk üç sırada yer alan kriterler; 0.286 ağırlığı ile hizmet kriteri, 0.197 ağırlığı ile deniz ulaştırma maliyetleri ve 0.122 ağırlığı ile esneklik kriteridir. Alt kriterlerden son üç sırada yer alan kriterler ise 0.032 ağırlığı ile

hükümet desteği, 0.017 ağırlığı ile eko-tasarım ve 0.015 ağırlığı ile geri dönüşümdür. Alt kriterlerin ağırlıklarına da bakıldığında çevre boyutunun ağırlığının düşüklüğünden kaynaklanan durum nedeniyle son iki sırada yer alan kriterler çevre boyunun içerisinde yer almaktadır. Burada dokuzuncu sırada yer alan hükümet desteği alt kriteri dikkat çekmektedir. Bu kriterin dokuzuncu sırada yer almasının sebebi, sürdürülebilir denizcilik girişimlerinin hükümet tarafından yeteri kadar desteklenmediğinden kaynaklanabilmektedir.

Bu çalışma sonucunda aşağıdaki önerilerde bulunabilir:

- Sürdürülebilir denizcilik girişimlerinin geliştirilmesinde düşük ağırlığa sahip kriterlere daha fazla önem verilerek geliştirilmesi sağlanabilir.
- Bu kriterler farklı sektörlerde uygulanarak, söz konusu sektörlerin sürdürülebilirliği incelenebilir.
- Aynı çalışma farklı ÇKKV yöntemleri kullanılarak karşılaştırmalar yapılabilir.
- Bu çalışma için alternatif çözüm yolları sunulurken, bu alternatif çözüm yollarının uzmanlar tarafından değerlendirilmesi yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Balbar A.C., Metaxas A., (2019), The current application of ecological connectivity in the design of marine protected areas, *Global Ecology and Conservation* 17 , e00569
- Bell D.V.J., (2002), The Role of Government in Advancing Corporate Sustainability, A Background Paper prepared by the Sustainable Enterprise Academy, York University (www.SustainableEnterpriseAcademy.org)
- Bolh N.M., (2017), Can tax reforms help achieve sustainable development? , *Resource and Energy Economics* 50, 135–163
- Bonnett M., (2002), Education for Sustainability as a Frame of Mind, *Environmental Education Research*, ISSN: 1350-4622 (Print) 1469-5871 (Online) Journal home page: <https://www.tandfonline.com/loi/ceer20>
- Brunner P.H., Rechberger H., (2015) , Waste to energy – key element for sustainable waste management, *Waste Management* 37, 3–12
- Chang Y.C., Wang Y., Durak O.S., (2010), Ship recycling and marine pollution,, *Marine Pollution Bulletin* 60,1390–1396
- Chen Y.J., Dimitrov S., Pun H., (2019), The impact of government subsidy on supply Chains' sustainability innovation, *Omega* 86 , 42–58
- Cunningham T.R., Galloway-Williams N., Geller E.S., (2010), Protecting the planet and its people: How do intervention stop remote environmental sustainability and occupational safety and health over lap?, 4676 Columbia Parkway, MS C-10, Cincinnati, OH 45226, USA. tcunningham@cdc.gov
- Eichner T., Pethig R., (2019), Strategic pollution control and capital tax competition, *Journal of Environmental Economics and Management* 94, 27–53
- Erdoğan O., Şengöz H.M., (2008), Gemi Yatırım Analizlerinde Portföy Belirleme, “Time Charter” Piyasaları Üzerinde Bir Uygulama, *Gemi ve Deniz Teknolojisi*, Sayı: 177
- Favi C., Marconi M., Germani M., (2019), Teaching eco-design by using LCA analysis of company's products portfolio: the case study of an Italian manufacturing firm, *Procedia CIRP* 80 452–457
- Fiorini M., Hoekman B., (2018), Services trade policy and sustainable development, *World Development* 112, 1–12
- Foster J., (2001), Education as Sustainability, *Environmental Education Research*, ISSN: 1350-4622 (Print) 1469-5871 (Online) Journal homepage: <https://www.tandfonline.com/loi/ceer20>
- Kurozumi T., (2012), Sustainability, flexibility, and inflation targeting, *Economics Letters* 114, 80–82
- Mohamad F., Abdullah N.H., Mohammad M., Kamaruddin N.K., (2014), Management Systems Integration for Organizational Sustainability: Quality, Environmental, Occupational Health and Safety, and Energy, *Applied Mechanics and Materials Vols. 465-466, pp 1155-1159*

- Ngc U.N.,Schnitzer H., (2009), Sustainable solutions for solid waste management in South east Asian countries, Waste Management, 29, 1982–1995
- Ömürberk N., Üstündağ S., Helvacıoğlu C.Ö., Kuruluş Yeri Seçiminde Analitik Hiyerarşi Süreci (AHP) Kullanımı: Isparta Bölgesi’nde Bir Uygulama Yönetim Bilimleri Dergisi Cilt: 11, Sayı: 21, ss. 101-116, 2013
- Özçifçi V.,Arsu T., (2013), Lojistik Servis Sağlayıcısı Seçiminde AHP Uygulaması, Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi, Cilt 5, No 1, ISSN: 1309-8012
- Powells G.,Fell M.J., (2019), Flexibility capital and flexibility justice in smart energy systems, Energy Research & Social Science 54 , 56–59
- Robson L.S.,Clarke J.A., Cullen K., Bielecky A., Severin C., Bigelow P.L., Irvin E., Culyer A., Mahood Q., (2007), The effectiveness of occupational health and safety management system interventions: A systematic review, Safety Science 45, 329–353
- Saaty,(2008). Decision making with the analytic hierarchy process. International Journal of Services Sciences 1(1), 83-98.
- Schoyen H.,Burki U., Kurian S., (2017), Ship-owners’ stance to environmental and safety conditions in ship recycling. A case study among Norwegian shipping managers, Case Studies on Transport Policy 5,, 499–508
- Steinsland C.,Fridstrom L., Madslie A., Minken H., (2018), The climate, economic and equity effects of fuel tax, road toll and commuter tax credit Transport Policy 72 ,225–241
- Sumaila, U. R.,Teh, L., Watson, R., Tyedmers, P., andPauly, D. ,(2008). Fuel price increase, subsidies, over capacity, and resource sustainability. – ICES Journal of Marine Science, 65: 832–840.
- Şahin B.,Yılmaz H., Ust Y., Guneri A.F., Gulsun B., (2009) , An approach for analysing transportation costs and a case study, European Journal of Operational Research 193 ,1–11
- Troschinetz A.M.,Mihelcic J.R., (2009) Sustainable recycling of municipal solid waste in developing countries, Waste Management 29,915–923
- Wals A.E.J.,(2014), Sustainability in higher education in the context of the UN DESD: a review of learning and institutionalization processes, Journal of Cleaner Production 62, 8-15
- www.denizticaretodasi.org.tr/Media/SharedDocuments/sektorraporu/2019_sektor_tr.pdf[Erişim Tarihi:26.10.2019](#)
- Yang M.,Evans S., (2019), Product-service system business model archetypes and sustainability, Journal of Cleaner Production 220 ,1156e1166
- Yeo C.A., (2019), Land and Sea Transportation in Imperial Italy, The Johns Hopkins University Press, 78.186.251.173 UTC, All use subject to <https://about.jstor.org/terms>
- Zhang N., Williams I.D., Kemp S., Smith N.F., (2011) , Greening academia: Developing sustainable waste management at Higher Education Institutions, Waste Management 31 ,1606–1616

YABANCI DİL OLARAK İNGİLİZCE ÖĞRETEN ÖĞRETMENLERİN SINIF İÇERİSİNDEKİ ANA DİL KULLANIMINA KARŞI TUTUMLARI VE DERS İÇİ UYGULAMALARI

Büşra Ulu

Kocaeli University /Social Sciences Institute/ Foreign Languages Education, English Language Education

busraulubusra@gmail.com

Özet

Dil sınıflarında, hedef dilin kullanılmasının öğrencilerin o dili öğrenebilmeleri için önemli olduğu düşünülmüştür ve öğrencilerinin ana dillerinin kullanımının önlenmesi önerilmiştir. Ancak son çalışmalar, dil sınıflarındaki optimum ana dil kullanımını belirlemeye ve hem öğretmenler hem de öğrencileri tarafından amaçlanan işlevlerini bulmaya çalışmıştır. Bu çalışmanın amaçları, hazırlık öğretmenlerinin sınıfta birinci dil kullanımı hakkında uygulamalarının ve tutumlarının incelenmesiyle bu konuya ışık tutmak ve İngiliz dili eğitimi ve edebiyat mezunu olmanın bu duruma bir etkisinin olup olmadığını bulmaktır. Elde edilen veriler yarı yapılandırılmış röportaj ile 10 İngilizce öğretmeninden toplanmıştır. Bulgular öğretmenlerin birinci dil kullanıma karşı olumlu tutumlarının olduğunu ve hepsinin farklı amaçlar için birinci dili kullandıklarını göstermiştir. Ayrıca, İngiliz dili eğitimi ve edebiyat bölümü mezunu hocalar arasında uygulama konusunda bazı farklılıklar bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Birinci dil kullanımı, Türkçe, öğretmenlerin tutumları, İngilizce öğretmenliği, edebiyat

EXPLORING PRACTICES AND ATTITUDES OF EFL INSTRUCTORS ABOUT L1 USE

Abstract

The use of target language has been considered essential for students to learn a language and the avoidance of first language (L1) use has been suggested. However, recent studies have attempted to identify the optimal amount of L1 and to find out the functions of L1 use by both teacher and learners in language classrooms. The aims of this study were to shed new light on the issue through an examination of preparatory teachers' practices and attitudes about L1 use and to examine whether their educational background, either English language teaching (ELT) or literature has an effect on them. Data for the study was collected from 10 prep English teachers through semi-structured interviews. The findings showed that teachers held positive attitudes towards L1 use and all of them employed L1 for different purposes. Some significant differences were also found between teachers from ELT and literature background in terms of their practices.

Keywords: L1 use, Turkish, teachers' attitudes, ELT, literature

1. INTRODUCTION

Multilingualism has gained importance and the number of people knowing two or more languages has been increasing. Therefore, teaching languages is of great significance and many educators and researchers agree that students' exposure to the target language is necessary for a better learning (Krashen, 1982). Since teachers are the primary source of input in the target language for learners, maximizing the use of target language is seen favorable. For some researchers, this entails avoidance of teachers' and students' first language use (L1) (Duff & Polio, 1990; Franklin, 1990; Turnbull, 2001). However, advocates of L1 use including Atkinson (1993) and Cook (2001) assert that maximizing L2 use does not mean avoiding L1 use and even such a discouraging position limits teaching possibility and students' opportunities for intake (Cook, 2001). Thus, they suggest using L1 and L2 at an optimal level and take advantage of a shared language between teachers and students. The issue has been studied from different aspects including students' and teachers' perspectives. The findings of studies have revealed various teachers' and students' attitudes towards L1 use and have shown that L1 could be employed for some purposes such as explaining the meaning of difficult

lexical items and grammar rules, giving instructions, maintaining discipline and building a good rapport with learners (Cook, 2013). However, the role of L1 use in language classroom has still been controversial and there has not been a consensus on an idea. Therefore, there is still a need for more studies to have a deeper understanding of the issue.

In light of the previous studies on the issue, this study aims to find out attitudes and practices of EFL teachers about L1 use having a degree in English language teaching (ELT) and literature; and to how their educational background influences their perceptions.

2. LITERATURE REVIEW

Several studies investigating L1 use from both teachers and students' perspectives have been conducted in English learning contexts focusing on different aspects. Most of the researchers have studied teachers' and students' ideas about L1 use in the language classroom. The findings has shown that some teachers have favorable attitudes toward mother tongue use in the classroom while others oppose the idea. For example, in the study of Alrabah, Wu, Alotaibi and Aldaihani (2016) it was found that teachers had negative attitudes. This finding is line with other studies that found unfavorable attitudes hold by EFL teachers in other countries. Even though teachers have negative attitude some researchers have found out that the attitudes and classroom practices of teachers contradict with each other and thus there is a mismatch between them (Copland and Neokleous, 2011). However, a number of studies have contradicting results in that English teachers' attitudes and beliefs toward use of first language seem to be positive (Inbar-Lourie, 2010; Jingxia, 2010). Regarding the feelings of teachers about their L1 use, some studies has demonstrated that teacher mostly felt frustrated (Cianflone, 2009) and guilty (Copland and Neokleous, 2011). In addition, another aspect found in the studies is that teachers' L1 use depends on the learners' proficiency. Crawford (2004) revealed most teachers prefer L1 more with younger learners and tend to use L2 more in higher grades.

A large number of studies have attempted to identify for what purposes and functions L1 is used by teachers and students. Based on the findings, researchers have explored that teachers employ L1 for various purposes. Atkinson (1993), for example, has provided a list for different functions of L1 and some of functions were checking students' understanding, translating and giving instructions. Cook (2013) also proposes various functions such as explaining words and grammar, managing classroom and interacting with individual students. A study was conducted by Gulzar (2010) with 406 EFL teachers in Pakistani. The results indicated that participants tend to code switch to their L1 for eleven functions. They were "clarification, ease of expression, giving effective instruction, creating a sense of belonging, checking understanding, translation, socializing, emphasis, repetitive functions, topic shift, and linguistic competence". He recommends that L1 use can be introduced as a strategy in language teaching and strict use of target language use can lead to misperceptions about language processes. Similarly, the study of De la Campa and Nassaji (2009) indicates that teachers use L1 frequently for pedagogical and social purposes such as giving instruction, translating, making jokes and expressing their ideas.

In addition, Shuchi and Islam (2016) done a research with Arabian and Bangladeshi teachers. They found out that some teachers in both countries consider L1 as an effective tool to support and facilitate learning and teaching, but it is necessary to use L1 properly to avoid interference in learning. Supporting, the findings of the study with college teachers in Kuwait (Alrabah, Wu, Alotaibi & Aldaihani, 2016) reveal that teachers use L1 as a teaching tool including giving definitions of problematic words and grammar structures; and for classroom management such as giving instruction and maintaining discipline. Sampson's study (2011) supports these findings in that L1 can be also used for communicative purposes like interactions in the groups.

In Turkey, there is a growing number of studies investigating L1 use from different aspects. Yavuz (2012) states that ELT teachers in his study emphasize the necessity of Turkish especially, while teaching grammar, but they prefer avoidance of L1 in teaching communicative skills. Also, his findings show that L1 is used by teachers to reduce the inhibition of students by breaking the psychological barriers among students before the teaching begins. In the study of Kayaoğlu (2012),

teachers have favorable beliefs toward L1 use and suggest other teachers to use L1 if it is necessary. In terms of purposes of L1 use, Yüksel and Inan-Karagül (2017) revealed that teachers use L1 for various reasons such as giving grammar instruction, managing classroom and socializing with students; on the other hand, learners are found to use L1 for equivalence and floor holding. Bensen and Çavuşoğlu's study has revealed similar results regarding the purposes of teachers' code switching.

Considering all the studies mentioned, findings of the research have revealed different attitudes of teachers' attitudes towards L1 use and various functions of it. There has been an ongoing debate on the issue, but studies about this topic in the context of preparatory schools are still few and there is a need for more research on this issue. Also, there has not been a study with a focus on effect of teachers' education background on the beliefs and attitudes. Therefore, this study intend to cover this gap investigating the issue with teachers working at preparatory schools.

This paper revisits the issue L1 use in EFL classrooms and aims to explore the teachers' attitudes towards L1 use and their practices of it who are from either English language teaching or literature background. This study intended to find answers to the following research questions.

- 1) What are the practices and attitudes of teachers about L1 use?
- 2) Is there a difference between the practices and attitudes of teachers from ELT and literature background?

3. MATERIALS AND METHODS

3.1 Participants

The participants were 10 EFL teachers (10 females and 2 males) who are working as English instructors at preparatory schools of foundational universities in İstanbul. For the study, the teachers were divided into 2 groups based on their educational background. Therefore, five of the teachers had a bachelor's degree in English language teaching while the other half of teachers' educational background was the literature. Three of teachers from literature background studied English literature and the rest of them studied American literature. The ages of participating teachers ranged from 24-60.

3.2 Instrument

As the data collection instrument, semi-structured interview was chosen. To gather qualitative data from teachers, five main interview questions designed by the researcher were posed to teachers and extra following questions shaped by the interviewees' answers were also asked.

3.3 Data collection/ analysis

The interviews were conducted face to face with participants and they were recorded, whose durations were 10-15 minutes. The audios and transcriptions of interviews were listened to and was read several times to obtain a deep understanding of participants' ideas. After data collection, qualitative data about teachers' L1 use was analyzed under two themes, which practices and attitudes.

4. RESULTS

4.1 Practice

When interviewees were asked about whether they use Turkish in their classrooms, all the participants stated that they use Turkish in various amounts. Four of the teachers from ELT background responded that they sometimes use Turkish and one of them said that she uses rarely Turkish. Also, two of the teachers commented that her use of L1 depends on learners' proficiency level and she avoids using Turkish with higher-level students, especially advanced ones. In contrast, only two of the teachers from literature background answered that they sometimes use Turkish while two other teachers explained that they frequently benefit from Turkish in their classes. Similar to the first group, only one teacher rarely preferred Turkish. Additionally, one participant added that she tries to avoid L1 use if there are foreign students. As opposed to this comment, another participant explained that he makes use of Turkish in the existence of foreign students, but he found a solution for this in that after Turkish explanation of item, he explains it in English to foreign ones.

Table 1. Purposes of L1 use

Purpose			The number and percentage of teachers			
			Teachers from ELT background	%	Teachers from Literature background	%
Teaching tool	Explaining grammar points		4	80	2	40
	Explaining the meaning of vocabulary items		3	60	2	40
	Explaining strategies (reading and writing)		1	20	1	20
	Giving feedback		0	0	2	40
Classroom management	Giving instructions		2	40	1	20
	Drawing students' attention to the class		1	20	0	0
Socialization	Making jokes		1	20	2	40
	Socializing with students		0	0	2	40

As shown in Table 1, in terms of functions of using L1, three different categories were identified; teaching tool, classroom management, and socialization. Teaching tools included four subcategories; namely explaining grammar points, explaining the meaning of vocabulary items, explaining strategies and giving feedback; classroom management consisted of giving instructions and drawing students' attention to class; socialization comprised making jokes and socializing with students.

Generally, it is apparent that the most common function of Turkish in the classroom is explaining grammar structures with 70 percentage. Also, 50% of teacher mentioned about using Turkish for the explanation of vocabulary items. When compared it can be seen that significant differences were found between the teachers from ELT and literature background in terms of socialization and classroom management. The number of teachers from literature background surpassed teachers holding a bachelor's degree in ELT in socialization functions. Contrastingly, teachers from ELT outnumbered the other group and three participants from the first group talked about using Turkish for classroom management while only one participant from second group mentioned about this purpose. One extra comment from one participant was that along with Turkish she uses Spanish, Italian and other languages she knows to draw students' attention to herself.

However, teachers in both groups stated the benefit of Turkish as a teaching tool. Considering the use of Turkish for vocabulary items, one common view among two participants from both ELT and literature background that they never use Turkish to explain unknown vocabulary items and one interviewee said, "they will ask for a mile when you give them an inch."

Table 2. Certain grammar structures that teachers suggest using Turkish while teaching

Grammar structure	Teachers from ELT background	%	Teachers from Literature background	%
Relative clause	3	60	2	40
Passive voice	1	20	1	20
Gerund	0	0	2	40
If clauses	3	60	1	20

Moreover, participants were asked about certain grammar structures that they suggest using Turkish to teach them and Table 2 indicates those grammar topics mentioned by teachers. 50 % of participants agreed that Turkish can be beneficial for relative clauses and one interviewee commented that even one Turkish equivalence of sentence with a relative clause leads to a better understanding of the subject. The second frequently suggested structure was if-clauses, especially within teachers from ELT background. As the comparison of two groups of teachers indicates they significantly differ in terms of gerunds and if clauses. Two of the teachers from literature department recommended using Turkish to teach gerunds while none of the teachers from the other group talked about it. However, in teaching if-clauses, teachers from ELT background outnumbered the other group with 60.

4.2 Attitudes

With regard to teachers' attitudes, participants were asked whether it is necessary for teachers to use Turkish. 60 % of all participants stated that Turkish can be used at an optimal level. Among teachers from ELT background, one teacher supported the avoidance of L1 use as students can exploit this. Besides, another teacher commented that Turkish should be rarely used just to "spice up" the lesson and she suggested that teachers' awareness of outcomes that will come with L1 use is essential. As opposed to this group, 80 % of teachers from the literature background supported using L1 in classroom and only one teacher stated that only English should be used. Concerning the issue, one interviewee from this group said that there is a pressure on teachers about no use of L1, but she strongly agrees with this idea.

Besides, participants were asked about benefits of L1 use for both teachers and learners. One common benefit of using L1 among all teachers was time-saving. Three teachers from ELT department and three teachers from the literature department stated that using L1 is mostly beneficial for saving time, especially when there are time constraints and many things to cover in the lesson. Also, one of the teachers considered L1 use as a teaching strategy that will facilitate teaching. Regarding students, all participants agreed that L1 use can facilitate and enhance learning. One of the teachers having an ELT degree mentioned that L1 use can activate background knowledge and students can make better associations between previous and new knowledge. What is more, two of the teachers having literature background commented that L1 use is beneficial to show the differences and similarities between L2 and L1.

The final question posed to teachers was about the relationship between teacher competence and L1 use. 80% of participants considered that there is not any correlation between competence of teachers and the amount of their L1 use. Only two teachers who hold an ELT degree stated that a teacher tends to use L1 more often if s/he lacks good command of English, effective teaching methods and mimics/gestures. One teacher from ELT group commented that how much teacher uses L1 depends on learners' competence. All five-participants having a literature degree supported no relationship and they put forward different ideas. One teacher claimed that the amount of L1 use is determined by the efficiency of the lesson plan and effort the teacher puts on it. A recurrent theme amongst interviewees was that even competent and experienced teachers prefer using L1 in classroom and what matters is the awareness of their L1 use. Two teachers from both groups shared an anecdote that they used to

make use of Turkish less when they first started teaching. They stated that with experience, they have raised their awareness about the issue and learned how to use Turkish effectively along with English.

5. DISCUSSION

The data collected were analyzed under two categories; practice and attitudes of teachers. Based on the findings of this study it can be said that almost all teachers are likely to use Turkish while teaching English even though the amount of L1 uses changes. This finding supports the general common practices among teachers. Regarding the comparison between teachers from ELT and literature background, both groups were found not to be significantly different in terms of practice of L1 use as participants from both groups stated using L1. However, it was observed that the frequency of L1 use for the teachers holding literature degree was higher than the other group. Moreover, the results revealed several different functions of L1 use that were grouped under three categories; teaching tool, classroom management, and socialization. For instance, teachers used Turkish to explain grammar points and difficult words explain strategies and give feedback. The teachers also used L1 for managing the classroom that included giving instructions and drawing students' attention. The last function Turkish used was for socialization purposes such as making jokes and developing a good relationship with students. These results supports the findings of many researchers including De la Campa & Nassaji (2009), Gulzar (2010), Cook (2013), and Yüksel & Inan-Karagül (2017). In relation to the study's purpose, two teacher groups were compared, and significant differences were found between them in terms of functions of L1 use, especially within two categories. Along with the L1 as a teaching tool, teachers from ELT background tend to use more Turkish for classroom management whereas teachers from the other group employ more Turkish for socialization functions. Almost all participants agreed that that L1 can be employed to explain certain aspects of English. Related to teaching function, the findings indicated that teachers prefer more Turkish while teaching four grammar structures; relative clauses, if clauses, gerund and passive voice.

Regarding teachers' attitudes, the findings of study demonstrated that teachers have positive attitudes toward use of Turkish in EFL classrooms. These results supported the results of Inbar-Lourie (2010), Jingxia (2010) and Kayaoğlu (2012). However, the comparison between the two groups revealed no significant differences. Furthermore, most of the participants believed that L1 use has various benefits for both teachers and students. One common advantage for teachers was time-saving as teachers are expected to fulfill certain responsibilities. All participants stated that L1 use facilitates and enhances students' learning. Lastly, the findings related to the relationship between teachers' competence and use of L1 demonstrated the belief of no correlation. Participants emphasized that having no experience and competence in L1 does not mean an increase in the amount of L1 remarking that even competent teachers integrate the common language they share with students into their classes. Similar to other findings in the study, teachers from significant differences between comparison groups were not found.

6. CONCLUSION

The use of learners' first language in language classrooms has been discusses by both teachers and researchers for years, as the use of the target language is an essential part of language learning. Therefore, this study aimed to find the practices and attitudes of EFL teachers about L1 use and to find the differences between teachers from ELT and literature background. In line with the previous studies, the results showed that EFL teachers make use of the common language they share with students. Teachers also have favorable attitudes towards L1 use and they consider L1 as a beneficial tool serving different functions rather than an interference with teaching and learning. It has demonstrated that there has been a consensus about use of L1 in practice and teachers have awareness about possible gains of L1 for both themselves and their learners.

In relation to the second purpose of the study, one of the important findings to emerge from the study is that teachers having degree in ELT employ L1 for classroom management while the teachers from literature department use L1 for socializing and developing good rapport with students. In terms of attitudes there was no difference between both groups.

Taken together, the current findings add to a growing body of literature on teachers' practices and attitudes of L1 use. An important contribution of this study to the existing literature can be that it provides evidence for the effect of teachers' education background on their practices of L1 use. Further studies are needed about the issue because of the limitations that the present study had. The number of participants in this study was only limited to 10 teachers and the data from them was not enough to make generalizations about the overall attitude of teachers towards L1 use. Similar studies can be conducted with the participation of a higher number of participants. Also, the study can result different findings if done with teachers teaching in different contexts.

REFERENCES

- Alrabah, S.; Wu, S., Alotaibi; A., M. & Aldaihani, H. A. (2016). English teachers' use of learners L1 (Arabic) in college classroom in Kuwait. *Learners. English Language Teaching*, 9(1), 1-11.
- Atkinson, D. (1993). Teaching in the target language: A problem in the current orthodoxy. *The Language Learning Journal*, 8(1), 2-5. <http://dx.doi.org/10.1080/09571739385200261>.
- Bensen, H. & Çavuşoğlu, Ç. (2013) Reasons for the teachers' uses of code switching in adult ELF classrooms. *Hasan Ali Yücel Eğitim Fakültesi Dergisi*, 20(2), 69-82.
- Cianflone, E. (2009). L1 use in English courses at university level. *ESP World*, 8(1), 1-5
- Cook, V. (2001). Using the first language in the classroom. *The Canadian Modern Language Review*, 57(3), 402-423.
- Cook, V. (2013). *Second language learning and language teaching*. New York: Routledge.
- Copland, F., & Neokleous, G. (2010). L1 to teach L2: complexities and contradictions. *ELT Journal*, 65(3), 270–280. doi:10.1093/elt/ccq047
- Crawford, J. (2004). Language choices in the foreign language classroom: Target language or the learners' first language? *RELC Journal*, 35 (1), 5-20
- De la Campa, J. C., & Nassaji, H. (2009). The amount, purpose, and reasons for using L1 in L2 Classrooms. *Foreign Language Annals*, 42(4), 742-759.
- Duff, P. A., & Polio, C. G. (1990). How much foreign language is there in the foreign language classroom? *The Modern Language Journal*, 74 (2).
- Franklin, C. E. M. (1990). Teaching in the target language: Problems and prospects. *Language Learning Journal*, 2(1), 20-24. <http://dx.doi.org/10.1080/0957173908520037>
- Gulzar, M. A. (2010). Code switching: Awareness about its utility in bilingual classrooms. *Bulletin of Education and Research*, 32(2), 23-44.
- Inbar-Lourie, O. (2010). English Only? The linguistic choices of teachers of young EFL learners. *International Journal of Bilingualism*, 14 (3), 351-367
- Jingxia, L. (2010). Teachers' code switching to the L1 in EFL Classrooms. *The Open Applied Linguistics Journal*, 3, 10-23.
- Kayaoğlu, N.M. (2012). The use of mother tongue in foreign language teaching from teachers' practice and perspective. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 32, 25-35
- Krashen, S. (1982). *Principles and practice in second language education*. New York: Pergamon Press.
- Shuchi, J. I. & Islam, Sh. (2016). Teachers' and students' attitudes towards L1 use in EFL classrooms in the contexts of Bangladesh and Saudi Arabia. *English Language Teaching*, 9 (12), 62-73.
- Sampson, A. (2011). Learner code switching versus English only. *ELT Journal*, 66(3), 293–303. doi:10.1093/elt/ccr067
- Turnbull, M. (2001). There is a role for the L1 in second and foreign language teaching, but... *The Canadian Modern Language Review*, 57(4), 531-540.
- Yavuz, F. (2012). The attitudes of English teachers about the use of L1 in the teaching of L2. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 46, 4339 – 4344.

Yüksel, D. & Inan-Karagül (2017). L1 use by teachers and students in EFL classrooms: A study of Turkish university setting. In R. V. Nata (Ed.), *Progress in Education* (pp.135151-135151). New York, NY: Nova Science Publishers.

AKADEMİK TEŞVİKTE İTİRAZ SÜRECİ VE SORUNLAR

Prof.Dr.Alaeddin BOBAT

Kocaeli Üniversitesi Arslanbey MYO, Park ve Bahçe Bitkileri Bölümü 41285 Kartepe-Kocaeli
bobatus@gmail.com

Özet

Akademik teşvikte en sık rastlanılan ve rahatsızlık yaratan sorunlardan biri de itiraz sürecidir. Çünkü itiraz yalnızca üniversitede kurulan “*Akademik Teşvik Düzenleme, Denetleme ve İtiraz Komisyonu*”na yapılmaktadır. Aynı komisyon hem değerlendirme hem denetleme hem de itiraz süreçlerinde yer aldığı için, hem savcı hem de yargıç rolü üstlenmektedir. Bu durum, güçler ayrılığına aykırı olduğu gibi kararlara itiraz edecek başka bir kurul daha bulunmaması da başka sorunlara yol açmaktadır. Bu nedenle itiraz süreci sorun oluşturmakta ve sistemin işleyişine olan güven azalmaktadır. Bu çalışmada, akademik teşvikte yaşanan itiraz süreci bir bütün olarak ele alınmakta ve yaşanan sorunlar irdelenmektedir. Ayrıca sorunun çözümüne yönelik öneriler tartışılmaktadır.

Anahtar Sözcükler : Akademik teşvik, itiraz süreci, sorunlar

PROBLEMS OF OBJECTION PROCESS IN ACADEMIC INCENTIVE

Abstract

One of the most common problems in Turkish academic incentive is the objection process. Because the objection is only made to the “**academic incentive regulation, supervision and objection commission**” established at the University. Since the same commission is involved in both evaluation and audit and objection processes, both the prosecutor and the judge are involved. This situation is contrary to the separation of powers, as well as the absence of another council to appeal to the decisions also leads to other problems. Therefore, the appeal process poses problems and confidence in the functioning of the system is diminishing. In this study, the process of objection in academic encouragement as a whole is discussed and the problems experienced are examined. In addition, proposals for the solution of the problem are discussed.

Keywords : Academic incentive, objection process, problems

1.GİRİŞ

Türkiye’deki yükseköğretim kurumu sayısı son yıllarda hızla artarak 207’ye; yükseköğretim kurumlarında görev yapan öğretim elemanı sayısı ise 168.765’e ulaşmış bulunmaktadır(YÖBYS, 2019).

Her ne kadar nitelikleri farklı olsa da, yükseköğretim sisteminde görev alan unvanlı(Profesör, Doçent ve Dr. Öğretim Üyeleri) ile unvansız(öğretim görevlileri ve araştırma görevlileri) **Bilim İnsanı** olarak kabul görmektedir.

Bilim insanı insanlık için durmadan çalışan, özveride bulunan kendini aşmış ve evrenselleşmiş kişidir. Bilim, doğası gereği araştırma yapılmasını ve bu araştırmaların yayımlanmasını gerektirmektedir. Bilim dünyası sürekli üretkenlik üzerinde durmakta ve bu konuda sürekli teşvikler sunarak çok sayıda araştırma yapan bilim insanlarını ödüllendirmektedir(Bobat ve Yılmaz, 2018).

Bu süreçte atıf sayısı, h-index, uluslararası indekslerde taranma gibi çok sayıda değişken göz önünde bulundurulmakta; ülkeler, kurumlar, yayınevleri, bilim insanları ve dergiler akademik olarak değerlendirilmektedir(Bobat, Çakılcı ve Yılmaz, 2017).

Türkiye’de uzun zamandır akademisyenlerin özlük haklarının görevlerini etkin biçimde yerine getirmelerine olanak veremediği yönünde tartışmalar sürmekte ve bu yönde araştırmalar yapılmaktadır.

Kamu ve vakıf üniversitelerinde çalışan 170 bine yakın akademik kadro hem yeni kurulan üniversitelerin akademik açıklarını kapatmaya çalışmakta hem de akademik yaşama uygun bir düzeye kavuşmak istemektedir. Bu da ancak akademik anlamda akademisyenlerin özlük haklarının iyileştirilmesi ile mümkün olacaktır.

Akademisyenlerin hem yaptıkları işte doyuma ulaşmaları hem de çalışmalarının karşılığını almaları motivasyon ve performans gibi iki etkenin birlikte var olması ve bu performansın ölçülmesiyle sağlanabilecek bir sorunsaldır (Tunçer, 2013).

Akademik performans ise, bir akademisyenin belirli ölçütlerin göz önüne alınmasıyla belirlenen sergilediği akademik çabalar toplamıdır.

14 Kasım 2014 tarihli Resmi Gazetenin 29175. sayısında yayımlanarak yürürlüğe giren 6564 sayılı yasa(RG, 2014), "*Yükseköğretim Tazminatı*" ile akademisyenlerin özlük haklarında kısmi bir iyileşme sağlamış, ardından 2015 yılında başlatılan akademik teşvik ile de yapılan ek ödemelere "*akademik teşvik*" ödemeleri katılmıştır(Bobat ve Çakılcı, 2017).

Yapılacak teşvik ödemelerinin ayrıntıları yaklaşık bir yıl sonra, 18 Aralık 2015 tarihli Resmi Gazetede yayımlanan "*Akademik Teşvik Ödeneği Yönetmeliği*" ile belirlenmiştir(RG, 2015). İlk iki yıl için ayrı yönetmelik çıkarılan akademik teşvik için, 2017 yılında farklı bir yönetmelik çıkarılmamış; 2017 yılı için 2016 yılı sonunda çıkarılan yönetmeliğe göre değerlendirmeler yapılmıştır(RG, 2016).

Bakanlar Kurulu'nca 14 Mayıs 2018 tarihinde kabul edilen 2018/11834 sayılı Akademik Teşvik Yönetmeliği ile son değişiklikler güncellenerek yürürlüğe girmiştir(RG, 2018). Bu karar ile YÖK, araştırma görevlisinden profesörüne tüm akademisyenlerin sürekli bir araştırma faaliyeti içinde olarak kendilerini geliştirmelerine yardımcı olmayı hedeflemekte ve akademisyenleri yayın yapmak için isteklendirmeye çalışmaktadır(Turhan ve Erol, 2017). Bu çalışmada Akademik Teşvik Yönetmeliği ve yönetmelik kapsamında yapılan farklı uygulamalar ile itiraz süreci ve bu süreçte yaşanan sorunlar irdelenmektedir.

2. AKADEMİK TEŞVİK YÖNETMELİĞİ

11 Ekim 1983 tarihli ve 2914 sayılı Yükseköğretim Personel Kanunu'nun Ek 4. maddesine göre, Bakanlar Kurulu'nca 14 Mayıs 2018 tarihinde kabul edilen 2018/11834 sayılı Akademik Teşvik Yönetmeliği'nde Akademik Teşvik Başvuru ve Değerlendirme Süreci, Yönetmeliğin 6. maddesinde aşağıdaki gibi sıralanmaktadır :

a)Öğretim elemanları, akademik teşvik başvurularını yayımlanan başvuru takvimi kapsamında kadrolarının bulunduğu yükseköğretim kurumunun ilgili birim akademik teşvik başvuru ve inceleme komisyonuna YÖKSİS'ten alınan çıktı ile birlikte akademik faaliyetlere ilişkin örnek, kanıt ve belgeleri ilan edilen usule uygun olarak sunar.

Birim akademik teşvik başvuru ve inceleme komisyonu, değerlendirmelerin tüm aşamalarında gerekli gördüğü hallerde başvuru sahiplerinden akademik faaliyetlerine ilişkin ek açıklama, bilgi ve belgeler talep edebilir.

Başvuru sahipleri, söz konusu talepleri yerine getirmekle yükümlüdür.

Öğretim elemanlarınca yapılan başvurular birim akademik teşvik başvuru ve inceleme komisyonu tarafından incelenir.

b)Yükseköğretim Kurumu değişikliği durumunda YÖKSİS çıktısında her bir faaliyetin hangi kurumda gerçekleştirildiği gösterilir ve farklı kurumlarda gerçekleşen akademik faaliyetlerin değerlendirilmesi öğretim elemanının kadrosunun bulunduğu yükseköğretim kurumunda yapılır.

c)Başvuru sahipleri, alanları ile ilgili yapmış oldukları faaliyetlerine uygun birim akademik teşvik başvuru ve inceleme komisyonuna başvuru yapmakla yükümlüdür.

Birim akademik teşvik başvuru ve inceleme komisyonu öncelikle başvuru sahibinin faaliyetlerinin incelenmeye uygun olup olmadığına karar verir.

Uygun görülmeyen başvurular gerekçeli olarak, değerlendirilmek üzere komisyona iletilir.

d)Birim akademik teşvik başvuru ve inceleme komisyonu başvuruları inceleyerek hazırladığı karar tutanağını, başvurularla ilgili değerlendirme raporunu ve ekinde puan tablosunu imzalı olarak rektörlüğe bağlı bölümlerde bölüm başkanı, fakültelerde dekan, diğer birimlerde ise müdür tarafından onaylanmış olarak komisyona ilan edilen takvime uygun olarak gönderir.

Birim akademik teşvik başvuru ve inceleme komisyonu tarafından hazırlanan değerlendirme raporunda reddedilen veya puan değerinde değişiklik yapılan akademik faaliyetlerle ilgili olarak açıklamada bulunulması zorunludur.

e)Komisyon, birim akademik teşvik başvuru ve inceleme komisyonu tarafından gönderilen başvuruları ve değerlendirme kararlarını inceler.

Gerekli gördüğü hallerde başvuru sahiplerinden ek belge ve bilgi talep edebilir ve/veya birimlerden gelen kararlar üzerinde değişiklik yapabilir.

Komisyon, hazırladığı karar tutanağını, başvurularla ilgili değerlendirme raporunu ve ekinde puan tablosunu imza altına alır ve nihai kararlarını ilgili araştırmacılara yazılı olarak veya elektronik ortamda duyurur.

Komisyon tarafından hazırlanan değerlendirme raporunda reddedilen veya puan değerinde değişiklik yapılan akademik faaliyetlerle ilgili olarak açıklamada bulunulması zorunludur.

f)Komisyon kararlarına karşı duyuru tarihinden itibaren beş işgünü içinde yazılı olarak itiraz edilebilir. Komisyon itirazları, itiraz süresinin bittiği tarihten itibaren en geç beş işgünü içerisinde karara bağlar. Komisyonun vereceği kararlar kesindir.

g)Devlet yükseköğretim kurumlarından vakıf yükseköğretim kurumlarında görevlendirilen öğretim elemanlarının görevlendirme süresince vakıf yükseköğretim kurumlarında gerçekleştirdikleri faaliyetler akademik teşvik puanlarının hesaplanmasında dikkate alınmaz.

Vakıf yükseköğretim kurumlarından veya başka bir kurumdan Devlet hesaplanmasında sadece Devlet yükseköğretim kurumlarında gerçekleştirdikleri faaliyetler esas alınır.

h)Görevlendirme nedeniyle kurum dışında bulunan öğretim elemanları, kadrolarının bulunduğu kurumlarda uzmanlıklarına uygun birimlere başvuruda bulunur.

i)Yabancı uyruklu öğretim elemanları akademik teşvik ödeneğinden yararlanamaz.

Madde 6 başlığı altında sıralanan Akademik Teşvik yönetmeliği öncelikle her akademik birimde kurulacak olan “*Birim Akademik Teşvik Başvuru ve İnceleme Komisyonu*”na başvuru ile başlamakta; daha sonra ise Birim Akademik Teşvik Kuruluna gelen dosyalar ön incelemeden geçtikten sonra, Rektörlük bünyesinde oluşturulan Akademik Teşvik Düzenleme, Denetleme ve İtiraz Komisyonu’na gönderilmektedir.

2.1.Birim Akademik Teşvik Başvuru ve İnceleme Komisyonu

Akademik Teşvik Yönetmeliğinin 5. Maddesinde Birim Akademik Teşvik Başvuru ve İnceleme Komisyonunun nasıl oluşturulacağını ve nasıl çalışacağını üç madde altında irdelenmektedir :

a)Bu Yönetmelikte kendisine verilen görevleri yerine getirmek üzere yükseköğretim kurullarının her bölüm, anabilim dalı veya anasanat dalı başkanlıkları bünyesinde en az üçer üyeden oluşan birim

akademik teşvik başvuru ve inceleme komisyonu kurulur. Birim akademik teşvik başvuru ve inceleme komisyonu başkanlığı, ilgili bölüm, anabilim dalı veya anasanat dalı başkanı tarafından yürütülür. Birim akademik teşvik başvuru ve inceleme komisyonu üyeleri ise ilgili birimin Yönetim Kurulu tarafından, yüksek akademik teşvik puanına sahip olan öğretim elemanları arasından seçilerek oluşturulur.

Bölüm, anabilim dalı veya anasanat dalı başkanlıkları bünyesinde yeterli öğretim elemanı bulunmaması halinde, üyeler yakın alanlardaki öğretim elemanları ile tamamlanır.

Birim akademik teşvik başvuru ve inceleme komisyonu üyeleri iki yıl için seçilir.

Süresi biten üye yeniden seçilebilir.

Üyeliğin herhangi bir sebeple boşalması halinde kalan süreyi tamamlamak üzere aynı usulle yeni üye seçilir.

b) Birim akademik teşvik başvuru ve inceleme komisyonu, başkan dâhil üye tamsayısının salt çoğunluğu ile toplanır ve toplantıya katılanların salt çoğunluğu ile karar alır. Oyların eşit olması halinde komisyon başkanının oyu yönünde karar alınmış sayılır. Üyeler çekimser oy kullanamaz.

c) Birim akademik teşvik başvuru ve inceleme komisyonu, faaliyetlerin belgelendirilmesinde ve faaliyet türleri içerisinde sınıflandırılmasında oluşan tereddütleri gidermeye yetkilidir.

Akademik Teşvik Yönetmeliğinin Beşinci maddesi Birim Akademik Teşvik Başvuru ve İnceleme Komisyonunun görev ve yetki sınırlarını çizmekte ve süreç daha sonra Akademik Teşvik Düzenleme, Denetleme ve İtiraz Komisyonu ile devam etmektedir.

2.2. Akademik Teşvik Düzenleme, Denetleme ve İtiraz Komisyonu

Akademik Teşvik Yönetmeliğinin 4. Maddesi Akademik Teşvik Düzenleme, Denetleme ve İtiraz Komisyonu'nun nasıl oluşturulacağı konusu ile görev ve yetkilerini belirlemektedir. 4. Maddeye göre Akademik Teşvik Düzenleme, Denetleme ve İtiraz Komisyonu;

a) Bu Yönetmelikte kendisine verilen görevleri yerine getirmek üzere yükseköğretim kurumları bünyesinde yüksek akademik teşvik puanına sahip öğretim üyelerinden her bir doçentlik temel alanından en az bir kişi olmak üzere rektörün her bir üyelik için önereceği üç aday arasından senato tarafından seçilen üyelerden oluşan akademik teşvik düzenleme, denetleme ve itiraz komisyonu kurulur.

Komisyonun başkanlığını rektör tarafından görevlendirilen rektör yardımcısı yürütür.

Komisyon, başkan hariç en az dört üyeden oluşmak koşuluyla iki yıl süreyle seçilir.

Süresi biten üye yeniden seçilebilir.

Üyeliğin herhangi bir sebeple boşalması halinde kalan süreyi tamamlamak üzere aynı usulle yeni üye seçilir.

b) Komisyon, başkan dâhil üye tamsayısının salt çoğunluğu ile toplanır ve toplantıya katılanların salt çoğunluğu ile karar alır.

Oyların eşit olması halinde komisyon başkanının oyu yönünde karar alınmış sayılır.

Üyeler çekimser oy kullanamaz.

c)Komisyon, başvurular başlamadan önce uygulama usul ve ilkelerinin belirlenerek duyurulmasından, akademik teşvik başvuru takviminin hazırlanmasından, yürütülmesinden ve ödeme yapılacak yılın 15 Şubat tarihine kadar sürecin tamamlanmasından sorumludur.

d)Komisyon, faaliyetlerin belgelendirilmesinde ve faaliyet türleri içerisinde sınıflandırılmasında oluşan tereddütlerin giderilmesinde nihai karar merciidir.

3. İTİRAZ SÜRECİ

Akademik Teşvik Yönetmeliği'nin 5. Maddesinin 6. Fıkrası "*Komisyon kararlarına karşı duyuru tarihinden itibaren beş işgünü içinde yazılı olarak itiraz edilebilir. Komisyon itirazları, itiraz süresinin bittiği tarihten itibaren en geç beş işgünü içerisinde karara bağlar. Komisyon tarafından hazırlanan değerlendirme raporunda reddedilen veya puan değerinde değişiklik yapılan akademik faaliyetlerle ilgili olarak açıklamada bulunulması zorunludur. Komisyonun vereceği kararlar kesindir*" şeklinde düzenlenmiştir.

Yukarıda sıralanan mevcut yönetmelik hükümlerine göre değerlendirildiğinde yükseköğretim kurumlarında akademik teşvik başvuruları ile ilgili olarak değerlendirme ve itiraz makamlarının ilgili yönetmeliğe göre "*Akademik Teşvik Düzenleme, Denetleme ve İtiraz Komisyonu*" olarak belirlendiği ortaya çıkmaktadır.

Söz konusu komisyon tarafından akademik teşvik puanının düşürülmesi ile ilgili mutlaka gerekçeli olarak yazılı açıklama yapılmasının zorunlu olduğu; komisyon kararlarının kesin olmakla birlikte her zaman yargı denetimine tabi olduğu görülmektedir. Dolayısıyla itirazın reddinin itiraz edene tebliğ tarihinden itibaren en geç 2 (iki) ay içerisinde idare mahkemesinde dava yoluna gidilebileceği süreç açısından önem taşımaktadır.

4. TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Herhangi bir itiraz sürecinde çoğunlukla bir kademelenme söz konusudur. Yani karar verenler ile itirazı karara bağlayanlar farklı kişi ya da kişilerden oluşmaktadır. Yani bir anlamda savcı/yargıç ya da üst mahkeme konumunda ayrı kişi ya da komisyonun bulunmasıdır. Yargılamada ya da genel olarak evrensel hukukta bir insan hem iddia eden(savcı) hem de karar verici, yani yargıç olamaz. Bu yüzden yargılamada iddia erkini (iktidar) kullanan ile karar erkini kullanan organlar birbirinden ayrılmıştır. Bu ayrılma, yargılama hukuku tarihinde önemli bir gelişmedir. Ancak yüzyılların bilgi ve deneyiminden sonra evrensel hukuk kurallarında iddia eden ile karar veren(ler)in ayrı konumda bulunmaları doğal yargılama sürecinde tartışmasız olarak kabul görmüştür.

Karar vericiler mevcut anayasa, yasa ve ilgili mevzuata bakarak karar veren kişi ya da kurumlardır. Bunu yaparken kamu adına hareket etmektedirler.

Akademik Teşvik Sistemindeki itiraz sürecinde en büyük sorun, itiraza yine aynı komisyonun ve çoğunlukla aynı kişi ya da kişilerin bakmasıdır. Akademik Teşvik Düzenleme, Denetleme ve İtiraz Komisyonu son karar verici olarak, bu bağlamda, kamu adına karar vermektedir. Bu kararları verirken olabildiğince nesnel ve hak/hukuka uygun davranmalıdır.

Akademik Teşvik Yönetmeliği uygulandığı 2016 yılından bugüne üç kez değişikliğe uğramış ve her değişiklikle akademisyenlerin hak kayıplarına neden olunmuştur.

Her ne kadar hak etmeyip de teşvikten yararlananlar olduğu gibi hak edip de yararlanmayanlar da bulunmaktadır. Buradaki sorun, yönetmelikteki boşlukların iyi niyet kurallarına göre değerlendirilip değerlendirilmemesinde çıkmaktadır. Akademide yaşanan kutuplaşmalar ve ötekileştirmeler ne yazık ki bu süreçte de kendini göstermektedir.

Yaklaşık 5 yıllık süreç içinde yönetmeliğin 3 kez değiştirilmesi ve oluşturulan komisyonların sürekli yenilenmesi ülkemizdeki akademik teşvik sisteminin eksik yönlerinin bulunduğunu ve baştan yanlış kurgulandığını göstermektedir.

Komisyonların tam bağımsız ve tarafsız çalışıp çalışmadıkları tartışma konusu olurken aynı komisyonun(ya da komisyondaki kişilerin) itirazları da değerlendirmesi konunun bir başka tartışmalı kısmını gündeme taşımaktadır. Tüm bu soru ve sorunlar itiraz sürecinin sıkıntılı olduğunu ortaya koymaktadır.

Komisyonların oluşturulması ve işlemesi, inceleme süreci ve değerlendirme sonuçları, eksik ya da hatalı başvuru/dosya ve belgeler, itirazların aynı kişi ya da komisyonlara yapılması, itiraz sonucu verilecek kararın kesin olması hem sürecin sağlıklı işleyişini bozmakta hem de sürecin güvenilirliğini tartışmaya açmaktadır.

Bu gerekçelerle Akademik Teşvik Düzenleme, Denetleme ve İtiraz Komisyonunun özellikle itiraza bakacak kısmının ayrılması ya da itirazların Üniversitelerde veya YÖK'te oluşturulacak bir üst kurula yapılması daha sağlıklı olacaktır.

KAYNAKLAR

1. Bobat, A., Çakılcı, E. (2017). Performans aracı olarak akademik teşvik yönetmeliği: Sorun içinde sorular, Çalışma ve Toplum Dergisi 4, 1945-1965.
2. Bobat, A. 2017. Akademik Teşvik Yönetmeliği : Sorunlar ve Sorular, 6. Uluslararası Meslek Yüksekokulları Sempozyumu, 18-20 Mayıs 2017, Bosna-Hersek, Bildiriler Kitabı, Cilt 3 : 166-177.
3. Bobat, A., Çakılcı, E., Yılmaz, S. (2018). Akademik Teşvikte Güncel Tartışmalar, In : Current Debates in Public Finance and Public Administration (Eds.:Akar, S and Eser,, Ş.) 153-166, IJOPEC Publication.
4. Bobat, A., Yılmaz, S. (2018). Akademik Teşvik Sistemi Üzerine Bazı Düşünceler, IMASCON Uluslararası Marmara Fen ve Sosyal Bilimler Kongresi 2018 Bildiriler Kitabı, 1922-1928.
5. RG, (2014).Yükseköğretim Personel Kanununda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun, No: 6564, 14/11/2014 tarih ve 29175 sayılı RG.
6. RG, (2015). Akademik Teşvik Ödeneği Yönetmeliği, 18/12/2015 Tarih ve 29566 sayılı RG.
7. RG, (2016). Akademik Teşvik Ödeneği Tebliği, 31/12/2016 Tarih ve 29935 sayılı RG.
8. RG, (2018). Akademik Teşvik Ödeneği Yönetmeliği, 27 Haziran 2018 Tarih ve 30461 Sayılı RG
9. Tunçer, P. (2013). Örgütlerde performans değerlendirme ve motivasyon, Sayıştay Dergisi, 88(1), 87-108.
10. Turhan, M. ve Erol, Y. C. (2017). Akademisyenlerin akademik teşvik ödeneğine ilişkin görüşleri. İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 18(3), 281-296.
11. YÖBYS, (2019). Yükseköğretim Bilgi Yönetim Sistemi, Yükseköğretim İstatistikleri 2018-2019, Available at : <https://istatistik.yok.gov.tr/> Erişim : 13 Kasım 2018.

KAMUNUN AYDINLATILMASINDA SOSYAL MEDYA**Doç. Dr. Fatih Temizel**Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü
ftemizel@anadolu.edu.tr**Doç. Dr. Ethem Esen**Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisat Bölümü
etheme@anadolu.edu.tr**Doç. Dr. Ali Özdemir**Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü
alozdemir@anadolu.edu.tr**Özet**

Firma değerlemesinde bilgi önemlidir. Yatırımcılar eşit bilgi dağılımına ihtiyaç duyarlar. Bu nedenle adil piyasa değerinin oluşabilmesi için bilgi eşit dağılmalıdır. Asimetrik bilgi dağılımı yatırımcıların yanlış yatırım kararları vermelerine neden olmaktadır. Bilginin açıklanması kamunun aydınlatılması kavramı ile tanımlanır. Kamunun aydınlatılması finansal piyasalar için temel gerekliliklerdendir. Kamunun aydınlatılmasında kullanılan araçlar zaman içinde değişim göstermektedir. Bu çalışmanın odağı da söz konusu değişim ve dönüşümdür. Kamunun aydınlatılmasını daha etkin ve verimli kılabilmek esastır. Gelişen iletişim teknolojisi bu konuda yeni araçlar sunmaktadır. Kamuyu aydınlatmakla görevli işletme birimi yatırımcı ilişkileri yönetimidir. Bu birim, yatırımcının beklentilerine doğru cevap verdiğinde adil piyasa değeri ortaya çıkmaktadır. Adil piyasa değerine ulaşabilmek için sosyal medya üstün özellikler sunmaktadır. Çalışmada halka açık firmalardan seçilen örneklerle bu üstün özellikler belirtilmiştir. Ayrıca bu özelliklerin yatırımcı ilişkileri yönetimine uygunlukları tartışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Finansal İletişim, Asimetrik Bilgi, Sosyal Medya**SOCIAL MEDIA IN PUBLIC DISCLOSURE****Abstract**

Information is important in company valuation. Investors need equal information distribution. For this reason information should be evenly distributed to ensure fair market value. The distribution of asymmetric information causes investors to make wrong investment decisions. Disclosure of information is defined by the concept of public disclosure. Public disclosure is one of the basic requirements for financial markets. Vehicles used in public disclosure change over time. The focus of this study is change and transformation. It is essential to make public disclosure more effective and efficient. Developing communication technology offers new tools in this regard. The business unit responsible for public disclosure is investor relations management. When this unit responds to the expectations of the investor, fair market value emerges. Social media offers superior features to achieve fair market value. In the study, these superior features are indicated with examples selected from publicly traded companies. In addition, the suitability of these features to investor relations management is discussed.

Keywords: Financial Communication, Asymmetric Information, Social media**1.GİRİŞ**

Sermaye piyasaları çevredeki bilgileri işleyerek şirketler için adil piyasa değeri üretir. Bu üretim sürecinin en temel girdisi bilgidir. Bilginin ortaya çıktığı andan sermaye piyasasına ulaştığı ana kadar kat ettiği yol önemlidir. Yol bilginin güvenilirliğini, hızını, değerini, maliyetini etkileyebilir. Böylece sermaye piyasalarının katılımcılarına ulaşacak bilginin özelliklerinde değişiklik ortaya çıkabilir. Bilginin niteliğinde ortaya çıkacak değişiklikler şirketlerin sermaye piyasasında fiyatlanmasına negatif

etkide bulunabilir. Sermaye piyasalarının doğduğu günden bugüne bilgi, fiyatlamadaki önemini koruyabilmiştir. Oysa bilginin doğduğu yerden kullanılacağı yere, diğer bir ifadeyle sermaye piyasalarına ulaşırken kat ettiği yol sürekli güncellenmektedir.

Bu güncellenmenin temelinde hız, maliyet, etkinlik, verimlilik vb. faktörler bulunmaktadır. Son dönemde güncellemeler iletişim teknolojilerinden gelmektedir. İletişim teknolojileri finans dünyasına pek çok farklı alanda sınıf atlamakta yardımcı olmuştur. Sosyal medya olarak adlandırılan mecranın ortaya çıkmasında da iletişim teknolojilerin sağladığı olanaklar etkilidir. Bu sanal ortam, kullanıcı tabanlı yapısı ile kitleleri bir araya getirebilmektedir. Kitleler arasındaki etkileşimi artırmaktadır. Üstelik de bunu eş anlı ve maliyetsiz olarak gerçekleştirmektedir. Bu çalışmada sosyal medyanın sermaye piyasası katılımcılarının bilgi edinmesindeki güçlenen konumu ele alınmaktadır.

Halka açık şirketler, yatırımcı ilişkilerini yönetmekte çok sayıda araç kullanmaktadır. Çünkü temelde yatırımcılarına güvenilir bilgiyi hızlı ve en düşük maliyetle sunmayı hedeflemektedir. Sosyal medya bu anlamda göz ardı edilemeyecek özelliklere sahiptir. İçerdiği sanal gerçeklik ortamı doğrudan hedef kitleye sifıra yakın maliyet ile gerçek zamanlı olarak erişim sağlayabilmektedir. Üstelik anlık geri bildirimler alınabilmektedir. Bu sayede etkileşim canlı ve iki yönlü olarak gerçekleşebilmektedir. Böylece yatırımcı ilişkileri yönetimlerinin hedefindeki yatırımcı güveninin inşası ve sürdürülebilir kılınması için etkin bir araç olarak değerlendirilmeye aday konumdadır. Çalışmanın ilerleyen bölümlerinde kamunun aydınlatılmasında sosyal medyanın kullanımının taşıdığı potansiyel değerlendirilmektedir.

2.KAMUNUN AYDINLATILMASI

Kamunun aydınlatılması ile ilgili ilk uygulamalar İngiltere ve Amerika’da gözlenmiştir. Bunun nedeni, halka açık anonim ortaklıkların Anglosakson sisteminde yoğunlukla kullanılmasıdır. Çünkü Kıta Avrupası’nda halka açık olmayan aile şirketleri ağırlıkla varlık göstermektedir. İkincil gerekçe olarak ise Sanayi Devriminde İngiltere, sermaye piyasalarının gelişiminde ise Amerika’nın öncü olmasıdır (İhtiyar,2006).

Sanayi Devrimi sonrası dönemde yatırımlar yüksek tutarlarda sermaye gerektirir hale gelmiştir. Girişimcilerin sermayesi bu nedenle yetersiz kalmıştır. Gerekli sermayenin elde edilmesinde doğru adres sermaye piyasaları olmuştur. Sermaye piyasaları, tek başına verimli yatırımlara yeterli olamayacak kadar düşük tutarlı ve dağınık tasarrufların menkul kıymetler aracılığıyla büyük yatırımlara dönüşmesini sağlayabilmektedir. Bu dönüşümün gerçekleşebilmesinin hem gerek koşulu hem de yeter koşulu tasarruf-sermaye sahiplerinin ikna edilebilmesidir. Tasarruf sahibi tasarruflarını yatırıma tahsis etmek için güvenlik, şeffaflık, karlılık talep etmektedir. Yatırım yaptığı şirkette olan bitenden ve olabileceklerden haberdar olmak istemektedir. Kendisine bu ortamı sunan girişimcilere tasarruflarını teslim etmektedir. Diğer bir ifadeyle menkul kıymet satın almaktadır. Aksi durumda menkul kıymet satın almayı reddetmektedir. Mevcut menkul kıymetlerini de satmaktadır. Bu alım ve satımlar menkul kıymet fiyatlarını artırıp azalttığı için stratejik önemdedir. Başka bir ifadeyle finansal piyasalar haber-bilgi ile yönlendirilmektedir. Bilginin dağılımı farklı piyasa katılımcıları arasında eşit olmamaktadır. Çünkü her katılımcının bilgiyi elde etme ve değerlendirme kabiliyeti birbirinden farklıdır. Bu yapı bilgi asimetrisinin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Halka açık şirketlerdeki yatırımcı ilişkileri yönetimi birimlerinin varlık nedeni, adı geçen bilgi asimetrisini azaltmaktır (Brunnermeir, 2001).

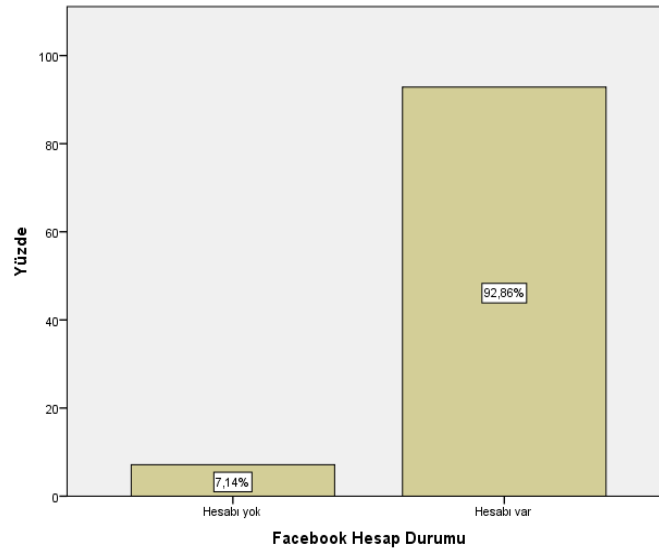
Yatırımcı ilişkilerinin yönetilmesiyle yatırımcıların şirket algılarının olması gerekenden her iki yönde sapmasına engel olunmaktadır. Bu amaçla mevcut ve potansiyel yatırımcılara bilgi aktarılmaktadır. Şirketler yatırımcılarını finansal raporlar, basın açıklamaları, analist toplantıları ile bilgilendirmektedir. Öte yandan adı geçen yöntemler etkinlik ve verimlilik açısından sorgulanır hale gelmiştir. Çünkü yatırımcıların şirkete yönelik algısını yönetmekte yetersiz kalmaya başlamıştır. Sanal gerçeklik ortamında çok daha yüksek etki bırakabilme olanakları ortaya çıkmıştır (Grunner, 2002). İletişim teknolojisindeki gelişmeler bilginin erişilebilirliğini ve yatırımcı-şirket etkileşimini artırmıştır.

İnternetin gelişimiyle sosyal medyanın önem kazanması iletişimde şirketler tarafından da etkin olarak kullanımını beraberinde getirmiştir. Sosyal medyanın şirketlerin yatırımcı ilişkileri faaliyetlerine katkıları temelde hız, maliyet ve etkileşim başlıklarında toplanabilir (Diyadin-Özdil, 2017).

Yaygın olarak yatırımcı kavramıyla ifade edilmesine rağmen çok daha geniş bir kapsama alanı olan kamunun aydınlatılması, temelde bir finansal iletişim faaliyetidir. Finansal iletişim toplumun farklı kesimleriyle yürütülen bir diyalog sürecini içermektedir. Bu diyalog, sürdürülebilir bir ekonomik büyüme ve fiyat istikrarı için bir önkoşul olarak kendisini dayatır (Nervaj vd. 2006). Toplumun gözlem alanından uzakta yönetilen bir şirketin stratejisinin tek başına anlamlı olmadığı, yapılmakta olan ve gelecekte yapılacak olan faaliyetlerin nasıl anlaşılması gerektiğinin öncelikle kamu kavramı ile ifade edilen aktörlere anlatılması gereğini ortaya koymaktadır (Gökgöz, 2013). Finansal iletişimin etkinlik ve verimlilik esaslarına bağlı olarak profesyonelce yönetilmesinin artan piyasa değeri, düşen sermaye maliyeti vb. somut getirileri bulunmaktadır. Etkinlik ve verimlilik finansal iletişimin erişim alanını da genişletebilmektedir. Halka açık bir şirketin tedarikçisinden, sivil toplum kuruluşlarına, çalışanlarından tüketicisine, kamusal denetim organizasyonlarından mevcut ve potansiyel yatırımcılara kadar çeşitlilik gösteren bir yelpazede yer alan “Kamunun” ihtiyaç duyduğu bilginin ihtiyaç duyduğu anda sunulması kamuyu aydınlatır. Aydınlanan kamu şirkete güven duyar. Güvenilen şirketin piyasa değeri artar, sermaye maliyeti düşer. Bu yapının sürdürülebilmesi finansal iletişimin doğru araçlarıyla devam ettirilmesine bağlıdır. Bu çalışmada, sosyal medyanın zamanın ruhuna uygun olarak doğru araçlardan birisi olduğu ortaya konulmaya gayret edilmektedir.

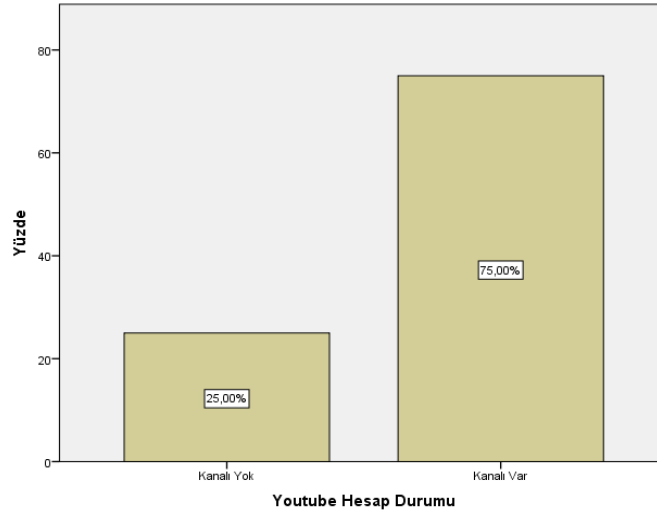
3.BORSA İSTANBUL’DA SOSYAL MEDYA

Çalışmanın bu bölümünde Borsa İstanbul’da işlem gören şirketler arasında özel bir konumu olan BIST-30 endeksi kapsamındaki şirketlerde seçili sosyal medya araçlarının kullanım düzeyi araştırılmıştır. Bu konudaki envanter; Youtube, Facebook ve Twitter ile sınırlı olarak belirlenmiştir. Bulguların Türkiye’de halka açık şirketlerin en önde gelenlerinin sosyal medyadaki varlıklarının resmi en yalın hali ile ortaya konmuştur.



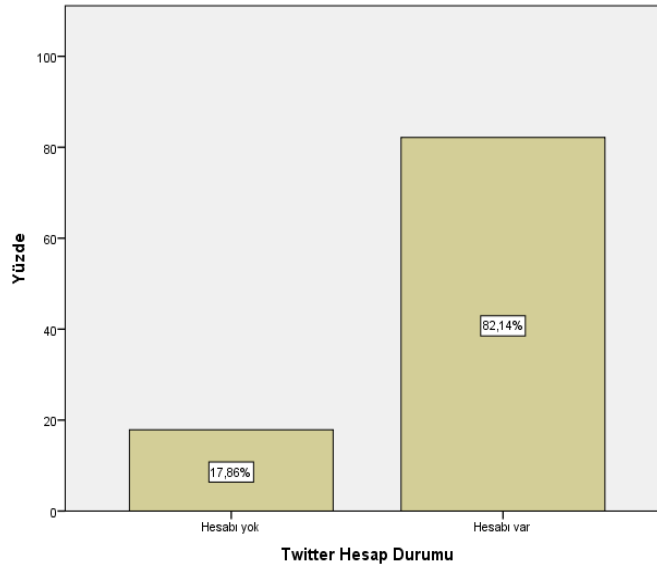
Şekil 1: BİST 30 Şirketlerinin Facebook Hesap Sahiplik Durumu

Şekil 1’de BİST 30 yer alan şirketlerin Facebook hesap sahipliği durumu gösterilmiştir. BIST 30 Endeksinde yer alan şirketlerin %92,86’ sının Facebook hesabı bulunmaktadır. Bu endekste yer alan şirketlerin neredeyse tamamının bu sosyal medya aracında hesap sahibi olduğu belirlenmiştir.



Şekil 2: BİST 30 İşletmelerinin Youtube Kanalı Sahiplik Durumu

Şekil 2’de BİST 30 yer alan şirketlerin Youtube hesap sahipliği durumu gösterilmiştir. Şirketlerin %75’ i bir Youtube kanalına sahiptir. İşletmelerin Youtube kanalına sahiplik oranı Facebook hesap sahiplik oranından daha düşük bulunmuştur.



Şekil 3: BİST 30 Şirketlerinin Twitter Hesap Sahiplik Durumu

Şekil 3’de BİST 30 yer alan şirketlerin Twitter hesap sahipliği durumu gösterilmiştir. Şirketlerin Twitter hesabına sahiplik oranı %82,14’ tür. Üç sosyal medya aracı hesap sahiplik oranı karşılaştırıldığında şirketlerin en çok Facebook’ ta hesap oluşturduğu sonrasında Twitter’ı tercih ettikleri belirlenmiştir.

4.SONUÇ VE ÖNERİLER

Finansal Piyasalar temelde tarih boyunca işlevsel bir değişim ve dönüşüme uğramamıştır. Öte yandan iş yapış biçimlerinde günün koşullarına uymaktan da geri durmamıştır. Özellikle son yıllarda büyük gelişme kaydeden iletişim teknolojileri finansal piyasalara yapısal olarak çok uyumlu olmaları nedeniyle yepyeni iş modelleri kazandırabilmiştir. Finansal ürünler yapıları gereği internet tabanlı teknolojilere çok uygundur. Bu uygunluk finansın hemen her alanında önemli yeniliklere yol açmıştır. Bu çalışmanın odağında yer alan kamunun aydınlatılması faaliyetinin de etkin ve verimli olarak gerçekleşmesine büyük katkı vermiştir.

Zamandan ve coğrafyadan bağımsız olarak kamu kavramı ile ifade edilen finansal piyasa paydaşlarına bilgi ulaştırabilmek olanaklı hale gelmiştir. Adı geçen internet tabanlı uygulamalardan birisi olan sosyal medya araçları bu olanağı halka açık şirketlere sunmaktadır. Geline nokta rekabette avantaj elde etmek isteyen şirketler bu mecraı doğru kullanmayı hedef edinmek durumundadır. Çalışmanın bulgularına göre finansal iletişimdeki kullanımdan bağımsız olarak sosyal medyada var olmak konusunda bile Türkiye'nin en gözde şirketlerinin konumu pek de parlak değildir. Bu nedenle ilgili mecralarda önce var olmak, ardından amaçlara uygun kullanımın gündeme alınması kritik önemdedir.

KAYNAKÇA

- BRUNNERMEIR, M.K. (2001). *Asset Pricing Under Asymmetric Information*. New York. Oxford University Pres.
- DİYADİN, A. Özdi, T. (2017). "Krizlerle Baş Etmede Sosyal Medyanın Yeri ve Önemi", *Ege Akademik Bakış*, Cilt:17, Sayı:3, ss.407-418.
- GÖKGÖZ, G. (2013). İletişim Çalışmalarında Yeni Bir Mecra: Finansal İletişim, *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim ve Kuram Dergisi*, Sayı:36, ss.288-309.
- GRUNNER, R. H. (2002). Corporate Disclosure: The Key to Restoring Investor Confidence, *Strategic Investor Relations*, Summer 2002, pp.1-4.
- İHTİYAR, M. (2006). *Sermaye Piyasası Hukukunda Kamuyu Aydınlatma İlkesi*. İstanbul. Beta Kitap.
- NERVAJ, E., Kaso, R., Kraja, I., Lama, D. ve Peeters, M., (2006). *A Proposal for the Inflation Targeting Communication Strategy of the Bank of Albania*, Munich Personal RePEc Archive, Paper No. 27564, Online at <http://mpira.ub.uni-muenchen.de/27564/>.

DÖVİZ KURU ŞOKLARININ SEKTÖREL DIŞ TİCARETE ETKİSİ

Araş. Gör. Dr. Ayşegül Karataş

Sakarya Üniversitesi / İşletme Fakültesi / Uluslararası Ticaret Bölümü
karatas@sakarya.edu.tr

Prof. Dr. Remzi Altunışık

Sakarya Üniversitesi / İşletme Fakültesi / İşletme Bölümü
altunr@sakarya.edu.tr

Özet

Türkiye’de 14 Ağustos 2018 tarihinde USD/TL kuru 5.41’den 6.89’a yükselerek ülke ekonomisi için şok etkisi yaratmıştır. Kur ancak yılsonuna doğru belli bir seviyede istikrar kazanmıştır. Bu şokun etkisiyle Türkiye’nin ithalat ve ihracatlarındaki değişimin yönü ve büyüklüğü de sektörel bazda farklılaşmıştır. Bu çalışma 01 Eylül 2018 – 01 Mart 2019 dönemindeki altı aylık zaman dilimi ve bir önceki yıldaki aynı dönem ile 01 Eylül 2018 – 01 Eylül 2019 dönemi ile bir önceki yıldaki aynı dönemde kaydedilen ithalat ve ihracat tutarları karşılaştırmalı olarak ele alınarak hangi sektörlerde en yüksek değişimin yaşandığı Net Pay Kayması Analizi (Huff ve Sherr, 1967) ile analiz edilerek tespit edilmiştir. Bu analiz yöntemini diğerlerinden ayrıldığı temel nokta sektörel dış ticaretin hem büyüklüğünü hem de artış/azalış oranını birbirlerine görece olarak ele almasıdır. Araştırmanın özgün yönü, daha önce bölgesel kalkınma ve pazarlama araştırmalarında kullanılan bu analiz yönteminin bu alana uyarlanmış olmasıdır. Analiz sonucunda en yüksek daralma ve en yüksek artışın yaşandığı ürün gruplarında bazı ortak noktaların olduğu görülmektedir. Bu ürün gruplarında yaşanan değişimlere sebep olan faktörler arasında fiyat elastikiyeti ve ithal ikamesinin varlığı ön plana çıkmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Döviz Kuru Şoku, Döviz Kuru Dalgalanması, İthalat, İhracat, Net Pay Kayması Analizi

IMPACT OF EXCHANGE RATE SHOCKS ON SECTORAL INTERNATIONAL TRADE

Abstract

On 14 August 2018, Turkish economy experienced an exchange rate shock. USD/TL exchange rate reached to 6.89 from 5.41 in one day. The exchange rate has not stabilized till the last months of the year but, never came back to its previous level. The effects of this increase on the imports and exports of different sectors are also different. In this study, Turkish exports and imports done in between September 01, 2018 and March 01, 2019 are compared with the same period of the previous year with the help of Net Share Shift Analysis (Huff and Sherr, 1967). The analysis is also repeated for the period of September 01, 2018 and September 01, 2019 in order to see the time effect on the results. The main point which this analysis method differs from the others is that it takes into account both the size of international trade and the rate of the change in these amounts, relatively. The originality of the research comes from the adaptation of this analysis method which is regularly used in regional development and international market research, in this field. Results of the analysis show that there are some common points in the product groups with the highest positive and negative shifts. Price elasticity and the presence of import substitution seems to be the factors which cause such shifts in these product groups.

Keywords: Exchange Rate Shock, Exchange Rate Fluctuation, Import, Export, Net Shift Share Analysis

1. GİRİŞ

Türkiye’de 14 Ağustos 2018 tarihinde USD/TL kuru 5.41’den 6.89’a yükselerek ülke ekonomisi için şok etkisi yaratmıştır. Kur ancak yılsonuna doğru belli bir seviyede istikrar kazanmıştır. Yükselen kurun ülke ekonomisi üzerinde etkileri çok farklı boyutlarda incelenebilir. Bu araştırmada ise ithalat ve ihracat özelindeki etkileri ele alınmaktadır.

Döviz kurundaki dalgalanmaların ülke ithalat ve ihracatına etkisi daha önce pek çok araştırma tarafından ele alınan bir konu olduğu görülmektedir. Berman ve Berthou (2009) ülkenin yerel para biriminin değer kaybetmesi ile ihracatları arasındaki ilişkinin lineer olmadığını belirtmekte ve bu durumu ülkenin finansal piyasalarındaki noksanlıklar ile açıklamaktadır. Nyeadi vd. (2014) ise Gana özelinde yaptıkları çalışmada yirmi iki yıllık bir dönemi inceleyerek döviz kuru dalgalanmalarının ihracat üzerinde bir etkisinin olmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Bu çalışmalarda ithalat ve ihracat değerleri toplam olarak ele alınmaktadır. Ancak her ürün grubunun fiyat elastikiyeti farklılık arz etmektedir. Bu nedenle de döviz kuru dalgalanmalarının her sektörde farklı büyüklükte değişime yol açması beklenmektedir.

Fiyat elastikiyetine ek olarak ülkelerin ithalat ve ihracat yapıları birbirinden farklı olduğu için döviz kuru dalgalanmasında makro anlamda en çok etkinin hissedildiği sektörler yine ülkenin en yüksek ithalat ve ihracat kalemlerinde yaşanabileceği öngörülebilir. Örneğin; Türkiye enerji açısından ithalata bağımlıdır. Bu nedenle yüksek tutarlarda ithalat yapıldığından döviz kurundaki değişime tutarsal olarak yine en yüksek tepkilerden birinin bu sektörde yaşanması beklenbilir. Ancak, enerji açısından yerli üretim ile ihtiyacını karşılayabilen bir ülke için aynı durum beklenemez. Bu nedenle de ülkelerin ithalat ve ihracat kompozisyonlarının farklı oluşu nedeniyle döviz kuru dalgalanmalarına verilen sektörel tepkilerin de birbirinden farklı olması beklenmektedir. Serenis ve Tsounis (2013) döviz kuru dalgalanmalarının ihracat üzerindeki etkilerini Hırvatistan ve Kıbrıs özelinde sektörel bazda incelemişlerdir. Elde edilen sonuçlar döviz kuru dalgalanmalarının Hırvatistan'ın ihracatlarını negatif yönlü etkilediği ancak Kıbrıs özelinde anlamlı bir ilişki bulunmadığı şeklindedir. Araştırmacılar bu anlamda her ülke özelinde incelemelerin önem arz ettiğine vurgu yapmaktadırlar.

Döviz kuru dalgalanmalarının sektörel dış ticarete olan etkilerini Güney Kore özelinde inceleyen bir çalışmada reel efektif döviz kurunun makine ve metal endüstrileri dışındaki sektörlerde ihracatlar üzerinde negatif yönlü bir etkisinin bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır (Bang ve Choi, 2017). Tayland ihracatlarını inceleyen bir diğer çalışmada ise tekstil ve hazır giyim ürünlerinin döviz kuru dalgalanmalarından etkilendiği belirtilmektedir (Jantarakolica ve Chalermsook, 2012). Yurtdışında bu alanda yapılan araştırmaların örneklerini çoğaltmak mümkündür. Ancak daha önce de belirtildiği gibi konunun ülkeler özelinde incelenmesi gerektiği göz ardı edilmemelidir.

Türkiye’de de döviz kuru ve dış ticaret arasındaki ilişkilerin incelendiği bazı araştırmalar bulunmaktadır. Dinçer ve Kandil (2011) döviz kurundaki dalgalanmaların sektörel dış ticarete etkilerinin asimetrik olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bu bulgu ihraç edilmek üzere üretilen ürünlerdeki ithal girdisi ile açıklanabilir (Harun vd., 2017). Bu bulguyu destekleyen bir diğer çalışmada da ithalatın kısılmasına yönelik tedbirlerin ihracatı da olumsuz etkileyebileceği ifade edilmektedir (Yılmaz ve Kaya, 2007). Türkiye’deki üretim yapısının ithal girdiye bağlı olduğunu vurgulayan araştırmaların sonuçlarında tutarlılık bulunmaktadır (Önder ve Akın, 2016; Güneş, 2013).

Türkiye’de araştırma konusuna sektörel bazda yaklaşan araştırmalar incelendiğinde ise düşük ve orta düşük teknoloji sektörleri ve emek yoğun sektörlerin reel döviz kuru değişikliklerinden daha fazla etkilendiği ve yüksek ve orta-yüksek teknoloji sektörlerinin çoğunda reel döviz kuru değişimlerinin ihracat üzerinde önemli bir etkisi olmadığı tespit edilmiştir (Güloğlu ve Bayar, 2016). Sektörel kırılımları daha da derinden bir yaklaşımla ele alan bir diğer araştırma da ise Avrupa Birliği’ne yönelik ihracatlarda en yüksek döviz kuru duyarlılık oranının inorganik kimyasal ürünler ve kağıt, karton ve kağıt hamurundan eşya sektörlerine ait olduğu tespit edilmiştir (Merkez Bankası, 2014). Aynı çalışmada sektörlerin tutarsal olarak ihracat büyüklüklerine göre sıralanması sonrasında en büyük paya sahip ve en yüksek pozitif duyarlılığı olanlar sektörlerin motorlu kara taşıtları, makine ve ekipmanlar olduğu raporlanmaktadır. Ancak bu raporda sadece Avrupa Birliği’ne yönelik ihracatlar ele alınmakta ve ek olarak sektörlerin ihracattaki payları, başka bir deyişle ekonomiye etkileri ayrıca bir istatistik olarak raporlanmaktadır. Oysa ki; hem dış ticaretteki tutarlar hem de döviz kuruna duyulan duyarlılığı eş zamanlı analiz etmek mümkündür.

Bu çalışmadaki temel amaç da Türkiye’nin hem ihracat hem de ithalatlarının sektörel bazda tutarsal büyüklükleri ve döviz şoku sonrasında tüm sektörlerdeki dış ticaretteki değişim oranını eş anlı

incelemektir. Halihazırda Türkiye özelinde yapılan çalışmalarda böyle bir yöntemin izlenmemiş olması çalışmayı özgün kılmaktadır.

2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

01 Eylül 2018 – 01 Mart 2019 dönemindeki altı aylık zaman dilimi ve bir önceki yıldaki aynı dönem ile 01 Eylül 2018 – 01 Eylül 2019 dönemi ile bir önceki yıldaki aynı dönemde kaydedilen ithalat ve ihracat tutarları karşılaştırmalı olarak ele alınmaktadır. Altı aylık ve bir yıllık ihracat ve ithalatların ele alınmasındaki temel gerekçe ise bulguların dönemsel uzunluğa bağlı olarak değişip değişmediğini görebilmektir.

Ürün sınıflandırması Gümrük Tarife İstatistik Pozisyon (GTİP) kodları baz alınarak yapılmıştır. Bu anlamda doksan dokuz adet sektör ya da ürün kategorisinden bahsedilebilir. Kullanılan veriler ise Birleşmiş Milletler Ticari Veri Tabanı'ndan elde edilmiştir.

Araştırmada kullanılan yöntem olan Net Pay Kayması Analizinin bölgesel kalkınma, uluslararası rekabet edebilirlik ve uluslararası pazar araştırmaları dahil olmak üzere pek çok alanda kullanılan bir yöntem olmasına rağmen döviz kuru dalgalanmalarının etkilerini sektörel anlamda incelemek için kullanıldığı bir çalışmaya rastlanılamamıştır. Temelleri David Creamer (1942) tarafından atılan bu yöntemin formülasyonu Huff ve Sherr (1967) tarafından yazına kazandırılmıştır. Net Pay Kayması Analizinin detayları şu şekildedir:

Gerçek Değişim: Gerçek değişim, belirli bir ürün sınıfının ithalat ya da ihracatının belirli bir zamandaki değeri ile sonraki bir zamandaki değeri arasındaki farktır.

$$\Delta V_i = V_{i,t} - V_{i,t-a} \quad (1)$$

$V_{i,t}$ bir ürün grubuna ait ihracatın t zamandaki değerini simgelemektedir.

$V_{i,t-a}$ ise seçilen zaman aralığının başındaki değeri simgelemektedir.

Dolayısıyla ΔV_i belirlenen zaman aralığında bir ürün sınıfının ithalat ya da ihracatındaki gerçek değişimi ifade etmektedir.

Toplam Değişim Oranı: Toplam değişim oranı, tüm ithalat ya da ihracatın zaman aralığının başlangıcındaki değerlerinin toplamının, sonundaki değerlerinin toplamına oranıdır.

$$k = \frac{\sum_{i=1}^m V_{i,t}}{\sum_{i=1}^m V_{i,t-a}} \quad (2)$$

Beklenen Değişim Değeri: Beklenen değişim değeri, her bir ürün grubunun ithalatında/ihracatında tüm ithalat/ihracattaki değişim oranı kadar bir değişim yaşamış olsaydı elde edebileceği değişim değerini ifade etmektedir.

$$E(V_{i,t}) = k V_{i,t-a} \quad (3)$$

Net Kayma: Gerçek değişim ile beklenen değişim arasındaki farktır.

$$E_i = \Delta V_i - E(\Delta V_i) \quad (4)$$

Tüm ürün gruplarının ithalat/ihracat değişimlerinin net kayması toplandığında elde edilecek olan değer sıfırdır.

$$\sum_{i=1}^m N_i = \sum_{i=1}^m (\Delta V_i - E(\Delta V_i)) = \sum_{i=1}^m (\Delta V_{i,t} - V_{i,t-a}) - \left[\sum_{i=1}^m V_{i,t-a} \left(\frac{\sum_{i=1}^m (V_{i,t})}{\sum_{i=1}^m (V_{i,t-a})} \right) - V_{i,t-a} \right] = 0 \quad (5)$$

Eğer net kayması pozitif olanlar $\{N_i^+\} i = 1 \dots p$ ve negatif olan birimlerin $\{N_i^-\} i = 1 \dots q$ ve değerleri ayrı toplanacak olursa yine elde edilecek olan sonuç sıfır olacaktır.

$$(p+q=m) \quad (6)$$

$$\sum_{i=1}^m N_i = \sum_{i=1}^p N_i^+ + \sum_{i=1}^q N_i^- = 0 \quad (7)$$

Bu nedenle aslında net kayması pozitif olanların değerleri ile net kayması negatif olanların değerleri toplamının mutlak değeri birbirine eşittir.

$$\sum_{i=1}^p N_i^+ = \sum_{i=1}^q N_i^- \quad (8)$$

Toplam Mutlak Net Kayma: Pozitif net kaymaların ya da negatif net kaymaların toplamı, S, toplam mutlak net kaymayı ifade etmektedir.

$$S = \frac{\sum_{i=1}^m |\Delta V_i - E(\Delta_i)|}{2} = \sum_{i=1}^p N_i^+ \quad (9)$$

Yüzdesel Net Kayma: Belirli bir üründe incelenen dönemdeki göreceli artış ya da azalış yüzdesel net kayma olarak ifade edilir.

$$P_i = \frac{N_i}{S} (\%100) \quad (10)$$

2. ANALİZ VE BULGULAR

Döviz şokunun yaşandığı dönemden sonraki 6 aylık period ile bir önceki yıldaki aynı dönemdeki period karşılaştırıldığında dolar bazında **ihracatlarda % 4,9 artış; ithalatlarda % 23 düşüş** yaşanmıştır. Döviz şokunun yaşandığı dönemden sonraki 1 yıllık period ile bir önceli bir yıllık period karşılaştırıldığında ise dolar bazında **ihracatlarda % 4,6 artış; ithalatlarda % 21 düşüş yaşanmıştır**. Bu anlamda dönem altı aydan bir yıla çıkarıldığında oranlarda önemli bir farklılık olmadığını ileri sürmek yanlış olmayacaktır.

Tablo 1’de ithalatlardaki en büyük pozitif ve negatif net sapmanın yaşandığı ürün grupları verilmektedir. Tablo incelendiğinde pozitif net sapmanın yüksek olduğu ürünlerin fiyat elastikiyetinin düşük olduğunu öne sürmek yanlış olmayacaktır. Altı ay ile bir yıllık dönemlerde ürün gruplarında sadece maden cevherleri ve tahıllar farklılaşmaktadır. Bu durum ise mevsimsellik ile açıklanabilir. Negatif yüzdesel net sapmanın en yüksek olduğu ürünler incelendiğinde de bu ürünlerin ithalatındaki görece daralmanın sebebi, fiyat elastikiyetinin yüksek olması olarak açıklanabilir. Altı ay ile bir yıllık dönemlerde ürün gruplarında sadece gübre ve gemi/yat vb. araçlar farklılaşmaktadır. Bu durum da benzer şekilde mevsimsellik ile açıklanabilir.

Tablo 1. İthalatta En Büyük Yüzdesel Net Sapmanın (YNS) Yaşandığı Ürün Grupları

GTİP	Altı Aylık Dönem Pozitif Sapma	YNS	GTİP	Altı Aylık Dönem Negatif Sapma	YNS
'27	Enerji	66	'87	Otomotiv Yedek Parça	-28
'88	Hava araçları ve parçaları	9	'71	Değerli/Yarı Değerli Taşlar, Mücevherler	-22
'30	İlaçlar	3	'85	Elektrikli Makine Ekipman, Yedek Parça	-17
'29	Organik Kimyasallar	3	'72	Demir ve Alaşımsız çelik	-7
'26	Maden Cevherleri	2	'31	Gübre	-4
Yıllık Pozitif Sapma			Yıllık Negatif Sapma		
'27	Enerji	65	'71	Değerli/Yarı Değerli Taşlar, Mücevherler	-32
'88	Hava araçları ve parçaları	6	'87	Otomotiv Yedek Parça	-27
'29	Organik Kimyasallar	4	'85	Elektrikli Makine Ekipman, Yedek Parça	-14
'10	Tahıllar	3	'84	Makine/Mekanik Aletler ve Parçaları	-4
'30	İlaçlar	2	'89	Gemi, yat vb. araçlar	-4

Tablo 2’de ihracatlardaki en büyük pozitif ve negatif net sapmanın yaşandığı ürün grupları verilmektedir. Döviz kuru arttığı dönemde yerli girdilerin yoğun olduğu ürün gruplarında fiyatların dünya piyasalarında düşük olması beklenmektedir. Tablo incelendiğinde “enerji” haricindeki ürünlerde pozitif net sapmanın var olması bu ürünlerde yerli üretimin güçlü olduğu şeklinde yorumlanabilir. Negatif net sapmanın en yoğun yaşandığı sektörlerde ise ithal girdinin yoğun olduğu ya da alt-orta teknoloji grubunun ağırlığının olduğu öne sürülebilir. Tablo incelendiğinde de bu ürün gruplarında bu iki faktörün etkili olduğuna dair işaretler görülebilir.

Tablo 2. İhracatta En Büyük Yüzdesel Net Sapmanın (YNS) Yaşandığı Ürün Grupları

GTİP	Altı Aylık Dönem Pozitif Sapma	YNS	GTİP	Altı Aylık Dönem Negatif Sapma	YNS
'72	Demir ve Alaşımsız çelik	36	'08	Meyve ve Kuruyemiş	-16
'27	Enerji	33	'87	Otomotiv Yedek Parça	-11
'88	Hava araçları ve parçaları	6	'85	Elektrikli Makine Ekipman, Yedek Parça	-10
'84	Makine/Mekanik Aletler ve Parçaları	5	'61	Örme Giyim Eşyası	-10
'73	Demir veya Çelikten Eşya	3	'26	Maden Cevherleri	-4
Yıllık Pozitif Sapma			Yıllık Negatif Sapma		
'72	Demir ve Alaşımsız çelik	36	'87	Otomotiv Yedek Parça	-13
'27	Enerji	35	'08	Meyve ve Kuruyemiş	-11
'84	Makine/Mekanik Aletler ve Parçaları	4	'61	Örme Giyim Eşyası	-10
'73	Demir veya Çelikten Eşya	4	'85	Elektrikli Makine Ekipman, Yedek Parça	-9
'76	Alüminyum	3	'71	Değerli/Yarı Değerli Taşlar, Mücevherler	-9

Bazı ürün gruplarının hem ithalat hem de ihracatta en yüksek negatif ya da pozitif net sapmanın yaşandığı ürünlerde yer aldığı görülmektedir. Bu nedenle hem ithalat hem de ihracattaki net sapmaların yoğun olduğu ürün grupları aşağıdaki tabloda eş anlı sunulmaktadır.

Tablo 3. İhracatta ve İthalatta En Büyük Yüzdesel Net Sapmanın (YNS) Yaşandığı Ürün Grupları

		İthalat		İhracat	
		Altı Aylık	Bir Yıllık	Altı Aylık	Bir Yıllık
'27	Enerji	+	+	+	+
'88	Hava araçları ve parçaları	+	+	+	
'30	İlaçlar	+	+		
'29	Organik Kimyasallar	+	+		
'10	Tahıllar		+		
'87	Otomotiv Yedek Parça	-	-	-	-
'71	Değerli/Yarı Değerli Taşlar, Mücevherler	-	-		-
'85	Elektrikli Makine Ekipman, Yedek Parça	-	-	-	-
'72	Demir ve Alaşımsız çelik	-		+	+
'31	Gübre	-			
'84	Makine/Mekanik Aletler ve Parçaları	-	-	+	+
'89	Gemi, yat vb. araçlar		-		
'73	Demir veya Çelikten Eşya			+	+
'76	Alüminyum				+
'08	Meyve ve Kuruyemiş			-	-
'61	Örme Giyim Eşyası			-	-
'26	Maden Cevherleri	+		-	

3. SONUÇLAR VE ÖNERİLER

Araştırma sonuçları döviz kuru şoklarının Türkiye'nin ithalat ve ihracatına olan etkisinin sektörden sektöre farklılaştığını göstermektedir. Değişimleri kısa vadede inceleyen bu çalışmada döviz kuru şoku sonrasında sektörlerdeki dış ticaret değişimleri altı ay ve yıllık bazda ele alınmış ve iki farklı analiz gerçekleştirilmiştir. Bulgular altı ay ve yıllık analizlerde ağırlıklı mevsimsel etkilerin gözlemlendiği ürünlerde farklılaşmaların bulunduğu işaret etmektedir. Araştırma bulguları, kurun artması sonrasında ithalatı ortalamanın üzerinde düşüş yaşadığı halde ihracatı ortalamanın üzerinde artış gösteren sektörlerin makine ve mekanik aletler ile demir çelik ve demir çelikten eşyalar olduğunu göstermektedir. Bu sektörlerde ithal ikamesinin varlığı açıklayıcı bir faktör olarak ön plana çıkmaktadır. Bununla birlikte, hem ithalatlarda hem de ihracatlarda yüksek negatif net sapmanın yaşandığı otomotiv yedek parçaları, değerli/yarı değerli taşlar, mücevherler ve elektrikli makine ekipman ürün gruplarında yerli üretimde ithal girdinin yoğun olduğu düşünülmektedir. Bu sonuçlar

araştırma yazını ile tutarlıdır. Bu ürün gruplarında kur riskini düşürmeye yönelik finansal araçların yaygınlaştırılması konusunda çalışmalar yapılmalı ya da ithal ikamesi konusunda politikalar üretilmelidir. Ülke açısından döviz kuru şokunun ithal girdiyi engellemesi sonucu ihracatı da düşürebileceği gerçeği göz önünde bulundurularak, ithal girdisi ve aynı zamanda ihracatı da yüksek olan bu sektörlerin öncelikli olarak desteklenmesi teşviklerin de etkin kullanımına katkı sağlayabilir. Yapılan araştırma, tüm ithalat ve ihracat ürün gruplarının eşanlı analiz edildiği bir çalışmadır. Ancak her sektör ya da ürün grubu yapısal olarak birbirinden farklı olup, dış ticaretlerinde gerçekleşen değişimlerin altında yatan sebeplerin daha derinlemesine incelenmesi bulguların açıklanması konusunda netlik oluşturabilir. Örneğin; gübre ithalatında yaşanan yüksek negatif net sapma sonrasında meyve ve kuru yemiş ihracatlarındaki düşüş bir tesadüften fazlası olabilir. Bu nedenle araştırmada ön plana çıkan her bir sektörün tek tek ele alınarak incelenmesi önem arz etmektedir.

KAYNAKLAR

- BANG, H. M. ve CHOI, S. K. (2017). The Effects of Industry-level Exchange Rates, *Korean Industrial Exports*, WCBM 2017, 348.
- BERMAN, N. ve BERTHOU, A. (2009). Financial Market Imperfections and The Impact of Exchange Rate Movements on Exports, *Review of International Economics*, 17(1), 103-120.
- CAMBAZOGLU, B. ve GÜNES, S. (2016). Marshall-Lerner Condition Analysis: Turkey Case, *Economics, Management and Financial Markets*, 11(1), 272.
- Creamer, D. (1942). Industrial Location and National Resources. U.S. National Resource Planning Board, Washington.
- DINCER, N. ve KANDIL, M. (2011). The Effects of Exchange Rate Fluctuations on Exports: A Sectoral Analysis for Turkey, *The Journal of International Trade & Economic Development*, 20(6), 809-837.
- GULOGLU, B. ve BAYAR, G. (2016). Sectoral Exports Dynamics of Turkey: Evidence from Panel Data Estimators, *The Journal of International Trade & Economic Development*, 25(7), 959-977.
- GÜNEŞ, Ş. (2013). The Effect of Exchange Rates on the International Trade in Turkey, *European Journal of Economic & Political Studies*, 6(1).
- HARUN, B. A. L., AKÇA, E. E., ve DEMİRAL, M. (2017). Döviz Kuru Değişmelerinin Türkiye'nin Avrupa Birliği Ticareti Üzerine Etkileri, *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(2), 61-82.
- Huff, D. L. ve L.A. Sherr (1967). Measure for Determining Differential Growth Rates of Markets, *Journal of Marketing Research*. 391-395.
- JANTARAKOLICA, T. ve CHALERMSOOK, P. (2012). Thai Export Under Exchange Rate Volatility: A Case Study of Textile and Garment Products, *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 40, 751-755.
- MERKEZ BANKASI (2014), Ekonomi Notları - İhracatın Sektörel Döviz Kuru Duyarlılığı, Sayı: 2014-21/ 09 Aralık 2014.
- NYEADI, J. D. ATIGA, O. ve Atogenzoya, C. A. (2014). The Impact of Exchange Rate Movement on Export: Empirical evidence from Ghana, *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 4(3), 41-48.
- ÖNDER, K. ve AKIN, B. (2016). Türkiye'nin İmalat Sanayi İhracat ve İthalatının Talep ve Arz Fonksiyonu: Eşanlı Denklem Modeli, *Journal of Human Sciences*, 13(1), 112-124.
- SERENIS, D. ve TSOUNIS, N. (2013). Exchange Rate Volatility and Foreign Trade: The Case for Cyprus and Croatia, *Procedia Economics and Finance*, 5, 677-685.
- YILMAZ, Ö. ve KAYA, V. (2007). İhracat, İthalat ve Reel Döviz Kuru İlişkisi: Türkiye İçin Bir VAR Modeli, *İktisat İletme ve Finans*, 22(250), 69-84.

KARADENİZ EKONOMİK İŞBİRLİĞİ ÖRGÜTÜ: KURULUŞU VE İŞLEVSELLİĞİ

Doç.Dr.Ali Asker

Karabük Üniversitesi İİBF Uluslararası İlişkiler Bölümü
aliasker2068@gmail.com

Büşra Erbil

Karabük Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Bölge Çalışmaları Anabilim Dalı
busraerbil96@gmail.com

Özet

Karadeniz Ekonomik İşbirliği Örgütü (KEİ); Türkiye'nin öncülüğünde 1992 yılında kurulan, merkezi İstanbul'da bulunan ekonomik ve bölgesel bir örgüttür. Örgütün üyeleri Türkiye'nin yanı sıra; Arnavutluk, Ermenistan, Azerbaycan, Bulgaristan, Gürcistan, Yunanistan, Moldova, Romanya, Rusya, Ukrayna ve Sırbistan'dır.. Ayrıca ABD, Fransa, İsrail, Almanya, Avusturya gibi onun üzerinde gözlemci üyesi de mevcuttur. KEİ'nin amacı, Karadeniz Havzasındaki ülkeleri birbirine yakınlaştırarak burada bir barış, istikrar ve refah bölgesi oluşturmaktır. Örgüt aynı zamanda bölge ülkeleri arasındaki ticari ve sanayi iş birliğini geliştirmeye yönelik de faaliyet göstermektedir. KEİ'nin kurulmasına yönelik ilk toplantı 1990'da Ankara'da, ikincisi ise Mart 1991'de Bükreş'te düzenlenmiştir. Nisan 1991'de Sofya'da uzmanlar düzeyinde toplantılar yapılarak amaçlar ve prensipler hakkında görüş birliği sağlanmıştır.. Böylece ana hatlarıyla misyon ve vizyonu oluşturulan KEİ'nün en temel nitelikleri olarak işbirliğini teşvik etmesi ve dış dünyaya açıklığı vurgulanmıştır. KEİ'nin kuruluş süreci, yasısı ve faaliyetlerini genel hatlarıyla konu alan tebliğimizde, örgütün işlevselliği ile ilgili etkenler üzerinde durulacaktır.

Anahtar Kelimeler: Karadeniz havzası, ekonomik işbirliği, bölgesel örgüt, KEİ, Türk dış politikası

ORGANIZATION OF BLACK SEA ECONOMIC COOPERATION: ESTABLISHMENT AND FUNCTIONALITY

Abstract

Istanbul-based Black Sea Economic Cooperation Organization (BSEC) which was established in 1992 under the leadership of Turkey, is an economic and regional organization. The members of the Organization are Albania, Armenia, Azerbaijan, Bulgaria, Georgia, Greece, Moldova, Romania, Russia, Ukraine, Serbia and as well as Turkey. There are also observer members such as USA, France, Israel, Germany and Austria. The aim of the BSEC is to create a region of peace, stability and prosperity by bringing the countries in the Black Sea Basin closer together. The organization also works to develop trade and industrial cooperation among the countries of the region. The first meeting for the establishment of the BSEC was held in Ankara in 1990 and the second one was in March 1991 in Bucharest. In April 1991, other meetings were held at the level of experts in Sofia. After these meetings a consensus was reached on the aims and principles. Thus, the missions and visions of the BSEC, were outlined. According to this consensus, the most basic characteristics of the organization are encouraging cooperation and openness to the rest of the world. In our study, which covers the establishment process, structure and activities of the BSEC in general terms, the factors related to the functionality of the organization will be emphasized.

Keywords: Black Sea Basin, economic cooperation, regional organization, BSEC, Turkish foreign policy

1. KEİ'nin KURULUŞU

Sovyetler Birliğinin dağılması, sosyalist sistemin son bulması, yeni devletlerin meydana gelmesi, iki kutuplu dünya düzeninin sona ermesi uluslararası ve bölgesel sistemlerde yeni dengelerin oluşmasına neden olmuştur. Uluslararası sistemde yaşanan dönüşüm ortamında ekonomik güç, daha da ön plana çıkmıştır. Kendi geleceklerini özgürce belirleyerek komşu devletlerle olan ilişkilerini yeniden

düzenlemek isteyen post sosyalist devletler, yeni ve çok taraflı ortaklıklar kurmayı amaçlamışlardır (Özarslan, 2012;137). Bu gelişmeler ışığında Karadeniz'e yeni kıyıdaş ülkelerin meydana gelmesi, mevcut ülkelerin birçoğunda köklü değişikliklerin yaşanması bazı güvenlik sorunlarını da gündeme getirmiştir. Bu doğrultuda, ilerleyen tarihlerde sıcak çatışmaların, sınır ve toprak sorunlarının, ayrıca ekonomik ve sosyal alandaki sorunların derinleşeceği ihtimali kuvvetli bir şekilde kendini göstermeye başlamıştır. Böyle bir ortamda; muhtemel çatışmalardan kaçınmanın en etkin yolu olarak, bölge ülkelerini kapsayacak bir ekonomik işbirliği ve entegrasyon formatının oluşturulması zarureti ortaya çıkmıştır. Böyle bir formatı gerekli kılan bir başka faktör de Soğuk Savaş sonrası Karadeniz'in artan önemidir. Tüm bunlar jeopolitik, güvenlik ve ekonomik çıkarlar açısından Türkiye'yi doğrudan veya dolaylı olarak ilgilendirmiştir (Bkz.: Koçer, 2011: 32-33). Böyle hassas bir ortamda ülke çıkarlarının gözetilmesi kaydıyla bölgesel kalkınma ve güvenlik açısından örgütsel işbirliğine gidilmesi büyük önem taşımıştır. 1992'de İstanbul'da, Türkiye'nin ev sahipliğinde kurulan Karadeniz Ekonomik İşbirliği Örgütü (KEİ) bölge ülkeleri arasında işbirliğinin kurulması ve geliştirilmesi açısından önemli gelişmedir. Soğuk Savaş sırasında aralarında uyuşmazlık olan tarafların, ekonomi tabanlı uluslararası örgüt şeklinde bir araya gelmeyi kabul etmeleri sonucunda bölgesel işbirliğinde yeni sayfa açılmıştır (Özarslan,2012:3).

KEİ bünyesinde Arnavutluk, Azerbaycan, Bulgaristan, Ermenistan, Gürcistan, Moldova, Romanya, Rusya, Türkiye, Ukrayna ve Yunanistan olmak üzere 11 ülke vardır. Devlet ve hükümet başkanlarının katılımı ile imzalanan bildiride; ekonomik işbirliği düzleminde Karadeniz bölgesinin barış, istikrar ve refah bölgesine dönüştürülmesi amaçlanmıştır. Bu girişim, her ne kadar ekonomik tabanlı bir yapılanma olsa da bölgenin güvenlik sorunlarının uyum ve mutabakat çerçevesinde çözümü açısından da önemli sayılabilir. Balkanların ve Kafkasya'nın nasıl bir çatışma ve gerilim alanı içinde yer aldıkları ve yaşanan olaylar günümüzün bilinen gerçeğidir. Bosna-Hersek ve Kosova bunalımları, Ermenistan'ın Azerbaycan topraklarını işgali, (Erkmenoğlu,2000:01), Gürcistan'daki etnik çatışmalar ve ayrılıkçı eğilimler, Moldova ve Ukrayna'nın hassas durumu, Kuzey Kafkasya'daki sıcak çatışmalar Karadeniz bölgesinin ne kadar kırılgan bir yapıya sahip olduğunu göstermektedir. Bu tür sorunların aşılması için yapılması gereken işlerden biri bölgesel kalkınma, refah ve işbirliği projelerinin hazırlanarak yürürlüğe konmasıdır. Fakat bir taraftan ekonomik ve sosyal düzlemde ve çok boyutlu işbirliği formatında bölgesel entegrasyona, diğer taraftan güvenlik ve istikrarın sağlanmasına yönelik beklentilerin zaman içinde pek karşılık bulmadığı görülmüştür.

2. KEİ'nin YAPISI, FAALİYETLERİ VE İŞLEVSELLİK SORUNU

KEİ'nin en yüksek karar alma organı Dışişleri Bakanları Toplantısıdır (DBT). Bu organ KEİ'nin işleyişi; alt organlarının kurulması, çalışmalarının yönlendirilmesi ve kararlarının değerlendirilmesi; gözlemci statüsü tanınmasıyla ilgili kararların alınması; iç tüzüğün kabul ve değiştirilmesi amacıyla oluşturulmuştur. DBT'nin olağan toplantıları altı ayda en az bir kez yapılır. DBT başkanı, dönem başkanlığını üstlenmiş olan ülkenin Dışişleri Bakanıdır. Dönem başkanlığı İngilizce alfabetik sıraya göre alta ayda bir değişir.”(DTP raporu, 1995:12).

DBT tarafından alınan kararla yedi çalışma grubu ve beş geçici çalışma grubu oluşturulmuştur. Bunlar: İstatistik Veri ve Ekonomik Bilgi Değişim, Banka ve Finans, Ticari ve Sınai işbirliği, Tarım ve Tarımsal Sanayi, Ulaşım ve İletişim, Çevre Korunması, Bilim ve Teknoloji ve geçici çalışma grupları: Örgütsel Konular, İşadamlarına Seyahat ve Vize Kolaylıkları, Çifte Vergilendirmenin Önlenmesi, Yatırımların Karşılıklı Teşviki ve Korunması, Mevzuata ilişkin Bilgi Değişimidir. (DPT raporu,1995:12)

KEİ'nin, Karadeniz Ekonomik İş Birliği Parlamenter Asamblesi (KEİPA), İş Konseyi, Ticaret ve Kalkınma Bankası ve Karadeniz Etütleri Uluslararası Merkezi olmak üzere dört bağlı kuruluşu bulunmaktadır. (DPT raporu,1995:12-16; http://www.mfa.gov.tr/karadeniz-ekonomik-isbirligi-orgutu-_kei_.tr.mfa)

Kuruluşundan itibaren bazı önemli entegrasyon ve işbirliği söylemleriyle gündeme gelen KEİ, ilerleyen yıllarda birçok objektif ve subjektif nedenler yüzünden gereken düzeyde bir gelişim ivmesi yakalayamamış, bilakis zamanla pasif bir örgüt durumuna düşmüştür.

Bu durumun ortaya çıkmasına neden olan bazı etkenlere değinmekte fayda vardır. Ekonomik kalkınma ve sosyal gelişmişlik bakımından bölge ülkeleri arasında belirgin farklar da entegrasyon ve işbirliği sürecini olumsuz etkileyen nedenler arasındadır. Kalkınma ve sosyal gelişmişlik düzeyleri arasındaki farklar söz konusu ülkelerin sahip oldukları doğal kaynaklarla doğrudan ilintili değildir. Bu durum ülke yönetimlerinin ekonomik ve sosyal reformlar konusundaki pasif veya yetersiz politikalarından kaynaklanmaktadır.

Entegrasyon ve işbirliği süreçlerini olumsuz yönde etkileyen bir başka neden örgüt üyeleri arasında tarihi, kültürel ve sosyal farklılıkların oluşudur. Bunun yanı sıra devletler arasındaki uyumsuzluklar, ekonomik, hukuk ve güvenlik bağlamındaki altyapı farklılıkları, üye ülkeler arasında sınır veya toprak temelli uyumsuzluklar da bu süreci olumsuz etkileyen nedenler arasındadır. Böyle bir durum; örgütün sinerji kazanmasına ve işlevselliğine engel teşkil etmektedir. Belirli alanlarda işbirliği konusunda somut adımların atılmasına ve bazı projelerin başarıyla gerçekleştirilmesine rağmen, KİE'nin bölgeselleşme anlamında başarı sağladığı tartışmaya açıktır (Yalçınkaya, 2017:10).

KEİ'nin göz önünde bulundurduğu işbirliği için diğer önemli şartlardan biride etkin iletişimdir. Böyle bir iletişim ulusal ve bölgesel olarak ekonomik entegrasyonun sağlanması için gereklidir. Fakat bu konuda önemli sorunların yaşandığı gözlemlenmektedir.

Maalesef bu ve diğer nedenler yüzünden KEİ, bölgesel entegrasyon bağlamında, başlangıç aşamasından ileri gidememiş bir örgüt niteliğindedir. Etkin işbirliği kapsamında örgütün ekonomik-sosyal-kültürel siyasi boyutlarının genişletilmesi sayesinde işlevsellik konusunda önemli bir değişim sağlanabilecektir. Fakat bunun için öncelikli olarak etkin işbirliği ve karşılıklı anlayışa dayalı mutabakat ruhuyla bölgesel proje bazlı çalışmaların yapılması gerekmektedir. Günümüz dünyasında güç dengelerinde sürekli değişimlerin yaşandığı ve yükselen ekonomilerin küresel piyasalarda daha etkin olmaya çalıştıkları bir ortamda bölge ülkelerinin dünya ihracatı ve katma değerinden daha fazla pay alabilmesi için birçok konuda kararlı politika yürütmeleri gerekmektedir. Teknolojik yatırımların artırılması, markalaşma ve inovasyona daha fazla önem verilmesi ve emek verimliliğinin artırılması yönünde somut çalışmaların yapılması zorunludur. Bu doğrultuda bölge ülkelerinin dışa daha az bağımlı ticaret stratejisi geliştirmesi gerekmektedir (Bkz: Erkan, Baybatlı, 2017:46). Uyum ve karşılıklı çıkar doğrultusunda, mutabakata dayalı politikalar sayesinde bölgesel kalkınma ve işbirliğine yeni bir ivme kazandırılabilir. Aksi takdirde örgüt, atıl ve işlevsellikten yoksun bir oluşum olarak varlığını sürdürmeye çalışacaktır.

Bölgede belli ölçüde siyasi ve ekonomik ağırlığa sahip, ayrıca KİE'nin kurucu üyesi olarak Türkiye Cumhuriyeti, örgütün faaliyetlerinin aktif hale getirilmesi açısından önemli misyonlar üstlenebilir. Yine, örgüt çerçevesinde ekonomik potansiyeli daha yüksek olan ve bölgesel işbirliğine daha çok fayda ve katma değer sağlayabilen bazı devletlerle geliştirilecek projeler örgüte canlılık kazandıracaktır.

Bunun yanı sıra bölge ülkeleri arasında yaşanan çatışma ve gerginliklerin çözümü için yapılabilecek arabuluculuk rolünü üstlenerek Karadeniz Ekonomik İşbirliği Örgütünün işlevselliğinin arttırılması büyük önem taşımaktadır. Bölge ülkeleri ile iyi ilişkilerini bu güne kadar sürdürebilen Türkiye'nin bu konuda da üstlenebileceği önemli roller vardır.(Aras, Öztürk,2014:245)

4. SONUÇ

Sovyetler Birliğinin dağılma sürecinde temelleri atılmaya başlanan KEİ 1992'den beri varlığını sürdürmektedir. Örgütün temel faaliyeti SSCB dağıldıktan sonra havzadaki hareketlenmeye bağlı olarak güvenlik sorununa çözüm üretmek ve bölge içinde ekonomik istikrarı sağlamaya yöneliktir. On iki üyesi bulunan örgütte Türkiye'de kurucu üye olarak yer almış ve örgüte birçok kez ev sahipliği yapmıştır.

1992'den bu yana faaliyetini sürdüren KEİ halihazırda düşük profilli bir örgüt haline gelmiştir. Bugün üye ülkelerin refah düzeylerinin yükselmemesi ve iç istikrarını sağlamakta zorlanmaları bir tarafa dursun, örgüt bünyesinde yer alan devletler arasında istikrarsızlık, hatta çatışmaların yaşandığını

görmekteyiz. Böyle bir durum örgütün yapısını, ayrıca üçüncü tarafların çıkarlarını da olumsuz etkilemektedir. Örneğin, son dönemde Ukrayna ve Rusya arasında yaşanan kriz Türkiye'yi de etkilemiştir. Öte yandan Azerbaycan ve Ermenistan arasındaki kanlı çatışmalar bölgede güven ve istikrarı tehdit etmektedir.

Son derece iyimser tahmin ve niyetle kurulmuş KEİ'nin birçok objektif ve sübjektif nedenler yüzünden beklentilerin çok gerisinde kaldığını görmekteyiz. Oysa bu tür bir işbirliğinin başta Türkiye ve Rusya olmak kaydıyla bölge ülkelerinin siyasi, ekonomik ve sosyal çıkarlarına cevap verebilecek bir düzeye getirilmesi durumunda ilgili taraflar olarak herkes karlı çıkacaktır. Özellikle kurucu üyeler, bölgenin iki önemli aktörü olan Türkiye ve Rusya'nın bu anlamda önemli rol üstlenmeleri gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- ARAS O., ÖZTÜRK M., (2014), *Karadeniz Ekonomik İşbirliği Teşkilatı ve Türk Dış Ticaretine Yansımaları*, 1. Karadeniz ve Balkan Ekonomik ve Politik Araştırmalar Sempozyumu , ss.245
- ERKAN, B., BAYBATLI Ş., (2017), *Karadeniz Ekonomik İşbirliği Örgütü (KEİ) Üyesi Ülkelerin Küresel Pazarlardaki Karşılaştırmalı Özellikleri*, Marmara Üniversitesi Siyasal Bilimler Dergisi Cilt 5, Özel Sayı, Nisan ss.46
- ERKMENOĞLU F., (2000), *Karadeniz Ekonomik İşbirliği Örgütünün Dünü Bugünü ve Geleceği*, TC Dış İşleri Bakanlığı, ss.04-01
- KOÇER G., (2011), *Karadeniz'in Jeopolitiği ve Güvenliği: Türkiye Perspektifi*, Orsam Uluslar arası Deniz Hukukunda Kıyı Devletinin Gemilere El Koyma Yetkisinin Sınırları Sempozyumu, Trabzon, ss. S.33
- ÖZARSLAN B. , (2012), *Soğuk Savaş Sonrası Karadeniz'de Güvenlik Politikaları ve Türk –Rus İlişkileri*, Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi XII/1, ss.03-137
- ÖZARSLAN B. ,(2012), *Karadeniz Ekonomik İşbirliği Örgütü (KEİ)*, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kamu Hukuku Anabilim Dalı, Doktora Tezi, İzmir
- T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı, (1995), *Türkiye Karadeniz Ekonomik İşbirliği İlişkileri Alt Komisyon Raporu*, Yayın No: DPT: 2379 - ÖİK: 443,ss.12-15
- YALÇINKAYA A., (2017), *Kuruluşundan Günümüze Karadeniz Ekonomik İşbirliği Örgütü*, Marmara Üniversitesi Siyasal Bilimler Dergisi, Cilt 5, Özel Sayı, ss.10

GENDER-RELATED LINGUISTIC DIFFERENCES: THE CASE OF ENGLISH TEACHERS WORKING AT A FOUNDATIONAL UNIVERSITY IN TURKEY

Cansu Aykut

Kocaeli University / Faculty of Education/ Foreign Language Education Department
cansu.aykut@kocaeli.edu.tr

Özet

Cinsiyet farklılığı dil kullanımı da dahil olmak üzere hayatın her alanında etkili olmuştur. Lakoff (1973) tarafından yapılmış “Dil ve Kadının Yeri” adlı çalışma dil kullanımında cinsiyete bağlı farklılıklar konusunda farkındalığı artırmıştır. Bu çalışmadan sonra, bu mesele fazlaca araştırılmıştır. Bu bağlamda, söz konusu çalışma Türkiye’de kadın ve erkeklerin dil kullanımları arasında bir fark olup olmadığını belirlemeyi amaçlamaktadır. Dil kullanımı, dolaylılık ve çeşitli kelime seçimleri de dahil olmak üzere erkek ve kadınların dil kullanımlarındaki farklılık araştırılmış ve bu bağlamda üç tane temel araştırma sorusunun cevaplanması hedeflenmiştir. İstanbul’da bir vakıf üniversitesinin hazırlık okulunda çalışmakta olan ve yaşları 23 ile 41 arasında değişen, beş kadın ve beş erkek İngilizce öğretmeni bu çalışmanın katılımcılarıdır. Dil kullanım tercihleri hakkında bilgi edinmek için yarı yapılandırılmış mülakat soruları öğretmenlere sanal ortamdan ulaştırılmıştır. Sonuçlar sıfat tercihi, argo kelimelerin kullanımı, cümle uzunluğu ve karmaşıklığı bakımından erkek ve kadınların dil kullanımları arasında birçok fark bulunduğunu ortaya koymuştur.

Anahtar kelimeler: Cinsiyete bağlı dil, kadınların dil, erkeklerin dili

Abstract

Gender differences have an impact on every aspect of life, including language use. The study *Language and Woman’s Place* by Lakoff (1973) raised the awareness about the issue of gender-related linguistic differences between men and women. After this study, this issue has been highly investigated. In this context, the purpose of this study is to determine whether there are gender-related linguistic differences between men and women in language use in a local context which is Turkey. Three basic research questions were intended to be answered and the differences between men and women in terms of language use, including directness and the choice of different vocabulary items and lexical complexity were investigated accordingly. Five male and five female English instructors, working at the preparatory school of a foundational university and aged between 23 and 41, are the participants of this study. An online semi-structured interview was used to collect data about their preferences in language use. The results indicated that there are a number of differences between men and women in terms of language use including language aspects like, the choice of adjectives, the use of swear words, length, directness and lexical complexity.

Keywords: Gender-related language, women’s language, men’s language

1. INTRODUCTION

The issue of gender-related differences in language use has been highly investigated throughout years. There are a great number of studies about the gender-related linguistic differences between women and men in literature. The starting point of these studies dates back to 1973 when Robin Lakoff published the study named as *Language and Woman’s Place*. In this study, Lakoff (1973) stated that women’s conversational style differs from that of men in terms of features like the use of hedging, politeness, tag questions, emotional emphasis, empty adjectives, correct grammar and pronunciation, lack of humor, direct quotations, extended vocabulary and declarations with interrogative intonation. Women were found to use these features more than men in their speech. This study seemed to promote the perception that women’s speech was associated with politeness, avoidance of vulgar vocabulary or swear words, mitigation of an utterance, confirmation and approval, which mostly signal lack of self-confidence in the speaker. Some researchers tried to break down this kind of a labelling about women’s speech and worked on develop some counterarguments against the ones found in Lakoff’s (1973) research. They added some additional categories with the intention of obtaining a wider

analysis of women's speech or tried to refute Lakoff's arguments with the help of their own by suggesting that these differences emerge not because of gender but rather because of other factors like social status, identity or sociocultural background.

For instance, Crawford (1995), Zimmerman and West (1975), Gormley (2015), and Genc and Armagan (2015) claimed that Lakoff's list did not correctly depict women's speech because it assumed men's speech as the ideal style which was a wrong assumption. In this regard, some other researchers added extra categories to analyze whether there were gender-related linguistic differences between males and females and if so, what they are. Newman, Groom, Handelman and Pennebaker (2008) focused on different aspects of conversation produced by each gender such as word count, function words, question marks or pronouns, prepositions, psychological processes, and the vocabulary used to express negative emotions like swear words, sensations, cognitive processes, social processes, time and space, current concerns, leisure and physical functions to provide a deep and inclusive investigation of the topic.

Correspondingly, Sing (2001) also examined the topic by focusing on vocabulary and lexical richness and found out that men's speech included richer lexical items and longer sentences. Sanderson (1998), Sundgren (2001) Palomeres (2008), Mulac, Wiemann, Widenmann and Gibson (1998) also asserted that there were some observable and significant linguistic differences between men and women's in terms of the use of reported speech, hedges, swear words, narratives and the behaviour of turn-taking. Additionally, O'Kearney and Dadds (2004) looked at how men and women conveyed their emotions through language and spotted observable different patterns used by males and females respectively. Erlandson (2005) worked on men and women's writing styles and concluded that women's writing was more associated with socioemotional aspects and aesthetics, whereas men's writing was more dynamic. Merrill, Gallo and Fiyush (2015) conducted research about the quality of conversations produced by men and women and claimed that women engaged in affiliative talk while men engaged in assertive talk. Another important study done by Colston and Lee (2004) showed that women and men differed in the use of verbal irony as well.

There are also opponents of the idea that women and men have different language uses. Bischooping (1993), Grob, Meyers, and Schuh (1997) emphasized that it was better to focus on similarities between linguistic preferences of women and men rather than differences because each gender started to use similar structures and vocabularies over time.

Clearly, it is seen that there are not only proponent ideas about the issue but also opponent ones. Besides, there are a number of studies conducted in English-speaking countries while this is not the case in local contexts. For this reason, possible gender-related linguistic differences between men and women were examined in a local context apart from an English-speaking nation in this study. In the literature review part, a general overview based on the previous studies about the field was presented. In the methodology part, participants, data collection procedure and instruments were touched upon. In the results part, the statistical analysis of the collected data was provided. Lastly, the findings were presented in the result part and interpreted in the discussion and conclusion part. Some implications for further studies were also included.

Literature Review

Reviews on Lakoff's (1973) pioneering study

Crawford (1995) suggested that Lakoff's list was not enough to conduct a detailed research on woman's conversational preferences. Therefore, some parts like '*Doing gender*', '*Interruption*', '*Topic control*', '*Talking time*', and '*Use of silence*' were added to present a wider picture of the research topic. As the results of her investigations, she found out that women chose more conversational topics while men were inclined to prefer elaborating a particular conversation topic. Besides, collaboration was another significant feature of women's speech pattern. They not only engaged in the process of conversation but also supported their conversational partners by using assenting responses such as *mm-hm* and *yeah*. Gormley (2015) had a similar approach in terms of the idea Lakoff's approach did not give an overall picture of women's speech. She argued that Lakoff's approach was deficient

because it assumed that women's speech was "powerless" because men's speech was seen the ideal and correct way of speaking. Gormley (2015) stated "dominance approach", coined by Zimmerman and West (1975), would be more appropriate for men's speech because men had a tendency to dominate and interrupt women's speech, which created a misconception about the 'powerless' speech produced by women. Finally, she concluded that future research was needed to relate small-scale, local studies to their wider social context (Gormley, 2015). Genc and Armagan (2015) indicated that Lakoff's arguments were not confirmed by referring to their findings, which were particularly based on the use of tag questions and discourse markers.

Certain linguistic differences found between men and women's speeches

The study done by Lakoff (1973) has led to numerous amounts of further research. Other researchers working on this issue also added extra categories to investigate which contributed to the richness of literature in this field. Newman, Groom, Handelman and Pennebaker (2008) conducted their research by referring to the corpus they have collected over the years, which gives a detailed knowledge about actual and authentic language use by both genders. They evaluated the samples in terms of linguistic dimensions such as word count, function words, question marks or pronouns, prepositions, psychological processes, and the vocabulary used to express negative emotions like swear words, sensations, cognitive processes, social processes, time and space, current concerns, leisure and physical functions. The overall results of the study confirmed the previous research findings claiming that there are observable differences between women's and men's conversational styles. They found that women were inclined to prefer words or topics about *psychological* and *social processes* whereas men prefer using words about *object properties* and *impersonal topics*. Similarly, O'Kearney and Dadds (2004) try to find out whether there is a difference between the emotional language produced by both genders. They concluded that boys tend to use "expressive/behavioural referents" while girls tend to use "more inner-directed and less semantically specified referents (O'Kearney and Dadds, 2004).

Another important result of this study was that "girls are more fluent in their production of emotion referents and causal referents than are boys" (O'Kearney and Dadds, 2004). Sanderson (1998) also suggested that women tend to use more euphemisms and hedges whereas men do not. Sing (2001) also claimed that there are significance differences between women and men's speeches. In the study that he examined lexical richness in conversational speech patterns of both genders. Based on the excerpts taken from the recordings, men's speech was found to be richer in terms of lexical items and they tended to form longer sentences when compared to women's conversations. Women's speech also included more repetitive patterns and verbs, which added dynamism to their speech. Moreover, Erlandson (2005) suggested that there were also differences between writing styles of both genders. She claimed that women's writing was based on socioemotional aspects and aesthetic quality, men's writing was found to be more dynamic by comparing two writing styles in terms of references to emotions and quantity, intensive adjectives and locatives. Likewise, Merrill, Gallo and Fiyush (2015) supported the idea that women engaged in more affiliative talk than men whereas men showed more assertive talk. Another aspect of conversation, the use of verbal irony, was analyzed by Colston and Lee (2004).

They concluded that the use of verbal irony was richer in men's speech when compared to that of women. Correspondingly, Sundgren (2001) argued that women tended to use a prestigious language when compared to men by avoiding swear words or non-standard usages. Palomeres (2008) also suggested that speech patterns of men and women were different from each other and he also claimed that when the gender salience was high, women produced more tentative and emotional language compared to men while they produced less when it was lower. Another study conducted by Ely and Ryan (2008) confirmed the issue of differences between conversational styles of men and women by indicating that women's use of reported speech and longer narratives were higher than that of men. Parallely, another difference was detected in the study done by Yakuskhina (2018) which was based on the notion that males engaged in turn-taking more than females with their competitive conversational speaking styles while females did it less due to their supportive and small-group-oriented communicational styles.

Besides, Mulac, Wiemann, Widenmann and Gibson (1998) emphasized the phenomenon that they called '*Gender-linked Language Effect*' suggesting that both males and females tended to choose different linguistics structures, depending on the gender of interlocutor. In this context, they claimed that women preferred using more modals, tag questions and imperatives in questions form in the absence of men.

On the other hand, Bischooping (1993) suggested that there were significance differences between conversational topic chosen by both genders; however, this gap started to decrease by referring to the fact that mostly chose the same topics such as money, work and amusement. She compared the results of her study to the study done by Moore (1922) and found out that both men and women tended to prefer same conversational topics as opposed to past even though the presence of slight differences. Grob, Meyers, and Schuh (1997) also emphasized the similarity among the speech patterns produced by men and women rather than focusing on differences. In the study in which they examined the participants' utterances in terms of main categories like 'Powerful' and 'Powerless' language and the sub-categories like 'hedges', 'disclaimers', 'tag questions' and 'interruptions', they concluded that these linguistics structures were used not only by omen but also by men as well.

Examples of related studies in local context

Apart from English-speaking countries, the presence of gender-related differences in local contexts where the native language is not English is also investigated. In this regard, the study done by Önem (2016) can be an example of a local study, conducted in Turkey. He claimed that women and men differ also while making requests by referring to the findings of his study, which showed that females tend to make longer requests compared to males by including more details whereas males remained more direct in their speech. He argued that the possible cause of females' giving more detailed reasons might have been considered as a support strategy for averting face lost (Önem, 2016) Likewise, Almeida (1995) examined the possible causes of the difference between the speech patterns of women and men whether it was because of difference or dominance particularly in Cruz de Tenerife (Canary Island). Based on his observations about women's use of euphemism, being more allusive or rejection of stigmatized forms, he claimed that interaction between social class and sex varied greatly in speech communities (Almeida, 1995). Another study done by Sunderland (2002) also gave valuable contribution to the issue of gender-related differences in local contexts. She touched upon the differences between male and female Zulu speakers of English during the speech act of apologizing. The results also confirmed the claim that women's speech significantly differs from men's speech. Briefly, when it came to small-scaled local contexts, these differences were also observable.

2. MATERIALS AND METHODS

Participants

Participants of this study were five male and five female English instructors working at different institutions in İstanbul. Their English level is advanced. All of them speak Turkish as their mother tongue. Four of the male participants are working at private schools, teaching English to students from preschool to grade 12. Three of them are currently following their master's degree in English Language Education. 1 male participant is working at the prep school of a private university. Their age ranges from 23 to 36.

Four of female participants are working at the prep school of a private university in İstanbul. One of them is working at a private school. Two of them are following their master's degree in ELT department while two of them are doing it in sociology and cultural studies. Their age ranges from 24 to 41.

Procedure

An online interview consisting of 11 questions were given to each participant. Participants spent approximately spend 20 minutes to answer all of the questions by using their computers.

Instrument

The interview questions were based on vocabulary choices or their particular preferences about

language use when confronted with different situations. For the list of the questions asked, please see appendix 1.

Research questions

Research questions are as follows:

- 1- Do women and men prefer different types of vocabulary items while explaining their ideas about the same thing?
- 2- Is there a difference between men and women in terms of lexical complexity?
- 3- Is there a difference between men and women in terms of directness in speech?

3. RESULTS

In this section, the findings were presented in terms of 5 different categories: The choice of adjectives and adverbs, the number of swear words used, length, directness/indirectness and lexical complexity. Each participant's answers were presented respectively.

The choice of adjectives and adverbs

In general, women used 85 adjectives and adverbs while men used 59. When it comes to the quality of adjectives or adverbs used by the both groups, it can be stated that women tended to use more complex and compound adjectives such as "good-hearted", "solution-oriented", and "self-centered" and also the use of strong adjectives like "mad" and "evil" was observed in female participants' use of adjectives as well. However, there was no examples of compound adjectives in male participants' answers.

The number of swear words used (For the question 3)

The number of swear words used by each gender while answering all the interview questions were calculated.

Table 3. The number of swear words used

Male participants	Female Participants
7	Not explicitly stated

Two of the male participants used swear words in the imaginary robbery scenario. This number is also same for female participants. However, women preferred not to utter the exact swear words they would use in the given situations as opposed to men. Male participants explicitly uttered the swear words they would possibly use in case of robbery.

Length

The total number of sentences uttered by each gender was calculated to measure the length.

Table 4. The number of sentences used by each male participant

1 st participant	2 nd participant	3 rd participant:	4 th participant	5 th participant	Total	Average
14	20	24	18	21	97	19.4

Table 6. The number of sentences used by each female participant

1 st participant	2 nd participant	3 rd participant	4 th participant	5 th participant	Total	Average
13	38	23	35	18	109	21.8

In total, female participants typed 109 sentences while men typed 97 to answer the same questions. That is, women used 12 more sentences when compared to men to complete the interview.

Directness/Indirectness

To measure directness/Indirectness, the answers to the questions 6-7-8-9 were examined. Question 6 was about an imaginary scenario in which the participants were served a meal prepared for them by their best friend. Their possible reaction in case they did not like the food was recorded. Question 7 was based on an imaginary scenario again. This time, their probable reaction to their best friend's new haircut which they did not like was asked. In both of these questions, their politeness and indirectness were meant to be measured. For question 6, while only one female participant frankly stated that she would refuse to eat, three male participants clearly stated that they would not eat the food. Likewise, for the question 7, none of the female participants clearly told their honest opinions about their friends' new haircut whereas most of the male participants tended to state their opinions frankly. Questions 8 and 9 were multiple choice questions. In the question 8, the options included both direct and less polite forms ("Can you shut the window?" and "Shut the window.") and indirect forms (Could you please shut the window? It is cold in here, isn't it?). In the question 9, option A (It was a great film, wasn't it?) was intended to measure the use tag questions, which are the signs of indirectness in a speech. Together with the option B in question 8 and option A in question 9, the use of tag questions and indirectness were examined. No difference was observed for the questions 8 and 9 between male and female participants.

Lexical Complexity

To measure lexical complexity, the number of tokens which is the number of the words in a text and types, the number of the words that are not repeated were examined. Then, type-token ratio was calculated by dividing the number of different (not repeated) words by the total number of words by and multiplying the result by 100. Lexical complexity was analyzed only for the questions 10 and 11 because participants were supposed to write a paragraph in those questions.

Table 8. Type-token ratio for the male participants

	Total number of words	The number of different words	Type-token ratio
1 st male participant	53	39	%73.5
2 nd male participant	113	80	%70.7
3 rd male participant	81	53	%65.4
4 th male participant	138	84	%60.8
5 th male participant	124	79	%63.7
Total	509	335	%65.8

Table 9. Type-token ratio for the female participants

	Total number of words	The number of different words	Type-token ratio
1 st female participant	54	43	79.6%
2 nd female participant	144	90	62.5%
3 rd female participant	132	52	39.3%
4 th female participant	249	151	60.6%
5 th female participant	95	62	65.2%
Total	674	398	59%

On average, it was observed that male participants' type-token ratio was 65.8% while female that of female participants was 59%, which means that women used the same words over and over again when compared to men. Most of the repeated words in both genders' utterances were functions words like articles, auxiliary verbs and pronouns.

4. DISCUSSION

In this section, the results were analyzed and discussed in relation to research questions. Initially, participant's answers were analyzed respectively under the 5 categories – the choice of adjectives and adverbs, the number of swear words used, length, directness and indirectness and lexical complexity to

answer the research questions. Then, the general tendency in in each gender while using the language was indicated. The examples confirming or rejecting the previous research were also presented.

1- Do women and men prefer different types of vocabulary items while explaining their ideas about the same thing?

For the last research question, the choice of adjectives and adverbs by each gender was examined. When looking at the general picture, it can be said that women used more adjectives and adverbs to answer all the questions when compared to men. In total, women used 85 adjectives and adverbs while men used 59. When it comes to the nature of the adjectives and adverbs, it can be said that women tend to use more complex adjective constructions and stronger adjectives than men. For example, they used adjectives like “good-hearted, solution-oriented, self-centered, evil and mad”, which were found to be more intensive in terms of meaning. Besides, for the use of swear words, by each gender, it can be stated that men use swear words more than women. While answering the question 3, even though women stated that they would swear in such a situation, they did not explicitly state swear words as opposed to male participants. Likewise, one of the male participants used slang words in his answers. In this regard, it can be argued that Lakoff’s (1973) claims that women avoid using swear words was confirmed. Likewise, Sundgren (2001), Newman, Groom, Handelsman and Pennebaker (2008) also stated that women tend to use a prestigious language when compared to men by avoiding swear words, which was also verified in this context.

2- Is there a difference between men and women in terms of lexical complexity?

Based on the results, it can be claimed that there are differences between men and women in terms of lexical complexity. Lexical complexity was also found to be different in each gender’s utterances. In total, male participant’s type-token ratio was 65.8% whereas female participants’ average type-token ratio was 59%. It seems that these results are in line with Sing’s (2001) finding about the lexical richness found men’s speech. Men tended to use richer lexical items when compared to women.

3- Is there a difference between men and women in terms of directness in speech?

The answers of the questions 6, 7, 8 and 9 were intended to measure directness in speech. For the question 6 - Imagine that your best friend prepared a special dinner for you and invited you. When you tasted the food, you did not like it at all. Would you directly say your opinion to your friend? If so, what would you say?-, only one of the female participants frankly stated she that cannot eat the food that was prepared for them by their best friend. The rest of the female participants preferred not to say it directly, rather they said that they would ask questions about the ingredients or cooking style of the meal, eat it anyway or they simply would act like they were not hungry. This shows that they tend to be indirect while stating their negative opinions. On the other hand, for this question, three of the male participants preferred to say their opinions directly even though it was negative. For the question 7 - Imagine that your friend had a new haircut. You did not like it, but s/he seemed to be very happy. Would you directly say your opinion to your friend? If so, what would you say?- all of the female participants mitigated their utterances and preferred not to say their exact opinion directly by saying things like *“I like your hair long, but it is also okay, it suits well.”* and *“I liked your old hair better but this one also looks good”*.

In contrast, male participants tended to use more direct forms by saying their negative opinions explicitly to the interlocutor such as *“You could have chosen a better style”* and *“Try a new style next time”*. For the question 8, options A and D were added to measure directness, option B was added to measure the use of tag questions and option C was added to measure politeness. More clearly, option B and C were there to detect indirectness by using mitigation, hedges or politeness. 3 of female participants preferred the option C- Could you please shut the window? And 2 of them preferred option A -Can you shut the window? - The results were also same for the male participants as well for this question. 3 of them preferred option C while 2 of them chose option A. Likewise, for the question 9, option A was intended to measure the use of tag questions, indirectness and hedges. 4 out of 5 female participants preferred option A – It was a great film, wasn’t it? When it comes to the answers of male participants, 3 of them preferred option A, one of them choose option B and one chose option D. At this point, it can be said that male participants also tended to use tag questions and hedges

together with female participants. Therefore, the idea that women tend to use more tag questions, hedges and indirectness in their speeches when compared to men as suggested by Lakoff (1973), and Mulac, Wiemann, Widenmann and Gibson (1998) were not confirmed in this part.

5. CONCLUSION

In this study gender-related linguistic differences between males and females were examined based on the data collected from 5 male and 5 female participants. It was found out that women preferred shorter and less complex linguistic structures in their speeches when compared to men. Likewise, men were found to use swear and slang words by man more than women, which confirmed the previous research done by Lakoff (1973), Sundgren (2001), Newman, Groom, Handelman and Pennebaker (2008). Women also tended to be more indirect by using more mitigation and politeness. However, the idea that women use more tag questions than men suggested by Lakoff (1973) was not confirmed in this study because men also tended use tag questions as much as women do. Moreover, it was claimed that women tend to use more empty adjectives in their speeches when compared to men. In this context, it was found out that women's choice of adjectives and adverbs is slightly different from that of men. However, it was nearly impossible to observe the use empty adjectives because of the written nature of the study, instead, it was observed that women tended to use adjectives which are more intensive and complex in terms of meaning and construction as opposed to men. In brief, it can be said that males and females' conversational styles differ from each other based on the findings of this research.

With all of the findings reached through this study are needed to be replicated in different contexts or by using different methods. For instance, the use of hedges and the existence of topic-bias could not be measured because of the written procedure of the study. In a follow-up study, data collection measure can be changed. If participants' conversations are recorded and then transcribed, more features can be investigated such as the use of hedges and the action of turn-taking. Likewise, if the content of the questions changed, the issue of topic-bias can also be observed. Topics which are assumed to be more appealing to men and women can be included in questions so that the differences in language use by each gender can be examined in more detail.

REFERENCES

- Almeida, M. (1995). Gender in linguistic change processes. *Studia Neophilologica*, 67(2), 229–235.
- Bischooping, K. (1993). Gender Differences in Conversation Topics, 1922-1990. *Sex Roles*, 28, 1-18.
- Colston, H.L. & Lee, S.Y. (2004) Gender Differences in Verbal Irony Use, *Metaphor and Symbol*. 19(4). 289-306.
- Crawford, M. (1995). Talking difference: on gender and language. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>
- Ely, R. & Ryan, E. (2008) Remembering talk: Individual and gender differences in reported speech. *MEMORY*. 16(4), 395-409.
- Erlandson, K. (2005) Gender Differences in Language Use, *Communication Teacher*, 19(4), 116-120.
- Genc, Z.S. & Armagan, K.S. (2018). A Cross-Cultural Investigation of Gender-Bound Language Use in Turkish and English Plays: Implications for Foreign Language Education. *Journal of Education and Training Studies*. 6(2). 86-96.
- Gormley, S. (2015). Language and Gender. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, 256–259.
- Grob, L.M. & Meyers, R.A. & Schuh, R. (1997). Powerful/powerless language use in group interactions: Sex differences or similarities? *Communication Quarterly*, 45(3), 282- 303.
- Lakoff, R. (1973). Language in Woman's Place. *Language in Society*, 2(1), 45-80.
- Merrill, N. & Gallo, E. & Fivush, R. (2015). Gender Differences in Family Dinnertime Conversations, *Discourse Processes*, 52(7), 533-558.

- Mulac, A. & Wiemann, J.M. Widenmann S.J. & Gibson, T.W. (1988). Male/female language differences and effects in same-sex and mixed -sex dyads: The gender-linked language effect. *Communication Monographs*, 55(4), 315-335.
- Newman, M.L. & Groom, C.J. & Handelman, L.D. & Pennebaker, J.W. (2008). Gender Differences in Language Use: An Analysis of 14,000 Text Samples. *Discourse Processes*. 45(3), 211-236.
- O’Kearney, R., & Dadds, M. (2004). Developmental and gender differences in the language for emotions across the adolescent years. *Cognition & Emotion*, 18(7), 913-938.
- Önem, E.E. (2016). A study on gender differences in the length of requests in Turkish. *Journal of Language and Linguistic Studies*, 12(2), 13-21.
- Palomares, N. A. (2008). Explaining Gender-Based Language Use: Effects of Gender Identity Salience on References to Emotion and Tentative Language in Intra- and Intergroup Contexts. *Human Communication Research*, 34(2), 263-286.
- Sanderson, P. (1998). A Cognitive Approach to Gender Differences in Conversational Style, *Language Matters: The Studies of Languages in Africa*, 29(1), 26-50.
- Sunderland, J. (2002) Focus on 'Gender and Language' special issue: introduction, *Southern African Linguistics and Applied Language Studies*, 20(3), 127-134, Singh, S. (2001). A pilot study on gender differences in conversational speech on lexical richness measures. *Literary and Linguistic Computing*, 16(3), 251-264.
- Sundgren, E. (2001) Men and women in language change. A Swedish case study, *Nora: Nordic Journal of Women's Studies*, 9(2), 113-123.
- Yakushkina, M. (2018). Gender performance through turn-taking organization in a foreign language classroom. *The Language Learning Journal*, 38(1), 1-13.

Appendix 1

Semi-structured interview questions

- 1- How do you describe “a good person” in general?
- 2-How do you describe “a bad person” in general?
- 3-Imagine that your newly bought mobile phone is stolen. What would you say to the thief?
- 4-How would you react if you were given a Porsche as a birthday present? What would you say?
- 5-Imagine that your friend deliberately broke the vase inherited by your great grandma? What would you say to his/her?
- 6-Imagine that your best friend prepared a special dinner for you and invited you. When you tasted the food, you did not like it at all. Would you directly say your opinion to your friend? If so, what would you say?
- 7-Imagine that your friend had a new haircut. You did not like it, but s/he seemed to be very happy. Would you directly say your opinion to your friend? If so, what would you say?
- 8-Imagine you want someone to shut the window, what would be the best way to say?
 - A- Can you shut the window?
 - B- It is cold in here, isn't it?
 - C- Could you please shut the window?
 - D- Shut the window.
- 9- Imagine that you went to cinema with your friend and you really love the film. What would you say to you friend after the cinema?
 - A- It was a great film, wasn't it?
 - B-I loved the film.
 - C- I am very glad to watch it.
 - D- It was a great idea to come to the cinema.
- 10- How would you describe İstanbul?
- 11- What do you think about euthanasia?

BORSA İSTANBUL GIDA İÇECEK ENDEKSİNDE YER ALAN ŞİRKETLERİN SOSYAL MEDYA KULLANIM İSTATİSTİKLERİ VE FİNANSAL PERFORMANSLARININ İNCELENMESİ

Doç. Dr. Ali Özdemir

Anadolu Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü
alozdemir@anadolu.edu.tr

Doç. Dr. Fatih Temizel

Anadolu Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü,
ftemizel@anadolu.edu.tr

Doç. Dr. Ethem Esen

Anadolu Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü
etheme@anadolu.edu.tr

Özet

Sosyal medya ağları, şirketlerin sıklıkla halkla ilişkiler ve rekabetçiliklerine olumlu katkı sağlamak amacıyla kullandıkları bir araca dönüşmüştür. Sosyal medyayı etkin kullanmak isteyen şirketlerin bu alandaki girişimlerinin arttığı görülmektedir. Şirketler, yatırımcılarla ve müşterilerle ilişkilerin geliştirilmesi, pazarlama faaliyetlerinin çeşitlendirilmesi ve kriz yönetimi gibi oldukça farklı alan ve amaçlarla sosyal medyadan yararlanmaktadırlar. Bu anlamda, şirketler sosyal medya araçlarını etkili bir iletişim aracına dönüştürmektedirler. Bu çalışmada, Türkiye’de faaliyet gösteren ve BİST gıda içecek endeksinde işlem gören şirketlerin 01.01.2016 – 01.01.2017 döneminde sosyal medya araçlarından; Twitter, Youtube ve Facebook kullanım istatistikleri elde edilmiştir. İlgili sosyal medya araçlarını kullanım oranları ve seçilen finansal göstergeler açısından bu sosyal medya araçlarının farklılaşıp farklılaşmadıkları araştırılmıştır. Bu amaçla, şirketlerin sosyal medya araçlarını kullanım sıklıklarına göre sınıflandırmaları yapılmıştır. Bununla birlikte, sosyal medya alanını aktif ve pasif kullanan işletmelerin finansal göstergeler açısından birbirleri ile karşılaştırmaları yapılmıştır. Elde edilen bulgulara göre, seçilmiş finansal göstergeler açısından Twitter ve Facebook’u aktif ve pasif kullanan işletmeler arasında bir farklılık görülmemişken, Youtube’u aktif ve pasif kullanan işletmeler net gelir, şirket piyasa değeri ve piyasa değeri/defter değeri değişkenleri açısından farklılık göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Finansal İletişim, Gıda-İçecek Sektörü, Sosyal Medya

INVESTIGATION OF SOCIAL MEDIA USAGE STATISTICS AND FINANCIAL PERFORMANCE OF COMPANIES IN BORSA İSTANBUL FOOD AND BEVERAGE INDEX

Abstract

Social media networks have evolved into tools that companies often use to contribute positively to public relations and competitiveness. Companies benefit from social media for a wide range of purposes, such as improving relations with investors and customers, diversifying marketing activities, and managing crisis. In this sense, social media tools become an effective communication tool. In this study Turkey, and also operates in the publicly traded company on 01/01/2016 BIST food, beverages index - 01/01/2017 era of social media tools; Twitter, Youtube and Facebook usage statistics were obtained. It has been investigated whether these social media tools differ in terms of usage rates and selected financial indicators. For this purpose, companies were classified according to their frequency of use of social media tools in this period. In addition, the comparisons between the active and passive enterprises of the social media area in terms of financial indicators were made. According to the findings, while there was no difference in terms of selected financial indicators of enterprises using Twitter and Facebook assets and liabilities, enterprises using Youtube assets and liabilities showed differences in terms of net income, company market value and market value / book value changes.

Keywords: Financial Communication, Food and Beverage Sector, Social media

1. GİRİŞ

İletişimin önemi pek çok alanda gözlemlenmektedir. Buna karşın iletişimin faydalarının en kısa sürede ve para birimi cinsinden gözlenebildiği az sayıda alandan biri sermaye piyasalarıdır. İletişim yönetiminde gösterilen başarı ya da başarısızlık ilk olarak halka açık şirketlerin hisse senedi fiyatlarında ödül veya ceza şeklinde ortaya çıkmaktadır. Etkin iletişim yönetimi sermaye piyasaları tarafından şirket hisse senetlerinin fiyatını yükseltmektedir. Aksi durumda, hisse senetlerinin fiyatları düşmektedir. İletişim yönetiminde tutarlılık da büyük önem arz etmektedir. Bu sayede sermaye piyasalarında şirkete yönelik inşa edilen güvenin sürdürülebilir olması olanaklı hale gelmektedir. Diğer bir ifadeyle, hisse senedi fiyatlarının volatilitesi azalmaktadır. Volatilitedeki azalış bir şirketin mevcut ve potansiyel hissedarları açısından değerlidir. Kısa vadede yukarıda ifade edilen faydalar söz konusu iken orta ve uzun vadede elde edilen başka kazanımlar da bulunmaktadır. Sermaye piyasaları ile etkin bir iletişimi sürekli hale getiren şirketlerin sermaye maliyetlerinin de azalış eğilimine girdiği görülmektedir. Bu sayede finansal esneklik artış göstermektedir. Bu ana kadar özet olarak açıklanan sürecin merkezinde hissedar ile şirket yönetimi arasındaki bilgi asimetrisinin ortadan kaldırılması yer almaktadır. Yapılan çalışmada, sermaye piyasaları ile etkin iletişimin unsurlarından biri olarak değerlendirilen yeni iletişim mecralarının Borsa İstanbul'daki kullanımı ele alınmıştır. Gıda ve İçecek Endeksi kapsamındaki şirketler özelinde yapılan incelemeler aracılığı ile sosyal medyanın iletişimde kullanımı ve finansal performansa etkileri araştırılmıştır.

2. LİTERATÜR

Genel olarak finansal iletişim, özel olarak ise sermaye piyasaları ile iletişim, halka açık anonim ortaklıklarda yatırımcı ilişkileri yönetimi birimi tarafından yerine getirilmektedir. Finansal iletişimin temelinde yatırımcıların geneline yönelik olarak ve medya ile piyasa analistlerine şirketi tanıtmak yer almaktadır. Şirketin anlatılması yolu ile sermaye çekilmesi, hisse senetlerinin gerçek değerine ya da adil piyasa değerine ulaşması hedeflenmektedir (Theaker, 2006). Yatırımcı ilişkileri yönetimi şirkete ilişkin olağan ve olağandışı gelişmeler hakkında bilgilendirme ve ilgililerin tatmin olabileceği bir düzeyde bilgi akışını temin etmeye odaklıdır. Bu kapsamda literatürde basit iletişim, finansal işlevler ve sonuçlarına odaklanma ile hisse senedi sahipliğini geliştirmeye yönelik olmak üzere üç aşamadan söz edilmektedir (Hockerts ve Moir, 2004). Yatırımcı ilişkilerinin temelleri 1858'de hissedarlarına finansal raporlar dağıtan Borden Company'e kadar dayanmaktadır (Heath ve Coombs, 2006). Bu tarihten sonra zamanın ruhuna uygun olarak önemli aşamalardan geçerek bugüne ulaşmıştır. Örneğin 1930'larda hisse senedi satışları ile kamunun zarar görmesini önlemek hedeflenmiştir. Buna uygun aksiyonlar dönemin olanakları ile alınmıştır.

1990'larda ise analistlerin ilgisini çekebilmek öncelenmiştir. Diğer yandan, hissedarlar ile ilişkinin geliştirilmesi gündeme gelmiştir. Bu iki hedef hissedarlara zamanlı ve değerli bilgilerin aktarılmasını gerektirmiştir (Seitel, 2004). Bu dönemde ortaya çıkan ihtiyaçlar, günümüzde önemini artırarak korumaktadır. İhtiyaçların karşılanabilmesinde kullanılan araçlar gelişen teknoloji ile birlikte çeşitlenmektedir. Buna en iyi örnek çalışmanın konusunda önemli yeri bulunan sosyal medyadır. Sosyal medya doğru bilginin zamanlı olarak hissedarlara ulaştırılmasında konumlanma aşamasındadır. Bu konuda önemli bir potansiyel barındırmaktadır. Halka açık şirketlerdeki yatırımcı ilişkileri yönetimi birimlerinin varlık nedeni, bilgi asimetrisini ortadan kaldırmaktır (Brunnermeir, 2001). Bir başka deyişle asil - vekil arasındaki dengeyi adil biçimde kurmak ve korumaktır. Bu amaçla bilgi sunulmaktadır. Geleneksel iletişim sürecinde şirketler yatırımcılarını finansal rapor, basın açıklaması, analist toplantıları ile bilgilendirmektedir.

Sosyal medya ile bu yöntemlere etkinlik ve verimlilik kazandırılmaktadır. Sanal gerçeklik ortamı yüksek etki bırakabilme olanakları sunmaktadır (Grunner, 2002). Sosyal medyanın yatırımcı ilişkileri faaliyetlerine yönelik katkıları hız, maliyet ve etkileşim başlıklarında toplanabilir (Diyadin ve Özdi, 2017). Adı geçen avantajların farkında olarak kullanabilmek an itibarı ile her şirket için geçerli değildir. Bu çalışmada Borsa İstanbul örneği gıda ve içecek endeksi kapsamındaki şirketlere odaklanarak inceleme konusu edilmektedir.

3. YÖNTEM VE VERİ

Sosyal ağ siteleri, bloglar, forumlar, fotoğraf ve video paylaşımı, ürün/hizmet incelemeleri gibi birçok farklı çevrimiçi uygulamalar sosyal medyayı oluşturur. Günümüzde bireyler, deneyimlerini paylaşmak ve diğer kullanıcılarla etkileşimde bulunmak için Facebook, YouTube, Wikipedia, Twitter, Instagram, gibi farklı çevrimiçi uygulamaları kullanmaktadır. Öte yandan şirketler açısından bir iletişim kanalı olarak sosyal medya, pazarlama, halkla ilişkiler, reklam, markalaşma, müşteri hizmetleri, insan kaynakları ve problem çözme gibi farklı organizasyonel hedeflere ulaşmada bir araç olarak kullanılmaktadır.

Sosyal medya bireylerin, satın alacakları ürün/hizmet hakkında bilgi edinmek için başvurdukları, bununla birlikte şirketlerin işleriyle, ürünleriyle ilgili bilgilerini yaymak için çok sayıda potansiyel müşteriyle bağlantı kurmalarında etkili bir platforma dönüşmüştür. Bu çalışmada Borsa İstanbul gıda içecek endeksinde yer alan şirketlerin sosyal medya araçlarından Facebook, Twitter ve Youtube'da varlık durumları, kullanım eğilimleri incelenmiş ve bu araçları aktif kullanan ve kullanmayan işletmelerin finansal değişkenler açısından karşılaştırmaları yapılmıştır. 2016 yılı boyunca sektör medyan paylaşım değerinin üzerinde paylaşım yapan şirketlerin ilgili sosyal medya aracını aktif kullandığı kabul edilmiştir. Sosyal medya araçlarını aktif kullanma durumlarına göre iki gruba ayrılan şirketlerin istatistiksel açıdan finansal değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediği Mann Whitney-U Testi ile ortaya konmuştur.

Çalışmada iki tür veri kullanılmıştır. İlk grup veri, Türkiye'de faaliyet gösteren ve BİST gıda içecek endeksinde işlem gören şirketlerin 01.01.2016 – 01.01.2017 ilişkin bir yıllık dönemindeki sosyal medya araçlarından; Twitter, Youtube ve Facebook kullanım istatistikleridir. İkinci grup veri ise, seçili finansal değişkenlere (Net gelir, net satışlar veya gelirler, piyasa değeri, piyasa değeri/defter değeri, faiz ve vergiler öncesi kazanç) ait verilerdir. Bu veriler şirketlerin finansal tablolarından elde edilmiştir.

4. BULGULAR

Çalışmada sosyal medya araçlarından sıkça kullanılan Facebook, Twitter ve Youtube'da şirketlerin hesap açma durumları incelenmiştir. Tablo 1'de şirketlerin, ilgili sosyal medya araçlarındaki varlık durumları gösterilmiştir. Üç sosyal medya aracından şirketlerin hesap açmada en çok tercih ettikleri Facebook olmuştur. Facebook'u Twitter izlerken en az tercih edilen araç Youtube olarak gözlenmiştir.

Tablo 1. Şirketlerin Seçili Sosyal Medyada Varlık Durumları

		Şirket Sayısı	Yüzdesi
Facebook Hesap Sahiplik Durumu	Var	16	20,0
	Yok	4	80,0
	Toplam	20	100,0
Twitter Hesap Sahiplik Durumu	Var	14	30,0
	Yok	6	70,0
	Toplam	20	100
Youtube Hesap Sahiplik Durumu	Var	12	40,0
	Yok	8	60,0
	Toplam	20	100,0

Tablo 2'de şirketlerin Facebook paylaşım sayılarına ilişkin betimsel istatistikler verilmiştir. Facebook üzerinden şirketlerin paylaşım ortalaması yaklaşık 93 iken, bütün bir yıl boyunca paylaşımda bulunmayan şirket olduğu gibi en çok paylaşımda bulunan şirketin 258 paylaşım yaptığı belirlenmiştir.

Tablo 2. Facebook Paylaşım Sayılarına İlişkin Betimsel İstatistikler

Ortalama	93,13
Medyan	86,00
Standart Sapma	78,308
Minimum	0
Maksimum	258

Tablo 3’de şirketlerin ilgili dönemde Facebook kullanım eğilimleri gösterilmiştir. Buna göre, şirketlerin Facebook üzerinden yaptıkları paylaşım sayısının ağırlıklı olarak 101-500 aralığında olduğu gözlenmiştir.

Tablo 3. Gıda İçecek Şirketlerinin 01.01.2016 – 01.01.2017 Dönemi Facebook Kullanım Eğilimi

	Şirket Sayısı	Yüzde
Hesabına Ulaşılamayan	1	6,3
Hiç Paylaşımında Bulunmamış	3	18,8
1-50 Arasında Paylaşımında Bulunmuş	2	12,5
51-100 Arasında Paylaşımında Bulunmuş	4	25,0
101- 500 Arasında Paylaşımında Bulunmuş	6	37,5

Tablo 4’de gıda içecek sektöründeki şirketlerin Twitter paylaşım sayılarına ilişkin istatistikler verilmiştir. Şirketlerin Twitter üzerinden yaptıkları ortalama paylaşım sayısı yaklaşık 131’dir. Şirketlerinden bazılarının bu dönemde hesapları üzerinden herhangi bir paylaşımında bulunmadığı gözlenirken en yüksek paylaşım sayısı 497 olarak ortaya çıkmıştır.

Tablo 4. Twitter Paylaşım Sayılarına İlişkin Betimsel İstatistikler

Ortalama	131,46
Medyan	119,00
Standart Sapma	136,819
Minimum	0
Maksimum	497

Tablo 5’de şirketlerin ilgili dönemde Twitter kullanım eğilimleri gösterilmiştir. Şirketlerin Twitter kullanım eğilimleri incelendiğinde, şirketlerin yarıdan fazlasının yıl boyunca yüzün üzerinde mesaj paylaşımında bulunduğu belirlenmiştir.

Tablo 5. Gıda İçecek Şirketlerinin 1 Ocak-31 Aralık 2016 Twitter Kullanım Eğilimi

	Şirket Sayısı	Yüzde
Hesabına Ulaşılamayan	1	7,1
Hiç Paylaşımında Bulunmamış	1	7,1
1-50 Arasında Paylaşımında Bulunmuş	3	21,4
51-100 Arasında Paylaşımında Bulunmuş	2	14,3
101- 500 Arasında Paylaşımında Bulunmuş	7	50,0

Tablo 6’da sektördeki şirketlerin Youtube paylaşım sayılarına ilişkin betimsel istatistiklere yer verilmiştir. Şirketlerin Youtube üzerinden yaptıkları ortalama paylaşım sayısı yaklaşık 22’dir. Diğer sosyal medya araçlarında da gözlemlendiği gibi yine ilgili dönemde hiç paylaşımında bulunmayan şirket gözlemlenirken buna karşılık en çok paylaşım sayısı 151 olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 6. Youtube Paylaşım Sayılarına İlişkin Betimsel İstatistikler

Ortalama	22,58
Medyan	2,00
Standart Sapma	44,584
Minimum	0
Maksimum	151

Tablo 7’de şirketlerin ilgili dönemdeki Youtube kullanım eğilimleri gösterilmiştir. Şirketlerin Youtube sosyal medya aracını kullanım eğilimleri aynı dönem için incelendiğinde, şirketlerin yarısının bu dönemde hiç paylaşımında bulunmadığı belirlenmiştir. Paylaşımında bulunanlar dikkate alındığında ise, en çok paylaşımın 1-50 arasında yapıldığı gözlenmiştir.

Tablo 7. Gıda İçecek Şirketlerinin 01.01.2016 – 01.01.2017 Dönemi Youtube Kullanım Eğilimi

	Şirket Sayısı	Yüzde
Hiç Paylaşımında Bulunmamış	6	50,0
1-50 Arasında Paylaşımında Bulunmuş	4	33,3
51-100 Arasında Paylaşımında Bulunmuş	1	8,3
101- 500 Arasında Paylaşımında Bulunmuş	1	8,3

Tablo 8’de Facebook kullanan şirketler için Mann Whitney-U Test İstatistikleri verilmiştir. Şirketlerden Facebook’ u aktif kullananlar ile kullanmayanlar arasında 0,05 anlam düzeyinde istatistiksel olarak bir farklılık görülmemiştir. Facebook’ u aktif kullanan ve kullanmayan işletmeler seçili finansal göstergeler itibarıyla farklılık göstermemektedir.

Tablo 8. Facebook Kullanıcısı Şirketler İçin Mann Whitney-U Test İstatistikleri

	Net Gelir	Net Satışlar veya Gelirler	Şirket Piyasa Değeri	Piyasa Değeri/Defter Değeri	Faiz ve Vergiler Öncesi Kazanç
Mann-Whitney U	34,000	34,000	39,000	35,000	21,000
Z	-,533	-,533	-,413	-,317	-,1688
P değeri	,594	,594	,680	,751	,091

Tablo 9’de Twitter kullanan şirketler için Mann Whitney-U Test İstatistikleri verilmiştir. Şirketlerden Twitter’ı aktif kullananlar ile kullanmayanlar arasında 0,05 anlam düzeyinde istatistiksel olarak bir farklılık görülmemiştir. Twitter’ı aktif kullanan ve kullanmayan işletmeler seçili finansal göstergeler itibarıyla farklılık göstermemektedir.

Tablo 9. Twitter Kullanıcısı Şirketler İçin Mann Whitney-U Test İstatistikleri

	Net Gelir	Net Satışlar veya Gelirler	Şirket Piyasa Değeri	Piyasa Değeri/Defter Değeri	Faiz ve Vergiler Öncesi Kazanç
Mann-Whitney U	29,000	31,000	38,000	34,000	17,000
Z	-,860	-,679	-,338	-,188	-,1947
P değeri	,390	,497	,735	,851	,052

Tablo 10’da Youtube kullanan şirketler için Mann Whitney-U Test İstatistikleri verilmiştir. Şirketlerden Youtube’u aktif kullananlar ile kullanmayanlar arasında 0,05 anlam düzeyinde net gelir ($Med_{aktif}=17058$, $medyan_{pasif}=-3026$, $p=0,025<0,05$), şirket piyasa değeri ($Med_{aktif}=7303200$, $medyan_{pasif}=1436500$, $p=0,044<0,05$), piyasa değeri/defter değeri ($Med_{aktif}=2,54$, $medyan_{pasif}=0,99$, $p=0,023<0,05$) değişkenleri açısından istatistiksel olarak anlamlı fark olduğu belirlenmiştir. Elde edilen sonuçlar piyasa değeri ve karlılığı yüksek şirketlerin Youtube’u aktif kullandığını göstermiştir.

Tablo 10. Youtube Kullanıcısı Şirketler İçin Mann Whitney-U Test İstatistikleri

	Net Gelir	Net Satışlar veya Gelirler	Şirket Piyasa Değeri	Piyasa Değeri/Defter Değeri	Faiz ve Vergiler Öncesi Kazanç
Mann-Whitney U	12,000	19,000	16,000	9,500	22,000
Z	-2,248	-1,592	-2,017	-2,270	-1,311
P değeri	,025	,111	,044	,023	,190

5. SONUÇ

Günümüzde sosyal medya araçları şirketlerden tüketicilere tek yönlü bir akış olmaktan öteye geçmiş, şirketlerin tüketicilerine kulak verdiği, ilgilendiği ve cevap verdiği bir alana dönüşmüştür. Bu gelişmelerin Borsa İstanbul’da yer alan gıda içecek şirketlerindeki yansımaları incelendiği bu çalışmada, şirketlerin Facebook, Twitter ve Youtube sosyal medya araçlarından en çok Facebook’ta hesap açtıkları belirlenmiştir. Şirketler paylaşım yapmada ise Twitter’ı diğer araçlara tercih ettikleri görülmüştür. Finansal değişkenler bağlamında sosyal medya araçlarını aktif kullanma durumlarına göre şirketlerin farklılıkları incelendiğinde ise, Youtube’ u aktif kullanan şirketlerin aktif

kullanmayanlardan net gelir, şirket piyasa değeri ve piyasa değeri/ defter değeri açısından farklılaştığı ortaya çıkmıştır. Elde edilen sonuçlara göre, ele alınan bir yıllık dönemde piyasa değeri ve karlılığı yüksek şirketlerin Youtube sosyal medya aracını daha çok kullandığı belirlenmiştir.

KAYNAKLAR

- BRUNNERMEIR, M.K. (2001), *Asset Pricing Under Asymmetric Information*, New York. Oxford University Pres.
- DİYADİN, A. ÖZDİL, T. (2017), “Krizlerle Baş Etmede Sosyal Medyanın Yeri ve Önemi”, *Ege Akademik Bakış*, Cilt:17, Sayı:3, ss.407-418.
- GRUNNER, R. H. (2002), Corporate Disclosure: The Key to Restoring Investor Confidence, *Strategic Investor Relations*, Summer 2002, pp.1-4.
- HEATH, R.L. COOMBS, T.W. (2006), *Today's Public Relations*. USA: Sage.
- HOCKERTS, K., MOIR, L. (2004), Communicating Corporate Responsibility to Investors: The Changing Role of The Investor Relations Function”. *Journal of Business Ethics*, 52.
- SIETEL, F. P. (2004). *The Practise of Public Relations*. New Jersey: Prentice Hall.
- THEAKER, A. (2006). *Halkla İlişkilerin El Kitabı*. Çeviren : Murat Yaz, MediaCat Yayınları, İstanbul.

DENETÇİ GİRİŞİMCİLİĞİNİN DENETİM SORUMLULUĞU KAYIRMACILIK VE DENETÇİ BAĞIMSIZLIĞI ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

Doç.Dr. Rahmi YÜCEL

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü,
yucel_r@ibu.edu.tr

Öğr. Gör. Derya YÜCEL

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Mudurnu Süreyya Astarıcı MYO, Yönetim Organizasyon
Bölümü,
deryayucel@ibu.edu.tr

Özet

İşletme yönetiminin finansal tablolarda sunduğu bilgilerin, iddia ve beyanlarının, önceden belirlenmiş ölçütlerle karşılaştırılarak doğruluğu hakkında kanıya ulaşmaya çalışan muhasebe denetiminde denetçi davranışlarını anlamak, denetim başarısı için her geçen gün daha da önem kazanmaktadır. Bağımsız denetimin uygulama alanının giderek yaygınlaşmasının da etkisiyle denetim sürecinde yer alan denetçilerin davranışlarının anlaşılması önemli hale gelmiştir. Özellikle denetim firmalarının yeni müşteriler bulmasında denetçilerin girişimci özellikleri ön plana çıkmaktadır. Bu kapsamda hazırlanan çalışmada muhasebe denetiminde yer almış denetçilerin girişimci özelliklerinin müşterilerine karşı sorumluluk ve müşterilerini kayırma algıları ile bağımsızlık algıları üzerinde ne tür etkileri olduğunun incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışma Marmara bölgesinde yer alan 223 denetçiden anket aracılığıyla toplanan verilerin yapısal eşitlik analizi ile incelenmesi yoluyla elde edilen bulguları içermektedir. Bulgulara göre denetçilerin girişimci özelliklerindeki artış müşterilere karşı sorumluluk algıları üzerinde artışa neden olurken kayırmacılık eğilimlerini negatif etkilemektedir. Bunun yanında müşteriye karşı sorumluluk algısındaki artış kayırmacılık eğilimini pozitif etkilemektedir. Denetçi bağımsızlığı ise kayırmacılık eğilimi ile ters yönlü anlamlı bir ilişkiye sahiptir. Yani kayırmacılık eğilimleri artan denetçilerin bağımsızlık algıları azalmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Denetçi girişimciliği, denetçi sorumluluğu, kayırmacılık, denetçi bağımsızlığı.
JEL Kodları: M40, M42, M49

THE EFFECTS OF AUDITOR ENTREPRENEURSHIP ON AUDIT RESPONSIBILITY, FAVORITISM AND AUDITOR INDEPENDENCE

Abstract

Understanding the auditor's behavior in accounting audits that try to reach the opinion about the accuracy of the information, claims and declarations presented by the management in comparison with the predetermined criteria becomes more and more important for the success of the audit. Under the influence of the widespread application of independent auditing, understanding the behavior of auditors involved in the audit process has become important. Entrepreneurial characteristics of auditors come to the forefront especially in finding new customers for audit firms. In this study, it is aimed to examine the effects of the entrepreneurial characteristics of the auditors involved in accounting management on their perceptions of responsibility and favoritism and independence perceptions. The study includes the findings obtained from the data collected from 223 auditors in the Marmara region through a questionnaire. According to the findings, the increase in the entrepreneurial characteristics of the auditors leads to an increase in the perception of responsibility towards customers while negatively affecting favoritism tendencies. Furthermore, the increase in the perception of responsibility towards the customer positively affects the tendency to favoritism. Auditor independence, on the other hand, has a negative correlation with favoritism tendency. In other words, the tendency of favoritism increased and perceptions of independence of auditors decreased.

Keywords: Auditor entrepreneurship, auditor responsibility, favoritism, auditor independence.
JEL Codes: M40, M42, M49

1. GİRİŞ

Muhasebe denetimi, belli bir ekonomik birim veya döneme ait rakamlarla ifade edilebilir bilgilerin önceden tespit edilmiş kıstaslarla uygunluk derecesini belirlemek ve bu konuda bir rapor vermek amacıyla bağımsız bir uzman tarafından yapılan delil toplama ve değerlendirme sürecidir (Gürbüz, 1995; 5). Bu süreç içerisinde muhasebe, işletme ile ilgilenen başta işletme sahip ve yöneticileri olmak üzere, ortaklara, borç verenlere, çalışanlara, devlet ve topluma pek çok anlamlı bilgiler üretir. Toplumu oluşturan bireylerin refahları, devlet ve onu oluşturan kurumların ve bu arada işletmelerin ekonomik davranışlarıyla yakından ilgilidir (Bakır,2005; 4).

Günümüz değişen koşullarında işletmeler kâr maksimizasyonlarını arttırabilmek için çeşitli yollara başvurabilmektedirler, bu davranışlar her zaman belirlenen kurallar çerçevesinde olmadığı gibi, birçok düzenlemeyi de yok sayabilmektedir. Kuralların kişi ve kurumların kendi menfaatleri doğrultusunda farklı yorumlanarak esnetilmesi denetimin önemini arttırmaktadır. Bu tür davranışlar ve kurallara itaatsizlik sonucunda, yatırımcılar, firma ortakları, finans kurumları, devlet gibi bilgi kullanıcıları yanlış yönlendirilmekte ve gerçek durumdan habersiz bırakılmaktadırlar. Bu açıdan yaşanan olumsuz örneklerin artması denetim işlemini önemli bir noktaya getirdiği gibi denetçilere de büyük sorumluluklar yüklemektedir. Denetçilerin, gerekli mesleki bilgi ve tecrübeye sahip olan, bağımsız, dürüst ve sorumluluk sahibi kişiler olmaları ve davranışlar sergilemeleri beklenmektedir. Bu unsurları taşımayan veya kendi kişisel menfaatleri doğrultusunda çığneyebilen kişiler, iş ahlakı ve kuralları da hiçe sayıp toplum zararına hareket ederek, denetim görevini kötüye kullanmış olur.

Wolf (1981: 861) tarafından yapılan araştırmada muhasebe denetim firmalarındaki yöneticilerin iş ve yönetim açısından, denetim işinin niteliğini yönlendirdikleri ve denetim işlemlerinin nasıl yapılacağını belirledikleri raporlanmıştır.

Bu noktadan hareketle tasarlanan ve bağımsız denetim sürecinde yer alan denetçiler üzerinde odaklanan bu çalışmada bağımsız denetçilerin girişimcilik düzeylerinin, sorumluluk, kayırmacılık ve bağımsızlık algılarına olan etkileri incelenmektedir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Denetim, en kapsamlı haliyle bir örgütün faaliyetlerine ve olgularına ilişkin açıklanan bilgilerin önceden ortaya konan kriterlere uygunluk derecesini belirlemek ve raporlamak amacıyla ekonomik faaliyetlere ve olaylara ilişkin bilgilerle ilgili kayıtların toplanması, değerlendirilmesi ve sonucunda bilgi kullanıcılarına raporlanması sürecidir (Arens ve Loebbecke, 1991).

Denetimin örgütsel yaşama iki önemli etkisi vardır. Bunlardan ilki denetimin varlığının çalışanların davranışlarında sürekli olarak düzeltici bir etkiye sahip olması. İkincisi de, denetim raporu sonucunda belirtilen hata ve eksikliklerin giderilmesi için gerçekleştirilen düzeltmelerin işletme açısından sürekli iyileşme sağlamasıdır (Ertekin, 1998: 497).

Bu nedenle denetçilerin, “denetim faaliyetlerini sürdüren, yeterli mesleki bilgi ve deneyime sahip olan, bağımsız, gerekli ahlaki nitelikleri taşıyan ve çalışmalarında yeterli özeni gösteren kişiler” olarak faaliyet göstermeleri beklenir (Güredin, 2008).

Son 20 yıl içerisinde yaşanan ekonomik ve yasal gelişme ve değişimler iç ve bağımsız dış denetimi gün geçtikçe önemli ve daha aktif hale getirirken denetçilerin de davranış ve sorumluluk alanlarını önemli şekilde etkilemiştir. Özellikle bir bağımsız denetim firmasına bağlı çalışan denetçilerin denetledikleri firma, toplum ve bağlı oldukları denetim firmaları açısından taşıdıkları rol ve sorumlulukların farklılaşması bazı davranışsal çatışmalar yaşamalarını kaçınılmaz hale getirmektedir. Örneğin denetim kalitesi ve standartlarının eksiksiz uygulanması mesleki gereklilikleri ile denetlenen müşteri firmanın istek ve beklentilerinin farklılaşması durumunda açık bir rol çatışması yaşanmakta müşteri kaybetme kaygısı denetçiye müşteriye kayırma eğilimi göstermeye itebilmektedir.

2.1. Girişimcilik ve Denetçi Girişimciliği

Girişimcilik kavramı günümüzde çeşitli faktörlerin etkisiyle küresel bazda araştırılan temel konularından biri olmaya devam etmektedir. Ülke ekonomisini canlandırma ve istihdam yaratmada adeta bir katalizör görevi gören girişimcilik aynı zamanda teknolojik gelişimi sağlayan, ürün ve pazar inovasyon sürecine katkıda bulunan önemli bir kavramdır. Bu nedenledir ki girişimcilik gelişmekte olan ülkeler için ekonomik kalkınma, istihdam ve sosyal uyum noktasında ayrıcalıklı bir değere sahiptir. Ancak her ne kadar girişimcilik yukarıdaki bahsettiğimiz katkılarından dolayı devlet politikaları tarafından desteklenen bir kültür olsa da ülkemizde henüz istenilen seviyeye ulaşmış değildir (Gürol ve Atsan,2006: 25-26).

Literatürde girişimcilik farklı bakış açılarıyla incelenmiş olup; ekonomik işlevsellik, girişimci kişilik özellikleri ve davranışsal bakış açılarıyla kavramsallaştırılmaya çalışılmıştır. Girişimcilik teorisi ilk olarak ekonomi alanında kavramsallaştırılmış ve girişimcinin çevresiyle olan etkileşimi ele alınarak mevcut duruma cevap vermesinin yanı sıra fırsatların takibi ve yaratılması olarak incelenmiştir. Daha sonraki araştırmalarda ise girişimcilik girişimci özellikleri itibariyle kavramsallaştırılmaya çalışılmıştır. Bu bakış açısının temelinde yatan düşünce ise bireylerin kendine özgü, değişmeyen ve kalıcı kişilik özelliklerine sahip olduğu varsayımdır. Son olarak Gartner tarafından 1985 yılında önerilen ve girişimciliği daha kapsamlı bir şekilde ele alan davranışsal bakış açısı, girişimci kişilik özelliklerini davranışa yardımcı bir unsur olarak görmektedir ve önemli olan noktanın fırsatların takip edilmesi ve yaratılmasında gerekli olan davranış ve faaliyetlerin gösterilmesi olduğuna değinmiştir (Cope,2005: 373-375).

Girişimcilikle ilgili bu farklı bakış açıları girişimcinin özelliklerinin tanımlanması noktasında da birçok özelliğin kavramsallaştırılmasına neden olmuştur. Literatürde çok çeşitli çalışmalarla ele alınan bu girişimci özellikleri belirsizlik toleransı, başarı ihtiyacı, iç kontrol odağı, risk alma, pragmatizm, açık fikirlilik, meydan okuma, vizyoner olma, özgüven ve yenilikçilik şeklinde özetlenebilir (Gürol ve Atsan,2006: 28-30; Salamzadeh ve ark., 2014: 168-171).

Bağımsız denetim sektöründe faaliyet gösteren denetim firmaları için durum aynıdır. Zira firma kurucu-ortak-denetçileri bir yandan denetim sürecindeki görevlerini yerine getirirken diğer yandan bir girişimci olarak diğer firmalarda gözlemlediğimiz temel özellikleri sergilemekten geri kalmazlar. Denetim firmalarında ilave olarak müşteriyle yüz yüze ve çoğu kez müşterinin fiziki mekanında gerçekleşen bir hizmet sunumu söz konusu olduğundan denetçilerin sergiledikleri girişimsel özellikler doğrudan denetim firması ile mevcut ve gelecekteki denetim süreçleri üzerinde doğrudan etkilidir. Zira denetçiler sergileyecekleri yenilikçi ve vizyoner davranışları ile denetledikleri firmalara yönetim danışmanlığı gibi ilave hizmetler satabilir, sorunlarını belirleyerek çözüm önerileri sunabilir, teknik yeterliliği ve uzmanlığını kullanarak denetim firmalarına yeni müşteriler kazandırabilirler.

Bu durum girişimsel özellikleri yüksek olan bir denetçinin başarı ihtiyacı ve iç kontrol odağı nedeni ile mesleki sorumluluğunun da yüksek olması sonucunu doğuracaktır. Girişimci bireylerin iç kontrol odağı yüksek bireyler olduğuna kabul edilir. İç kontrol odaklı olan bireyler, yaşamlarındaki olayları ve sonuçları kişisel olarak kontrol ettiklerine inanır (Riipinen, 1994; Koh, 1996; Hansemark, 1998). Yeni fırsatlar arayan ve yenilikçi bir tavır alan girişimcilerin de yaşamlarındaki olayları kontrol etme kabiliyetine sahip olmaları veya bir başka deyişle, iç kontrol odağına sahip olmaları beklenmektedir. Bu durum girişimcilik özellikleri yüksek denetçilerin diğerlerine göre sorumluluk algılarının da daha yüksek olmasına sebep olur.

Bir başka girişimci özelliği olan başarı ihtiyacı ise geleneksel tanımına göre, kişiyi başarı ve mükemmellik için mücadele etmeye iten güçtür (Sagie ve Elizur, 1999). Birşeyi elde etmek için güçlü bir ihtiyacı olan bireyler, sorunları kendileri çözmek, hedefleri belirlemek ve bu hedefler için çaba sarf etmek suretiyle çabalamak, zorlu görevlerde daha yüksek performans sergilemek ve yeni ve daha iyi yollar aramak anlamında yenilikçi olmak isteyenler arasındadır. Bu nedenle başarı ihtiyacı yüksek bireylerin denetim sürecinde zoru başarmayı ve sorunlara kendi çözüm yolları ile ulaşmayı tercih etmesi ve istemesi doğaldır. Bu nedenle bu tür bireyler denetim sürecinde bir taraftan kendilerini daha fazla sorumlu hissederken diğer taraftan ise denetledikleri firmada ortaya çıkacak sorunları tespit edip

çözmeye çalışacaklarından, diğer bir ifade ile sorunları görmezden gelip üstünü kapatmayı tercih etmeyeceklerinden müşteriye kayırma eğilimleri diğer denetçilere göre düşük olacaktır.

- H₁: Denetçinin girişimci özellikleri arttıkça sorumluluk algısı artar.*
H₂: Denetçinin girişimci özellikleri arttıkça kayırmacılık eğilimi azalır.

2.2. Bağımsızlık, Sorumluluk ve Kayırmacılık

Amerika Sertifikalı Kamu Muhasebecileri Enstitüsü (American Institute of Certified Public Accountants-AICPA) tarafından hazırlanan bağımsızlık standartları ile ilgili çalışmanın 4. maddesinde bağımsızlık tanımı iki gruba ayrılmıştır bunlar “düşünsel bağımsızlık” ile “dışsal bağımsızlık” tır. 4/b maddesine göre düşünsel bağımsızlık; “mesleki karara gölge düşürecek bir nüfuzun etkisinde kalmaksızın hizmetin yerine getirilmesini sağlayan, dürüstlük, nesnellik ve mesleki kuşkuculukla davranılmasına izin veren bir durumdur”. Dışsal bağımsızlık ise; “ilgili bütün enformasyona sahip makul ve bilgili üçüncü kişinin, bir firmanın, bir denetim ekibinin doğruluk, dürüstlük veya mesleki kuşkuculuğunun zarar gördüğü sonucuna rahatlıkla ulaşacağı, önemli şart ve durumlardan kaçınılmasıdır”.

EFAA tarafından hazırlanan çalışmada ise denetçinin bağımsızlığı, mesleki dürüstlük, nesnellik, düşünsel dürüstlük, menfaat çatışmalarından uzak durma, mesleki yetenek ve doğru sözlü olmak gibi birçok önemli kavramı kapsayan bir üst kavram olarak tanımlanmıştır. Bağımsızlık, denetçinin denetim hizmetini, müşteri firmanın baskısı altında olmadan yerine getirmesinin ön koşuludur. Bu bağlamda; denetimin kapsamı, elde edilecek kanıtların sayısı ve niteliği denetçi tarafından belirlenecektir. Dolayısıyla, gerek denetim esnasında elde edilecek kanıtlara gerekse de denetim sonunda düzenlenecek denetim raporuna ilişkin müşteri firmadan kaynaklanan bir sınırlama söz konusu ise ve bu sınırlama denetimin etkin bir biçimde tamamlanmasına engel oluştuyorsa, denetçinin bağımsızlığından söz edilemez (Akışık, 2002: 3).

Denetim hizmetlerinin kalitesini oluşturan etkenlerin arasında denetçinin bilgi deneyim ve yeteneği kadar bağımsızlığı da önemli bir yere sahiptir (Mednick ve Previts, 1987:24). Müşteri firmaya karşı bağımsız olmayan denetçilerin denetçi olarak nitelenemeyeceği belirtilmektedir (Craig, 1999). Buna karşı denetim şirketinin büyüklüğü, denetim şirketleri arasındaki rekabet, denetim şirketinin müşteriye olan ihtiyacı, denetim ücreti, denetim şirketi tarafından müşteriye yönetim danışmanlığı sağlanması ve denetim komitesinin varlığı gibi faktörler denetçinin bağımsızlığı üzerinde etkili olmaktadır (Ercan, 2017)

Bu nedenle sorumluluk sahibi bir denetçi tanımla verilen bilgi, deneyim, yetenek ve bağımsızlık faktörlerini bir arada tutabilen, işine, kendisine ve denetim sonucunda etkilenecek tüm kişi ve kurumlara saygı duyan ve işini hakkıyla yapmak için emek gösteren kişidir. Denetçi açısından bunu sağlıklı şekilde yapabilmenin yolu denetimden etkileneceği çıkar çevrelerinden bağımsız hareket edebilmesiyle yakından ilgilidir. Bağımsızlık, bir denetçinin sahip olması gereken en önemli unsurların başında gelir. Bağımsızlık, “bulunduğu koşullara bakmaksızın, icra ettiği mesleğin kendisine yüklediği sorumluluklarının bilincinde, vicdani değerleri ve kamuya karşı sorumluluğu her zaman için şahsi menfaatlerinin önünde tutarak çalışmak” (Ercan, 2017:265) şeklinde tanımlanabilir.

Bağımsızlık olgusu bu sebeple denetçinin denetlediği firma veya çıkar çevrelerine karşı hissettiği sorumluluktan da etkilenir. Zira bu sorumluluk algısını doğuran denetim faaliyetlerinin temelinde denetçinin ekonomik ve sosyal refahını koruma çabası da önemli bir belirleyicidir. Mevcut ekonomik ve sosyal refahını sürdürme eğilimi denetçinin denetim firmasını bunun için de müşterisini koruma ve gözetme eğilimi sergilemesine ve bu noktada daha sorumlu hissetmesine neden olur ki bu da bağımsızlığını giderek azaltır.

- H₃: Denetçinin sorumluluk algısı arttıkça bağımsızlığı azalır.*

Sorumluluk algısı yüksek olan bireyler işi olması gerektiği gibi yapmaya çalışırlar. Sorumluluk duygusuna sahip kişilerde yaptığı işe değer vermek önemlidir, bu sebeple denetimde hata/hilelerin

tespiti ve mali tabloların doğru bilgi içermesini sağlama eğiliminde olurlar. Tam tersi bir yapıya sahip olan kişiler ise hata/hileli işlemlerin zararı olup olmayacağını umursamayarak böyle durumlara göz yumabilirler. Bu bağlamda denetçinin sahip olduğu mesleki sorumluluk düzeyi ekonomik ve sosyal refahını koruma çabası ile çelişebilir. Denetim işlevi kapsamında ele alındığında mesleki sorumluluğu olan denetçi hem bağlı olduğu denetim firmasının çıkarlarını gözetme hem de bu çıkarlara bağlı olarak denetlediği firmayı elde tutup sürdürülebilir bir denetim geliri elde etmeyi amaçlayan davranışsal bir sürecin içerisinde girebilir. Bu durumda sorumluluk algısı yüksek olan birey denetim firmasının da zarar görmemesi ve müşteri kaybına uğramaması için müşteriyi koruma/kayıma eğilimleri sergileyebilir. Denetim ve denetlenen firmayla ilgili ortaya çıkan bu sorumluluk hissi denetlenen firma için objektiflikten uzaklaşılmasına neden olur. Ortaya çıkan bu durumda müşterinin kayırılması denetçilerin denetim işlevine atfettikleri önemin yüksek olması ve bu nedenle kayırma gereği duymalarıyla ilgilidir.

Kayırmacılık Türk Dil Kurumu Sözlüğünde "belli bir birey, küme, düşünce ya da uygulamayı, bir başkasıyla karşılaştırıp aralarında bir seçim yapmak gerektiğinde nesnellikten uzaklaşıp yan tutma" olarak açıklanmaktadır. Örgütsel anlamda kayırmacılık ise kendini akrabalık (nepotizm), tanıdık-eş dost (kronizm) veya yandaş (klijentalizm) ilişkilerine dayalı kayırmacılık şekillerinde gösterir. Her bir durumda nesnellikten uzaklaşıp ilgili grubun lehine olacak şekilde bir yan tutma söz konusu olur.

Kişilerin belli bir görevi yerine getirmeleri sırasında nesnellikten uzaklaşıp yan tutmaları kendi açılarından ahlaki bir zaafa, toplumsal açıdan ise rüşvet ve kayırmacılığı besleyen bir olguya işaret etmektedir (İyışleroğlu, 2006). Kayırmacılık olgusu ve bunun sonucu ortaya çıkan, adil olmaktan uzak başarı değerlendirmeleri, ücret politikalarındaki eşitsizlikler, işe alma sürecindeki haksızlıklar, terfi ve diğer tüm işlemlerdeki kayırmacı, dengesiz ve adaletsiz yapı kişiler üzerinde yoğun bir stres oluşturur (Büte, 2011: 176).

Bu tür kaygı ve stres artışları da denetçilerin kendilerini bağlı hissettikleri çevrelere karşı duydukları sorumluluk algısında bir artışa neden olacaktır. Denetimle ilgili yüksek sorumluluk düzeyine sahip olan bireyler sorumlu oldukları yöneticiler ve ortaklar gibi üçüncü kişilere karşı kendilerini daha fazla baskı altında hissettikleri için kayırmacılık eğilimlerinde artış yaşanır.

H4: Denetçinin mesleki sorumluluk algısı arttıkça kayırmacılık eğilimi artar.

Rekabet koşulları içerisinde faaliyetini devam ettirmek isteyen bağımsız denetim firmaları ve denetçiler, müşteri kaybetme riskini ve maddi kaygılarını göz ardı ederek, yayınladığı denetim raporlarında tam bağımsız olarak hareket edememektedirler. Bu açıdan kayırmacılığın var olduğu bir durumda da, denetim işlemini gerçekleştirecek meslek mensubu kendisini karşıdaki kişiye karşı sorumlu ve bağımlı hissedecek ve bu durumda bağımsızlığı zedelenerek negatif etkilenecektir.

H5: Denetçinin kayırmacılık eğilimi arttıkça bağımsızlık azalır.

3. MATERYAL VE METOD

3.1. Yöntem, Ana Kütle ve Örneklem

Bu kapsamda hazırlanan çalışmada muhasebe denetiminde yer almış denetçilerin girişimci özelliklerinin müşterilerine karşı sorumluluk ve müşterilerini kayırma algıları ile bağımsızlık algıları üzerinde ne tür etkileri olduğunun incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışma Marmara bölgesinde yer alan 223 denetçiden anket aracılığıyla toplanan verilerin yapısal eşitlik analizi ile incelenmesi yoluyla elde edilen bulguları içermektedir.

3.2. Değişkenler ve Veri

Bu çalışma da veri toplamak için hazırlanan anket formunda sorulan soruları (değişkenleri) ölçmek için, literatür çalışması ve uzman görüşleri ile geliştirilen ölçeklerden faydalanılmıştır. Bu kapsamda sorumluluk algısının ölçümünde Desiro ve Baldacchino (2005)'ün 10 soru, bağımsızlık algısının ölçümünde ise Gendron, Suddaby ve Lam (2006)'ın 7 sorudan oluşan ölçeği kullanılmıştır. Kayırmacılık ve denetçi girişimciliği ise literatürdeki çalışmalarda yapılan incelemeler ve alanında uzman denetçilerle yapılan görüşmeler ışığında geliştirilen ölçekler yardımı ile ölçülmüştür. Geliştirilen ölçeklere ilişkin ifadeler aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Tablo 1: Denetçi Girişimciliği ve Kayırmacılık Ölçekleri

Denetçi Girişimciliği
Mevcut müşterilere ilave hizmetler satmak gerekir.
Coğrafi olarak mobil olmak gerekir.
Teknik yeterliliğini ortaya koymak gerekir.
Ek sorumluluklar üstlenmek gerekir.
Müşterilere yönetsel tavsiye ve hizmetler sunmak gerekir.
Sorunları belirleme yeteneği sergilemek gerekir.
Yeni müşteriler kazandırmak gerekir.
Belli bir uzmanlık alanındaki teknik yeteneğini geliştirmek gerekir.
Müşterilerin bireysel ihtiyaçlarına adapte olmak gerekir.
Kayırmacılık Eğilimi
Yüksek denetim ücreti ödeyen firmaların denetiminde esnek davranmak gerekir.
Büyük ve ünlü firmaların denetiminde çok katı olmamak gerekir.
Akraba ve tanıdıklar aracılığı ile ayarlanan denetim işlerinde çok katı davranmamak gerekir.
Büyük firmalara ulaşmayı sağlayacak küçük firmaların denetiminde esnek olmak gerekir.
Denetlenen firma tatminkâr düzeyde vergi vermiş ise denetimde esnek olmak gerekir.
İyi örgüt yapısı ve iç denetim mekanizması olan firmaların denetiminde esnek olmak gerekir.
Tatminkar denetim ücreti ödeyen firmaların sıkı denetlenmesi gerekir.

3.3. Bulgular

3.3.1. Demografik Bulgular

Katılımcılar ve katılımcıların mesleki deneyimleriyle ilgili demografik özellikteki sorulara verilen yanıtlar Tablo 1'de özetlenmiştir.

Tablo 1: Demografik Değişkenlere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

	Frekans	Yüzde (%)	Birikimli Yüzde (%)
Cinsiyet			
Kadın	39	18.93	18.93
Erkek	167	81.07	100
Yaş			
30 ve altı	26	12.68	12.68
31-40	52	25.37	38.05
41-50	59	28.78	66.83
51-60	43	20.97	87.8
61 ve üstü	25	12.2	100
Eğitim Durumu			
Önlisans ve Altı	8	4.15	4.15
Lisans	153	79.27	83.42
Yükseklisans	30	15.54	98.96
Doktora	2	1.04	100
İş Tecrubesi			
10 ve altı	63	33.87	33.87
11-20	51	27.42	61.29
21-30	39	20.97	82.26
30 ve üstü	33	17.74	100

Bulgular incelendiğinde anket katılımcılarının %67'lik büyük bir kesiminin 30-50 yaş aralığında 10 yıl ve üstü deneyime sahip katılımcılardan oluştuğu görülmektedir. Ayrıca %96'lık kesiminin de lisans ve üstü eğitim düzeyine sahip olduğu görülmektedir. Katılımcıların %81 gibi önemli bir kesiminin erkeklerden oluştuğu dikkat çekmektedir.

3.3.2. Faktör ve Güvenilirlik Analizleri

Faktör analizinde ölçeklerin daha önce kullanılmış olması nedeni ile doğrulayıcı faktör analizi ön plana çıksa da Türkiye için ilgili değişken ve ölçeklerin geçerlilik güvenilirliklerine ışık tutmak için iç tutarlılık geçerliliğinin yanı sıra yapı ve yakınsak geçerlilikleri de incelenmiştir. Birinci aşama doğrulayıcı faktör analizi bulgularında 0,30 ve altında yüklenme katsayısına sahip ve birden çok faktörle ilişkisi olan hız1 ve maliyet etlinliği6 nolu değişkenler analiz dışında bırakılmıştır. Daha sonra elde edilen ikinci aşama faktör analizi sonuçları aşağıdaki tabloda sunulmuştur. Bulgular faktör yüklenmeleri ve geçerliliklerinin kabul edilebilir sınırların çok üstünde olduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 2: Faktör ve güvenilirlik analizi sonuçları.

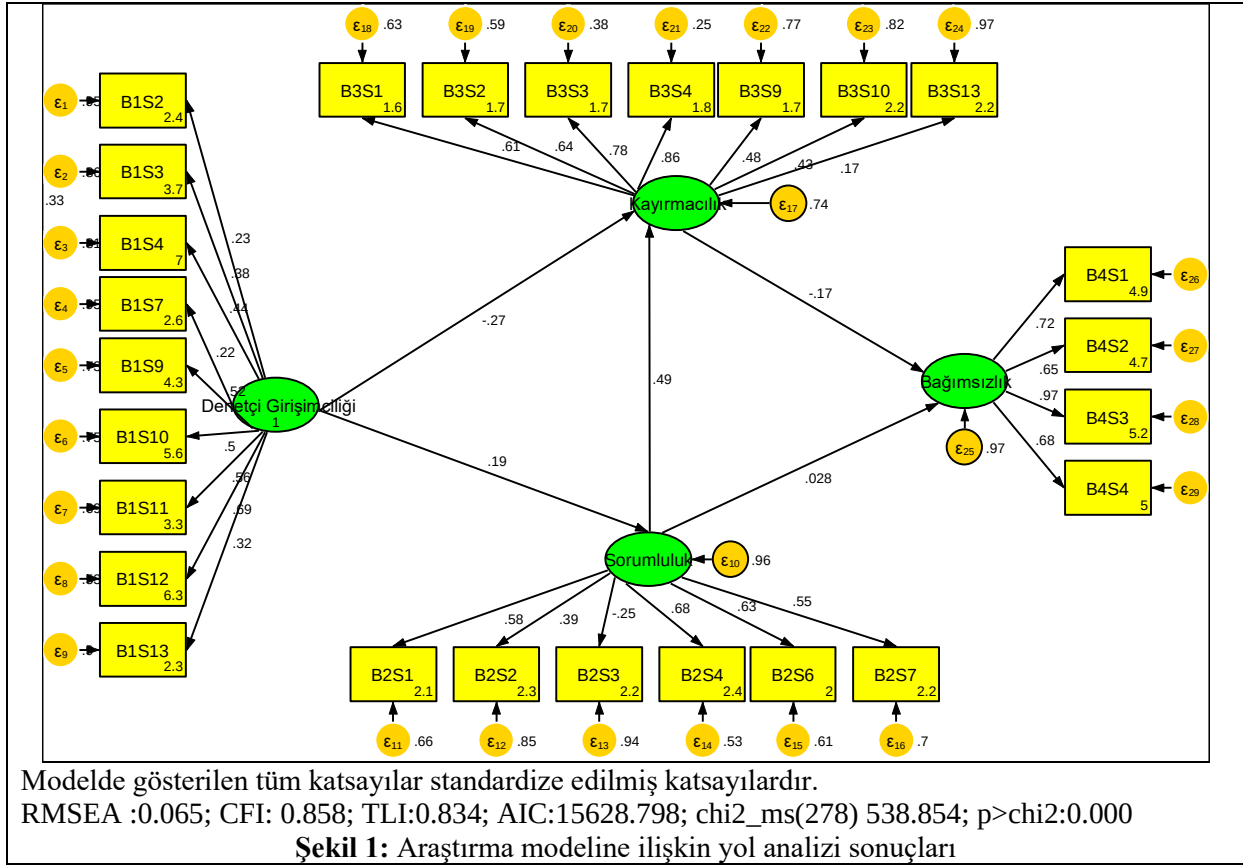
Değişken	Faktör	Std. Bi*	Std.Hata	Z	P	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
B1S2 <-	Denetçi Girişimciliği	1.0000	(constrained)			0.678	0.576
B1S3 <-	Denetçi Girişimciliği	1.3146	.4800964	2.74	0.006		
B1S4 <-	Denetçi Girişimciliği	0.9613	.3729172	2.58	0.010		
B1S7 <-	Denetçi Girişimciliği	0.8896	.4321303	2.06	0.040		
B1S9 <-	Denetçi Girişimciliği	1.6720	.5958042	2.81	0.005		
B1S10 <-	Denetçi Girişimciliği	1.3146	.4866143	2.70	0.007		
B1S11 <-	Denetçi Girişimciliği	2.1429	.7263203	2.95	0.003		
B1S12 <-	Denetçi Girişimciliği	1.6250	.5844745	2.78	0.005		
B1S13 <-	Denetçi Girişimciliği	1.4058	.5860868	2.40	0.016		
B2S1 <-	Sorumluluk	1.0000	(constrained)			0.549	0.731
B2S2 <-	Sorumluluk	0.6586	.1352029	4.87	0.000		
B2S3 <-	Sorumluluk	-0.4045	.1403685	-2.88	0.004		
B2S4 <-	Sorumluluk	1.0506	.1641311	6.40	0.000		
B2S6 <-	Sorumluluk	1.0019	.1611451	6.22	0.000		
B2S7 <-	Sorumluluk	0.8735	.1523116	5.73	0.000		
B3S1 <-	Kayırmacılık	1.0000	(constrained)			0.802	0.852
B3S2 <-	Kayırmacılık	1.0533	.1065844	9.88	0.000		
B3S3 <-	Kayırmacılık	1.2067	.1216167	9.92	0.000		
B3S4 <-	Kayırmacılık	1.3555	.1769625	7.66	0.000		
B3S9 <-	Kayırmacılık	0.9560	.1624155	5.89	0.000		
B3S10 <-	Kayırmacılık	0.8505	.161663	5.26	0.000		
B3S13 <-	Kayırmacılık	0.3609	.1637366	2.20	0.028		
B4S1 <-	Bağımsızlık	1.0000	(constrained)			0.868	0.899
B4S2 <-	Bağımsızlık	0.9507	.0666155	14.27	0.000		
B4S3 <-	Bağımsızlık	1.2429	.1198411	10.37	0.000		
B4S4 <-	Bağımsızlık	0.8999	.090473	9.95	0.000		

* Standardize edilmiş yüklenme katsayıları.

Faktör analizi yapılan değişkenlerin güvenilirlik analizi sonucunda elde edilen Cronbach Alfa değerlerinin 0,70'e yakın ve üstünde olması anket ve değişkenlerin kabul edilebilir ve yüksek iç tutarlılık güvenilirliğine sahip olduğunu göstermektedir. Ayrıca değişkenlerin yapısal geçerliliğini test etmek için hesaplanan Birleşik Güvenirlik (Composite Reliability) değerleri genelde 0,70 ve üzerinde değerler alırken, geliştirilen ve ilk kez uygulanan denetçi girişimciliği değişkeninde bu değerler %70'e yakın ve %50'nin üstünde sonuçlar vermiştir. Kayırmacılık ölçeğinde ise her iki değer de %80 üstünde sonuç vererek yüksek geçerliliğin varlığını ortaya koymaktadır.

3.3.2. Değişkenler Arası İlişkilerin Yol Analizi

Araştırmanın kapsamında ele alınan değişkenler arasındaki ilişkilerin incelenmesinde yapısal yol analizinden yararlanılmıştır. Yapılan analiz sonucunda elde edilen bulgular Şekil 1'de görülmektedir.



Şekil 1'de yer alan sonuçlar dikkate alındığında denetçi girişimciliği ile kayırmacılık eğilimi arasında negatif, sorumluluk algısı arasında ise pozitif anlamlı bir ilişkinin varlığı gözlenmektedir. Sorumluluk algısı yüksek olan denetçilerin kayırmacılık eğilimlerinde artı meydana gelirken sorumluluğun bağımsızlık üzerinde doğrudan bir etkisi gözlenmemiştir. Çalışmada ayrıca kayırmacılık eğilimi ile denetçi bağımsızlığı arasında da negatif anlamlı bir ilişki ortaya çıkmıştır.

Tablo 3: Yol Katsayıları ve Anlamlılık Düzeyleri

Yapısal Eşitlik		Std.Katsayı	Std. Hata	z	P
Sorumluluk <-	Denetçi Girişimciliği	0.1884	0.0913	2.06	0.039
Kayırmacılık <-	Sorumluluk	0.4855	0.0778	6.24	0.000
	Denetçi Girişimciliği	-0.2718	0.0817	-3.32	0.008
Bağımsızlık <-	Sorumluluk	0.0282	0.0958	0.29	0.768
	Kayırmacılık	-0.1721	0.0879	-1.95	0.050

Tabloda elde edilen sonuçlar ışığında H₁ hipotezi %5, H₂, H₄ ve H₅ hipotezleri %1 düzeyinde anlamlı olup kabul edilirken H₃ hipotezi reddedilmiştir.

4. SONUÇ

Muhasebe denetiminde denetçilerin girişimci özelliklerinin denetim işlevindeki etkilerinin incelendiği bu çalışmada elde edilen bulgular denetçi girişimciliğinin denetim sürecinde önemli bir olgu olduğunu ortaya koymaktadır. Elde edilen sonuçlar denetçilerin girişimci özelliklerinin denetim sürecinde kayırmacılığı doğrudan azaltırken, denetçi sorumluluğunu pozitif etkilediğini ortaya koymaktadır. Ayrıca denetim sorumluluğu yüksek olan denetçilerin denetlenen firmayı kaybetmeme ve müşteri

kaybına uğrayarak refah kaybı yaşama gibi kaygılar nedeni ile müşteri firmayı kayırma eğilimlerinin arttığı gözlenmiştir. Bu durum denetçi girişimciliğinin bir taraftan kayırmacılığı doğrudan azaltan bir etkiye sahipken diğer taraftan ise sorumluluğu pozitif etkileyerek kayırmacılık eğiliminin artmasına neden olduğu anlamına gelmektedir. Denetlenen firmanın yüksek denetim ücreti ödemesi, büyük ve ünlü bir firma olması, akraba ve tanıdıklar aracılığı ile bulunması, iyi denetim ücreti ödemesi gibi nedenlerle kayırılması denetçinin gerçeğe uygun olmayan davranış sergilemesine sebep olur. Bu nedenle kayırmacılık eğilimleri yüksek olan denetçilerin bağımsızlık algılarının düşük olması beklenen bir durumdur. Bu durum H₅ hipotezi ile de deneysel olarak doğrulanmıştır. Diğer taraftan sorumluluk düzeyi ile bağımsızlık arasında herhangi bir anlamlı ilişkiye rastlanmamıştır.

5. TARTIŞMA

Çalışmadan elde edilen bulgular dikkate alındığında denetim fonksiyonunun can damarı olan denetçinin bağımsızlığı açısından denetçilerin müşterilerini kayırma eğilimlerinin doğrudan negatif bir etkiye sahip olduğu, denetçi girişimciliğinin ise kayırmacılığı baskılayarak denetçi bağımsızlığını olumlu etkilediği görülmektedir. Bu durum girişimci özellikleri yüksek denetçilerin denetimde daha bağımsız davranabileceklerini göstermektedir. Ancak bu bulguların Türkiye örneklemini açısından yeni ve büyük örnek gruplarında başka çalışmalarla teyid edilmesi mevcutta karşılaştırılabilir bir başka çalışma olmadığı dikkate alındığında önem arz etmektedir.

KAYNAKÇA

- Akışık, O. (2002), Denetimde Bağımsızlık İlkesinin Yeri. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*. Sayı: 1. (Nisan), 97-111.
- Arens, A. ve Loebbecke, J. (1991), *Auditing: An Integrated Approach*. , Fifth, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Bakır, M. (2005), *Serbest Muhasebecilik, Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Mevzuatı İlaveli Denetim*, Trabzon: Dilara Yayınevi.
- Büte, M. (2011), Kayırmacılığın çalışanlar üzerine etkileri ile insan kaynakları uygulamaları ilişkisi: Türk kamu bankalarına yönelik bir araştırma, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(1), 383 – 404.
- Cope, J. (2005), Toward a Dynamic Learning Perspective of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(4), 373–397. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.00090.x>
- Craig, J.L. (1999), The CPA and Independence: Illusion or Reality? *The CPA Journal (March)*, 14–23.
- Desira, J. ve Baldacchino, P.J.(2005), Jurors and self-perceptions of the statutory auditors in Malta. *Managerial Auditing Journal*, Emerald Group Publishing Limited. Vol.20(7), 691-706.
- Ercan, C. (2017), Denetçi Bağımsızlığına Yönelik Tehditler ve Koruma Önlemleri: Yeminli Mali Müşavirler Üzerine Bir Araştırma. *KSÜ Sosyal Bilimler Dergisi* Cilt: 14 Sayı: 2, 261-284.
- Ertekin, Y. (1998). Çağdas Yönetim ve Denetim. *Türk İdare Dergisi* , 421, 493-515.
- Gendron, Y., Suddaby, R. ve Lam, H. (2006), An Examination of the Ethical Commitment of Professional Accountants to Auditor Independence. *Journal of Business Ethics*. Vol. 64.(2), 169-193.
- Gürbüz, H.(1995). *Muhasebe Denetimi*. Eskişehir: Bilim Teknik Yayınevi.
- Güredin, E. (2008) *Denetim ve Güvence Hizmetleri*, 12. Baskı, İstanbul, Arıkan Yayınları.
- Gürol, Y. ve Atsan, N. (2006), Entrepreneurial characteristics amongst university students, *Education+Training*, Vol.48, No.1,25-38. <https://doi.org/10.1108/00400910610645-716>
- Hansemark, O.C. (1998), The effects of an entrepreneurship programme on need for achievement and locus of control of reinforcement, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Vol. 4 No. 1, 28-50.
- İyişleroglu, S. C. (2006). *Aile Şirketleri: Adana ve Çevresinde Faaliyet Gösteren Aile Şirketlerinde Nepotizm Uygulamasının Tespitine Yönelik Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Adana.
- Koh, H.C. (1996), Testing hypotheses of entrepreneurial characteristics, *Journal of Managerial Psychology*, Vol. 11 No. 3, 12-25.

- Mednick, R. ve G.J. Previts. (1987), The Scope of CPA Services: A View of The Fure From The Prospective of a Century of Progress. *Journal of Accountancy*. 222-229.
- Riipinen, M. (1994), Extrinsic occupational needs and the relationship between need for achievement and locus of control, *The Journal of Psychology* , Vol. 128 No. 5, 577-88.
- Sagie, A. ve Elizur, D. (1999), Achievement motive and entrepreneurial orientation: a structural analysis. *J. Organiz. Behav.*, 20: 375-387. doi:10.1002/(SICI)1099-1379(199905)-20:3<375::AID-JOB884>3.0.CO;2-Y
- Salamzadeh, A., Farjadian, A.A., Amirabadi, M. ve Modarresi, M. (2014), Entrepreneurial Characteristics: Insights from Undergraduate Students in Iran (2014). *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, Vol. 21, No.2, 165-182.
- Wolf, M.F. (1981). The Nature of Managerial Work: An Investigation of the Work of the Audit Manager. *The Accounting Review*, Vol.56(4), 861-881.

TRANSFER FİYATLANDIRMADA İÇ TEDARİKÇİ HİZMET KALİTESİNİN MALİYET ETKİNLİĞİNDEKİ ROLÜ

Doç.Dr. Rahmi YÜCEL

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü,
yucel_r@ibu.edu.tr

Cihat Şiar AKÇAKALE

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Doktora Programı,
cihatakcakale@gmail.com

Özet

Şirketlerin küreselleşmeye yönelik artan çabaları ve başta birden fazla ve farklı vergi alanlarının sağladığı vergisel avantajlar olmak üzere sağladığı çeşitli faydalar nedeniyle transfer fiyatlandırması giderek artmaktadır. Bu araştırma, Türkiye’de faaliyet gösteren çokuluslu yapıdaki şirketlerin, iç müşterisinin transfer fiyatlandırmasına konu olan işlemler ile ilgili algısını incelemeyi, tanımlamayı ve öngörü kazanmayı amaçlamaktadır. Bu kapsamda, oluşturulan hipotezler; Türkiye’de faaliyette bulunan çokuluslu şirketlerin çalışan veya yöneticilerinden anket yoluyla elde edilen 71 gözlemden oluşan örnekleme yapısal eşitlik analizi ile test edilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen bulgular iç tedarikçinin çalışanlarına güven, iç tedarikçinin güvenilirliği, çözüm üretme yeteneği, sağladığı kişisel ilgi, esneklik ve hız ile fiziki şartlarını içeren hizmet kalitesi faktörlerinin algılanan maliyet etkinliğine olan etkilerini içermektedir. Bulgular hizmet kalitesi faktörleri arasından çözüm üretme ve özelleştirme yeteneği ile iç tedarikçinin sağladığı kişisel ilgi ve güvenin maliyet etkinliği üzerinde doğrudan anlamlı ve pozitif bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Diğer faktörlerden esneklik ve hız iç tedarikçinin sağladığı kişisel ilgiyi artırarak, güvenilirlik ve fiziki şartlar ise çözüm üretme yeteneğini iyileştirerek maliyet etkinliği üzerinde dolaylı pozitif etkilere sebep olmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Transfer fiyatlandırması, iç tedarikçi, çokuluslu şirket, hizmet kalitesi, maliyet etkinliği.

JEL Kodları: M40, M41, M49

THE ROLE OF INTERNAL SUPPLIER SERVICE QUALITY IN COST EFFICIENCY IN TRANSFER PRICING

Abstract

Transfer pricing is gradually increasing due to the increasing efforts of companies towards globalization and the various benefits it provides, especially the tax advantages of multiple and different tax areas. This study of the structure of multinational companies operating in Turkey, the perception of the transactions subject to transfer pricing examination of internal customers, aims to identify and gain foresight. In this context, the hypotheses generated; multinational companies operating in Turkey obtained through surveys from employees or managers in the sample consisting of 71 observation tested with structural equation analysis. The findings of the analysis include the effects of the factors of quality of service including perceived reliability of internal supplier's employees, reliability of internal supplier, ability to produce solutions, personal attention, flexibility and speed and physical conditions on perceived cost effectiveness. The findings suggest that the ability to produce and customize solutions among service quality factors and the personal attention and trust provided by the internal supplier have a direct significant and positive impact on cost effectiveness. Flexibility and speed, among other factors, increase cost effectiveness by increasing the personal attention provided by the internal supplier. Furthermore, reliability and physical conditions have indirect positive effects on cost effectiveness by improving the ability to produce solutions.

Keywords: Transfer pricing, internal supplier, multinational company, service quality, cost effectiveness.

JEL Codes: M40, M41, M49

1. GİRİŞ

Çokuluslu şirket (ÇUŞ), en az iki ülkede faaliyet gösteren ve bu ülkelerde üretim, satış veya hizmet gibi faaliyetlerde bulunan kuruluşlardır. Transfer fiyatlandırması ise, aynı ticari organizasyon içinde yer alan bir işletmenin farklı şirketleri, bölümleri, şubeleri, bağlı ortaklıkları arasında mal ve hizmet satışında veya diğer benzer ticari işlemlerde uyguladıkları fiyatlandırma şeklinde tarif edilir (Öncel 2003; Cohen 2007). Bu sebeple, ÇUŞ'lar yerli muadilleri gibi transfer fiyatlandırması kullanmak zorundadır.

Çokuluslu şirketlerin (ÇUŞ), yerli şirketlerden yani; tek bir ülkede veya belirli vergisel farklılıkları bulunmayan bölgelerde faaliyette bulunan şirketlerden ayıran bazı temel özellikleri vardır. Çokuluslu şirketler küresel ekonomiyi tek bir pazar olarak değerlendirir ve üretimlerini ve ticari faaliyetlerini belli bir ülkeden ziyade, birçok ülkede varlık göstererek birden fazla farklı vergisel alanda yürütür.

ÇUŞ'lar için birden fazla ülkede faaliyette bulunulması, aynı şekilde vergi idarelerinin düzenlediği birden fazla vergisel yaptırımla karşılaşılması; çifte vergilendirme, yüksek vergi ödemeleri gibi sorunlara kaynaklık edebilmektedir. ÇUŞ, tek bir ülkede var olan bir şirketle karşılaştırıldığında vergisel boyutu haricinde yönetsel açıdan da bir takım sorunlarla karşılaşması muhtemeldir. Otley (1994), çalışmasında transfer fiyatlandırmasını, yönetim kontrol sistemleri içinde, genel işletme tutarlılığının muhafaza edilmesini sürdürmeye yardımcı olmak için tasarlanan, tüm faaliyetlere odaklanmayı sağlayan ve organizasyonun belirsiz bir ortamda hayatta kalma kabiliyetini koruyan, karışık ve oldukça önemli bir alt sistem olarak ifade etmektedir. Bu ve benzeri sebepler nedeniyle transfer fiyatlandırması çokuluslu şirketlerin yöneticileri için üzerinde durulan bir araç haline gelmiştir (Cunningham 1978; Itagaki 1985).

Sonuç olarak transfer fiyatlandırması üzerine yapılan ve yapılacak akademik çalışmalar, yukarıda da genel olarak ifade edildiği gibi çifte vergilendirme, yüksek vergi ve yönetsel olmak üzere birtakım öngörülebilir sorunlar başta olmak üzere, transfer fiyatlandırması sürecine katkı sağlayacak çözümler üretme eğilimindedir. Bu kapsamda iç müşteri memnuniyetinin işletmelerin performanslarını ve finansal karlılığını arttıracığı ifade eden çok sayıda çalışma vardır (Heskett ve diğerleri 1994; Schneider ve Bowen 1985). Bu çalışmada, transfer fiyatlandırması sürecinde iç müşteri (Bağlı Şirket/Ortak) yöneticilerinin “transfer fiyatlandırması sürecine” algısal yaklaşımları test edilip yorumlanmaya çalışılmıştır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Transfer fiyatlandırması ile ilgili ilk çalışmalar Hirschleifer (1956) ve Gould (1964) tarafından yapılmış ve transfer fiyatının ekonomik modellerle belirlenmesine yönelik çalışmalardır. Baumal ve Fabian (1964) tarafından geliştirilen doğrusal programlama ve ayrıştırma prensibine dayalı modellerde bu çalışmalardan yararlanmıştır. Bu modellerin amacı; ürün çeşitliliğinin, bölüm sayısının ve şirket hedeflerinin oldukça fazla olduğu şirket yapılarında yönetsel hedefleri optimize eden transfer fiyatını belirlemektir. Watson ve Baumler (1975) çalışmalarında, transfer fiyatının belirlenmesinde ilk kez şirketlerin algısal yaklaşımı üzerinde durmuşlardır. Bu noktada, departmanlaşmanın yani segmentasyon ve bununla birlikte entegrasyonun şirketin kârlılığına olumlu etkisi olduğunu belirtmişlerdir. Geleneksel iktisat teorilerine dayanan transfer fiyatlandırması (matematiksel) modelleri, Eccles (1985) tarafından, işletmenin karşılaştığı problemlere işlevsel olarak çözüm oluşturamayacağı gerekçesi ile eleştirilmiştir.

Terzioğlu (2006) çalışmasında “bu çalışmada da benzerlik gösteren” transfer fiyatlandırmasının algısal yaklaşımını, hizmet sektörü üzerinden incelemiştir. Transfer fiyatlandırmasının yerel düzeyde (tek bir ülke ile sınırlı) kullanan şirketlerin çalışanları üzerinde yaptığı çalışmada; çalışanın katılımı, transfer fiyatının, transfer fiyatı yönteminin belirlenmesi, transfer fiyatlandırması sürecinde yaşanan bölümler arası çatışmalar gibi birçok değişkeni incelemiş ve anlamlı sonuçlar elde etmiştir.

Transfer fiyatlandırması ile ilgili literatüre güncel eğilimler açısından bakıldığında ise, son yıllarda yapılan çalışmaların büyük çoğunluğunun transfer fiyatının belirlenmesine yönelik olarak, OECD Transfer Fiyatlandırması Rehberinde belirtilmiş olan ve 5520 sayılı Kurumlar Vergisi Kanunu'nun 13. maddesi 3. fıkrasında belirtilen ve 2006 yılında mevzuatımıza giren, transfer fiyatlandırması

yöntemleri üzerine olduğu görülmektedir. Transfer fiyatlandırması yöntemleri üzerine bu yoğunlaşmanın sebebi ise bilimsel çalışmalara dayanak oluşturacak verilerin elde edilememesi olarak görülmektedir. Bu durumla ilgili Grabski (1985), transfer fiyatlandırması ile ilgili verilerinin doğal olarak gizli nitelik taşıdığını ve bu durumun az sayıda ampirik çalışmanın yayınlanmasıyla sonuçlandığını ifade eder.

Bu çalışmada, literatürdeki eksiklik ve zorluklarda dikkate alınarak iç tedarikçinin çalışanlarına güven, iç tedarikçinin güvenilirlik ve doğruluğu, çözüm üretme ve özelleştirme yeteneği, sağladığı kişisel ilgi, esneklik ve hız ile fiziki şartları gibi hizmet kalitesi faktörlerinin oluşturduğu değişkenlerin, algılanan maliyet etkinliğine olan etkileri incelenmiştir. Maliyet etkinliği olarak ifade edilen kavram fiyatların; adil, rekabet edilebilir; fiyatlandırmanın da, basit ve anlaşılır olması sayesinde oluşan transfer fiyatının pazardaki rakiplerle karşılaştırılabilir olması anlamına gelmektedir. Transfer fiyatlandırmasında; adil olmayan fiyatların kullanılması ve fiyatlandırmanın da karmaşık olması iç müşteriyi dış kaynak kullanımına yöeltebilir. Çokuluslu şirketlerde, maliyet etkinliği boyutunda yaşanan sıkıntılar sebebiyle, dış kaynak kullanımına yönelim oldukça fazladır. Dış kaynak kullanımını; Quinn ve Hilmer (1994) işletmenin, sürdürülebilir bir biçimde bir takım eşsiz yetenekleri ile genellikle daha ucuz, daha iyi veya daha kısa zamanda olmak üzere, etkinlik sağlayıp rekabet avantajı sağlaması olarak ifade etmektedir.

Bu kapsamda, iç müşterinin; tedarikçisine duyduğu güven ile hizmetin zamanında ve sorunsuz yerine getirilmesi, karşılıklı çıkarlara önem verilmesi, yaşanabilecek problemlere sözleşme ötesinde yanıt verilmesi ve iyileştirmeler yapılması gibi iç tedarikçinin sorunları çözüm kabiliyeti ve gösterdiği ilginin iç müşterinin algıladığı hizmet kalitesini etkileyerek maliyet etkinliğini pozitif yönlü etkilemesi beklenir. Bunun aksi bir durumda, Quinn ve Hilmer (1994)'in yukarıda belirtilen gerekçeleri doğrultusunda, ÇUŞ'un bağlı şirketleri veya şirket bölümlerinin dış kaynak kullanımına yönelmesi beklenir.

H₁: İç tedarikçiye duyulan güven, iç tedarikçinin sorunları çözüm kabiliyeti ve iç tedarikçinin gösterdiği ilginin iç müşterinin algılanan maliyet etkinliği üzerinde anlamlı pozitif bir etkisi vardır.

Ayrıca algılanan hizmet kalitesini oluşturan tedarikçinin iş süreçlerinde sağladığı esneklik ve taleplere hızlı cevap verebilmesi müşterinin talepleriyle hızlı ve etkin şekilde ilgilenildiği algısını destekleyeceğinden müşteri tarafından algılanan ilgi düzeyini olumlu etkiler.

H₂: Tedarikçinin iş süreçlerinde sağladığı esneklik ve taleplere hızlı cevap verebilmesi algılanan müşteri ilgisini artırır.

Aynı şekilde tedarikçinin fiziki koşulları ve müşteride sorunlarının çözüleceğine dair oluşturduğu güvenilirlik algısı algılanan çözüm yeteneğini olumlu etkileyeceğinden maliyet etkinliği üzerinde dolaylı olarak pozitif etkiye sahiptir.

H₃: Tedarikçinin fiziki koşulları ve müşteride sorunlarının çözüleceğine dair oluşturduğu güvenilirlik algısı algılanan çözüm yeteneğini artırır.

3. MATERYAL VE METOD

3.1. Yöntem, Ana Kütle ve Örneklem

Faaliyetlerinde transfer fiyatlandırması kullanan çokuluslu şirketlerin birbirlerine bağlı/bağımlı olan iç tedarikçilerinin algısal boyutlarının incelendiği bu çalışma da nedensel bir araştırma türü benimsenmiştir. Kısa sürede geniş hedef kitlelerine ulaşmak için, kantitatif veri toplama araçlarından biri olan anket yöntemi kullanılmıştır. Örneklem sayısının %20,1'i oranında, 76 adet anket formuna, geri dönüş sağlanmıştır. Geçersiz ve eksik doldurulmuş anketlerin elenmesi ile toplamda 71 adet geçerli anket olarak kullanılmış ve analize tabi tutulmuştur.

3.2. Değişkenler ve Veri

Bu çalışma da veri toplamak için hazırlanan anket formunda sorulan soruları (değişkenleri) ölçmek için, transfer fiyatlandırmasının uluslararası ve yerel kullanımına yönelik literatürde var olan ölçeklerden faydalanılmıştır. Bu kapsamda iç tedarikçiye duyulan güven, iç tedarikçinin hizmet güvenilirliği, çözüm yeteneği, sağladığı kişisel ilgi, iç tedarikçinin süreç esnekliği ve fiziki şartları gibi algılanan faydayı oluşturan değişkenler Parasuraman, Zeithaml ve Berry (1988) tarafından geliştirilen ölçek yardımı ile ölçülmüştür. Maliyet etkinliği değişkeninin ölçümünde Terzioğlu (2006) tarafından kullanılan ölçekten yararlanılmıştır.

3.3. Bulgular

3.3.1. Demografik Bulgular

Katılımcılar ve katılımcıların çalıştıkları şirketlerle ilgili demografik özellikteki sorulara verilen yanıtlar Tablo 1'de özetlenmiştir.

Tablo 1: Demografik Değişkenlere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

		Frekans	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	24	34,8
	Erkek	45	65,2
Yaş	23-28	14	19,5
	29-35	26	36,6
	36-45	25	35,5
	46 ve üzeri	6	8,4
Eğitim Düzeyi	İlköğretim	1	1,4
	Lise	7	9,9
	Ön Lisans	1	1,4
	Lisans	43	60,6
	Yüksek Lisans	16	22,5
	Doktora	3	4,2
Mesleklerin yönetsel Düzeyi	Çalışan	27	38,1
	Alt Düzey Yönetici	13	18,3
	Orta Düzey Yönetici	23	32,4
	Üst Düzey Yönetici	8	11,2
Belirtilen Meslekteki Çalışma Süreleri	0-3 yıl	25	39,4
	4-10 yıl	26	40,9
	11-16 yıl	8	12,1
	17 ve üzeri	5	7,6

Ayrıca bulgular incelendiğinde anket katılımcılarının çok geniş bir sektörel dağılım gösterdiği görülmektedir. Sektörel dağılımda en fazla katılımcının olduğu sektör %24 ile 'Ulaştırma, lojistik ve taşımacılık'tır. Sonra sırası ile %15,4 ticaret, %11,2 tekstil ve deri, %8,4 kimya ve plastik ile iletişim ve bilişim sektörleri gelmektedir.

Şirketlerin veya şirket gruplarının merkezi neresidir sorusuna verilen yanıtların, %42'sinin Türkiye olduğu, kalanının başta Almanya, ABD, Hollanda ve İngiltere olmak üzere farklı ülkelere dağıldığı görülmektedir. Çalışma örneğine dahil olan firmalarda transfer fiyatını belirleme yetkisini kimin kullandığı incelendiğinde %56,9'luk önemli bir kısımda bu yetkinin "genel müdürlük yöneticileri ve bölüm yöneticileri"nin birlikte karar verdiği görülmüştür.

3.3.2. Faktör ve Güvenilirlik Analizleri

Faktör analizinde ölçeklerin daha önce kullanılmış olması nedeni ile doğrulayıcı faktör analizi ön plana çıksa da Türkiye için ilgili değişken ve ölçeklerin geçerlilik güvenilirliklerine ışık tutmak için iç tutarlılık geçerliliğinin yanı sıra yapı ve yakınsak geçerlilikleri de incelenmiştir. Birinci aşama doğrulayıcı faktör analizi bulgularında 0,30 ve altında yüklenme katsayısına sahip ve birden çok faktörle ilişkisi olan hız1 ve maliyet etkinliği6 nolu değişkenler analiz dışında bırakılmıştır. Daha sonra elde edilen ikinci aşama faktör analizi sonuçları aşağıdaki tabloda sunulmuştur. Bulgular faktör yüklenmeleri ve geçerliliklerinin kabul edilebilir sınırların çok üstünde olduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 2: Faktör ve güvenilirlik analizi sonuçları.

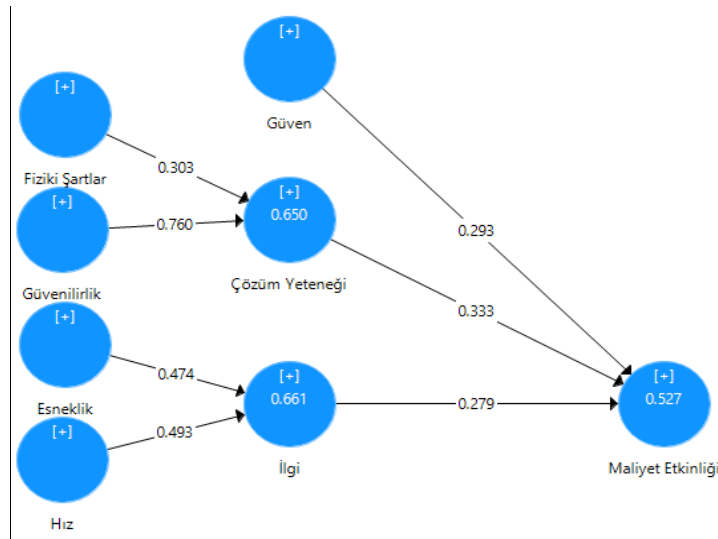
Değişkenler	Esneklik	Fiziki Şartlar	Güven	Güvenilirlik	Hız	Maliyet Etkinliği	Çözüm Yeteneği	İlgi	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Esneklik1	0.838								0.908	0.929	0.686
Esneklik2	0.744										
Esneklik3	0.896										
Esneklik4	0.811										
Esneklik5	0.881										
Esneklik6	0.791										
Fizik Şartlar1		0.958							0.747	0.815	0.602
Fizik Şartlar2		0.646									
Fizik Şartlar3		0.687									
Güven1			0.795						0.733	0.824	0.543
Güven2			0.609								
Güven3			0.846								
Güven4			0.674								
Güvenilirlik1				0.766					0.85	0.888	0.573
Güvenilirlik2				0.854							
Güvenilirlik3				0.742							
Güvenilirlik4				0.751							
Güvenilirlik5				0.562							
Güvenilirlik6				0.831							
Hız2					0.705				0.816	0.865	0.517
Hız3					0.731						
Hız4					0.667						
Hız5					0.773						
Hız6					0.691						
Hız7					0.744						
Maliyet Etkinliği1						0.723			0.78	0.84	0.431
Maliyet Etkinliği2						0.597					
Maliyet Etkinliği3						0.526					
Maliyet Etkinliği4						0.707					
Maliyet Etkinliği5						0.724					
Maliyet Etkinliği7						0.718					
Maliyet Etkinliği8						0.569					
Çözüm Yeteneği1							0.693		0.918	0.933	0.638
Çözüm Yeteneği2							0.789				
Çözüm Yeteneği3							0.863				
Çözüm							0.804				

Yeteneği4												
Çözüm												
Yeteneği5							0.827					
Çözüm												
Yeteneği6							0.749					
Çözüm												
Yeteneği7							0.873					
Çözüm												
Yeteneği8							0.775					
İlgi1								0.859				
İlgi2								0.901				
İlgi3								0.832				
İlgi4								0.812				
									0.873	0.913	0.725	

Faktör analizi yapılan değişkenlerin güvenilirlik analizi sonucunda elde edilen Cronbach Alfa değerlerinin tamamının 0,70 ve üstünde çoğunun ise 0,80 ve üzerinde olması anket ve değişkenlerin yüksek iç tutarlılık güvenilirliğine sahip olduğunu göstermektedir. Ayrıca değişkenlerin yapısal geçerliliğini test etmek için hesaplanan Birleşik Güvenirlik (Composite Reliability) değerleri 0,80 ve üzerinde değerler alırken, ölçekteki belirli maddeler arasındaki yakınlaşmanın ölçüsünün bir özeti olan Çıkarılmış Ortalama Varyans (Average Variance Extracted) değerleri de 0,50 ve üzerinde değerler alarak değişkenlerin yüksek yakınsak geçerliliğinin olduğunu göstermektedir.

3.3.2. Değişkenler Arası İlişkilerin Yol Analizi

Araştırmanın kapsamında ele alınan değişkenler arasındaki ilişkilerin incelenmesinde yapısal yol analizinden yararlanılmıştır. Yapılan analiz sonucunda elde edilen bulgular Şekil 1'de görülmektedir.



Şekil 1: Araştırma modeline ilişkin yol analizi sonuçları

Şekil 1'de yer alan sonuçlar dikkate alındığında iç tedarikçinin çözüm yeteneği, ilgisi ve oluşturduğu güvenin ÇUŞ'lerin algıladıkları maliyet etkinliğini doğrudan ve pozitif yönde etkilediğini göstermektedir. İç tedarikçinin güvenilirliği ve fiziki şartlarının çözüm yeteneği, esneklik ve hızının ise ilgi düzeyi üzerinde pozitif yönlü bir etkiye sahip olduğu da gözlenmektedir. Ayrıca Tablo 3'deki sonuçlar da bu ilişkilerin istatistiksel olarak anlamlı olduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 3: Yol Katsayıları ve Anlamlılık Düzeyleri

Değişkenler Arası İlişki	Orjinal Örnek	Örnek Ortalaması	Standart Sapma	T	P
Esneklik -> İlgi	0.474	0.472	0.085	5.599	0.000
Fiziki Şartlar -> Çözüm Yeteneği	0.303	0.292	0.122	2.481	0.013
Güven -> Maliyet Etkinliği	0.293	0.31	0.102	2.886	0.004
Güvenilirlik -> Çözüm Yeteneği	0.76	0.747	0.081	9.36	0.000
Hız -> İlgi	0.493	0.496	0.09	5.463	0.000
Çözüm Yeteneği -> Maliyet Etkinliği	0.333	0.352	0.085	3.906	0.000
İlgi -> Maliyet Etkinliği	0.279	0.256	0.121	2.3	0.022

4. SONUÇ

ÇUŞ altındaki şirketler genellikle birbirlerinin tedarikçisi konumundadır. Mal veya hizmetin alıcısı da satıcısı da ÇUŞ çatısı altında bulunmaktadır. Şirketlerin birleşmesindeki temel sebebi açıklamaya yönelik bir varsayım olarak ÇUŞ, şirket veya bağlı şirketlerin ihtiyaç duyduğu mal ve hizmetleri piyasada var olan mal ve ürünlerden tedarik etmek yerine, piyasa koşullarından daha ucuz ve/veya kaliteli elde etme çabası olarak ifade edilebilir. Vergisel avantaj ve bağlı ortaklığın bulunduğu coğrafi konumun avantajları gibi diğer önemli değişkenleri göz ardı edersek ÇUŞ'in var olmasını iki temele dayandırabiliriz. Bunlardan biri fiyat diğeri ise kalitedir. Yamak'a (1998) göre kalite kısaca uygunluktur. Yani bir ürünü kullanan kişilerin üründen beklentileri, kendi ihtiyaçları veya ürünü ne maksatla kullanacakları doğrultusunda olabileceğidir.

Yamak (1998) kitabında, bir ürünün kalitesinin tanımını yapmak gerekirse de müşterinin referans alınmasının gerektiğinden bahseder. Bu özellikleri sebebiyle "kalite" içsel, iç müşterinin algıladığı fayda özelinde değerlendirilmelidir. Diğer temel ise fiyattır. Serbest piyasa ekonomisi şartlarında (spesifik ürün ve hizmetler hariç) fiyatı piyasa belirler. Ve bu piyasada fiyatların karşılaştırılabilmesi mümkündür. Başta ifade edilen varsayımsal tanım göz önüne alınırsa, ÇUŞ olmanın sağladığı avantaj, iç tedarikçinin sunduğu ürünlerin fiyatının, piyasada oluşan fiyattan yüksek olduğu durumda ortadan kalmaktadır. Bu durumda iç müşteri dış kaynak kullanımına yönelebilir. Araştırmadaki bulgular istatistikî olarak maliyet etkinliğinin iç müşterinin algılanan hizmet kalitesini de oluşturan değişkenlerden pozitif yönde etkilendiğini doğrulamaktadır.

Bu kapsamda ÇUŞ maliyet etkinliği algılarının iç tedarikçilerinin gösterdiği ilgiden olumlu etkilendiği gibi tedarikçilerin çözüm yetenekleri ve oluşturdıkları güven hissinin de maliyet etkinliği algısını artırdığını ortaya koymaktadır. Çalışma bulguları tedarikçilerin sağlayacağı uygun fiziki koşullar ile güvenilirliğin çözüm yeteneklerini artırarak maliyet etkinliği üzerinde dolaylı bir artışa sebep olduğu ve benzer bir dolaylı etkinin de iç tedarikçinin esneklik ve hızının gösterdiği ilgi üzerinde oluşturacağı olumlu etki ile maliyet etkinliğinde yaşanan artışta da gözlemlendiğini doğrulamaktadır.

5. TARTIŞMA

Çalışmadan elde edilen bulgular dikkate alındığında çok uluslu şirketlerin transfer fiyatlaması sürecinde tedarikçilerine ilişkin hizmet kalitesi algısını oluşturan öğelerin direkt ve dolaylı olarak algılanan maliyet etkinliği üzerinde etkili olduğu görülmektedir. Örnekleme konu olan firmalar dikkate alındığında ÇUŞ'lerin içsel tedarik sürecine devam etme kararı üzerinde önemli etkisi olan maliyet etkinliği algısının tedarikçilerle ilgili hizmet kalitesi unsurlarından etkilendiği görülmektedir. Bu bulgunun Türkiye örnekleme açısından yeni ve büyük örnek gruplarında başka çalışmalarla doğrulanma ihtiyacı olsa da mevcutta karşılaştırılabilir bir başka çalışma olmadığı dikkate alındığında önem arz etmektedir.

KAYNAKÇA

- Baumol, J. W. ve Fabian, T. (1964). "Decomposition, Pricing for Decentralization and External Economies". *Management Science* 11/1: 1-32.
- Cohen, S.D. (2007). *Multinational Corporations and Foreign Direct Investment*. Oxford: Oxford University Press.

- Cunningham, G. (1978). *An Accounting Research Framework for Multinational Enterprises*. Ann Arbor, MI: UMI Research Press.
- Eccles, G. R. (1985). *The Transfer Pricing Problem: A Theory for Practice*. Lexington, MA: Lexington Books.
- Gould, D. J. (1964). "The Price Revolution Reconsidered". *The Economic History Review*. New Series, Vol. 17, No. 2 (1964): 249-266
- Grabski, V. S. (1985). "Transfer Pricing in Complex Organisations: A Review and Integration of Recent Empirical and Analytical Research". *Journal of Accounting Literature* 4: 33-75.
- Heskett, J., Thomas, O.J., Loveman W. G., Sasser W.E. ve Schlesinger, L. (1994). "Putting the Service-Profit Chain to Work". *Harvard Business Review*: 164-174
- Hirshleifer, J. (1956). "On The Economics of Transfer Pricing". *The Journal of Business* 29, 3: 172-184.
- Itagaki, T. (1985). "The Equivalence of Duties and Quotas In The Multinational Enterprise". In A. Ed M. Rugman and L. Eden. , *Multinationals and Transfer Pricing*. NY: St Martin's Press: 117-131.
- OECD (2017). "Çokuluslu İşletmeler ve Vergi İdareleri İçin OECD Transfer Fiyatlandırması Rehberi", [https://www.vdk.gov.tr/File/?path=ROOT/1/Documents/Duyurular/OECD Transfer Fiyatland%C4%B1rmas%C4%B1 Rehberi-2017.pdf](https://www.vdk.gov.tr/File/?path=ROOT/1/Documents/Duyurular/OECD%20Transfer%20Fiyatland%C4%B1rmas%C4%B1%20Rehberi-2017.pdf), 7 Eylül 2018'de erişildi).
- Otley, D. (1994). "Management Control in Contemporary Organizations: Towards A Wider Framework". *Management Accounting Research*, 5: 289-299.
- Öncel, Y. (2003). "Transfer Fiyatlandırması, Örtülü Kazanç Dağıtımı ve Vergileme". *İÜ İktisat Fakültesi, Maliye Araştırma Merkezi Konferansları*, Seri: 41, İstanbul: 1-19.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (1988) *SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*. *Journal of Retailing*, 64, 12-40.
- Quinn, B. J. ve Hilmer, G. F. (1994). "Strategic Outsourcing". *Sloan Management Review*, Summer: 43-55.
- Schneider, B. ve D.E., Bowen (1985). "Employee and Customer Perceptions of Service in Banks: Replication and Extension". *Journal of Applied Psychology*, 70: 423-433.
- Terzioğlu, B. (2006). *Domestic Transfer Pricing in Services: A Value Chain Framework*. PHD thesis. Rmıd University.
- Watson, D.JH. ve J.V., Baumler. (1975). "Transfer Pricing: A Behavioral Context". *The Accounting Review*: 466-74.
- Yamak, O. (1998). *Kalite Odaklı Yönetim*. İstanbul: Panel Matbaacılık.

TEACHERS' BELIEFS AND PRACTICES IN EFL CLASSROOMS OVER CORRECTIVE FEEDBACK IN TURKEY

Zehra Çoban

Istanbul Kultur University/ Foreign Languages Department
zehra.cobann@gmail.com

Assoc. Prof. Dr. Banu Inan Karagül

Kocaeli University / Faculty of Education / English Language Teaching Department
banu.inan@kocaeli.edu.tr

Abstract

There is a strong relationship between teachers' cognition and (their) practices of giving students oral corrective feedback in second language teaching (Borg, 2009). Although many experimental and classroom studies show the benefits of oral corrective feedback for second language acquisition, fairly little research has investigated teachers' actual practices of oral feedback and to what extent their practices reflect their beliefs in EFL classrooms. This study aims to investigate the relationship between teachers' stated beliefs and practices in EFL classrooms. Ten Turkish teachers of English working at a foundation university in Turkey, two males and eight females, were observed for 90 minutes, each on two occasions, which came to 20 classroom observation hour overall for 1800 minutes. Semi-structured Interviews were also conducted with the observed teachers. To analyse data, descriptive statistics and content analysis of the interviews were used. The results indicate that most of the teachers are quiet aware of corrective feedback and its different types they practice in the classroom. They all believe that corrective feedback is beneficial to students when it is given appropriately to avoid interrupting and demotivating students. This explains the reason why they employed recast excessively in their classrooms even though most of them stated that the most effective corrective feedback type is elicitation. In this respect the results show a contrast between teachers' beliefs of effective type of corrective feedback and their classroom practices.

Keywords: Oral corrective feedback, teachers' cognition, teachers' beliefs, classroom practices3-6 words.

1. INTRODUCTION

This article is based on a qualitative study on teachers' beliefs and their practices in teaching English as a Foreign Language (EFL) at a university level in Turkey. During the period from 1960s to the end of the 1970s it was believed that teachers did not have mental lives and prescriptive methods of teaching were the actors of teacher training and education programs (Freeman 2002; Tsui 2011). Teachers were just considered as transmitters of the ideas other people held and they acted as learners of skills and their performers (Freeman, 2002). Therefore, they were trained and educated for subject knowledge they were to teach (Johnson, 2006). Underestimating their beliefs and differences from one another, teaching was viewed to be based on process-product paradigm, similar to cause and effect relationship (Freeman, 2002), which did not provide sufficient information to understand the complex structure of teachers' practices that were assessed based on their behaviors. In this view the focus of research shifted from teacher' behaviors to their cognition.

An important focus of current SLA research is the study of cognitive processes in learning the second language. Attention and awareness as two cognitive processes mediate input and L2 development through interaction Mackey (2006). In this view, language is learned through interaction between input, the cognitive system, and through the learner's perception (Johnson, 1996). Interaction between cognition and the environmental factors plays crucial role in language acquisition, as stated in Long's (1996, 1998) updated version of interactionist theory. Different types of interactions in second language education are supported by form-focused instruction, which was defined by Long and Robinson (1998) as interactive movements that aimed to sensitize students to the form. Providing feedback and correcting errors are probably the most useful as form-focused techniques (Doughty & Williams, 1998). Long's (1996) model suggests that interaction in the form of implicit corrective

feedback facilitates second language acquisition and “awareness,” “beliefs,” and “perception” (Long, 1977), and “attitude” (Nystrom, 1983) play crucial roles in correcting errors since it is a cognitive process, namely decision- making process. Teacher cognition refers to “what teachers think, know and believe, and how these mental structures relate to what teachers do” (Borg, 2003, p. 81).

1.1. Corrective Feedback

Lightbown and Spada (1999) defined corrective feedback (henceforth CF) as “any indication to the learners that their use of the target language is incorrect” (p.171). To Gass and Selinker (2008), feedback can be provided in an explicit form (teacher stressing that there is an error) or in an implicit way (without being directly expressed during the course of interaction). Mori (2011) mentioned the notions being the basis of oral CF pertaining to input, output, and interaction. According to Sheen (2010), oral CF could be multiple, be delivered to the whole class or learners individually, be immediate and online and may be obvious or not clear. Such responses were detected through class observations, which are important parts of literature in terms of CF. A well-known study is Lyster and Ranta’ (1997) research, where they observed six different types of oral error correction strategies, namely, explicit correction, recast, clarification request, metalinguistic clues, elicitation and repetition.

1. Explicit correction: the correct form is provided by the teacher indicating the production was incorrect.
2. Recast: the teacher reformulates the wrong utterance and present it in a different way keeping the original meaning.
3. Clarification Request: the feedback that informs students that their statements are either not understood or well-formed.
4. Metalinguistic Clues: the teacher gives technical information about the student's incorrect utterances without providing the correct answer.
5. Elicitation: it consists of three main moves. a) pause and ask students to complete b) ask questions to elicit c) invite students to reformulate the wrong utterance.
6. Repetition: the teacher repeats the ill-formed utterances stressing the error with a high intonation.

In recent years there have been classroom-based studies on the effectiveness of CF techniques on second language acquisition (e.g., Saito and Lyster, 2012b; Lyster, Saito, and Sato, 2013; Yilmaz, 2015). To determine the effectiveness of these strategies, numerous investigations have paid attention to the reaction of students to corrective feedback or uptake as Lyster & Ranta (1997) stated;

“a student’s utterance that immediately follows the teacher’s feedback and that constitutes a reaction in some way to the teacher’s intention to draw attention to some aspect of the student’s initial utterance”.

They also concluded, from the study in a Canadian French context, that the most frequent technique was reformulation, although it generated fewer possibilities for reparation due to their ambiguity. Lyster, in his 1998 study, found that teachers often used recast to correct phonological and grammatical errors, elicitation, clarification request, repetition and metalinguistic feedback for lexical errors. Subsequently, this taxonomy was reorganized into prompts (Lyster et al., 2013) or techniques that elicit output production (Ellis, 2016) “aiming to elicit self-repair without providing examples of the target form” (Lyster et al., 2013: 11), and 'reformulations', which are also the techniques that provide input (Ellis, 2016) since they offer the student the correction of their errors. The cases, in which students correct their errors, either by self-correction or by repetition, were considered as satisfactory uptake, which could play a facilitator role in the acquisition of the language in Ellis, Basturkmen and Loewen’s (2001) research. Similar to Lyster and Ranta (1997), Ellis et al. (2001) found the reformulation as the most frequent technique, although they registered a higher degree of satisfactory uptake in their studies in which they analyzed the feedback of the teacher and the uptake of English learners as second language in a New Zealand context. The researchers concluded that feedback in the form of focus on meaning in context did not obstruct the communicative flow and its effectiveness depended on various factors such as the type of instruction, the teaching context or the degree of commitment of the trainees. Brown (2016) also added other factors such as the experience of the teacher or the proficiency level of the students. However, none of these investigations considered

the nonverbal language that accompanied the corrective feedback. In addition, it was observed that most of the studies have focused on the study of written corrective feedback (e.g. Ferreira, 2017). However, in an investigation in positive and oral corrective feedback in English as a Second Language (ESL) class, Ferreira (2003) observed that the effectiveness of correction techniques was subject to factors such as the type of error.

1.2. Research on language teachers' beliefs and Practices of Corrective Feedback

Teachers' beliefs about language teaching and learning shape their classroom practices since 'teachers are active, thinking decision-makers who make instructional choices by drawing on complex, practically-oriented, personalized, and context-sensitive networks of knowledge, thoughts, and beliefs' (Borg, 2003; 81). Teachers bring a large number of beliefs and knowledge that influence their decision-making and teaching practices in a combination of social, cultural and historical contexts in the classroom (Johnson, 2006). It is increasingly accepted that teachers neither put theory directly into practice nor teach separately. There have been studies conducted on ESL / EFL (English as a Foreign Language) teachers' cognitions on various aspects of their practice (Borg, 2005; Rahimi and Zhang, 2015), which include grammar teaching (Schulz, 2001; Borg and Burns, 2008), reading (Omar, 2011; Gilje, 2014), Writing (Ferris, 2014; Lee, 2018), Listening (Graham, Santos and Francis-Brophy, 2014), and Speaking (Baleghizadeh and Nasrollahi Shahri, 2014). On the other hand, studies conducted on teachers' beliefs about corrective feedback and what lies behind corrective moves (Mackey, Polio and McDonough, 2004; Polio, Gass and Chapin, 2006; Schulz, 2001; Yoshida 2010) were a few, not in the sufficient amount, yet there have been more studies focusing on different aspects of corrective feedback. Similarly, some studies show teachers' preference to correct grammatical errors of learners, whereas they provide correction less than they stated showing a mismatch between beliefs and practices (Lee 2013; Schulz 2001).

Basturkmen, Leowen and Ellis (2004), found a weak connection between the beliefs and actual practices of the teachers. In this regard, the teachers involved in the study indicated that they preferred to correct only the mistakes that led to understanding problems. Unlike this, they corrected linguistic errors that do not cause communication breakdowns. Similarly, Farrokhi (2007) conducted a case study with five teachers investigating the relationship between these teachers' stated beliefs and their classroom practices to find how effective error correction was and under what conditions it functioned better. He found that there was incongruence between the teachers' stated beliefs and their performance of providing corrective feedback in the classroom. According to Phipps, (2010) and Phipps and Borg (2009), these mismatches may have highly complicated reasons, since teachers' pedagogical knowledge is characterized by knowledge, values, attitudes, and beliefs through years of experience as students and teachers (Borg, 1999, 2003; Gatbonton, 2000). This increases the importance of corrective feedback issues in language education, in which error correction strategies are the key issues that teachers learn and then shape their classroom practices. Ohta (2001) stressed the importance of corrective feedback stating that providing corrective feedback teachers can help learners notice the difference between their utterance and that of their teachers. Ellis (1991) hold similar view that learning process starts with noticing, then comparing, and integrating.

Vasquez and Harvey's (2010) conducted a study on developing thoughts and beliefs about corrective feedback of students having majored in applied linguistics. They analyzed several data sources (e.g. surveys, journal entries, and a group interview) and found that during the study period there were changes in some students' ideas about error correction. The results indicated that many students' comments put less emphasis on the emotional dimension of error correction and more on the complex understanding of error correction. They also showed that there was a positive relationship between corrective feedback, uptake and types of errors. In addition to the change of consciousness on the complexity of corrective feedback, the analysis emphasized possible changes in future teaching practices, different attitudes towards research, and acquisition of teaching terminology. Lyster and Ranta (1997) administered an observational study on correcting feedback and students' uptake from four immersion classes at primary level. They transcribed a total of 18.3 hours of classroom interaction from 14 to 13 lessons and analyzed the transcriptions. The results showed that four teachers tend to use recast more than other corrective feedback types accounting for more than half of the

corrective moves in the classroom. However, it failed to elicit any student-generated repairs, while elicitation was the most effective one to obtain student-generated repairs. Some researchers, such as Doughty and Varela, (1998), Long, Inagaki, and Ortega, (1998), Lyster, (1998a, 1998b, 2001), Lyster and Ranta (1997), Mackey, Gass, and McDonough (2000) and Mackey and Philp (1998), stressed the important role of recast in the flow of communication attributing it to several factors such as its subtle and instant nature and a common belief that by means of immediate feedback, learners notice the difference between the target form of the language and their incorrect production of it, first abandoning the wrong utterance and acquiring the correct form (Nicholas, Lightbown, & Spada, 2001). Öztürk (2016) examined the corrective feedback results in a Turkish EFL classroom sample. He focused on corrective feedback types, their provision and why teachers ignored some errors. The study was based on video-recordings and interviews of 27 teachers. The findings showed that explicit and recasts as correction types were the most widely used ones, and the preferences of experienced and new teachers regarding the type of corrective feedback showed differences in recast and clarification requests. ‘Lack of linguistic knowledge, not to intervene in the task or activity, tiredness of correcting the same error and not to affect the student negatively’ were the major causes of teachers’ ignorance of some students’ errors.

2. MATERIALS AND METHODS

2.1. Research Questions

The specific objective of this study was to explore the relationship between teachers’ beliefs and their practices of oral corrective feedback in EFL classrooms. More precisely, the following research questions were stated.

1. What are EFL teachers' beliefs about using oral corrective feedback?
2. What types of oral corrective feedback do EFL teachers believe to be more effective and use?
3. What is the relationship between teachers’ beliefs and their practices regarding types of errors?

Following Lyster and Ranta (1997), in this study, the oral corrective feedback taxonomy is conceived as the teacher's reaction to an erroneous statement in the target language, while uptake means the student's response to corrective feedback provided by the teachers.

2.2. Method

Since the aim of the study was to investigate the relationship between teachers stated beliefs on corrective feedback and their attitudes towards OCF, semi-structured interviews with the teachers observed and nonparticipant observations were used as data collection instruments in this study.

2.3. Participants

Two male and eight female Turkish EFL teachers, a total of ten, participated in this research. Four teachers majored in English Language Teaching (ELT), four in English Language and Literature (ELL), one in English Linguistics (EL) and one in American Culture and Literature (ACL). Six of the teachers have more than ten years of experience and four have 5-10 years of experience. One teacher have PhD degree, five teachers Master’s degree and four Bachelor’s degree as shown in the table 1.

Table 1: Teachers' Biodata

Teacher	Experience	Degree	Field of study
T1	Over 10 years	Bachelor’s degree	ELL
T2	Over 10 years	Master’s degree	ELT
T3	5-10 years	Bachelor’s degree	EL
T4	5-10 years	Bachelor’s degree	ELT
T5	5-10 years	Bachelor’s degree	ELL
T6	Over 10 years	PhD	ELL
T7	Over 10 years	Master’s degree	ELT
T8	5-10 years	Master’s degree	ACL
T9	Over 10 years	Master’s degree	ELT
T10	Over 10 years	Bachelor’s degree	ELL

2.4. Procedure

The data collection procedure took place in 2019. Previously, the teachers were not given information about the focus of the observations. In total 40 classes were recorded that constituted 1800 minutes (30

hours). The researcher was in the classroom as an observant during the recording process. The selection of the classes was not random. Each class contained a variety of broad interaction activities, from plenary discussions to individual dialogues, so the nature of the oral corrective feedback was diverse and illustrative for the proposed exploratory analysis. They were given a questionnaire to collect information about their linguistic profile (age, study, teaching experience, experience abroad mastery of other languages and other language related teaching training). A week after classroom observations, a semi-structured interview was performed with the observed teachers each. They were asked to respond to questions about oral corrective feedback. The recordings were transcribed verbatim by the researcher with the inter-rater in this research to identify the types of oral corrective feedback provided by the teacher and types of the students' errors. The corrective feedback types suggested by Lyster and Ranta (1997) were used to classify the teacher's feedback. These six different types of feedback are recasts, repetition, explicit correction, clarification requests, metalinguistic feedback and elicitation. To identify the students errors, Allwright and Bailey' (1991) definition of errors, which was the utterances “ differ from native speaker norms” and “teacher signal as needing improvement” was taken as a guide reference for errors. The data from the interviews were analyzed using content analysis method: “More than just a single technique, content analysis is really a set of methods for analyzing the symbolic content of any communication” (Singleton and Straits 2004:371).

3. RESULTS

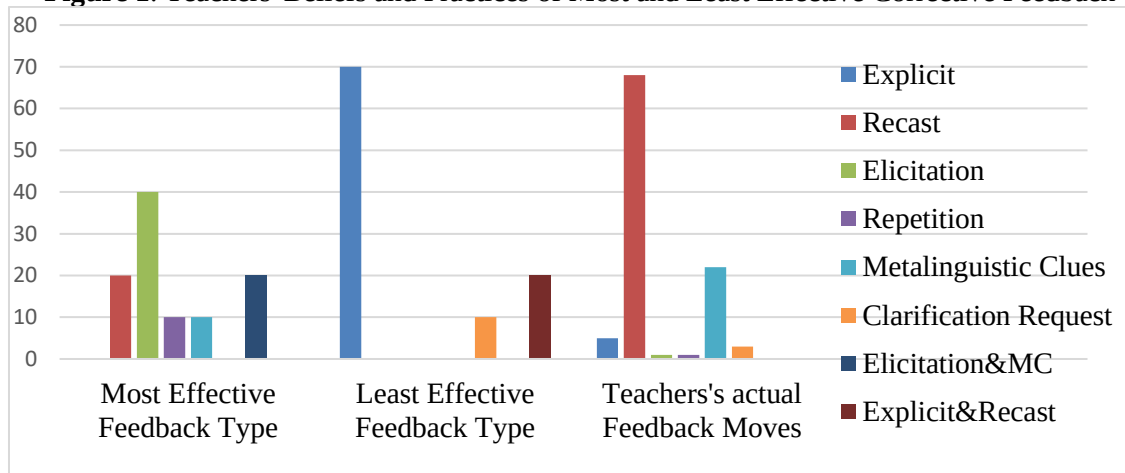
As can be seen in Table2, the results showed that there was a congruence between EFL teachers' beliefs about oral corrective feedback and their practices of it in the classroom. Almost all teachers interviewed, 80 %, believed that corrective feedback has a positive effect on students' behaviors and help them to realize their errors when given in a proper way and should not be overused. They also stated that some minor mistakes should be ignored. However, 20 % believe that it has both positive and negative effects on students' performance. The findings showed consistency with some studies on OCF. In Gurzynski-Weiss (2010) study, all instructors, 60 instructors, agreed on the importance of OCF. Similarly, Rahimi and Zhang (2015) found that 83% of 40 instructors believed the positive impact of corrective feedback.

Table 2: Teachers' Beliefs and Actual Practices of OCF

Pseudo nym	Beliefs about OCF	Practices of OCF
T1	- positive effect on the behaviours and - be given In a polite manner	14 feedback moves 7 ignored
T2	- a positive effect - Unless corrected, recur - However, ignore minor mistakes not to demotivate students	9 feedback moves 9 ignored
T3	- If no major mistake, students not be interrupted - Otherwise demotivates students and destroys fluency	12 feedback moves 12 ignored
T4	- positive and negative effect - helps students aware of their errors - explicit feedback discourages students	11 Feedback moves 12 ignored
T5	- contributes to students-teacher and peer interaction - but only applicable in the classroom, making it unnatural.	16 Feedback moves 5 ignored
T6	very important to avoid repetition of incorrect language production	7 Feedback moves 9 ignored
T7	- overcorrection not effective. - be offered by asking questions to make students aware of their mistakes.	14 feedback moves 10 ignored
T8	- dynamic and explicit process - has positive effect on students' noticing their own mistakes	12 feedback moves 13 ignored
T9	depends on the type of error and type of the task	29 feedback moves 8 ignored
T10	- correction when necessary - only important mistakes be corrected not to break down the fluency.	13 feedback moves 3 ignored

In terms of types of oral corrective feedback EFL teachers believe to be more effective and use of them in the classroom, the findings showed that there was a negative relationship between the teachers' cognition with regard to recast, repetition, metalinguistic feedback, and explicit correction strategy and their practices. As seen in Figure 1, teachers believe that elicitation is the most effective corrective feedback followed by Recast and Metalinguistic Clues. However, 68 % of the corrections teachers employed were recast with a higher percentage than that they stated to be most effective. While they ranked Elicitation as being the most effective corrective move, they provided it even less than explicit corrective feedback type which they regarded it the second least effective type. Two out of ten teachers, (T2 and T6), were aware of the recast method, they mentioned to be most effective and used it more than the others. Only T1 regarded "repetition" as the most effective, but it was not identified to be used by this teacher in the course observations. On the contrary, recast was practised dominantly by the teacher. Whereas explicit correction was considered to be the least effective type, it was employed more than implicit correction which was regarded as the most effective type (Figure 1)

Figure 1: Teachers' Beliefs and Practices of Most and Least Effective Corrective Feedback Type



When teachers were asked about linguistic error types that should be corrected, five teachers put equal importance on grammar, pronunciation, and vocabulary errors, which were presented to them to choose. However none of these five teachers corrected vocabulary errors, all of which were almost treated, namely 83% of the vocabulary errors were corrected (as shown in Table 4). One of the teachers stated that which errors should be corrected depended on the focus of the lesson. When considered all of the classes were listening and speaking skills, it could be concluded that grammar errors could not have priority to be corrected. However, the teacher most treated 11 out of 13 incorrect grammar utterances. There are few consistencies in the corrective move of two teachers, T2 and T6. T2 ranked grammar mistakes first in the importance to be corrected and treated in the same direction. Similarly, T6 viewed pronunciation as the most important of the three to be treated and provided correction for 3 out of 4 pronunciation errors (see Table 3) .T4 considered grammar errors to be more important than the other two, but did not behave accordingly, providing less correction for grammar mistakes than stated, correcting 10 out of 20 in total, ignoring 10 errors, half of them, which means 20 out of 23 were grammar errors of the total mistakes (Table 3). A total of 225 errors were identified, 137 of which were treated (61%) and 88 ignored (39%). Out of 225, 110 errors (49%) were grammar mistakes, 80 pronunciation (35.5% and 35 vocabulary (15.5%). 56 of 110 grammar errors (51%), 52 out of 80 pronunciation (65%) and 29 out of 35 vocabulary errors (83%) were corrected. 54 out of 110 grammar (49%), 28 out of 80 pronunciation (35%) and 6 out of 35 vocabulary errors (17%) were ignored as shown in Table 4.

Table 3: Teachers' Beliefs about Types of errors be Corrected and Their Classroom Practices

Pseudo nym	Beliefs -Type of error? 1 - 3 (the most to the least to be corrected)	Feedback moves	Practices - Type of error? Treated-ignored (respectively)
T1	all of them equally important	14 corrected 7 ignored	3 -4 grammar 8-3 pronunciation 3-0 vocabulary
T2	1-grammar 2-pronunciation 3-vocabulary	9 corrected 9 ignored	6-5 grammar 2-4 pronunciation 1-0 vocabulary
T3	all of them equally important	12 corrected 12 ignored	5-10 grammar 2-2 pronunciation 5-0 vocabulary
T4	1-grammar 2-pronunciation 3-vocabulary	11 corrected 12 ignored	10-10 grammar 1-1 pronunciation 0-1 vocabulary
T5	depending on the focus of the lesson	16 corrected 5 ignored	11-2 grammar 3-3 pronunciation 2-0 vocabulary
T6	1-pronunciation 2-vocabulary grammar mistakes be ignored	7 corrected 9 ignored	3-6 grammar 4-3 pronunciation
T7	1-pronunciation 2-vocabulary 3-grammar	14 corrected 10 ignored	0-3 grammar 7-2 pronunciation 7-5 vocabulary
T8	all of them equally important	12 corrected 13 ignored	5-9 grammar 4-4 pronunciation 3-0 vocabulary
T9	all of them equally important	29 corrected 8 ignored	9-2 grammar 17-6 pronunciation 3-0 vocabulary
T10	all of them equally important	13 corrected 3 ignored	4-3 grammar 4-0 pronunciation 5-0 vocabulary

Table 4: Number and Percentage of Error Types Treated and Ignored

Types of Errors	No of Errors	No of Treatment	Treatment %	No of Ignored	Ignored %
Grammar	110	56	51%	54	49%
Pronunciation	80	52	65%	28	35%
Vocabulary	35	29	83%	6	17%
Total	225	137	61%	88	39%

DISCUSSION

The purpose of this classroom-based study was to investigate the relationship between teachers' beliefs about the impact of corrective feedback, the most effective type and linguistic errors that should be corrected. Based on the findings from classroom observations and interviews with the teachers observed, the results were mostly consistent with the previous research. Yet some inconsistencies were also found in this study.

Almost all the participants believed the positive effect of error correction on second language learning. This finding is consistent with some research, such as Mackey and Goo (2007), Li (2010), Lyster and Saito (2010), all showing significant effect of corrective feedback on SLA. The teachers participated in the study employed recast as the dominant CF strategy in their classrooms.

As to the most and least effective oral corrective feedback type, the findings showed consistency with some research concluding that recast was the most frequently used one in the classroom. Recasts are the most frequent feedback type in the classroom (Lyster and Ranta, 1997; Sheen, 2004). This may indicate that the most practical CF strategy in terms of teachers was the explicit, input providing correction of errors (Ellis, 2006; Lyster, 2004). In line with Ellis (2009) study, in this research only

one teacher preferred repetition to allow students to correct themselves. Three teachers found metalinguistic clues beneficial, which was congruent with the earlier research, which argued that the impact of the explicit feedback types in language instruction (e.g., Ellis, 2007; Ellis, Loewen, and Erlam, 2006; Lyster, 2004; Sheen, 2007).

Regarding error types and amount that were considered to be corrected, almost all teachers agreed that minor mistakes should not be corrected. 61 % of the errors were treated. This result is consistent with the finding of Lyster and Ranta (1997) research, analyzing 100 hours of French immersion classes and they found that 62% of the errors identified were corrected, which is very close to the result of this study. However, most of the teachers corrected mostly local errors, such as a word, pronunciation of a word or incorrect form of a word or a verb, which is in contrast with Burt (1975), suggesting that teachers should correct global errors rather than local ones since it causes communication breakdown. Lexical errors received the most treatment with 83% correction, and 17% ignorance. In this line, the result coincided with Basturkmen et al.' (2004) study suggesting correction for meaning-focused errors. Grammar errors were the least treated ones, the reason of which may be the focus of the lesson, which was listening and speaking class.

CONCLUSIONS AND IMPLICATIONS

The findings of the present study suggested that there is big mismatch concerning teachers' beliefs in relation to their classroom practices of error correction strategies. Differences were found between teachers' opinions and feedback for both less experienced and experienced teachers. This study shows that the scope of CF research may be developed by including more variables such as teacher characteristics and main focus, individual differences of students (Gurzynski-Weiss, 2016) to explain the complicated structure and dynamic process of CF choices in the classroom. The important role of teacher training and education in CF applications is another point worth mentioning. Since experienced and less experienced teachers show differences in their choices of using corrective feedback (Gurzynski-Weiss, 2016; Rahimi and Zhang, 2015), in-service teacher training programs enable less experienced teachers to develop their cognition by combining their rather limited experience with theoretical knowledge and experienced teachers to validate their earlier beliefs or modify their past beliefs in the future. The discrepancies between teachers' beliefs and their feedback practices also proved the problematic aspect of language teaching. By helping teachers become aware of their own practices and the research results for the effectiveness of different types of feedback by providing feedback on their classroom practices oral corrective feedback provision can be turned into a simpler and more useful task. The observation process can be extended to get more data to help and give also corrective feedback to teachers to improve their teaching.

REFERENCES

- Allwright, D., and Bailey, K. M. (1991). *Focus on the Language Learner*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Baleghizadeh, S., & Nasrollahi Shahri, M. N. (2014). EFL teachers' conceptions of speaking competence in English. *Teachers and Teaching*, 20, 738e754.
- Basturkmen, H., S. Loewen and R. Ellis. 2004. Teachers' stated beliefs about incidental focus on form and their classroom practices. *Applied Linguistics* 25, no. 2: 243–272."
- Borg, M. (2005). A Case Study of the Development in Pedagogic Thinking of a Pre-service Teacher. *TESL-EJ* 9 (2): 1–30."
- Borg, S. (1999). Teachers' theories in grammar teaching. *ELT Journal*, 53(3), 157–167.
- Borg, S. (2003). Teacher cognition in language teaching: A review of research on what language teachers think, know, believe, and do. *Language Teaching*, 36, 81e109
- Borg, S., and Burns, A. (2008). Integrating grammar in adult TESOL classrooms. *Applied Linguistics*, 29, 456e482.
- Borg, S. (2009). Language teacher cognition. In Burns, A., & J.C. Richards (Eds.), *The Cambridge guide to second language teacher education* (pp. 163–171). Cambridge: Cambridge University Press.

- Brown, D. (2016). The type and linguistic foci of oral corrective feedback in the L2 classroom: A meta-analysis. *Language Teaching Research*, 20(4), 436-458.
- Burt, M. 1975. Error analysis in the adult EFL classroom. *TESOL Quarterly*, 9(1), 53–63.
- Doughty, C., & Varela, E. (1998). Communicative focus on form. In C. Doughty, & J. Williams (Eds.), *Focus on form in classroom second language acquisition* (pp. 114–138). New York: Cambridge University Press.
- Doughty, C., & Williams, J. (1998). Pedagogical choice in focus on form. In Doughty, C., & J. Williams (Eds.), *Focus on form in classroom second language acquisition* (pp. 197–262). New York: Cambridge University Press."
- Ellis, R. (1991). *Second language acquisition and language pedagogy*. Clevedon: Multilingual Matters.
- Ellis, R. (2004). The definition and measurement of explicit knowledge. *Language Learning*, 54, 227-275.
- Ellis, R. (2009). Corrective feedback and teacher development. *L2 Journal* 1, no. 1: 3–18.
- Ellis, R. (2016). Focus on form: A critical review. *Language Teaching Research*, 20(3), 405–428.
- Ellis, R. (2007). The differential effects of corrective feedback on two grammatical structures. In A. Mackey (Ed.), *Conversational interaction in second language acquisition: A collection of empirical studies* (pp.339-360). Oxford: Oxford University Press.
- Ellis, R., Loewen, S., and Erlam, R. (2006). Implicit and explicit corrective feedback and the acquisition of L2 grammar. *Studies in Second Language Acquisition*, 28(2), 339-368.
- Ellis, R. (2006). Researching the effects of form-focussed instruction on L2 acquisition. *AILA Review*, 19, 18–41.
- Ellis, R., Basturkmen, H., & Loewen, S. (2001). Learner uptake in communicative ESL lessons. *Language Learning*, 51(2), 281-318.
- Farrokhi, F. (2007). Teachers' stated beliefs about corrective feedback in relation to their feedback practices. *Journal of Faculty of Letters and Humanities*, 200, 91–131.
- Ferreira, A. (2003). *Feedback Strategies for Second Language Teaching with implications for Intelligent Tutorial Systems*. PhD thesis, University of Edinburgh, Edinburgh, UK.
- Ferreira, A.L. (2017). Implications of implicit and explicit instruction for second language acquisition. Ferris, D. (2014). Responding to student writing: Teachers' philosophies and practices. *Assessing Writing*, 19, 6e23.
- Freeman, D. (2002) *The Hidden Side of the Work: Teacher Knowledge and Learning to Teach. A Perspective from North American Educational Research on Teacher Education in English Language Teaching*. *Language Teaching*, 35, 1-13.
- Gatbonton, E. (2000). Investigating experienced ESL teachers' pedagogical knowledge. *Canadian Modern Language Review*, 56, 585–616.
- Gass, S. M., & Selinker, L. (2008). *Second language acquisition: An introductory course* (3rd ed.). New York, NY: Routledge.
- Gilje, T. M. (2014). Teacher cognition and the teaching of EFL reading in Norwegian upper primary classrooms. *Acta Didactica Norge*, 8(2), Art. 18. 17 sider.
- Graham, S., Santos, D., & Francis-Brophy, E. (2014). Teacher beliefs about listening in a foreign language. *Teaching and Teacher Education*, 40, 44-60
- Gurzynski-Weiss, L. (2010). *Factors influencing oral corrective feedback provision in the Spanish foreign language classroom: Investigating instructor native/nonnative speaker status, SLA education and teaching experience*. (Doctoral Dissertation).
- Gurzynski-Weiss, L. (2016). Factors influencing Spanish instructors in-class feedback decisions. *The Modern Language Journal*, 100(1), 255-275.
- Johnson, K. E. (2006). The sociocultural turn and its challenges for second language teacher education. *Tesol Quarterly*, 40, 235-257
- Johnson, K. E. (1996). The Role of Theory in L2 Teacher Education. *TESOL Quarterly*, 30(4), 765.
- Lee, E.J. (2013). Corrective feedback preferences and learner repair among advanced ESL students. *System* 41: 217–230.

- Lee, I. (2018). Future Directions for Writing Teacher Cognition. *The TESOL Encyclopedia of English Language Teaching*, 1–7.
- Li, S. (2010). The effectiveness of corrective feedback in SLA: A meta-analysis. *Language Learning*, 60, 309e365.
- Lightbown, P. and Spada, N. (1999). *How Languages are Learned*. Oxford: Oxford University Press.
- Long, M. H. (1977). Teacher feedback on learner error: Mapping cognition. In D. H. Brown, C. C. A. Yorio, & T. R. Crymes (Eds.), vol. 77. *On TESOL* (pp. 278e294). Washington, DC: TESOL.
- Long, M. H. (1996). The role of the linguistic environment in second language acquisition, in W.C. Ritchie and T.K. Bhatia (Ed.). *Handbook of Second Language Acquisition*, San Diego, CA: Academic Press.
- Long, M.H. and P. Robinson. (1998). Focus on form. Theory, research and practice. In C. Doughty and J. Williams (eds.) *Focus on form in classroom second language acquisition*. Cambridge: Cambridge University Press. (pp. 144-138)
- Long, M. H., Inagaki, S., and Ortega, L. (1998). The role of implicit negative feedback in SLA: Models and recasts in Japanese and Spanish. *Modern Language Journal*, 82, 357–371.
- Lyster, R. (1998). Negotiation of form, recasts, and explicit correction in relation to error types and learner repair in immersion classrooms. *Language Learning*, 48, 183–218.
- Lyster, R. and L. Ranta. (1997). Corrective feedback and learner uptake: negotiation of form in communicative classrooms. *Studies in Second Language Acquisition* 19: 37–66.
- Lyster, R., and Saito, K. (2010). Oral feedback in classroom SLA. *Studies in Second Language Acquisition*, 32, 265e302.
- Lyster, R. (1998a). Negotiation of form, recasts, and explicit correction in relation to error types and learner repair in immersion classrooms. *Language Learning*, 48, 183–218."
- Lyster, R. (1998b). Recasts, repetition, and ambiguity in L2 classroom discourse. *Studies in Second Language Acquisition*, 20, 51–81."
- Lyster, R. (2001). Negotiation of form, recasts, and explicit correction in relation to error types and learner repair in immersion classrooms. *Language Learning*, 51(1), 265–301.
- Lyster, R. (2004). Differential effects of prompts and recasts in form-focused instruction. *Studies in Second Language Acquisition* 26: 399–432.
- Lyster, R., K. Saito and M. Sato. (2013). Oral corrective feedback in second language classrooms. *Language Teaching* 46: 1– 40.
- Mackey, A., and Philp, J. (1998). Conversational interaction and second language development: Recasts, responses, and red herrings? *Modern Language Journal*, 82, 338–356."
- Mackey, A. (2006). Feedback, noticing and instructed second language learning. *Applied Linguistics*, 27(3), 405e430.
- Mackey, A., and Goo, J. (2007). Interaction research in SLA: A meta-analysis and research synthesis. In A. Mackey (Ed.), *Conversational interaction in second language acquisition: A collection of empirical studies* (pp. 407-452). Oxford: Oxford University Press.
- Mackey, A., Gass, S., and McDonough, K. (2000). How do learners perceive interactional feedback? *Studies in Second Language Acquisition*, 22(4), 471-497.
- Mackey, A., Polio, C., and McDonough, K. (2004). The relationship between experience, education and teachers' use of incidental focus-on-form techniques. *Language Teaching Research*, 8, 301e327."
- Mori, R. (2011). Teacher cognition in corrective feedback in Japan. *System*, 39, 451e467.
- Nicholas, H., Lightbown, P. M., and Spada, N. (2001). Recasts as feedback to language learners. *Language Learning*, 51, 719–758.
- Nystrom, N. J. (1983). Teacher-student interaction in bilingual classrooms: Four approaches to error correction. In H. W. Seliger, & M. H. Long (Eds.), *Classroom-oriented research in second language acquisition* (pp. 169e189). Rowley, MA: Newbury House."

- Ohta, A. S. (2001). *Second Language Acquisition Processes in the Classroom: Learning Japanese*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Omar, S. (2011). Exploring Teachers' Cognitions and Practices of Teaching L2 Reading in Malaysia.
- Ölmezer-Öztürk, E. (2016). Beliefs and practices of Turkish EFL teachers regarding oral corrective feedback: a small-scale classroom research study. *The Language Learning Journal*.
- Phipps, S., and Borg, S. (2009). Exploring tensions between teachers' grammar teaching beliefs and practices. *System*, 37(3), 380–390.
- Phipps, S., (2010). *Language Teacher Education, Beliefs and Classroom Practices*. Lambert Academic Publishing, Saarbrücken
- Polio, C., Gass, S. M., and Chapin, L. (2006). Using stimulated recall to investigate native speaker perceptions in native-nonnative speaker interaction. *Studies in Second Language Acquisition*, 28, 237-67.
- Rahimi, M., and Zhang, L. J. (2015). Exploring non-native English-speaking teachers' cognitions about corrective feedback in teaching English oral communication. *System*, 55, 111–122.
- Saito, K., and Lyster, R. (2012b). Investigating pedagogical potential of recasts for L2 vowel acquisition. *TESOL Quarterly*, 46, 387e398.
- Schulz, R. (2001). Cultural differences in student and teacher perceptions concerning the role of grammar instruction and corrective feedback: USA Colombia. *The Modern Language Journal*, 85(2), 244e258.
- Sheen, Y. (2004). Corrective feedback and learner uptake in communicative classrooms across instructional settings. *Language Teaching Research* 8, no. 3: 263–300.
- Sheen, Y. (2007). The effect of corrective feedback, language aptitude and learner attitudes on the acquisition of English articles. In A. Mackey (Ed.), *Conversational interaction in second language acquisition* (pp. 301–322). Oxford, UK: Oxford University Press.
- Sheen, Y. (2010). Differential effects of oral and written corrective feedback in the ESL classroom. *Studies in Second Language Acquisition*, 32, 201-234.
- Sheen, Y. (2011). *Corrective feedback, individual differences and second language learning*. New York: Springer.
- Singleton, R. and Stratts, B.C. (2004). *Approaches to social research*. (4th ed.) New York: Oxford University Press.
- Tsui, A. B. (2011). Teacher education and teacher development. *Handbook of Research in Second Language Teaching and Learning*, 2, 21-39.
- Vasquez, C., and Harvey, J. (2010). Raising teachers' awareness about corrective feedback through research replication. *Language Teaching Research*, 14, 421e443.
- Yilmaz, Y. (2015). The role of exposure condition in the effectiveness of explicit correction, *Studies in Second Language Acquisition*, 38.
- Yoshida, R. (2010). How do teachers and learners perceive corrective feedback in the Japanese language classroom? *The Modern Language Journal*, 94, 293–314.

THE IMPACT OF TAPERING ANNOUNCEMENTS ON BORSA ISTANBUL BANKS INDEX¹

Assoc. Prof. Nida Abdioğlu

Bandırma Onyedi Eylül University/ Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Business Administration
nabdioglu@bandirma.edu.tr

Dr. Musa Bayır

Bandırma Onyedi Eylül University/ Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Economics
musa.bayir@gmail.com

Abstract

After the 2008 financial crisis, the central banks of developed countries have started to increase liquidity extraordinarily with their special implications. U.S. Federal Reserve and European Central Bank practised a vast amount of asset purchasing by using monetary expansion programme and asset purchase programme, respectively. These asset purchase programmes affected substantially the U.S. and European financial markets. Moreover, the importance of the relevant currencies in global markets results in important expansionary impact in other countries' markets. On 22 May 2013 Bernanke and on 26 October 2017 Draghi had announced that the asset purchase programmes would be decreased. The announcements were named as tapering and they revealed destructive impacts on financial markets. In this study, the impact of tapering announcements of the U.S. and European Central Banks on the returns of the banks which are listed in Borsa Istanbul Banks Index is examined. 10 banks which are listed in the index by 2019 are considered. These banks are listed in Borsa Istanbul Banks Index with the following codes: AKBNK, DENIZ, GARAN, ICBCT, ISCTR, QNBFB, SKBNK, HALKB, VAKBN, YKBNK. The impacts on these banks' returns are examined with event study methodology. 10 days periods before and after the announcements of these two events are accepted as event window. The returns of these banks are calculated with market model adjusted returns. After that the abnormal returns and cumulative abnormal returns are calculated. The return of BIST 100 Index is used as market return. Firstly, the first event which is occurred on 22 May 2013 is considered and the cumulative abnormal returns of it are examined during the event window. Although the average cumulative abnormal returns of these banks show upward and downward fluctuations, the t-test results made for these CARs are not statistically significant. On the other hand, the event occurred on 29 October 2017 is found to reduced the cumulative abnormal returns of the banks and this result is statistically significant. The tapering announcement of ECB resulted in negative returns in Turkish bank markets. It is concluded that the market does not have semi-strong form efficiency.

Keywords: Tapering Announcements, Borsa Istanbul, Event Study

1. INTRODUCTION

The financial crisis of 2008 caused significant economic problems. In the meantime, it has also led to a noticeable transformation in traditional monetary policy implementation. The monetary policy encountered in this period was called as unconventional monetary policy. Gertler (2013) defines unconventional monetary policy as follows. In some periods, the quantity theory of money loses its validity. There exists an economic situation in which the money supply does not affect inflation. In such a case, direct or indirect interventions which increase the effectiveness of credit markets have been defined as unconventional monetary policy. These interventions can directly and shortly affect the liquidity level in the market (Borio and Disyatat, 2010, 53). Moreover, these operations include not only government bonds and treasury bills but also some high-risk private sector assets such as mortgage-backed securities (Borio, Galati & Heath, 2008). The most popular unconventional monetary policy implementation is asset purchase programs. Within the framework of the asset

¹ This study is supported by Bandırma Onyedi Eylül University Projects of Scientific Investigation (BAP).
Project number: BAP-19-1009-099

purchase program, firstly the Federal Reserve implemented the quantitative easing program. During the quantitative easing program, Federal Reserve purchased \$ 3.85 trillion worth of long-term assets between 2008-2014 period. Subsequently, with the European Central Bank's asset purchase program, the European Central Bank has purchased assets of EUR 2.6 trillion between 2015-2018 period. Both programs injected extraordinary liquidity directly into the economy. Therefore, it can be stated that there are significant expanding effects of asset purchase programs in the US and EU financial markets. However, the negative effects of the 2008 financial crisis and the Euro debt crisis in the US and EU economy have not been fully eliminated. On the other hand, emerging countries quickly recovered from the negative effects of the economic crisis and achieved high growth and employment rates. This has led to global liquidity shifting towards developing countries. Consequently, there has been intense capital inflows to developing countries. Accordingly, exchange rates were valued and interest rates decreased.

On May 22, 2013, Federal Reserve Chairman Bernanke announced that the expected recovery in the US economy has taken place and that the Fed would reduce the volume of its asset purchases, at some future date (Bernanke, 2013). On 26 October 2017, European Central Bank Governor Draghi announced that asset purchases would decrease from 60 billion euros to 30 billion euros per month. These announcements are called as tapering. Tapering describes the process of slowing down the long-term asset purchases programs. Therefore, both announcements contain the message that aggressive monetary policy would be tailed off. So, it had significant negative effects on the US and EU financial markets. Moreover, the collapse in the US financial markets after Bernanke's announcement was called as the taper tantrum. The Fed and the ECB's tapering talk has also affected developing countries. The foreign capital inflows to developing countries since the end of 2008 were reversed. As a result of this, the exchange rate depreciated and bond interest rates increased. In this context, this study aims to empirically investigate the effects of these two events on the Borsa İstanbul Bank Index.

2. LITERATURE REVIEW

There are three mechanisms for international monetary transmission. Portfolio balance channel, signal channel and confidence channel (IMF, 2013). According to the portfolio balance channel, Fed and ECB have become a major buyer in the asset markets with asset purchase programs. In this case, investors rebalance their portfolios internationally. Foreign capital movements towards developing countries accelerate and bond interest rates decreased. The signal and the confidence channel are based on the assumption that both international and national investors will make predictions about the future position of monetary policy. Then, investors' willingness to take risks will change. The two announcements signalled that the abundance of liquidity would not continue. In this theoretical framework, it is expected that foreign capital investments towards developing countries would decrease. There are many empirical studies investigating the effect of tapering. Rai and Suchanek (2014) analyzed the effect of Fed tapering on the financial markets and foreign capital inflows of 19 developing countries. The results show that the negative impact is more limited in economies with more robust economic indicators. Eichengreen and Gupta (2015) explored the impact of the Fed tapering in BRICS countries and Turkey. According to results, countries with larger and more liquid markets and larger capital inflows experienced in the period of unconventional monetary policy experienced greater pressure on exchange rates, foreign reserves and equity prices. In the study, this situation is associated with the fact that it is easier for foreign investors to balance their portfolios in countries with larger and more liquid markets. Borraro et al. (2016) investigated the effect of US unconventional monetary policy announcements on treasury bills yield, exchange rate and equity returns in five Latin American countries. The evidence shows that the so-called "taper tantrum" in May-October 2013 has a significant effect on asset prices.

The impact on the exchange rate, in particular, is more pronounced. Estrada et al. (2016), analyzed the effect of taper tantrum on equity prices in 22 developing countries. It was concluded that the equity markets of developing countries were significantly affected by this event. Thorbecke (2016) investigated how the capital outflow resulting from Fed tapering in ASEAN-5 countries affects stock prices in different industries. The results of the analysis show that the capital intensive sectors in Indonesia and Malaysia; the insurance and financial sectors in Malaysia, the Philippines and Thailand

are more affected. Furthermore, in both Indonesia and the Philippines, stocks of small companies have been adversely affected by the depreciation of local currencies. Suh and Koo (2016) explored the effect of Fed unconventional monetary policy and policy normalization on foreign capital inflows in 39 developing countries where Turkey is located. Accordingly, Fed unconventional monetary policy was more effective in foreign capital inflows to cross-border borrowings and bond, while weaker in foreign capital inflows for the equity purchase.

The results show that the impact of policy normalization is proportional to the amount of foreign capital inflow occurred during the expansionary monetary policy period. Ahmed et al. (2017) investigated the effect of Fed tapering in 64 developing countries. The results of the analysis show that developing countries with robust economic indicators were less affected. However, in developing countries with more foreign capital inflows and higher appreciation of the exchange rate during the periods of expansionary monetary policy, the impact was higher. Clemens et al. (2017) examined the effect of ECB tapering in 3 periods. A reduction of net purchases in the expansionary stage, the announcements of an earlier exit, and a faster than expected exit. In all three cases, it has been concluded that there is an effect of increasing long-term interest rates. However, the effect is low. Ghosh and Sagar (2017) investigated the impact of FED tapering on the currency, equity and bond markets in 8 developing countries. The volatility increased in the taper tantrum period. In addition, it has shown that the volatility in the stock and bond market in the USA and developing countries are moving together. Chari et al. (2017) investigate the effect of unconventional monetary policy on asset markets of developing countries. According to the empirical results, monetary policy shocks have more effect on asset returns in developing countries with respect to capital flows. This effect is higher when FED reduces asset purchasing. Lastly, Chirilă and Chirilă (2018) investigate the impact of Bernanke's monetary policy explanations on the volatility of US market and the effect of the volatility transmission on Eastern Europe markets. According to their empirical findings there is volatility transmission on the stock markets of Eastern Europe (except Latvia and Lithuania) and bond markets.

3. DATA AND METHODOLOGY

In this study, the impact of tapering announcements of FED and ECB on the Cumulative Abnormal Returns (CAR) of the deposit banks which are listed in Borsa Istanbul are considered. 10 deposits banks which are listed in Borsa Istanbul Banks Index (XBANK) by 2019 are taken into account in the analyses². Finnet database is used in order to collect data about the closing prices of the related banks. The banks included in the analyses are shown with their codes in Table 1. Two different event days are considered which are 22 May 2013 and 26 October 2017. The chairman of the U.S. Federal Reserve, Ben Shalom Bernanke, announced on 22 May 2013 that the US may taper or reduce the size of its bond-buying program known as quantitative easing. This date is the first time tapering term entered into financial literature (The balance, 2019). In addition, Mario Draghi, the president of European Central Bank, announced on 26 October 2017 that European Central Bank is thinking to taper. In this study, these 2 tapering announcements are considered and their impact on Turkish Banks are examined.

Table 1- Borsa Istanbul Banks Index

Bank Name	Code
AKBANK	AKBNK
DENIZBANK	DENIZ
TÜRKİYE GARANTI BANKASI	GARAN
ICBC TURKEY BANK	ICBCT
TÜRKİYE İS BANKASI	ISCTR
QNB FINANSBANK	QNBFB
SEKERBANK	SKBNK
TÜRKİYE HALK BANKASI	HALKB
TÜRKİYE VAKIFLAR BANKASI	VAKBN
YAPI VE KREDİ BANKASI	YKBNK

² Participation banks and development bank are not included in the dataset because of their lower level of market shares.

In order to examine the impact of tapering announcements on Borsa Istanbul Banks, event study methodology is used. An event study is a methodology that measures the impact of an event on a firm's value (Campbell et al., 2012, p. 149). By the help of an event study, it is tested whether the performance of a security is different from what would be expected (Saens and Sandoval, 2005, p. 310). Market efficiency is an assumption of the event study and it reflects that stock prices fully reflect all available information (Fama, 1991, p. 1575). It is assumed that the effect of the event can be seen on security prices.

Security returns and abnormal returns are calculated in the event studies. Event study measures the abnormal reaction of the financial markets to an event. Abnormal returns are calculated and it is tested whether the stocks have any significant abnormal returns. In this study, the reaction of each bank's return to each event is examined. It is analysed whether these 2 different events create abnormal returns for the banks. 22 May 2013 and 26 October 2017 are accepted as announcement dates ($t=0$) of the two different events. The period between 10 days after the event day ($t=+10$) and 10 days before the event day ($t=-10$) is accepted as the testing period. 252 days before $t=-10$ is accepted as estimation period. Estimation period is used in order to calculate the expected returns of each bank. In order to calculate the returns of the banks, equation 1 is used. In equation 1, P_{jt} is the closing price of bank j at time t. P_{jt-1} is the closing price of bank j at time t-1. The ratio of these prices is calculated and the logarithm of this ratio is used as the return of bank j at time t.

$$R_{jt} = \ln(P_{jt}/P_{jt-1}) \quad (1)$$

$$R_{mt} = \ln(P_{mt}/P_{mt-1}) \quad (2)$$

Furthermore, the return of the BIST 100 index is used as a proxy for market return. In order to calculate market return equation 2 is used. In equation 2, P_{mt} is the closing price of the BIST 100 index at time t and P_{mt-1} is the closing price of the index at time t-1. The natural logarithm of the ratio of these prices is used as a proxy for market return. In order to calculate the expected returns of the Borsa Istanbul banks, Market Model is used.

The market model is a statistical model which relates the return of any given security to the return of the market portfolio. The model assumes a stable linear relation between a security's return and the market return (MacKinlay, 1997, p. 15). The advantage of the market model is about the reduced variance of the abnormal return. The share of the return which is related to variation in the return of the market is removed in this model. As a result, the variance of the abnormal return decreases and this increases the capability to notice event effects (Campbell et al., 2012, p. 155). Equation 3 shows the formula of Market Model that calculates expected returns. In equation 3, $E(R_{jt})$ is the t period expected return of bank j and R_{mt} is the t period market return. The return of BIST 100 index is used as a proxy for market return. Alpha and beta are the parameters of the market model and they are estimated by linear regressions in the estimation period.

$$E(R_{jt}) = \alpha_j + \beta_j * R_{mt} \quad (3)$$

Abnormal returns for the testing period are calculated by using equation 4. Abnormal return is the difference between a stock's actual return over the event window and its expected return over the event window. $E(R_{jt})$ is the expected return of security without conditioning on the event taking place (MacKinlay, 1997, p. 15). R_{jt} is the actual return of security j at time t and $E(u_{jt})$ is an abnormal return of security j at the period t. $\overline{AR}_t$ is average abnormal return which is calculated by dividing sum of the abnormal return to the number of banks at time t. Furthermore, cumulative abnormal returns for the testing period is calculated by summing up abnormal returns in Equation 5. CAR_{TP} is the cumulative abnormal returns in the testing period.

$$\overline{AR}_t = \frac{1}{N} \sum_{j=1}^N u_{jt} \text{ where } E(u_{jt}) = R_{jt} - E(R_{jt}) \quad (4)$$

$$CAR_{TP} = \sum \overline{AR}_t \quad (5)$$

Finally, the significance of cumulative abnormal returns is tested with t-test. The null of the t-test is cumulative abnormal return is equal to zero. If the null is rejected this means that the announcement of the event, tapering announcement, in this case, affects the security prices and therefore abnormal returns can be obtained from these securities. Hence, the financial market does not have a semi-strong form efficiency. In contrast, if the cumulative abnormal return is equal to zero, the announcement of the event does not affect the prices of the securities. As a result, the financial market has a semi-strong form efficiency (Kaderli, 2007, p. 147). According to efficient market hypothesis, after the announcement of the event abnormal returns can not be obtained from the related securities. In this case, the financial markets have semi-strong form efficiency (Sakarya, 2011, p. 155). After the announcement of the event the impact of the event is reflected in the security prices and as a result, obtaining abnormal returns from these securities is not possible. However, if the abnormal returns are obtained after the announcement of an event, the financial market does not have a semi-strong form efficiency.

EMPIRICAL RESULTS (The impact of tapering on the returns of Borsa Istanbul banks)

The impacts of two events on Borsa Istanbul Bank returns are examined in this study. Two different announcement dates are used which are made by U.S. Federal Reserve and European Central Bank. Ben Shalom Bernanke announced on 22 May 2013 that United States may taper or reduce the size of its bond-buying program known as quantitative easing. In order to see this event's effect on Borsa Istanbul Banks, abnormal returns of these banks are calculated. Table 2 shows the returns of Borsa Istanbul banks during the testing period. $t=0$ is the announcement day. The returns of these banks 10 days before and after $t=0$ is shown in Panel A of Table 2. The abnormal returns and cumulative abnormal returns of these banks are shown in Panel B of Table 2. When the significance of the cumulative abnormal returns is tested, an insignificant result is found with 0,276 p-value.

Table 2
Panel A

t	AKBNK	DENIZ	GARAN	ICBCT	ISCTR	QNBFB	SKBNK	HALKB	VAKBN	YKBNK
-10	-0,0050	0,0014	0,0159	0,0281	0,0108	0,0019	0,0021	-0,0065	-0,0167	0,0214
-9	0,0087	-0,0039	-0,0038	-0,0194	-0,0048	-0,0027	0,0235	0,0067	-0,0066	0,0113
-8	-0,0059	0,0127	-0,0034	0,0202	0,0027	0,0000	0,0308	0,0103	0,0256	-0,0075
-7	0,0015	0,0012	0,0019	-0,0272	-0,0032	0,0056	-0,0219	-0,0005	0,0164	0,0035
-6	-0,0050	0,0009	0,0041	-0,0082	0,0007	0,0041	-0,0093	0,0008	-0,0132	-0,0012
-5	0,0027	-0,0104	0,0056	-0,0114	0,0005	-0,0035	-0,0105	-0,0075	-0,0106	-0,0033
-4	-0,0019	0,0304	0,0074	-0,0055	-0,0003	-0,0068	-0,0132	0,0025	-0,0065	-0,0071
-3	-0,0040	-0,0025	0,0006	0,0160	0,0054	0,0125	-0,0009	-0,0020	-0,0116	-0,0095
-2	-0,0075	-0,0053	0,0007	0,0364	-0,0078	0,0019	0,0094	-0,0165	-0,0229	-0,0192
-1	0,0049	-0,0019	-0,0161	-0,0253	-0,0050	0,0011	-0,0319	0,0016	0,0041	0,0108
0	0,0047	-0,0101	0,0146	-0,0193	-0,0088	-0,0097	-0,0091	0,0060	0,0006	0,0019
1	-0,0062	0,0134	-0,0027	0,0084	0,0114	-0,0008	-0,0047	0,0013	-0,0043	0,0055
2	-0,0094	-0,0014	0,0102	0,0251	-0,0004	0,0027	0,0075	0,0027	0,0105	0,0085
3	-0,0116	-0,0009	-0,0200	0,0096	-0,0037	0,0006	-0,0007	-0,0073	-0,0320	0,0008
4	-0,0105	0,0137	-0,0328	-0,0166	-0,0095	-0,0015	-0,0037	0,0096	-0,0342	-0,0135
5	-0,0016	0,0264	0,0050	0,0205	0,0091	-0,0044	-0,0092	0,0103	0,0045	-0,0043
6	-0,0038	0,0111	0,0105	0,0099	0,0083	0,0098	-0,0062	0,0149	0,0126	0,0107
7	0,0016	-0,0025	-0,0004	0,0413	-0,0069	-0,0042	-0,0343	0,0038	-0,0044	0,0053
8	0,0549	0,0489	0,0186	-0,0706	0,0396	-0,0482	-0,0006	0,0374	0,0467	0,0371
9	-0,0147	-0,0326	-0,0153	0,0180	-0,0246	0,0353	0,0251	-0,0237	-0,0135	-0,0056
10	0,0029	-0,0956	0,0110	0,0006	-0,0095	0,0108	0,0073	-0,0195	-0,0136	-0,0151

Panel B		
t	AAR	ACAR
-10	0,0053	0,0053
-9	0,0009	0,0062
-8	0,0086	0,0148
-7	-0,0023	0,0125
-6	-0,0026	0,0099
-5	-0,0048	0,0051
-4	-0,0001	0,0050
-3	0,0004	0,0054
-2	-0,0031	0,0023
-1	-0,0058	-0,0035
0	-0,0029	-0,0064
1	0,0021	-0,0043
2	0,0056	0,0013
3	-0,0065	-0,0053
4	-0,0099	-0,0152
5	0,0056	-0,0095
6	0,0078	-0,0017
7	-0,0001	-0,0018
8	0,0164	0,0145
9	-0,0052	0,0094
10	-0,0121	-0,0027

In figure 1, the fluctuations of cumulative abnormal returns during the testing period are shown. Although an increase in cumulative abnormal returns is seen after the event day, reductions and after that increases are seen during the testing period.

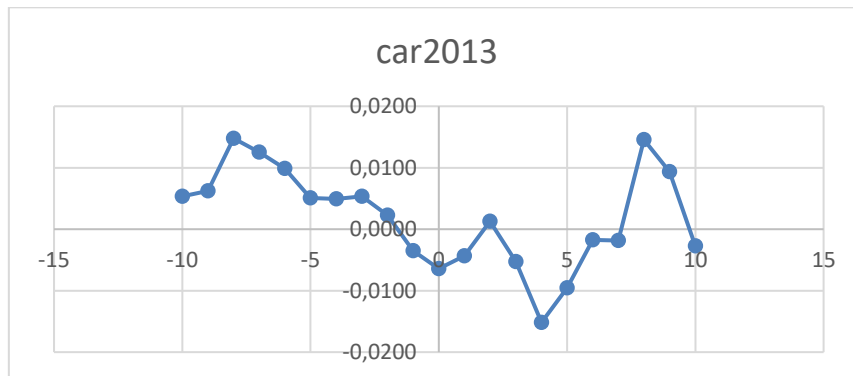


Figure 1-Cumulative Abnormal Returns in 2013

As a second event, the president of the European Central Bank's announcement of tapering on 26 October 2017 is considered. Panel A of Table 3 illustrates the returns of Borsa Istanbul Banks during the testing period of this event. Related abnormal returns and cumulative abnormal returns of these banks are presented in Panel B of Table 3. The cumulative abnormal return is found to be significant with 0 p-value.

Table 3- Returns of Borsa Istanbul Banks
Panel A

t	AKBNK	DENIZ	GARAN	ICBCT	ISCTR	QNBFB	SKBNK	HALKB	VAKBN	YKBNK
-10	0,0011	-0,0012	-0,0149	-0,0429	-0,0146	-0,0085	-0,0055	-0,0245	0,0202	-0,0023
-9	-0,0018	-0,0091	0,0097	-0,0893	0,0081	-0,0024	-0,0158	-0,0147	0,0028	0,0107
-8	-0,0095	0,0009	0,0053	-0,0055	-0,0102	-0,0038	0,0111	0,0021	0,0023	-0,0069
-7	-0,0077	0,0142	-0,0021	-0,0113	-0,0089	0,0028	-0,0045	-0,0129	0,0048	0,0009
-6	-0,0004	-0,0024	-0,0054	0,1529	-0,0096	0,0084	0,0006	0,0085	-0,0006	-0,0049
-5	0,0079	0,0019	0,0028	0,0753	0,0145	-0,0124	0,0001	-0,0021	0,0140	0,0057
-4	-0,0049	-0,0078	-0,0039	-0,0238	-0,0050	0,0076	0,0189	-0,0059	0,0005	-0,0086
-3	-0,0125	-0,0066	-0,0237	-0,0640	-0,0098	-0,0022	-0,0090	-0,0220	-0,0110	-0,0013
-2	0,0010	-0,0096	-0,0062	-0,0083	0,0140	0,0020	-0,0122	-0,0154	-0,0009	-0,0023
-1	0,0177	-0,0010	0,0070	0,0002	0,0139	-0,0183	-0,0099	-0,0021	0,0107	0,0062
0	-0,0051	0,0023	-0,0135	-0,0155	-0,0199	0,0349	-0,0044	-0,0055	-0,0095	0,0055
1	-0,0101	-0,0055	0,0197	0,0015	-0,0107	-0,0291	-0,0114	-0,0190	0,0051	-0,0108
2	0,0051	-0,0056	-0,0058	0,0191	0,0106	-0,0027	-0,0117	-0,0069	0,0054	0,0246
3	0,0118	-0,0060	0,0108	-0,0295	0,0009	-0,0117	0,0190	-0,0254	0,0153	-0,0078
4	0,0046	0,0056	0,0039	-0,0582	0,0054	-0,0128	-0,0175	-0,0231	0,0258	-0,0101
5	-0,0027	-0,0026	0,0019	-0,0032	0,0069	-0,0035	-0,0260	-0,0123	-0,0003	0,0286
6	-0,0163	-0,0069	-0,0038	0,0827	-0,0226	-0,0026	-0,0128	-0,0251	-0,0152	-0,0173
7	-0,0006	-0,0065	-0,0109	-0,1025	-0,0051	-0,0193	-0,0034	-0,0006	0,0255	-0,0163
8	-0,0024	-0,0136	-0,0103	0,0297	-0,0185	0,0069	-0,0255	-0,0300	-0,0167	-0,0203
9	-0,0168	0,0065	-0,0034	0,1169	-0,0131	-0,0082	-0,0038	0,0012	-0,0034	-0,0120
10	0,0011	0,0026	-0,0015	0,0083	-0,0009	-0,0067	-0,0220	0,0036	-0,0148	0,0245

Panel B		
t	AAR	ACAR*
-10	-0,0093	-0,0093
-9	-0,01019	-0,01949
-8	-0,00141	-0,0209
-7	-0,00247	-0,02337
-6	0,014712	-0,00865
-5	0,010773	0,002118
-4	-0,0033	-0,00118
-3	-0,01621	-0,01739
-2	-0,00379	-0,02118
-1	0,002436	-0,01875
0	-0,00307	-0,02181
1	-0,00703	-0,02884
2	0,00321	-0,02563
3	-0,00224	-0,02787
4	-0,00765	-0,03553
5	-0,00132	-0,03685
6	-0,00399	-0,04084
7	-0,01396	-0,05481
8	-0,01007	-0,06487
9	0,006399	-0,05847
10	-0,00058	-0,05905

Figure 2 shows the movements in cumulative abnormal returns during the testing period. A decrease in CAR is seen after the event day in Figure 2.

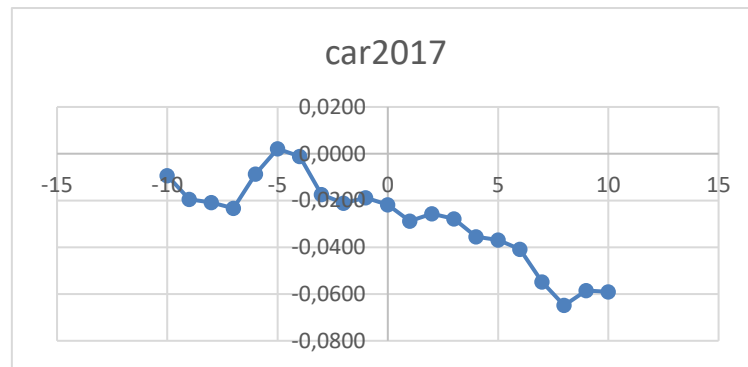


Figure 2- Cumulative Abnormal Returns in 2017

CONCLUSION

The impacts of tapering announcements of FED and ECB on Borsa Istanbul Banks Index are investigated in this study. 22 May 2013 and 26 October 2017 are used as 2 different event days in the analyses. In the first one Bernanke, and in the second one Draghi had announced that the asset purchase programmes would be decreased. It is examined whether these announcements created any abnormal returns for Turkish bank market.

According to the empirical results, the tapering announcement of FED did not create any abnormal returns for Borsa Istanbul Banks Index. Therefore, the market has semi-strong form efficiency. After the announcement of the event the impact of the event is reflected in the security prices and as a result, obtaining abnormal returns from these securities is not possible. Furthermore, when the impact of ECB's tapering announcement on Borsa Istanbul Banks is examined, it is found that this event affected the prices of securities and created abnormal returns for the BIST Banks Index. Thus, market has not a semi-strong form efficiency for this event. The investment made in Borsa Istanbul includes more European-origin investments. This might be the explanation of the results found in this study. Furthermore, after the FED's announcements other central banks either have not started expansionary policies or have started recently. This might be the reason behind the insignificant effect found in this study for FED's announcement.

In conclusion, to obtain financial stability in Turkish financial markets the announcements of the monetary policy decisions in developed countries should be considered. These announcements have effects on the Turkish market.

REFERENCES

- Ahmed, S., Coulibaly, B. and Zlate, A. 2017. International Financial Spillovers to Emerging Market Economies: How Important Are Economic Fundamentals?. *Journal of International Money and Finance* 76, 133–152.
- Bernanke, B. 2013. The Economic Outlook. Testimony before the Joint Economic Committee, U.S. Congress, Washington, DC, May 22. Available at: <http://www.federalreserve.gov/newsevents/testimony/bernanke20130522a.htm> [Access Date: 01.10.2019]
- Borio, C. and Disyatat, P. 2010. Unconventional Monetary Policy: An Appraisal. *The Manchester School* 78, 53-89.
- Borio, C., Galati, G. and Heath, A. 2008. FX Reserve Management: Trends and Challenges. *BIS Papers* No.40.
- Borraro, F., Hernando, I. and Valles, J. 2016. The Effects of US Unconventional Monetary Policies in Latin America. *Banco de Espana Working Paper Series* No.1606.
- Campbell, J.Y., Lo, A.W. and MacKinlay, A.C. 2012. *The Econometrics of Financial Markets*. New Jersey: Princeton University Press.
- Chari, A., Stedman, K. D. and Lundblad, C. 2017. Taper Tantrums: QE, Its Aftermath and Emerging Market Capital Flows. *NBER Working Paper Series* No. 23474.
- Chirilă, V. and Chirilă, C. 2018. Effects of US Monetary Policy on Eastern European Financial Markets. *Centre for European Studies Working Paper Series* No. 2, 149-166.

- Clemens, M., Gebauer, S. and Rieth, M. 2017. Simulating the Macroeconomic Effects of ECB Tapering. Monetary Dialogue, Depth Analysis.
- Eichengreen, B. and Gupta, P. 2015. Tapering Talk: The Impact of Expectations of Reduced Federal Reserve Security Purchases on Emerging Markets. Emerging Markets Review Vol. 25, Issue C, 1-15.
- Estrada, Gemma B., Park, D. and Ramayandi, A. 2016. Taper Tantrum and Emerging Equity Market Slumps. Emerging Markets Finance and Trade 52:5, 1060-1071.
- Fama, E.F. 1991. Efficient Capital Markets: II. The Journal of Finance XLVI (5), 1575-1617.
- Gertler, M. 2013. Monetary Policy After August 2007. The Journal of Economic Education 44 (4), 329-338.
- Ghosh, S. and Saggari, M. 2017. Volatility Spillovers to the Emerging Financial Markets During Taper Talk and Actual Tapering. Applied Economics Letters 24:2, 122-127.
- IMF, 2013. Unconventional Monetary Policies-Recent Experiences and Prospects. IMF Policy papers, April.
- MacKinlay, A.C. 1997. Event Studies in Economics and Finance. Journal of Economic Literature XXXV:, 13-39.
- Rai, V. and Suchanek, L. 2014. The Effect of the Federal Reserve's Tapering Announcements on Emerging Markets. Bank of Canada Working Paper No.2014-50
- Saens, R. and Sandoval, E. 2005. Measuring Security Price Performance Using Chilean Daily Stock Returns: The Event Study Method. Caudernos De Economia 42, 307-328.
- Suh, S. and Koo, B. 2016. Spillovers from U.S. Unconventional Monetary Policy and its Normalization to Emerging Markets: A Capital Flow Perspective. Bank of Korea Working Paper No. 2016-4.
- Thorbecke, W. 2016. Investigating the Effect of U.S. Monetary Policy Normalization on the ASEAN-4 Economies. The Research Institute of Economy, Trade and Industry Discussion Paper Series No.16-E-070.

KÜRESELLEŞMENİN SONU: YABANCI SERMAYE REKABETİ SORUNU**Semiha Sönmez**Kocaeli Üniversitesi/ Sosyal Bilimler Enstitüsü/ İktisat Politikası Anabilim Dalı
semihasonmez@hotmail.com**Özet**

Günümüzde küreselleşme ekonomi başta olmak üzere her alanda hız kazanmış bunun bir sonucu olarak dünyada ki uluslararası ticaret giderek mobil hale gelmiştir. Ülke ekonomilerinde yaşanan ani sermaye hareketleri ve ülkelerarası yatırım ve finansal geçişlerin kolaylığı hükümetlerin yabancı sermaye artırımlarında birbirlerini rakip olarak görerek hareket etmelerine neden olmuştur. Her ülkenin yabancı sermayeyi kendine çekme isteği ve cazip görünme çabası beraberinde vergi rekabetini doğurmuştur. Vergi rekabeti ile hükümetler kendi sınırları içerisinde vergi istisnaları, indirimleri ve muafiyetleri uygulamışlardır. Her ekonominin kendine ait vergi oranının olması yatırımcıları kendine en uygun ülkeyi ve vergisini seçme hakkı vermiştir. Bunun sonucu olarak ülkeler vergi oranlarını belirlerken diğer ülkelerin vergi oranlarını veri olarak kullanmak zorunda kalmışlardır. Aksi takdirde yüksek vergi oranlarına sahip ülkeler yatırımcılarını düşük vergi alan ülkelere kaçıraraklardır. Çalışmanın amacı vergi rekabetinin tanımından ve amaçlarından yola çıkarak dünyada kabul edilen görüşleri incelemek ve yabancı sermaye rekabetinin dünya ticareti üzerindeki artan önemini vurgulamaktır. Küreselleşen dünya ticaretinde ülkeler vergi rekabetini ekonomilerinde yeni yatırımların desteklenmesi amacıyla bir araç olarak görmekte ve kullanmaktadırlar. Çalışma ülkemiz ekonomisinin vergi rekabetini daha etkin kullanılabilmesi için öneriler getirilecektir.

Anahtar Kelimeler: Yabancı Sermaye Rekabeti, Vergi Rekabeti, Vergi**THE END OF GLOBALIZATION: THE PROBLEM OF FOREIGN CAPITAL COMPETITION****Semiha Sönmez**Kocaeli University/Institute of Social Sciences/ Department of Economic Policy
semihasonmez@hotmail.com**Abstract**

Today, globalization has accelerated in every field, especially in the economy, and as a result, international trade in the world has become increasingly mobile. The sudden capital movements experienced in the national economies and the ease of international investment and financial transitions caused governments to act as competitors in foreign capital increases. The desire of each country to attract foreign capital to itself and its efforts to appear attractive has created tax competition. With tax competition, governments have implemented tax exemptions and reductions within their borders. Each economy has its own tax rate, which gives investors the right to choose the most appropriate country and tax. As a result, countries have had to use the tax rates of other countries as data when determining their text rates. Otherwise, countries where high tax rates will smuggle their investors to countries where low taxes. The aim of this study is to examine the views accepted in the world according to the definition and purposes of tax competition and to emphasize the importance of foreign capital competition in the world trade. In globalized world trade, countries see and use tax competition as a tool to support new investments in their economies. In this study, suggestions will be made in order to use tax competition in our country's economy more effectively.

Keywords: Foreign Capital Competition, Tax Competition, Tax**1.GİRİŞ**

Teknoloji ve telekomünikasyonun gelişmesi ulusal piyasaların küresel ekonomilerle birleşmesine ve uluslararası sermaye hareketlerinin ülke ekonomilerinde anlık olarak değişim göstermesine neden olmuştur. Mal ve sermaye hareketlerinin zaman ve mekân gözetmeksizin ani değişimler yaşayabilmesi

ülke ekonomilerini doğrudan etkilemektedir. Ülke ekonomilerinin dengede olabilmesi ve kamu harcamalarını yapabilmesi için iç tasarruflarının yeterli düzeyde olması gerekmektedir. İç tasarrufları yetersiz olan ülkeler yabancı sermayenin yapmış olduğu yatırımlar ile ekonomilerini düzeltme yoluna gider. Yabancı sermayedarlara kendi ülkelerini cazip hale getirmek isteyen hükümetler yabancı sermaye yatırımcılarına çeşitli teşvikler sağlar. Bu teşviklerin en önemlisi ise vergi teşvikleridir.

Yatırımcı yatırımını gerçekleştirmeden önce maliyet hesaplamasına giderek kar maksimizasyonunu sağlayabileceği ülkeleri belirler. En büyük maliyet kalemi ise vergilerdir. Bu nedenle daha az vergilendirilmeye tabi tutulacağı ülke yatırımcı için öncelikli sıradadır. Yatırımcıyı kendi ülkesine çekmek isteyen hükümetler vergi indirimleri uygulamaktadır. Her ülkenin vergi oranlarını indirmesi ile vergi rekabeti meydana gelmektedir.

Çalışmamız üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde yabancı sermayenin ülke ekonomileri üzerindeki öneminden bahsedilmektedir. İkinci bölümde ise vergi rekabeti üzerinde durularak yararlı ve zararlı vergi rekabeti açıklanacaktır. Üçüncü bölümde ise Türkiye'nin yabancı sermayeyi çekmek için uygulaması gereken politikalar ve sağlayacağı avantajlı politika kararlarını alırken dikkat etmesi gereken hususlar vurgulanmaktadır.

2. YABANCI SERMAYENİN ÜLKE EKONOMİLERİ İÇİN ÖNEMİ

Bireyler milli gelirden aldıkları payı tüketime veya tasarrufa yönlendirmektedirler. Gelişmiş ülkelerde hane halkının milli gelirden aldığı pay, gelişmemiş ve gelişmekte olan ülkelere oranla daha fazladır. Bu nedenle bireylerin gelirlerinden tasarrufa yönlendirdikleri pay gelişmiş ülkelerde tüketime ayırdıkları paydan daha büyüktür. Tasarruflar fon olarak ekonomide yerini almakta, yatırımlar için gerekli olan sermayeyi karşılamaktadır. Gelişmiş ülkeler de yatırımlar için gerekli olan tasarruf ülke içerisinde yaşayan vatandaşların gelirlerinden sağlanabilmekte iken gelişmekte olan ülkelerin yatırımları için ihtiyaç duyduğu tasarruf miktarını kendi ekonomik birimlerinden karşılayamadığı görülmektedir. İç tasarrufların yetersizliği yabancı sermayenin ülke ekonomisine çekilmesini zorunlu kılmıştır.

Sermaye birikimleri az olan ülkelerin doğrudan yabancı sermaye çekme yarışında daha fazla rol üstlendiği açıktır. Sermaye birikimini artırma amacı güden bu ekonomilerin aldıkları vergi politika kararları yatırımcıyı ülkeye çekmeye yöneliktir. Gelişmekte olan veya az gelişmiş olarak adlandırılan bu ülkeler vergi kanun ve mevzuatlarını yürürlüğe koyarken baskı altında kalmaktadır. Gelir vergisi, kurumlar vergisi ve gümrük vergisi oranları başta olmak üzere vergi oranlarını belirlerken yabancı sermayeyi koruma altına alma zorunluluğu doğmuştur (Yıldız ve Demir, 2019).

Çokuluslu şirketleri ülke sınırları içerisine çekmek isteyen ülkeler gelişmekte olan ülkeler olabileceği gibi aynı zamanda gelişmiş ülke ekonomileri de olabilmektedir. Sektör ve pazarların ortak hale gelmesi ve ülkelerarası farklılıkların giderek ortadan kalkarak ortak tüketim davranışlarının gözlenmesi mal ve hizmet üretimindeki çeşitliliği de yok etmektedir. Buna bağlı olarak devletler sınırları içerisinde yapılacak olan mal ve hizmet arzının diğer ülkelerin mal ve hizmet arzından farklılaşarak talep çekmesini amaçlamaktadır. Yabancı ülke yatırımları bu amaç için kullanılabilecek birincil yollardan bir tanesidir. Öyle ki yabancı sermayedar kurmuş olduğu büyük üretim tesisleri ile yaratıcı beyinleri de kendi bünyesine çekebilmektedir.

2.2.Yabancı Yatırımcının Ülke Seçimi

Yabancı yatırımcılar sermaye ve portföy yatırımlarını gerçekleştirmeden önce yatırım yapmayı düşündükleri ülkelerin ekonomileri hakkında bilgi edinmektedir. Yabancı yatırıma tasarruf yetersizliği, sınırlı sermaye, teknoloji ve bilgi birikim kıtlığı ve benzeri nedenlerden ihtiyaç duyan ülkeler yatırımcıların ülkelerini tercih etmesi için çalışmalar yapmaktadır. Yatırımcıların ülke ekonomilerine yatırımlarını yapma kararı verirken dikkat ettiği hususları şu şekilde sıralayabiliriz (Çinko, 2009):

Yurtiçi Talep Potansiyeli: Yurtiçin deki mal pazarının hacminin büyüklüğü yatırımcının o ülkeye yatırım yapması için belirleyici bir etkidir. Yurtiçi pazara ihraç edilen mal miktarı ve elde edilecek

kar miktarı ile ülke içerisine girerek üretim yapıldığında elde edilecek kar miktarı karşılaştırmaya tabi tutulmaktadır. Ürün ihraç edildiğinde kar maksimizasyonu sağlanmakta ise ülkeye yatırım gerçekleştirilmez.

İşgücü Maliyetleri: Sermaye sahipleri maliyet hesaplamalarında istihdam edecekleri işgücünü ve bu işgücünün ücretlerini dikkat etmektedir. Özellikle emek-yoğun üretim gerçekleştirecek olan kişiler veya kurumlar ücretlerin düşük olduğu gelişmekte olan ülkeleri yatırım için uygun görmektedir. Böylelikle maliyetlerini daha az tutmakta ve nihai hedefleri olan karlarını çoğaltmaktadır.

İstikrar: Ülkelerin siyasi ve ekonomik istikrarı yerel halkın refahını doğrudan ve dolaylı olarak etkilemektedir. Yabancı yatırımcı iki nedenle ülkelerin ekonomik ve siyasi istikrarına önem vermektedir. Birinci neden, ülke içerisinde yaşanan istikrarsızlık ortamının potansiyel talebin zarar görmesine neden olmasıdır. Yerel ekonomide yaşanan sorunların çözülmemesi mal talebini azaltacaktır. Diğer bir neden ise, ulusal istikrarsızlıkların dünya ekonomisinde ülke imajının zarar görmesine sebep olmasıdır. Bu durum imajı zedelenen ülkeye yatırım yapan yabancı sermayenin de diğer ülke ekonomilerdeki görünümünü olumsuz etkilemektedir.

Mali Yük: Yabancı sermaye kar maksimizasyonunu sağlamak için mali yükünü hafifletmek istemektedir. Vergi oranlarının ve vergisel düzenlemenin yabancı sermayeyi ülkeye çekecek şekilde revize edilmesi oldukça önemlidir. Çünkü vergi oranlarını düşüren ülkeler sermayedarların tercih listesinde ilk sırada yer almaktadır.

Sermayenin ortak pazar haline gelen ülke ekonomileri arasında serbest dolaşır hale gelmesi yabancı sermaye rekabetinin oluşmasının en temel sebebidir. Uluslararası ticaret hacminin genişlemesi ile birlikte çokuluslu şirketler yatırımlarını gerçekleştirirken daha dinamik bir yapı içerisinde yer alan ülkeleri tercih etmektedir. Ekonomik konjonktür evrelerinin seyrinin de doğrudan yabancı sermaye üzerinde etkisinin olduğu yadsınamamaktadır. Dinamik ve yükselen bir konjonktür içerisinde yer alan, istikrarlı bir yapı izleyen ülke ekonomilerinin yabancı sermayedarların öncelikli sırsında olduğu bir gerçekliktir.

3.DÜNYA PAZARINDA SERMAYE YARIŞI VE VERGİ REKABETİ

3.1.Vergi Rekabetinin Oluşumu

Dünya üzerindeki sermaye sınırlı bir miktardadır. Sınırlı sayıda olan sermaye miktarı dünya üzerindeki tüm ekonomiler tarafından paylaşılmak istenmektedir. Her ülke kıt olan sermayeden aldığı payın büyük olmasını arzulamaktadır (Çütçü ve Kan, 2018). Hükümetler sermaye arttırmanın önemini bilmekte ve bu nedenle küresel sermayede pay sahibi olabilmek için kıyasıya bir sermaye mücadelesi vermektedir. Sınırlı olan sermayeden fazla pay almak isteyen ülkeler kendi ekonomilerini cazip gösterme peşindedir. Bu nedenle de ülkeler siyasi ve ekonomik istikrarlarının ve yapılarının sağlamlığının yanında vergi teşvikleri ile de ön plana çıkma çabasıdadır. Bu çabanın sonucu vergi rekabetini doğurmuştur.

Peker ve Kılıçer (2014) portföy yatırım ve doğrudan yatırım olarak iki şekilde olabilen ve kaynakların ülkelerarası geçişini gerçekleştiren yabancı sermaye yatırımlarının vergi rekabetine yol açtığını vurgulamaktadır. Ancak işsizliğin azalmasında önemli rol oynaması, yeni teknoloji ve ekipmanların ülkeye girmesi ve mevcut işgücüne öğretilerek bilgi ve tecrübe edinilmesini sağlaması, aynı zamanda mal arzının artışı ile talep fazlalığının önüne geçerek enflasyonu önlemesi ve ihracat miktarını arttırması nedeniyle doğrudan yabancı sermaye ülke ekonomisine çekilmek istenmektedir.

Ülkelerarası yabancı sermaye çekme yarışı hükümetlerin vergilendirme yetkilerini kullanırken diğer ülkelerin vergi politikalarını yakından takip etmelerini zorunlu kılmıştır. Diğer ülke ekonomilerini ve vergilendirme sistemlerini göz önünde bulundurmadan vergilendirme yapmak günümüzde yapılacak en büyük yanlışlardan biridir. Böyle bir vergilendirme sistemi beraberinde pek çok sorunu da getirecektir. Bu sorunlardan en dikkat çekici olanı ise yabancı sermayedarların ülke ekonomisinden çekilerek kendi kar maksimizasyonuna en uygun vergi sistemine sahip ülkelere yönelmesidir. Vergi

rekabetini dikkate almadan vergi oranlarını belirleyen ve yabancı yatırımcıları kendi ülkesine çekme amacı gütmeyen hükümetler rekabet yarışından zararlı çıkmaktadır (Kargı ve Yaygır, 2016).

3.2. Vergi Rekabetinin Tanımı

Vergi rekabeti, hükümetlerin vergi oranlarını belirlerken yalnızca kendi ulusal ekonomisini dikkate almasının önüne geçmiş, vergilendirme politikalarının diğer ülke vergi oranlarının da göz önünde bulundurularak yürütülmesini zorunlu kılmıştır. Uluslararası konjonktür dışında kalan ekonomiler ise yatırımcıların ülkelerinde yatırım yapmasını sağlayamamaktadır. (Öz ve Yaraşır, 2009)

Göker (2008), vergi rekabetini daha fazla yatırımcıyı ülkesine çekmek isteyen hükümetlerin vergi politikalarını kullanması olarak tanımlamıştır. Finansal sermayenin hareketli olması ve kolay erişebilir kaynaklara sahip olunması sermaye sahiplerinin hızla bir ülkeden diğer ülkeye kaçmasına neden olmaktadır. Bunu engellemek isteyen hükümetler finansal sermayenin kendi ülkelerinde varlığını devam ettirebilmelerini sağlamak amacıyla vergi polkalarında zaman zaman değişiklik yaparak yeni vergi teşviklerini mevzuatlarına ekleyebilmektedir.

3.2.1. Yararlı Vergi Rekabeti

Globalleşme beraberinde ekonomik sınırların ortadan kalkmasını getirmiş ve vergi sistemlerinin ülkeler arasındaki farklılıklarını da süreç içerisinde en aza indirmiştir. Hükümetlerin vergi sistemleri içerisinde yer alan vergi mevzuatlarında diğer ülkelerin yabancı sermayeyi çekmek için uyguladıkları vergi teşviklerini dikkate almaya başlamışlardır. Hükümetlerin diğer ülke vergi oranlarını dikkate almasının en önemli nedeni vergi rekabeti nedeniyle yatırımcıyı diğer rakip ülkeye kaçırmamak ve yatırımını o ülkede yapmasını sağlamaktır (Öz ve Yaraşır, 2009).

Yatırımcılar yatırımlarını gerçekleştirmeden önce fizibilite çalışması yapmaktadırlar. Bu çalışmalarda yatırımın yapılması için ülkelerin ekonomilerinde istikrar aranmaktadır. Fizibilite çalışmaların da ülke ekonomilerinin büyüme rakamları, işsizlik, enflasyon oranları da yer almaktadır. Ancak bu veriler tek başına yeterli gelmemekte ve yatırımcılar ülkelerin vergi oranlarını da göz önünde bulundurarak yatırımlarını gerçekleştirmektedir. Yapılan çalışmalar, yabancı sermaye yatırımının yapılacağı ülkenin seçiminde piyasaya girişler, nitelikli işgücü ve ücretler gibi faktörlerin yanı sıra vergi oranlarının da etkili olduğunu göstermektedir. Vergi teşvikleri, indirimleri, istisnaları gibi vergi avantajlarının uygulandığı ekonomiler işletmelerin vergi maliyetlerini azaltarak işletme karını arttırmaktadır. Bunun sonucunda yabancı yatırımcılar seçimlerini yatırımlarını en yüksek vergi avantajına sahip oldukları ülkeden yana yapar. Yatırımların gerçekleşmesi ile birlikte ekonomiye yeni istihdam alanları açılarak işsizlik sorununa çözüm bulunabilir. Yapılan yatırımlar sadece istihdam seviyesinde değişiklik sağlamaz. Ülke içerisinden talep edeceği hammadde, yarı mamul veya mamullerle birlikte lokomotif görevini üstlenir ve diğer sektörlerin üretimlerinin artmasına da neden olur. Böylece diğer sektörleri de peşinden sürükler. Piyasa hammadde talebini canlandıran yatırımlar kendi ürettikleri mal ve hizmetlerle aynı zaman da piyasa arzını da canlandırmaktadır.

Son yıllarda yabancı yatırımların istihdam artırma, milli gelire olumlu katkı sağlama ve ileri teknolojiye erişim olanağı sunma gibi olumlu etkilerini dikkate alan çok sayıda ülke yabancı yatırımların önündeki engelleri önemli ölçüde kaldırmaktadır (Aktan ve Vural, 2004).

3.2.2. Zararlı Vergi Rekabeti

Zararlı vergi rekabeti, bazı vergi idarelerinin uyguladığı vergisel avantajlarla (yabancı sermayeyi düşük oranda veya hiç vergilendirmeyerek) diğer ülkelerin vergi tabanlarında aşınmaya sebep olan küresel veya bölgesel boyutta negatif etkili mali dışsallıklardır (Doğan ve Kabayel, 2016). Ülkelerin bilinçli olarak yabancı sermayedarlara sunduğu vergi avantajları vergi tabanının daralmasına neden olmaktadır. Vergi tabanının daralması sonucunda toplanan vergi miktarı azalmaktadır. Vergi kazancının azalan kısmını telafi etmek isteyen hükümetler vergi avantajına sahip olmayan bireylere ve firmalara ek vergiler getirebilmektedirler. Fazladan vergi oranı artışına maruz kalan bireylerin reel gelirlerinde, firmaların ise karlarında azalışlar meydana gelmektedir.

Vergi itaatsizliği ve kayıt dışı ekonomi ile mücadele eden çoğu gelişmekte olan ülkenin sermaye birikimlerinin az olmasından dolayı çekebileceği yabancı sermaye miktarının haksız vergi rekabeti uygulayan ülkeler sayesinde azalmasına neden olmaktadır (Doğana ve Kabayel, 2016). Bunun nedeni gelişmekte olan ülkelerin gelişmiş ülkelerle mücadele edebilecek ekonomik güce sahip olmamasıdır. Gelişmiş ülkelerin ekonomik büyüklükleri gelişmekte olan ülkelere daha büyük olduğu için vergi oranlarındaki düşüşten kaynaklı gelir azalışlarını ekonominin diğer üretim kollarından telafi edebilirler. Ancak aynı durum gelişmekte olan veya az gelişmiş ülkeler açısından geçerli değildir. Bu ülkeler kamu harcama giderlerinin büyük bir kısmını bireyler ve kurumlardan aldıkları vergilerle finanse edebilmektedir. Sonuç olarak bu ekonomiler için vergi oranları oldukça önemlidir. Vergi tabanının vergi avantajı nedeniyle daralması gelişmekte olan ve gelişmemiş ülke ekonomilerinin finansman kaynaklarının azalması anlamına gelmektedir. Finansman kaynağını belli bir seviyeye kadar azaltabilecek olan bu ülkeler gelişmiş ülkelerle girdikleri vergi rekabetini kaybetmeye mahkumdur. Gelişmiş ülkelere yabancı sermaye hareketlerinin hız kazandığı görülürken aynı zaman da gelişmekte olan ülkelerin kendi içerisinde bulunan yerel yatırımcıların da vergi oranlarının düşürüldüğü gelişmiş ülkelere yatırımlarını kaydırdığı gözlemlenmektedir.

Ülkelerarası vergi rekabet yarışını kaybetmek istemeyen hükümetler yabancı sermayedar ve firmaların ödemekle mükellef tutuldukları gelirler vergisi ve kurumlar vergisi başta olmak üzere vergi kalemlerinin oranlarını indirmekte, vergi muafiyet ve istisnaları yapmaktadırlar. Ancak bu durum sonucunda dolaysız vergi gelirlerinde azalma meydana gelmektedir. Türkiye’de dolaylı vergilerin oranı %70 civarında iken dolaysız vergilerin oranı %30 civarında olması vergi rekabetinin vergi gelirleri üzerindeki etkisinin en büyük kanıtıdır (Kargı ve Yaygır, 2016).

3.4. Vergi Rekabeti Hakkındaki Görüşler

3.4.1. Yıkıcı Vergi Korumacılığı

Vergi rekabetini “Yıkıcı Vergi Korumacılığı” olarak adlandıran J.Slemrod vergi rekabetlerinin bazı ülke ekonomileri için zararlı olabileceğini ileri sürmüştür. J.Slemrod ülkelerin vergilerinin uyumlaştırılması ile bütün ülke ekonomilerin fayda sağlayacağını söylemiştir. Aksi takdirde vergi rekabeti bazı ulusal ekonomilerin büyümesine neden olurken bazılarına zarar vermektedir. Vergi rekabetinin zararlarını engellemek için ülkelerin kurumlar vergisi alanında uyumlaştırmaya gitmelerinin gerekliliğini ve eğer ki ülkeler doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını çekmek istiyorlarsa da bunu vergi oranlarını indirerek sağlamak yerine yatırım indirimi gibi uygulamalar sunarak yapmalarının gerekliliğini belirtmektedir (Slemrod, 1995; Öz ve Yaraşır, 2009).

J. Slemrod da “Yıkıcı Vergi Korumacılığı” olarak adlandırdığı vergi rekabetinin sıfır toplamı, hatta negatif toplamı bir oyun olduğunu, ülkelerin vergi sistemlerinin harmonize edilmesinin bütün ülkelerin refahını artıracığı görüşünü savunmaktadır. Slemrod’a göre, meseleye tekil ülkeler bakımından değil de küresel açıdan bakıldığında, farklı vergi oranlarıyla mevcut vergileme ilkeleri çerçevesinde, vergi cenneti olan ülkelerin diğer ülkelere yükledikleri maliyetler, çok uluslu şirketlerin küresel vergi yüklerini azaltmak amacıyla yönelik gelir kaydırmalarından kaynaklanmaktadır (Akkaya; Yılmaz, 2014).

3.4.2.Eşitlenen Vergi Rekabeti

Vergi rekabeti hakkındaki görüşlerden biri de vergi avantajlarının her ekonomide zarar meydana getirmeyeceği üzerinedir. Bu görüşü savunanlardan biri olan Roin, yatırım çekmek için uygulanan vergi indirimlerinin bir süre sonra tüm ülkelere eşit bir vergi oranına neden olacağını ileri sürmüştür. Roin’e göre eşitlenen vergi oranı sıfır bile olabilir. Vergi oranlarının sıfır olması ile birlikte ülke ekonomileri yatırımları çekmek için vergi avantajlarını kullanamayacaklardır (Öz ve Yaraşır, 2009).

3.4.3.Tiebout Hipotezi (Vergi Rekabeti Teorisi)

Charles Tiebout’un 1956 yılında yazmış olduğu “Tiebout Teorisi” makalesi ile farklı düzeylerde bulunan vergi oranlarından en optimal olanı seçeceklerinden bahsetmektedir. Hareketli olarak kabul edilen emeğin özel mallara benzer bir rekabet ortamında olduğunu kabul eder. Bu nedenle idareler arasında da emeği kendisine çekmek için bir rekabet söz konusu olmaktadır. Daha başka bir deyişle, bir bölgedeki faktörlerin başka bölgelere kaymasını engellemek için (emek için göç) idareler (yerel

yönetimler) bireylerin tercihlerine uygun bir şekilde vergi ve harcama bileşimleri belirlemelidirler (Stiglitz, ty:791; Öz ve Yaraşır, 2009).

4.VERGİ TEŞVİKLERİNİN YABANCI SERMAYE REKABETİNDEKİ ÖNEMİ

Sermayenin marjinal ürününün, sermayenin marjinal maliyetine eşit olması reel yatırımın gerçekleştirilebilmesinde birincil faktördür. Sermaye miktarı ile marjinal ürün miktarı ters orantılı bir işleyiş sergilemektedir. Sermaye maliyetinin artması marjinal ürün miktarının azalması anlamına gelmektedir. Bu nedenle hükümetlerin sermaye üzerinde belirlemiş oldukları vergi oranlarını arttırması veya var olan vergilere yenilerini eklemesi sermayenin marjinal maliyetini arttırarak, diğer ülkelere kaçmasına neden olmaktadır. Sermayenin kendi ülkesinde kalmasını isteyen hükümetler birbirleri ile yarışa girerek vergi teşviklerinde yarış yapmaya başlamışlardır (Göker, 2008).

Ülkelerin dünya üzerinde bulunan kıt sermaye içerisindeki paylarını arttırmaları ekonomilerinde iyileşmelere neden olmaktadır. Vergi teşvikleri ile ülkeye çekilmek istenen yabancı sermayenin yerel ekonomiye faydalarını şu şekilde sıralayabiliriz (Koçtürk ve Eker, 2012) :

- Yeni istihdam alanlarının oluşması ile işsizliğin azalması
- Yurtiçi pazarda rekabetin artması
- Üretim tesislerinde teknolojinin gelişmesi
- Modern üretim yöntemleri ve tekniklerinin oluşması

Hükümetler kamu harcamalarında büyük bir paya sahip olan vergi gelirlerinin ve ülkelerindeki ekonomik yapının sorunsuz sürdürülebilmesi için gerekli olan finansman kaynağının diğer ülkelere kaçmaması için vergi oranlarında indirimlere gitmektedirler. Ancak vergi oranlarında yapılan indirimler yabancı sermaye sahiplerinin yatırım kararını vermesinde tek etken değildir. Ülkeler yabancı sermayeyi çekebilmek için vergi oranlarında uyguladıkları indirimlerin yanı sıra vergi istisnaları, vergi muafiyetleri ve vergi tatilleri gibi yabancı yatırımcıyı kendi ülkelerinde yatırım yapmaya ikna etmek amacıyla yatırımcıya pek çok teşviki sağlamaktadır. Hükümetlerin belirlemiş oldukları teşviklerin yalnızca yabancı sermayeyi ülkeye çekmesi beklenmemekte aynı zamanda ülkeye yapılan yatırım sonucunda ülke ekonomisine katkıda bulunması istenmektedir. Aksi takdirde hükümetler doğrudan veya dolaylı olarak yabancı sermayeyi ülkelere çekmek için uyguladıkları vergi teşvikleri nedeniyle katlandıkları fırsat maliyetini ülke ekonomisindeki iyileşme ile telafi edemezler. Vergi teşvikleri nedeniyle katlanılan fırsat maliyetinin giderilebilmesi aynı zamanda ülkede yürürlükte olan mevzuatların başarılı olarak uygulanmasına bağlıdır (Candan ve Yurdadağ, 2017).

4.1.Ülke ekonomisini Yabancı Yatırım İçin Cazip Hale Getirmek İsteyen Türkiye Ekonomisinin Dikkat Etmesi Gereken Noktalar

Dünya'nın her yerinde yaratıcı düşünce ve farklı bakış açısına sahip iş gücü bulunmaktadır. Ancak bu işgücünü ülke ekonomisinde aktif olarak değerlendiremeyen ülkeler, küreselleşen ve ortak pazar, devamında ortak kültürel kimlik gösteren, aynı trendlerde arz sağlayan ekonomilerden üretmiş olduğu farklı ürün kalıplarıyla talep yaratamayacaktır. Türkiye'nin yabancı sermayeyi kendi ülke sınırları içerisine çekme zorunluluklarından biriside budur. Yabancı sermayenin büyük üretim tesisleri kurması ülkemiz ekonomisi için lokomotif görevi üstlenecek ve diğer ekonomik faktörlerin iyileşmesini, güçlenmesini sağlayarak yaşanan ekonomik sorunların çözüm ayağı olarak kullanılacaktır. Yabancı sermayenin Türkiye' de fiziksel yatırım yapması, talep fazlalığının yaşandığı mal ve hizmetlerde talebin karşılanması sağlayarak hane halkının ihtiyaçlarının kolay ve hızlı erişebilir olması ile karşılanacaktır. Yabancı fiziksel yatırımlar aynı zamanda işsizlik sorununun giderilmesinde çok büyük önem taşımaktadır. Genç nüfus arzının azlığı gelişmiş ülkelerin ekonomilerinde önemli bir sorun oluştururken, Türkiye genç nüfusunu etkin bir şekilde ekonomisine dâhil edememektedir. Yabancı yatırımların Türkiye ekonomisine çekilerek genç işgücünün üretimde etkinliği sağlanmalıdır.

Vergi rekabetinin olumsuz sonuçlarından biri de ülkedeki dolaylı vergi oranlarındaki artışlardır. Yabancı sermayenin kaçmamasını amaçlayan hükümetler, vergi teşvikleri ile yabancı yatırımcıyı desteklerken bütçe dengesini göz önünde bulundurarak hareket etmek zorundadırlar. Bütçe içerisinde yer alan ve en büyük paya sahip olan vergi gelirlerinin yapılan teşviklerle azalması, bütçe açığının fazlalaşmasına neden olmaktadır. Dolaysız vergi gelirlerinin düşmesi sonucunda oluşan vergi geliri

kaybı dolaylı vergi oranlarının artırılarak kapanmaya çalışılması ile sonuçlanmaktadır. Özellikle KDV oranlarındaki artışlar bu durumun en önemli göstergelerindendir. KDV'nin ülkede yaşayan vatandaşların harcama kalemlerinden alınması ise KDV yükünün yerleşikler üzerinde hissedilmesine hatta tüketim maliyetlerinin artmasına sebep olarak alım gücünün düşmesine sebep olmaktadır. Yabancı yatırımcının lehine olan bu sürç tüketicilerin aleyhine işlemektedir (Göker, 2008). Türkiye yabancı sermayeyi ülke sınırlarına çekmek için uyguladığı kurumlar vergisi oranlarındaki azalışın vergi gelirlerine yansımaları telafi etmek için hane halkı üzerindeki vergi yükünü arttırmamalıdır. KDV oranlarının artırılması ile vergi gelirlerinin arttırılmaya çalışılması gelir eşitsizliğine neden olacaktır.

Algan ve Gedik (2011) çalışmalarında AB 27 üye ülkesi için kanuni vergi oranının, efektif vergi oranının ve GSYH da vergi gelirlerinin payını incelemiştir. Kanuni vergi oranının tek başına bir gösterge oluşturamayacağı ve kamu gelirleri üzerinden alınan vergilerin uluslararası vergi rekabetinde diğer vergi rekabet araçlarına kıyasla daha fazla önem taşıdığı çalışma sonucudur. Türkiye vergi politikalarında bun durumu gözlemledir.

5.SONUÇ

Türkiye büyüme ve kalkınma hedefini gerçekleştirebilmek için ihracat pazarını etkin bir şekilde kullanmak ve Dünya'daki tüketim mallarının ve üretimdeki hammadde ihtiyacını karşılamak istemektedir. İhracat hedefinin 2023 yılında 500 milyar dolar olması Türkiye ekonomisi için ihracat pazarının önemini açık bir şekilde göstermektedir. Dünya ekonomisinde yerini almak isteyen ülkemiz bunu ihracat kanalıyla gerçekleştirmek istemektedir. İhracatı arttırmak için ise yabancı sermayedarların Türkiye üretim pazarında kuracakları tesis ve yapılar ile var olması gerekmektedir (Gocer ve ark., 2012). Üretim pazarına girişi sağlamak amacıyla vergi rekabetindeki yarışı kazanmak ülkemiz ekonomisinin ilerlemesi için en birincil yoldur. Üretimde rol alabilecek ve faaliyete geçireceği üretim tesisleriyle ihracatımızın artmasına ve diğer ülke pazarlarına açılarak güvenilirlik sağlamamıza, aynı zamanda ülke ekonomimizin büyümesine katkı da bulunacak yabancı sermayedarlar vergisel teşviklerle desteklenmelidir.

KAYNAKÇA

- AKTAN, C. C., & VURAL, İ. Y. (2004), Vergi Rekabeti, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (22), 1-18.
- ALGAN, N., & GEDİK, M. A. (2011), Vergi Rekabetine İlişkin Göstergeler: Avrupa Birliği Üyesi Ülkeler İçin Bir Değerlendirme, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(1), 287-302.
- CANDAN, G. T., & Yurdadoğ, V. (2017), Türkiye'de Maliye Politikası Aracı Olarak Teşvik Politikaları, *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (27), 150-173.
- ÇİNKÖ, L. (2009), Doğrudan Yabancı Sermaye Hareketlerinin Makroekonomik Etkileri, *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 26(1), 117-131.
- ÇÜTÇÜ, İ., & KAN, E. (2018), Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarını Etkileyen Faktörler: Türkiye Örneği, *Sakarya İktisat Dergisi*, 7(3), 1-21.
- DOĞAN, A. & KABAYEL. M. (2016), Küreselleşme Ve Vergi Sistemlerinin Değişimi, *Vergi Raporu*, (199), 149-175.
- Gocer, I., Bulut, S., & Dam, M. M. (2012), Doğrudan Yabancı Yatırımların Türkiye'nin İhracat Performansına Etkileri: Ekonometrik Bir Analiz. *Business and Economics Research Journal*, 3(2), 21.
- GÖKER, Z. (2008), Vergi Rekabetinin Kamu Harcamalarına Etkisi ve Harcama Rekabeti, *Maliye Dergisi*, 154, 121-134.
- KARGI, V., & YAYĞIR, T. (2016), Küreselleşme, Vergi Rekabeti ve Türkiye'de Vergi Yüğü. *International Journal of Public Finance*, 1(1), 1-22.
- KOÇTÜRK, O. M., & EKER. M. (2012). Dünyada Ve Türkiye'de Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları ve Çok Uluslu Şirketlerin Gelişimi, *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 18(1 ve 2), 35-42.
- ÖZ, E., & YARAŞIR, S. (2009), Global Bir Kavram: Vergi Rekabeti, *Maliye Araştırma Merkezi Konferansları*, (52), 1-39.

- PEKER, İ. & KILIÇER, E. (2014), Türkiye Boyutu İle Vergi Rekabeti, *Vergi Sorunları Dergisi*, (307), 165-186.
- YILDIZ. A. & DEMİR. M. (2019), Vergi Cennetleri ve Küresel Gelir Eşitsizliği, *Maliye Dergisi*, (176), 329-354.

KOCAELİ İLİN KONGRE TURİZMİ POTANSİYELİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Ayşegül COŞKUN

Kocaeli Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü / Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı
aysglcskn811@gmail.com

Nurdagül ÖZCAN

Kocaeli Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü / Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı
ozcannurdagul@gmail.com

Özet

Küreselleşen Dünya ekonomisinin değişimi ve ticaret hacminin artış göstermesi, turizm sektörünü olumlu etkilemiştir. Turizm sektöründe önemli bir paya sahip olan kongre turizmi, ortaya çıkarmış olduğu ekonomik, sosyal ve kültürel etkisinden dolayı hem dünyada hem de turizm sektöründe işletmelerin büyümesine katkı sağlayan önemli bir turizm türü olmuştur. Çalışmanın amacı, Kocaeli'nin kongre turizm potansiyelini değerlendirmek ve önerilerde bulunulmasıdır. Çalışma ikincil verilerden oluşmakta ve oluşturulan ikincil verilerden yola çıkılarak, bölgenin kongre turizmi açısından elverişli olduğu fakat kongre turizmiyle ilgili herhangi bir tanıtım, pazarlama, kamu ve sektör kuruluşlarıyla yeterli sayıda ortak bir çalışma yapılmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Ulaşılan sonuç ışığında, bölgede kongre turizmiyle ilgili pazarlama faaliyetlerine önem verilmesi, kurum ve kuruluşlarla birlikte hareket edilmesi gerektiği gibi önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Kongre Turizmi, Kocaeli

Abstact

The change in the globalizing world economy and the increase in trade volume have positively affected the tourism sector. The congress tourism, which has an important share in the tourism sector, has become an important type of tourism that contributes to the growth of enterprises both in the world and in the tourism sector due to its economic, social and cultural impact. The aim of this study is to evaluate the congress tourism potential of Kocaeli and to make suggestions. The study is composed of secondary data and it is concluded that the region is suitable for congress tourism, but there is not enough cooperation with any publicity, marketing, public and sector organizations related to congress tourism. In the light of the conclusions reached, suggestions were made to give importance to the marketing activities related to congress tourism in the region and to act with the institutions and organizations.

Keywords: Tourism, Congress Tourism, Kocaeli

GİRİŞ

Dünyada sürekli gelişim gösteren ve büyüyen turizm sektörü insanların yeni ihtiyaçları doğrultusunda kendi içinde çeşitlenmekte ve yeni turizm dalları oluşturmakta, bu turizm dallarından bir tanesi de kongre turizmidir. Kongre turizminin diğer turizm çeşitlerinden farkı turizmin ekonomik açıdan katkı sağlamasında mevsim uzatıcı etkisinin olmasıdır. Kongre yapılan destinasyonlarda, kongre katılımcılarının yaptıkları harcamaların diğer turistlere göre daha fazla olması ekonomik kalkınmaya da önemli bir katkı sağlayabilmektedir (Erdoğan, 2006). Kongre turizminin katkıları sadece ekonomik açıdan değil; oluşturduğu yeni istihdam alanları ve kapasitesi açısından da destinasyonlar için önem taşımaktadır. Ayrıca kongre yapılan destinasyonların markalaşması açısından önemli bir turizm çeşididir (Karasu, 1990).

Günümüzde İstanbul olmak üzere, Ankara, İzmir ve Antalya gibi büyük şehirler kongre turizminin yaygın olduğu görülmektedir. Fakat diğer turizm türlerinde olduğu gibi katılımcıların kongre turizminde de kolay ulaşılabilirlik, düşük maliyet ve yeni yerler görme arzusu içerisinde oldukları gözlemlenmektedir (Alaşhan, 2018).

Yapılan araştırmanın amacı, Kocaeli İlinin kongre turizmi potansiyelini Aydın'ın (1997) ortaya koyduğu kongre turizm destinasyonlarının taşıması gereken özellikler esas alınarak potansiyel durumunun değerlendirilmesidir. Kocaeli'nin kongre turizm merkezi olabilmesi için gerekli olan faktörler ele alınmıştır.

1.KONGRE TURİZMİNİN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ

Kongre turizminin temelini oluşturmakta olan kongre kelimesinin kökeni Latince “Congressus”dan gelmektedir. Genel olarak kongre “toplantı, buluşma” anlamında kullanılmaktadır. Kongre turizmi ile ilgili Uluslararası literatürde farklı araştırmacılar tarafından farklı biçimlerde tanımlamalar yapıldığı görülmektedir. Bu tanımlamaları şu şekilde sıralayabiliriz: Karasu (1990)’ya göre kongre turizmi; “Kişilerin sürekli olarak konakladıkları veya çalıştıkları alanlar dışında, uzmanlık gerektiren bilimsel alanlarda ve meslek kollarında, belirli bir konu ile ilgili bilgi alışverişi yapmak amacıyla bir araya gelinmesiyle ortaya çıkan seyahat, konaklama ve diğer olay ve ilişkilerin tamamını kapsamaktadır”.

Aydın (1997)’a göre ise kongre turizmi; “İnsanların ortak konular üzerine toplu olarak görüşmelerde bulunmak amacıyla yaşadıkları yerlerin dışına organize olarak seyahat etmeleri, konaklamalı toplantılar yaparak etrafları görmek, öğrenmek, dinlenmek, eğlenmek gibi eğilimlerini de tatmin etmeyi içeren bir turizm olayıdır”.

Uluslararası Toplantı Profesyonelleri (MPI)’nin yapmış olduğu tanımda ise kongre turizmi, “diğer ekonomik faaliyetleri de önemli oranda etkileyen, ülke ve şehirlerde yapılan yatırımları, ticareti, iletişimi ve teknolojiyi etkileyen, refah düzeyinin artmasını sağlayan, dünya çapında uzmanlığı teşvik eden ve dünya çapında anlayış ve işbirliğinin yayılmasını sağlayan bir endüstridir (TÜROFED, 2015, s. 42).

Kongre turizminin tüm dünyada önemli bir turizm türü olarak değerlendirilmeye başlanması, sosyal, ekonomik ve ticari hayata katkısı ile başlamıştır. (Haman, 2008: 127). Kongre turizminin, destinasyonların ekonomik olarak kalkınmasında, şehrin tanınmasında ve istihdamın artmasında önemli oranda etkisi olması sebebiyle önemli bir turizm türü olarak görülmektedir (Milne ve Ateljevic, 2001: 374; Yanardağ ve Avcı, 2012: 44; Durgun, 2006: 29; Jubayeva, 2013: 25-29). Kongre turizminin, diğer sektörleri etkilemesi nedeniyle ekonomiye katkısı diğer turizm türlerinden daha fazladır (Milne ve Ateljevic, 2001: 374). Kongre turisti, normal bir turiste göre daha fazla harcama yapmakta ve daha yüksek bütçe ayırmaktadır (İstanbul Ticaret Odası, 2008: 13)

1.1 KONGRE TURİZMİNİN GELİŞİMİNE ETKİ EDEN UNSURLAR

Genel olarak turizmin gelişmesine etki eden unsurlar incelendiğinde, 1950’lerden sonra kongre turizmindeki gelişmeler talep ve arzla ilgili olarak bir dizi unsurlardan bazıları, genel olarak turizmin büyümesine de neden olan unsurlar ile yakından ilişkilidir. Örneğin, kişilerin ve ülkelerin refah düzeyi, daha fazla boş zaman ve seyahat etme eğilimleri, ulaşım ve teknoloji alanındaki iyileştirmeler gibi turizmin gelişimine etki eden unsurlar aynı zamanda kongre turizminin de gelişimini kolaylaştırmaktadır. (Spiller, 2002, s.5). Unsurlardan en önemlisi bilim ve teknolojinin sürekli gelişim içinde olması, gelişmeleri ve değişimleri açıklamak ve aktarmak için insanların bir araya toplanmalarıdır. Ayrıca, teknolojik ve bilimsel gelişmeleri takip eden kurum ve kuruluşların kongre katılımcılarının işverenlerince ödenen kongre masraflarını karşılaması bu gelişimi destekleyen etmenlerin devamı olarak görülmektedir (Yıldız, 2010: 18). Kongre turizmin gelişimine etki eden unsurlar, arz ve talep yönünden aşağıdaki gibi sıralayabiliriz.

Talep Faktörleri

Küreselleşme ile gelişen dünyaya paralel olarak insanların öğrenme isteğinin artması, şüpheli ve sorgulayıcı davranışlar göstermesi ile bilimsel bilginin alanında uzman kişilerce sürekli geliştirilme hali gelmesi, meslektaşları ile tartışarak yeni fikirler edinmek için toplantılar düzenlenmesi vesilesi ile yeni yerler görme isteğidir.

Arz Faktörleri

Turizm arzını meydana getiren faktörler; modern kongre merkezleri ve toplantı salonlarının yapılmasına yönelik yatırımlar, kongre büroları, çekiciliği yüksek turizm merkezlere düşük maliyet ile ulaşım kolaylığıdır. Turizm arzını meydana getiren başka bir faktörde turizm sektöründe faaliyette bulunan işletmelerdir. Bunlardan bazıları ulaştırma, seyahat acenteleri, konaklama, yiyecek-içecek, hediyelik eşya satan işletmeler, eğlence işletmeleridir (Arslan, 2008: 31).

1.2 KONGRE TURİZMİNİN DESTİNASYONA ETKİLERİ

Kongre turizminin yapıldığı destinasyona önemli etkileri vardır. Bunlar ekonomik, sosyal ve kültürel etkileri oluşturmaktadır.

Kongre Turizminin Ekonomik Etkileri: Kongre turizminin diğer turizm türlerine göre daha fazla döviz getirisi sağladığı görülmektedir. Kongre turizmi katılımcı sayısı incelendiğinde dünya genelinde %10'luk bir payı varken, turizm gelirlerine bakıldığında ise %30'luk bir gelire sahip olduğu bilinmektedir (Pembegül, 2008). Ayrıca kongre turizmi ülke genelinde turizm çeşitliliğini artırması ve mevsim uzatıcı etkisiyle turizmi tüm yıla yayılmasına olanak sağlamaktadır (Aydın, 1997). Sonuç olarak, kongrenin yapıldığı hem destinasyona hemde ülkeye konaklama, yeme içme, eğlence, seyahat gibi faaliyetlerden dolayı diğer sektörler de istihdam olanağı sağlamakta ve böylece bölgeye ekonomik katkı sağlamaktadır (Arslan, 2008:13).

Sosyal ve Kültürel Etkileri: Kongre turizminin toplumlar üzerinde önemli oranda sosyo-kültürel etkileri olmaktadır (Bilim ve Özer, 2013: 2; Akhmetov, 2007: 10-11). Kongre turistleri ve yerel halk birbirlerinden sosyal açıdan etkilenmektedir. Kongre turizmi, diğer turizm türlerinde de olduğu gibi sosyal ve kültürel bir alışveriş sürecini içermektedir. (Gürbüz, 2002: 49-53; Şentürk ve Toprak, 2011: 325; Öter ve Özdoğan, 2005: 128).

1.3 KONGRE DESTİNASYONU SEÇİM UNSURLARI

Bilimsel ve teknolojik gelişmelerin artmasıyla birlikte, kongrelerde dünya çapında hızla gelişme göstermekte ve ülkeler ekonomik anlamda daha fazla gelir elde edebilmek için rekabet etmektedirler. Kongre turizmi için yaklaşık 200 ülkenin rekabet ettiğine ulaşılmıştır. Bu nedenle yoğun rekabet ortamının artmasıyla destinasyon seçim faktörleri ortaya çıkmış ve yapılan çalışmalarda 9 adet temel faktör bulunmuştur (Akhmetov, 2007: 48).

Tablo 1: Kongre Destinasyonu Seçim Unsurları

UNSURLAR	BOYUTLARI
Ulaşım	Ulaşımın var oluşu kongre yapılacak bölgeye daha kolay ulaşılmasını sağlamaktadır.
Yerel Çekicilikler	Destinasyonun tarihsel, kültürel ve eğlence aktiviteleri yönünden çekici olması.
Fiyat	Yeme-içme, konaklama, ulaşım ve merak uyandıran yerlerin fiyatları.
Çevre	Destinasyonun iklim koşulları, siyasi ve sosyal olaylardan etkilenmemesi.
İmkanlar	Toplantı ve konferans salonları, sergi salonları, konaklama, yeme-içme ve rekreasyon,
İmaj	Bölgenin imajı veya insanların o yeri kongre merkezi olarak benimsemeleri.
Bilgi	Uluslararası kongreleri önceden ağırlama konusundaki deneyimleri ve bilgileri, destinasyonun kongre düzenlemecileri arasındaki bilinirliği.
Güvenlik	Suç oranları ve destinasyon hijyeni
Hizmet	Bölgedeki otellerde hizmet kalitesinin iyi olması

Kaynak: Kang vd. , 2005: 60

2. KOCAELİ’NİN KONGRE TURİZMİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Araştırmada yöntem olarak kongre turizmiyle ilgili literatür taraması yapılmış ve Kocaeli’nin kongre turizmine uygun olup olmadığı araştırılmış ayrıca alt yapı – üst yapı yatırımlarının yanında otel yatak kapasiteleri ve istatistiki verilerden yararlanılmıştır. Kocaeli’nin kongre turizmi kapsamında destinasyon varlıkları incelenerek kongre turizmi potansiyeli değerlendirilmiştir. Değerlendirme kapsamında Kocaeli’nin kongre turizmi sektöründeki olumlu veya olumsuz nedenleri araştırılmıştır.

- Kocaeli, coğrafik yapısı, mimarisi, sanayi kenti olması, doğal güzellikleri ve daha birçok özelliği ile önemli cazibe merkezidir (koto.org.tr).
- Kocaeli ili, birçok ulusal ve uluslararası kongrelere ev sahipliği yapma potansiyeline sahip bir şehirdir. Şehirde başlıca kongre merkezi olarak kullanılabilecek yerler arasında 5 yıldızlı oteller, Sabancı Kültür Merkezi, İnterteks Fuar Alanı, Süleyman Demirel Kültür Merkezi ve Gebze’de bulunan Osman Hamdi Bey Kültür Merkezi önemli kongre turizmi yapılacak yerlerdendir (kocaeli.ktb.gov.tr).
- Kocaeli ili, Kartepe’deki kayak merkezi ve doğa ile iç içe tabiatı ile, Darıca’da bulunan hayvanat bahçesiyle, Karamürsel ve Kandıra’daki sahil, mavi bayraklı plajlarıyla ve daha birçok ilçesindeki turistik mekanlarıyla tam bir turizm destinasyon merkezi olma özelliği taşımaktadır (koto.org.tr).
- Aynı zamanda Kocaeli ili, ulaşım açısından İstanbul, Yalova, Bursa, Ankara gibi büyük şehirlere yakın olması, deniz yolu ile de ulaşımın olması ve ayrıca demiryolu ulaşımı ile de geniş bir güzergaha sahip olması sebebiyle de kongre turizmi açısından önemli bir destinasyon olarak görülmektedir (koto.org.tr).
- Kocaeli’nin fuar, toplantı, spor ve kongre merkezleri aşağıdaki tabloda yer verilmiştir.

Tablo 2: Kocaeli’nin Fuar, Toplantı, Spor ve Kongre Merkezleri

1	Sabancı Kültür Merkezi
2	Süleyman Demirel Kültür Merkezi
3	Osman Hamdi Bey Kültür Merkezi
4	Kocaeli Üniversitesi Prof. Dr. Baki Komsuoğlu Kültür ve Kongre Merkezi
5	İnterteks Uluslararası Fuar Merkezi
6	Kocaeli Stadyumu
7	Diğer kurum, otel ve kuruluşların toplantı ve kongre salonları.

Tablo 2 incelendiğinde, Kocaeli ilinin kongre turizmi açısından önemli altyapısının olduğu ve büyük organizasyon ve fuarlara ev sahipliği yapabilecek potansiyeli olduğu görülmektedir. Şehirde en belirgin olarak bilinen İnterteks Uluslararası Fuar Merkezi etkin bir şekilde fuar ve organizasyonlara ev sahipliği yapmaktadır. Bunlardan her yıl düzenli olarak gerçekleştirilen Kocaeli Kitap Fuarı’dır. Aynı zamanda Kocaeli konaklama ve tesis açısından da kongre turizmi potansiyeli yüksek olan bir şehirdir.

- Kocaeli ilinde işletme belgeli tesis ve otellerin yatak ve oda sayıları aşağıdaki tabloda yer verilmiştir.

Tablo 3: Kocaeli İlinde İşletme Belgeli Tesis Ve Otellerin Yatak Ve Oda Sayısı

Tür ve Sınıfı	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
5 Yıldızlı	6	969	1638
4 Yıldızlı	13	1405	2854
3 yıldızlı	16	922	1831
2 yıldızlı	11	337	636
1 Yıldızlı	1	14	28
Apart Otel	2	62	124
Pansiyon	2	46	98
TOPLAM	51	3755	7212

Kaynak: Kocaeli Ticaret Odası, <http://koto.org.tr>

Tablo 3 incelendiğinde, Kocaeli ilinde Kültür ve Turizm Bakanlığı 2018 yılı itibarı ile Turizm işletme belgeli toplam 51 konaklama tesisi bulunmaktadır. Fakat 2017 yılında bu sayı 53 iken 2018 yılında bir azalış görülmüştür. Bunun yanı sıra 2018 yılında tesislerin toplam oda sayısı 3755 iken 7212 yatak kapasitesine ulaşmıştır.

- Kocaeli ilinde bulunan A ve B grubu seyahat acentaları sayılarına ilişkin bilgilere aşağıda yer verilmiştir.

Tablo 4: Kocaeli İli Acente Sayıları

Sınıfı	Sayısı
A Sınıfı	117
B Sınıfı	21
Toplam	138

Kaynak: www.tursab.org.tr,2019

Tablo 5’de Kocaeli İl’indeki seyahat acentalarının türleri ve sayıları gösterilmektedir. Kocaeli İlinde A sınıfı 117 ve B sınıfı 21 adet olmak üzere toplamda 138 adet seyahat acentesi olduğu görülmektedir. İl’de C grubu acenta bulunmamaktadır. Acentaların büyük bir kısmı İzmit ve Gebze merkezde bulunmaktadır.

SONUÇ

Kocaeli İli ülkemizde kongre turizminin geliştirilmesi açısından önemli bölgelerden birisi olma özelliğini taşımaktadır. Bölgenin ulaşım açısından iki önemli şehre (İstanbul,Ankara) yakınlığından dolayı önemli bir destinasyondur. Ayrıca Kocaeli İli’nin bir sanayi kenti olmasının yanı sıra turistik bir bölge olması, güvenlik açısından olumsuz bir durumu olmaması, tarihi, doğal, kültürel, yerel çekiciliklerinin fazla olması sebebiyle önemli kongre turizmi potansiyeline sahip bir bölgedir. Bunların yanı sıra konaklama imkânlarının varlığı, deniz-güneş-kum turizminin var oluşu ve mavi bayraklı plajlarıyla da önemli bir imaj sahibi olma özelliği taşımaktadır.

- Sürekli olarak alt yapısı güçlenen Kocaeli’nin kongre turizmi adına istenilen düzeye gelebilmesi için tanıtımların artırılması gerekmekte ve normal turiste göre daha fazla getirisi bulunan kongre turizminin üzerine önemle durulmalı, kısa ve uzun vadeli planlamalar yapılmalıdır.
- Kocaeli ilinde bulunan toplam 138 adet seyahat acentaları kongre turizmi hakkında bilgilendirilip, gerekli toplantılar düzenlenerek acentaların bilinçlendirilmesi gerekmektedir.
- Kongre ve ziyaretçi büroları, kongrelerin yapıldığı bölgenin, turizm açısından büyük önem taşımaktadır. Kocaeli ilinde de kongre ve ziyaretçi büroları kurulmalıdır. Böylece kongreler ve fuar organizasyonları profesyonel şekilde yürütülebilir.
- Bölgeye uygun tanıtım ve pazarlama politikası belirlenmelidir. Hem kamu hem de özel sektörün katkılarıyla bilimsel kongrelere teşvik sağlanarak kongre turizm faaliyetleri artırılabilir.
- Kocaeli kongre turizmi geliştirilmesi ve bununla ilgili stratejiler oluşturulması halinde Kocaeli’nin sanayi kenti olma özelliğinin yanı sıra mevcut turizm potansiyelini her mevsime yayarak kongre turizmi için de önemli bir destinasyon haline gelmesi mümkün olabilecektir.

KAYNAKÇA

- Akhmetov, A. (2007). Almatı’nın Kongre Turizmi Arz Potansiyeli Ve Şehrin Kongre Açısından Destinasyonun Seçim Faktörleri Açısından Değerlendirilmesi, T.C. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, İzmir.
- Alaşan, A. (2018). Nevşehir Bölgesinin Kongre Turizmi Potansiyelinin Turizm İşletme Yöneticilerinin Bakış Açısıyla Değerlendirilmesi. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tuzm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir.
- Arslan K. (2008) Türkiye’de Kongre Turizmini Geliştirme İmkânları, İstanbul: İTO Yayınları.
- Aydın, Ş. (1997). “Kongre Turizmi ve Önemi”, 8. Ulusal Turizm Kongresi, Bildiriler, Adnan Menderes Üniversitesi, Kuşadası.

- Aymankuy, Y. (1997). Türkiye’de Geliştirilebilir Turizm Şekli Olarak Kongre Turizmi ve İzmir İl Merkezi Örnek Uygulaması. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Doktora Tezi, Balıkesir.
- Bilim, Y. ve Özer, Ö. (2013). Yerel Halk Gözüyle Konya’da Turizmin Önemi ve Ekonomik, Sosyal, Çevresel Etkileri. Ulusal KOP Bölgesel Kalkınma Sempozyumu, Konya.
- Durgun, Ayşe (2006), Bölgesel Kalkınmada Turizmin Rolü: Isparta Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, Isparta, ss.39- 50.
- Erdoğan, C. (2006). İzmir İli Kongre Turizmi Arz Potansiyelinin İncelenmesi Ve Geliştirilmesine Yönelik Bir Araştırma. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Turizm İşletmeciliği Programı, Yüksek Lisans Tezi, İzmir.
- Gürbüz, A. (2002). Turizmin Sosyal Çevreye Etkisi Üzerine Bir Araştırma. Teknoloji Dergisi, 5 (1-2), ss.49-59.
- Hannam, Kevin (2008), “Tourist Studies and The Turn Towards Mobilities”, Tourism Geographies, Geography Compass 2(1), ss. 127–139.
- İstanbul Ticaret Odası, (2008), Türkiye’de Kongre Turizmini Geliştirme İmkânları, Hazırlayan: Kahraman Arslan, Yayın No: 2008-34 İstanbul.
- Jubayeva, Assel (2013), “Uluslararası Kongre Turizminin Kazakistan’daki Mevcut Durumunun Değerlendirilmesi, Sorunları ve Çözüm Önerileri”, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi SBE Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.
- Kang,M. ,Suh, S. veJo, D. (2005). TheCompetitiveness of International MeetingDestinations in Asia: Meeting Planners’ VersusBuyingCenters’ Perceptions, Journal of Convention&Exhibition Management, TheHaworthPress, 7(2).
- Kang,M. ,Suh, S. veJo, D. (2005). TheCompetitiveness of International MeetingDestinations in Asia: Meeting Planners’ Versus Buying Centers’ Perceptions, Journal of Convention&Exhibition Management, TheHaworthPress, 7(2).
- Karasu T (1990) Kongre turizmi üzerinde düşünceler. Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi 1(4), 32-34.
- Milne, Siman ve Ateljeviv, Irena (2001), “Tourism, economic development and the globallocal nexus: Theory embracing complexity”, Tourism Geographies 3(4), 369–393.
- Öter, Z. ve Özdoğan, O.N. (2005). Kültür Amaçlı Seyahat Eden Turistlerde Destinasyon İmajı: Selçuk-Efes Örneği. Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 16(2), 127-138.
- Pembegül, T. (2008). Geliştirilebilir Turizm Çeşidi Olarak Kongre Turizmi ve Türkiye’deki Kongre Merkezlerinin Avrupa’daki Örneklerle Karşılaştırılarak İncelenmesi, Uzmanlık Tezi, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Spiller J. (2002) History of Convention Tourism. In Weber K. And Chon K. (Eds.) Convention Tourism International Research and Industry Perspectives (3 -20) NewYork, The Haworth Press.
- TUROFED (2014). Türkiye Turizm Raporu. s.4,54,55. (<http://www.turofed.org.tr/PDF/DergiTr/TurizmRaporu-TUROFED%20RAPOR.pdf>) (Erişim Tarihi: 20.07.2019)
- Yanardağ, Özgür ve Avcı, Mehmet (2012), “Turizm Sektöründe İstihdam Sorunları: Marmaris, Fethiye, Bodrum İlçeleri Üzerine Ampirik Bir İnceleme”. Ege Stratejik Araştırmalar Dergisi, 3(2) ss.39-62.
- Yıldız, G. (2010). Akademik Kongrelerde Katılımcıların Tatmin Düzeylerini Etkileyen Faktörler, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mersin.

İnternet Kaynakları

- <https://kocaeli.ktb.gov.tr/TR-69228/kongre-turizmi.html> (Erişim Tarihi:25.09.19)
- <http://koto.org.tr/turizm-kenti-kocaeli-cd-5c53470917bf8> (Erişim Tarihi:26.09.19)
- Tursab: <https://www.tursab.org.tr/> (Erişim Tarihi:26.09.19)

İKTİDARIN MEŞRUIYETİNİ TESİSİ MESELESİ: HÂREZMŞAHLAR (1097-1231) ÖRNEĞİ

Doç. Dr. Meryem GÜRBÜZ

Kocaeli Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Tarih Bölümü, Ortaçağ Tarihi Anabilim Dalı,
meryembgurbuz@gmail.com

Özet

İktidarın veya muktedirin iradesinin meşruiyeti bugünün olduğu kadar geçmişin de konusudur. İktidar, gücünü meşru bir kaynaktan alabiliyorsa genel kabul gördüğü anlaşılabılır. Ortaçağ için de şüphesiz bu durum geçerlidir. Meşruiyet kavramını ortaçağın her coğrafyası ve iktidarı için konuşabiliriz. Ancak bu bildiride sadece bir Türk hanedanının idare dönemi üzerinden değerlendirme yapılmaya çalışılmıştır. Hârezmşahlar (1097-1231) iktidarı gulâm menşelidir. Hanedanın atası Anûştegin Garcâi, Büyük Selçuklu döneminin saray gulamları arasındadır ve Sultan Melikşah (1072-1092) 'ın taştâdır. Selçuklu Devleti'nin bir bölge valisi olmayı ve bunu babadan oğula intikal eden bir mansıp olarak ailenin elinde tutmayı başarabilmek Hârezmşahlar iktidarının kuruluşunu açıklayabilir. Ancak meşruiyetin tesisi başka bir haldir. İncelediğimiz devrin iktidarı için siyasi güç her ne kadar askeri başarı ile kurulabiliyorsa da meşruiyetin tesisi için bu yeterli değildir. Nitekim, Hârezmşahlar devrinin önemli devlet adamlarından ve devletin kuruluşuna şahit isimlerden biri olan Reşidüddin Vatvât (ö. 1177)'ın günümüze ulaşan inşâ örneklerinde bu konuya atfen bilgiler mevcuttur. Hârezmşah Alâeddin Tekiş (1172-1200)'in Hemedan'da tahta çıkışı da bu meşruiyetin dayanaklarını oluşturma gayretidir. Selçuklu'nun devamı olma iddiası Hârezmşahlar meşruiyeti tezinin temel noktasıdır. Kullandıkları unvân, lâkap ve devlet seremonileri de örnek olarak gösterilebilir. Bildiri metninde görüleceği üzere Hârezmşahlar, iktidarların meşruiyetlerini tesis etmek ve bunu görünür kılmak hususunda ciddi çaba sarf etmişlerdi.

Anahtar Kelimeler: Hârezmşahlar, İktidar, Meşruiyet tesisi

Abstract

Legitimacy of the power or rulers was a matter in the past as well as it is a topic today. It is widely accepted that power is acceptable if it is based on legitimate fundamentals. It was same at the Medieval ages without any doubts. We can talk about legitimacy for every power and every place in medieval ages. However in this academic report the subject is being analyzed from a single Turkish dynasty's ruling era. Khwarezmians who ruled from 1097 to 1231 are mamluk origin. Ancestor of the dynasty Anushtegin Gharchai was a mamluk in Seljuk's court and was also Malik-shah's (1072-1092) personal water carrier servant. Becoming a governor of one of Seljuk's provinces and making this position of his family's by handing it over to his heirs can explain the founding of Khwarezmian rule. On the other hand, establishment of legitimacy is completely different subject. In the era we are looking at, military force was enough alone to rise into power, but it wasn't enough for establishing legitimacy. Thus, there are examples from writings that survived today of Rashîd al-Dîn Watwât who witnessed the founding of Khwarezmian state (Date of death: 1177) has some informations about legitimacy subject. Khwarezmian Alaüddin Tekish's (1172-1200) ascending to the throne at Hamedan is all about establishing legitimacy. Claiming to be successor of Seljuks is the base of their legitimacy claim. The titles, appeals and royal ceremonies can be shown as examples of this claim. As it can be seen in the academic report, Khwarezmians show extraordinary effort to establish their legitimacy, and make it visible.

Keywords: Khwarezmians, Power, Establishment of Legitimacy

GİRİŞ

Hârezmşah Atsız (1128-1156), Anûştegin oğulları'nın bağımsız iktidar olma gayesiyle hareket eden ilk temsilcisidir. Onun, Hârezm valiliği bile bir ara tartışmalıyken, devrin büyük sultanlarından Selçuklu Sencer (1118-1157)'in itaatinden çıkması, Hârezmşahlar Devleti'nin kuruluş macerasının da başlangıcı olmuştu. Hanedanın atası kaynaklarımızda Anûştegin Garcâi olarak kaydedilmektedir ve hakkındaki bilgilerimiz Selçuklu sarayında taştârlık mansıbına yükselmesi çevresindeki sınırlı

anlatıdan ibarettir (İbnü'l-Esîr 1991, X, s.223-224; Cüveynî 1999; s.345-346, Kafesoğlu 1992, s.134-135). O, Sultan Melikşah tarafından, Hârezm valiliğine tayin olunmuştu. Ardılı, onun Selçuklu'ya hizmetlerinin bir ödülü olarak Hârezm valiliği görevine getirildi. Kutbeddin Muhammed (1097-1128)'in Selçuklu'ya sadakatle hizmeti kaynaklarımızda övülmektedir (Özaydın 2002, XXVI, s.484-485).

Sultan Sencer cihetinden tarihe baktığımızda, Hârezmşah Atsız, Anûşteginogulları'nın hizmetlerinin Selçuklu tarafından memnurlukla karşılandığını gösteren bir şekilde, bir lütuf olarak aynı mansıba bırakılmışken isyan eden, Selçuklu otoritesini tanımayan ve müstakil bir iktidar kurmaya çalışan bir validir.

Her ne kadar Hârezmşah Atsız öldüğünde (1156) bağımsız bir iktidar sahibi olarak tanınmamışsa da Hârezmşahlar Devleti'nin kurucusu olarak kabul edilmektedir. Oğlu İlarıslan da onun siyasetini takip ederek Anûşteginogulları'nın devlet sahibi olması uğrunda mücadele etti. Büyük Selçuklu Devleti'nin yıkılış sürecinin karışık ortamında, ellerindeki bölgeye sahip olabildiği gibi, Mâveraünnehr siyasetine dahil oldu hatta Karahıtaylar ile mücadeleye de başlayabildi (Kazvinî 2018, s. 388; Barthold 1990, s. 355-357; Kafesoğlu 1992, s. 83).

Hârezmşah Tekiş, hem devleti imparatorluk sınırlarına ulaştırdı hem de “sultan” olarak kendini devletlerarası arenada tanıttı. Oğlu Alâeddin Muhammed (1200-1220)'e bıraktığı devlet, teşkilatı açısından olduğu kadar özellikle ordu kuvveti bakımından da bölgenin en büyük güçlerinden biriydi (Kafesoğlu 1992, s. 84-144).

Sultan Alâeddin Muhammed 'in, doğuda hızla yükselen Cengiz Han (1206-1227) iktidarı ile 1220 yılında bozulan ilişkileri, Hârezmşahlar Devleti için hızlı bir sonun başlangıcı oldu. Cengiz Han, Hârezmşahlar üzerine çıktığı batı seferinde muazzam bir başarı kazandı. Sultan Alaeddin Muhammed, Moğol ordusuna karşı, Hârezmşahlar'dan beklenebilecek askeri başarıyı elde edemedi. Bu tarihlerde Hârezmşahlar ülkesi Moğollar tarafından süratle işgal ve talan edildi (İbnü'l-Esîr 1987, XII, s. 323-351). Hanedanın son temsilcisi Celâleddin Mengüberti (1220-1231), devletini eski güçlü günlerine kavuşturabilmek için etkileyici bir mücadele verdiyse de bu yeterli olmadı ve onun ölümü ile de Hârezmşahlar Devleti son buldu (Taneri 1977, s. 33-83).

Hârezmşahlar iktidarlarını, öncelikli olarak takip ettikleri siyaset, bulundukları coğrafyanın avantajlarını kullanabilmeleri ve devrin bölgelerindeki gelişmelerini lehlerinde değerlendirebilmeleri sayesinde elde etmişlerdi. Bir devletin valisi iken, imparatorluk sınırlarına sahip olmak ve büyük bir güce erişmek şüphesiz Hârezmşahlar'ın başarısıdır. Onların muktedir olma serüvenlerinde bir meşruiyet tesis ettiklerini de görmekteyiz. Nitekim, devletin Moğol darbesiyle yıkılmakta olduğu , Celâleddin Hârezmşah zamanında , onun halk tarafından bir kurtarıcı olarak görülmesi ve bunun ondan beklenmesi, bir umut olarak etrafında toplanılması bize bu meşruiyetin iktidarın son zamanlarında bile varlığını sürdürdüğünü göstermektedir.

Hârezmşahlar hakkında bilgiler veren kaynaklarımızın anlatılarını incelediğimizde, onların meşruiyet tesisi için uğraş verdiklerini görebiliyoruz. Bu bilgileri biraya getirerek analiz ettiğimizde Hârezmşahlar iktidarının meşruiyet ihtiyaçlarını ve bunu temin için izledikleri yolu ortaya koyabiliriz.

İKTİDAR VE MEŞTUIYET

Ortaçağ Türk hakimiyet anlayışına göre, iktidarın kaynağı Tanrı'dır. Tanrı, seçtiği kişiyi “padişahlık sanatları ile süslenmiş kılar” (Nizâmü'l-mülk 1999, s. 6). Tanrı'nın kullarının başına getirdiği bu kişi, dünya işlerinden sorumludur (Sebüktegin, 1975, s. 229). Bu anlayış, eski Türk geleneğinin bir devamı olarak “kut almış” olanın baht sahibi kabul edilerek iktidara geleceğini ifade eder ve Hârezmşahlar zamanında da varlığını sürdürmüştür. Kut sahibi olanın kim olacağını ise “kanlı kılıç” tayin ederdi. (Devletşâh 1977, I, s. 173-174). Galip olan, iktidara yükselerek hükümdar olan, Tanrı'nın isteği ile başarıya ulaşmıştır. Bundan sonra da onun iktidarının sürmesi için Tanrı bir çok lütuflarda bulunabilir Ebkarü'l-efkâr, vr. 31b-32a; Toyserkânî 1338, s. s. 71).

Bu anlayış esasında, iktidar için mücadele vermeye yasal ve meşru olarak hak sahibi olanları kastederek bunlar arasından kazanana işaret ediyor görünse de sonuçta muktedir olmayı başarmanın artık Tanrı katında da dünyayı yönetmek için meşru görüldüğüne de kuvvetli bir vurgu yapmaktadır. Bu anlayışta iktidar sahibi artık kendini “dünyadaki sorunların çözücüsü”, “Müslümanların koruyucusu” ve hatta “bütün insanların sorunlarını gidermek için müracaat edeceği merci” olarak tanımlar (Arâisü'l-havâtır, vr. 63b-64a.)

Pek tabiidir ki, kendisini bu şekilde adlandıran ve kut sahibi olduğunu iddia eden muktedirlerin hepsinin genel bir kabul gördüğünden söz edemeyiz. O halde, Tanrı ile ilişkilendirilen iktidar, insanlar tarafından da kabul görmelidir ki meşru olabilsin.

Tarih boyunca iktidar olgusu günümüzden farksız bir biçimde güç ile ilişkili olmuştur. Muktedir olmak, konumuz açısından ele aldığımızda siyasi güç, devlet kurmak anlamına gelir ve birincil olarak askeri kuvvete dayanır.

İktidarın sahibi bir boşluğu doldurabilir, toplumun ihtiyaç duyduğu düzeni sağlayabilir, bir fikri ihtirasla savunabilir ya da bunların hepsini vadedebilir (Berle 1980, s.10-22). İktidar sahibi için öngörülen bu tanım bir lider profilini açıklar ve ortaçağ Türk- İslâm hükümdar özellikleri ile de örtüşür. Nitekim ideal hükümdardan, öncelikle İslâm'ın koruyucusu olması (Arâis, vr.18b), düzeni sağlayarak güven ortamını tesis etmesi (Horst 1966, s. 30) ve halkın refahını sağlaması (Devletşâh 1977, II, s. 188) beklenmektedir. Hükümdarlarda olması gereken özellikler arasında adaletli olması, kibirden uzak durması (Cüveynî 1999, s. 256-259), cesur olması (Nesevî 1344, s. 144) da sayılabilir. Bu özellikleri taşıdığı iddiasıyla ve bir güçle iktidarı bir lider ele geçirebilir. Ancak bu durum onu meşru hükümdar yapmaz. Meşruiyetini askeri başarı ile tesis etmiş olmaz. Kendisini hükümdar ilan etse bile bu genel kabul gördüğü anlamına gelmez. Nitekim ortaçağa ait bu hususa dikkat çeken birçok örnek vardır. Öncelikle, devrin İslâm coğrafyası için uluslararası hukukunda tanınmanın bir yolu Abbasi halifesi tarafından iktidarın onaylanmasıydı. Unvan ve lâkapları da veren Halife tasdik ettiği lideri, okuttuğu hutbe ile de açıklıyordu. Ancak bu durum da meşruiyet için mutlak değildir. Harezmsâhlar iktidarlarının başında faaliyetlerini halifenin onaylaması için gayret sarf etmişler de Abbasiler ile ilişkilerin bozulduğu zamanlar da meşruiyetlerine hilafet makamının onayını arzu etmelerine rağmen ihtiyaç da duymamışlardı. Örneğin Hârezmsâh Alâeddin Muhammed 1220 yılında Karahıtaylar'ı mağlup ettikten sonra İskender-i Sani" unvanını kendisi aldı ve kullanmaya başladı (Avfi 1903, I, s.43, 112). Ayrıca Sultan, Halifenin meşruiyetini tartışmaya açarak ülkesinde okunan hutbelere Nasır Lidinillah (1180-1225)'ın adını çıkarmaya çalıştı (İbnü'l-Esîr1987, XII, s. 270). Buna rağmen iktidarın meşruiyetini tesiste en azından başlangıç zamanlarında halife onayını almaya çalışmak bir yoldur.

İktidar meşruiyete niçin ihtiyaç duyar? Çünkü genel kabul görmesi ile gücü ve bunun ömrü arasında çok sıkı bir ilişki vardır. Ayrıca iktidar, kendisini destekleyen bir kamuoyuna muhtaçtır. Bunu da ancak, meşruiyetinin sorgulanmadığı bir ortamda elde edebilir. Bu kamuoyu, kendisini destekleyen bir tebaaya işaret edebileceği gibi bu tam olarak olmasa bile halkın itaatinin teminine büyük bir katkı sağlayabilir. Şüphesiz bir hükümdar için bu ortam son derece önemlidir. Nitekim Harezmsâhlar devlet evrakında da bu itaat hususuna vurgular yapılmaktadır (Toyserkânî 1338, s. 45-46).

İktidar meşruiyet teminine ayrıca, uluslararası arenada tanınmak ve bu yolla bir resmiyet kazanmak için de ihtiyaç duyar. Bu muhtaçlık, varlık kabulü olarak ifade edilebilir ve elde etmek için de çeşitli dayanaklar ile kendi içinde bir sisteme ihtiyaç duyar. Yukarıda ifade edildiği gibi bu sistem bir savunu, taraftarlar, bir boşluğu doldurmak, sorun çözücü olmak ve vaatler çerçevesinde bir kadro eli ile şekillendirilebilir.

Bütün bu dayanakları duyurmak ve görünür kılabilmek iktidarın meşruiyetini tesisi yolunda çeşitli yöntemler uygulayarak ulaşmak istediği hedeftir. Bu uğurda bazı yolları takip edebilir; örneğin işbirliği yapabilir, isteklere ve beklentilere kayıtsız kalmayabilir. Hami olma yönünü vurgulayabilir, etkili bir propaganda yürütebilir.

İKTİDARIN MEŞRUIYETİNİ TESIS GAYRETLERİ

Hârezmşahlar, gulâm soylu bir hanedandır. Bilindiği gibi gulâm müessesesi ortaçağ Türk devletlerinin insan gücü temininde önemli bir yer tutar. Devletin ihtiyacı olan yetiştirilerek hizmete alınacak nitelikli insan gücünü elde etme yöntemlerinden biridir. Çeşitli avantajları olduğu gibi, bir çok sakıncalı yönü de olan bir sistemdir (Göksu 2017, s. 27-98).

Selçuklu sarayında gulâm olmak, yükselmeye ve valiliğe ulaşmaya imkan sağlasa da müstakil bir meşru iktidar kurmaya elverişli bir durum da sayılamaz. Ancak engel de değildir. Söz konusu ettiğimiz coğrafya ve tarihlerde askeri güç ile elde edilebilecek başarı siyasi anlam da taşır. Nitekim Hârezmşahlar da bu yolla kuvvetlenmişlerdi.

Daha Hârezmşah Atsız'ın valiliği zamanında hem güç elde ederek ve bu gücü kullanarak iktidar sahibi olup bağımsız hareket etmeye başladılar hem de İslâm dünyasında tanınmak, kabul görmek için çeşitli adımlar attılar. Daha başlangıçta Selçuklu'dan doğacak boşluğu doldurmaya aday olduklarını görebiliyoruz.

Büyük Selçuklu Sultanı Sencer, Katvan'da 1141 yılında Karahıtaylar'a yenildiğinde Hârezmşah Atsız, bu belirsiz ortamdan kendisine fayda sağlamaya çalıştı. Sencer Eylül ayında mağlup olduğunda başkenti Gürgenç'te bulunan Hârezmşah, Ekim'de Selçuklu payitahtı önlerindeydi (Köymen 1991, s.323-336). Esasında bu, son derece riskli bir hamleydi. Anladığımız kadarıyla Atsız, her halde sultanın bir daha mevkiine dönemeyeceğini var sayarak veya Selçuklu inkırazını öngörerek harekete geçmişti. Her halükarda bu felaketle oluşan boşluğu kendi iktidarı için doldurmak öngörüsü ile süratli davrandığını görebiliyoruz. Merv' e zorla girdi ve hatta şehrin önemli alimleri ve Sencer hazineleri ile başkentine döndü (Râvendî 1957; I, s. 170; Kafesoğlu 1992, s.55). Onun bu faaliyetleri Sultan Sencer'in yokluğunun belirsizliğinde kendi iktidarı için bir meşruiyet sağlamaz. Nitekim sağlamadı da. Ancak sultanın olmaması halinde onun işlerini yapmaya namzet bir lider olarak anılmayı sağlamaya çalışmak açısından önemlidir. Bu yolla yüksek bir iktidar için aday olduğunu duyurabilirdi. Bir güç olduğunu hissettirebilirdi. Bu riskli hamlesinin eğer sultan dönerse cezasız kalmayacağını da biliyor olmalıydı.

Nitekim Sultan Sencer, başkentine dönebildi ve Hârezmşah üzerine sefere çıktı. Atsız, Selçuklu 'ya itaate ve onun başkentinden aldıklarını iadeye mecbur kaldı. Ancak gene de itaat seremonisinde gösterdiği kural ve teamül dışı tavır onun niyetini belli ediyordu. Bu onun artık bir siyasi güç ifade ettiğinin resmidir (Cüveynî 1998, s. 254).

Atsız'ın bütün girişimleri onun siyasi bir lider olarak isminin duyulmasına katkılar sağladı. Ancak bu durum iktidarının genel bir meşruiyete sahip olduğunu da göstermez. Hârezmşah Atsız, bölgesindeki iktidarının meşruiyetini temin hususunda önemli adımlar attı. Halifeye gönderdiği mektuplarda savunduğu fikir bu cümledendir. Öyle ki Hilafet makamına ulaştırılan mektupların hemen hepsinde İslam için yapılan hizmete vurgu vardır. Şöyle denilmektedir: *"Bu kul zamanının çoğunu din düşmanları ile savaşmakla geçirip onları İslâm topraklarından uzak tutmaktadır. Eğer o, buralardan kısa bir süre bile ayrılacak olsa burada oturan Müslümanlar'ın hiçbir kalmayacaktır"* (Horst, s. 34-37). Görüldüğü üzere İslam dünyasında kabul görmek için sağlam bir dayanak ile meşruiyet aranmaktadır.

İktidarın meşruiyetini tesis edebilmesinde halkın desteğini alması şüphesiz çok önemlidir. Hârezmşah Atsız, Gürgenç'te vali iken idarecisi olduğu halkın sevgisini kazanmıştı. Öyle ki, Sultan Sence'in 1138 yılında onun müstakil hareketlerini cezalandırmak için Hârezm'e düzenlediği sefer sonucu bu desteğin önemini bize göstermektedir. Sultan karşısında askeri bir varlık gösteremeyeceğini anlayan Atsız Gürgenç'i terk etti. Sultan bölgeye kendi akrabalarından bir vali tayin ederek başkentine döndü. Onun yokluğunda Atsız Gürgenç'e gelerek Sultanın henüz göreve getirdiği valiyi halkın desteği ile şehirden uzaklaştırarak mevkiine yeniden ele geçirdi (Köymen 1991, s. 321; Kafesoğlu 1992, s. 46-48). Sultan Celâleddin Harezmşah da halkın desteği sayesinde, Hindistan'dan döndüğünde faaliyetlerini yürütmeye başlayabildi(Tanerî 1977; s. 41-43).

İktidarın meşruiyet arayışlarına dair çabalarını devrin siyaseten genel kabulleri arasında yer alan hükümdarlık âlâmetlerinden de takip edebiliriz. Hârezmşahlar, devrin kural ve temayüllerine uygun olarak hakimiyet sembollerini meşru olduğuna inandıkları iktidarlarını ilan noktasında usulünce uyguladılar. Bunların başında hutbe okutmak gelmektedir. Hakimiyetin bildirilmesi anlamına gelen hutbe, tabiiyet ve bağımsızlığın resmi işaretleri arasındadır. Hutbe aynı zamanda, halk üzerindeki tesiri göz önüne alındığında meşruiyet arayışı için çok kıymetli bir âlamettir. Hutbenin Hârezmşahlar devrindeki önemi devlet evrakı numunelerinde de vurgulanmıştır (Arais, 4138, vr. 56a-58a). Hükümdarlığı ilan etme, duyurma anlamına gelen hutbe, iktidarın tesisinden sonra da bir sürekliliği ifade ediyordu. Hârezmşahlar iktidarının tâbileri de bağılıklarını göstermek için okuttukları hutbeler de Hârezmşahlar'ın adlarını yad ettiler. Öyle ki Muhammed Hârezmşah adı, Fars, Arrân, Azerbaycan'dan Şirvân'a kadar minberlerde yad ediliyordu (Nesevî 1344, s. 5).

Hakimiyet âlametleri arasında olan unvan ve lakaplar ile taht ve tac da meşruiyet tesisi için önemliydi. Hârezmşahlar bu sembolleri bağımsızlık âlameti olmanın yanı sıra Selçuklu'nun devamı ve onun mirasının meşru sahipleri sayılmaları gerektiği hususunu vurgulamak için de kullandılar. Sultan Muhammed, "Sencer" unvanını aldığı tarihte Sultan Sencer'in adı bölgede unutulmuş değildi. Ayrıca Sultan, meşruiyetin Tanrı kaynağına atıf yapan "Zillullâhî fi'l-arz unvanını da kullandı (Mîrhând 1339, IV, s. 391). Ayrıca Hârezmşah Alâeddin Tekiş de Irak Selçuklu Sultanı Tuğrul'u mağlup edip öldürdüğü savaş sonucunda (1194) Irak mülkünün başkenti Hemedan'da Selçuklu tahtına oturdu (Gürbüz 2014, s. 82-85).

Ayrıca sikke darp ettirmek de meşruiyet tesisinde çok önemlidir. Çünkü tedavüle konulan sikkenin ekonomik hayatta işlerliği, kabul gördüğünü açıklar ve bu da iktidarın meşruiyetinin sembolize edilmesinden daha somut bir anlamı ifade eder. Hârezmşahlar da adlarına darp ettirdikleri sikkeler ile bağımsız iktidarlarının meşruiyetini sağlamak ve göstermek için çabaladılar. Ayrıca tabiler de bastırdıkları sikkeler de Hârezmşahlar'ın adına yer vererek hem kendi siyasi statülerini gösteriyor hem de bu şekilde onların iktidarının meşruiyetini kabul ettiklerini bildirmiş oluyorlardı (Bağdâdî 1315, s.130; Cüveynî 1998, s. 303, 307). Ayrıca, bayrak ve sancak ile nevbetler, hükümdara ait çetrlar, tıraz tevki, tuğra, âlamet, gaşiye kılıç ve yüzük de hükümdarlık ve dolayısı ile de meşruiyet sembolleri arasındaydı.

Meşruiyet tesisi ile devrin aydınları arasında da bir ilişki vardı. Hükümdarlık âdetlerinden olan edip, şair, âlim ve sanatçıların sultan etrafında toplanması iktidarın cazibe merkezi olmasının görünür kılınan etkili bir halidir. İktidar sahibi de bu entelektüel kesime ilgi gösterir, saygı duyar, hürmetinin bir tecellisi olarak ihşanlarda bulunurdu. Hârezmşahlar hakkında bilgi veren kaynaklarımızda, hükümdarların ilme önem vermeleri ve alimleri, sanatçıları himaye etmelerine dair çeşitli kayıtlar mevcuttur. Örneğin, Kutbeddin Muhammed b. Anûştegin alimlere hürmet ederdi (Devletşâh 1977, I, s. 133). Hârezmşah Atsız güçlendikçe dergâhına gelen alim ve sanatçıların sayısı artmıştı, kendisi de şiir yazıyordu (Cüveynî 1998, s. 150). Saray seremonilerinde önemli mevkileri olan sanatçılar yazdıkları kasideler, ithaf ettikleri eserleriyle Hârezmşahlar iktidarının meşruiyetini tesisine de katkı sağlamış oluyorlardı. Hârezmşahlar da onlara çeşitli ihşanlarda bulunarak adlarını ölümsüzleştireceğini düşündükleri bu çabaları ödüllendiriyorlardı (Cüveynî 1998, s. 257, 284).

SONUÇ

Hârezmşahlar, iktidarlarını askeri güçlerine dayanarak elde ettiler. Bu iktidarın tanınip kabul görmesini sağlayabilmek için de çeşitli yöntemler uyguladılar. Meşruiyetlerini, İslam'ın ve Müslümanlar'ın koruyucusu oldukları fikrine dayandırarak, Tanrı kaynaklı idare yetkisinin kendilerine ait olduğu iddiasını çeşitli yollarla savundular. İktidarın elde edilmesi meşruiyet tesisi sağlanmadan süreklilik gösteremez. Halkın destek ve itaatinin sağlanması da kamuoyu nezdinde kabul görmek ile doğrudan orantılıdır. Hârezmşahlar örneği bize ortaçağda bir Türk İslam hükümdarının hangi yollarla meşruiyetini sağlayabileceğini göstermektedir..

KAYNAKÇA

ALÂÜDDİN ATÂ MELİK CÜVEYNÎ, *Tarih-i Cihangüşa*, çev. Mürsel Öztürk, Ankara 1998

AVFÎ, Muhammed, *Lübâbü'l-elbâb*, nşr. E. G. Browne, London-Leiden 1903-1906, c. I

- BAHÂEDDİN MUHAMMED B. MÜEYYED EL BAĞDADÎ, *et-Tevessül ile't-teressül*, nşr. Ahmed Behmenyar, Tahran 1315.,
- BARTHOLD, V. V., *Moğol İstilâsına Kadar Türkistan*, haz: Hakkı Dursun Yıldız, Ankara 1990.
- BERLE, Adolf. A., *İktidar*, çev. Nejat Muallimoğlu, İstanbul 1980.
- DEVLETŞAH ES-SEMERKANDÎ, *Tezkiretü's-suarâ*, çev. Necati Lugal, c. II.
- GÖKSU, E., *Selçuklu'nun Mirası Gulâm ve İktâ*, İstanbul 2017.
- GÜRBÜZ, Meryem, *Hârizmşahlar Devlet Teşkilâtı Ekonomi Kültür*, İstanbul 2014.
- HÂNDMİR, Gıyaseddin b. Hümâmeddin el-Hüseynî, *Habîbü's-siyer fî Ahbâr-i Efrâd-i Beşer*, Tahran, 1353. II.
- HORST, Heribert, "Arabische Briefe der Horazmsahs an den Kalifenhof aus der Feder des Rasidad-Din Watwat", *ZDMG*, c.CXVI, 1966.
- İBNÜ'L-ESÎR, *el-Kâmil fî't-târih*, nşr. J. C. Tornberg, Beyrut 1979, çev. Abdülkerim Özaydın, İstanbul 1987, X, XII.
- KAFESOĞLU, İbrahim, *Harezmsahlar Devleti Tarihi (485-618/1092-1221)*, Ankara, 1992.
- KAZVİNÎ, ; Hamdullah Müstevfî, *Tarih-i Güzide*, çev. Mürsel Öztürk, Ankara 2018
- KÖYMEN, Mehmed Altay, *Büyük Selçuklu İmparatorluğu Tarihi Cilt: V İkinci İmparatorluk Devri*, Ankara 1999.
- MERÇİL, E., "Sebüktegin'in Pend-nâmesi (Farsça metin ve Türkçe tercümesi), *İslâm Tetkikleri Enstitüsü Dergisi*, İstanbul 1975, VI, cüz 1-2.
- MÎRHÂND, Seyyid Muhammed b. Burhâneddin Hâvendşah, *Ravzâtü's-safâ*, Tahran 1339.
- NESEVÎ, *Sîret-i Celâleddin Mingburnî*, nşr. Mücteba Minovi, Tahran 1344.
- NİZÂMÜLMÜLK, *Siyâset-nâme*, çev. Mehmet Altay Köymen, Ankara 1999.
- ÖZAYDIN, Abdülkerim, "Kutbüddin Hârizmşah", *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, XXVI.
- REŞİDÜDDİN VATVÂT, *Arâisü'l-havâtır ve nefâisü'n-nevâdir*, Süleymaniye Kütüphânesi, Ayasofya Nu. 4138.
-: *Ebkârü'l-efkâr fî'r-resâil ve'l-eşâr*, İ.Ü. Kütüphânesi Nu. F 424.
- TANERİ, Aydın, *Celâlî'd-din Hârizmşah ve Zamanı*, Ankara 1977.
- TOYSERKÂNÎ, Kasım, *Nâmeha-yı Reşidüddin Vatvât*, Tahran 1338.

DUYGUSAL ZEKA FİNANSAL DAVRANIŞLARI ETKİLER Mİ?

Gökhan ÖZER¹,

¹ Gebze Teknik Üniversitesi, İşletme A.B.D., Muhasebe ve Finansman, Kocaeli, TÜRKİYE

Ümmühan MUTLU^{2*}

² Kocaeli Üniversitesi, Hereke M.Y.O., Kocaeli, TÜRKİYE

Sorumlu yazar e-mail: ummuhan.mutlu@kocaeli.edu.tr

Özet

Duygusal zeka, bireylerin hayatları süresince verecekleri kararlarda önemli etkiye sahip bir kavramdır. Bireyin duygularını tanıyabilmesi ve bu duygular üzerinde hakimiyet kurabilmesi olarak tanımlanabilir. Finansal davranış, bireylerin harcama, borç ve kredileri ile tasarruf ve yatırımlarını yönetme yeteneği olarak düşünülebilir. Bireysel yatırımcılar finansal kararlar alırken duygusal faktörler ve bilişsel faktörlerden etkilenmektedir. Kişisel finans yönetimindeki zayıflıklar, bireylerin finansal davranışlarını finansal krizlere karşı daha duyarlı hale getirecek şekilde etkileyebilmektedir. Bu araştırmanın amacı; bireysel yatırımcıların finansal davranışlarını duygusal zeka kapsamında değerlendirmektir. Duygusal zeka ölçeğini içeren, güvenilirliği test edilmiş 1347 bireysel yatırımcıya anket uygulanmıştır. Çalışmada korelasyon ve regresyon yöntemlerinden yararlanılmıştır. Yapılan analizler sonucunda yatırımcıların duygusal zekalarının finansal davranışları üzerinde doğrudan etkisi olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Finansal davranış, duygusal zeka, davranışsal finans.

Abstract

Emotional intelligence is a concept that has a significant impact on the decisions of individuals throughout their lives. It can be defined as recognizing and controlling own emotions. Financial behavior can be thought of as the ability of individuals to manage their spending, debts and loans and their savings and investments. Individual investors are affected by emotional and cognitive factors when making financial decisions. Weaknesses in personal finance management can affect individuals' financial behavior in a way that makes them more sensitive to financial crises. The purpose of this research; to evaluate the financial behavior of individual investors within the scope of emotional intelligence. A questionnaire was administered to 1347 individual investors whose reliability was tested including the emotional intelligence scale. Correlation and regression methods were applied. As a consequence of the analyzes, it was determined that the emotional intelligence of the investors had a direct effect on the financial behavior.

Keywords: Financial behaviour, emotional intelligence, behavioral finance.

1. GİRİŞ

Tasarruf, harcama, borçlanma ve planlama gibi finansal davranışlar çoğu zaman kişinin gelir düzeyi ile açıklanmaktadır. Bu ekonomik bakış açısı, insan davranışlarının rasyonel olduğunu varsaymaktadır. Ancak insanlar bunun aksine her zaman rasyonel davranmamaktadır. Rasyonel olmayan insan davranışlarını ve bu şekilde ortaya çıkan piyasa anomalilerini açıklamak için davranışsal finans modelleri geliştirilmiştir.

Duygusal zeka, mantıklı, doğru karar verme ve başkalarıyla iletişim kurma becerisinin bileşimidir (Abdul, 2011). Bu çalışmada duygusal zeka Salovey ve Mayer (1990)'daki araştırmalarına dayanarak dört ayrı boyutta incelenmiştir. Kendi duygularının değerlendirilmesi (SEA); başkalarının duygularının değerlendirilmesi (OEA); duygu kullanımı (UOE); duyguların düzenlenmesi (ROE) olarak belirlenen bu dört boyutun bireysel yatırımcının finansal davranışları üzerindeki etkisi araştırılmaktadır.

Bireysel yatırımcıların finansal davranışlarına ve karar vermelerine etki eden çok sayıda faktör bulunmaktadır. Çalışma, davranışsal finans bakış açısıyla, bireysel yatırımcının finansal davranışlarını tespit ederken duygusal zeka faktörünün rolü üzerinde durmaktadır. Duygusal zeka'nın alt boyutları kendi duygularını değerlendirme(SEA-Self emotion appraisal), başkalarının duygularını değerlendirme(OEA), duygu kullanımı(UOE-Use of emotion) ve duygu düzenlenmesi(ROE) bağımsız değişkenleri ile finansal davranış bağımlı değişkeni çoklu doğrusal regresyon analizine tabi tutulmuştur. Her bir duygusal zeka alt boyutunun, finansal davranış üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu çalışmanın sonuçlarında görülmektedir.

Teorik çerçeve

A. Finansal Davranış

Finansal piyasalardaki gelişmeler, finansal enstrümanların çoğalması, yatırım alternatiflerinin gelişmesi ve yatırımcı profilindeki değişimler nedeniyle değişen bireysel yatırımcıların finansal davranışları hem araştırmacılar hem de uygulamacılar açısından yüzyıllardır merak konusu olmuştur. Xiao ve diğerleri (2006) finansal davranışı tanımlarken; mevcut paranın harcama yönetimi, gelecekteki para yönetiminin planlanması, yapılan harcamaların kaydedilmesi, giderlerin kontrol edilmesi ve bütçelenmesi şeklinde ele almışlardır. Bazı araştırmacılar finansal davranışın, bireyin finans bilgisinin yanı sıra motivasyon, risk toleransı, harcama ve tasarruf eğilimi gibi psikolojik faktörlerden oluştuğunu ileri sürmüştür (Allgood ve diğerleri, 2011). Bireysel yatırımcıların finansal karar verirken ihtiyaç duyduğu finansal bilgilerin yanında pozitif tutum ve davranışlara da sahip olması önemlidir. Sorumlu finansal tutum ve davranışların ise bireylere erken evrede aile yaşantısı veya okul eğitimi boyunca verilmesi, bireylerin yaşamları süresince finansal kazançlarını arttırmalarına olanak sağlamaktadır.

B. Duygusal Zeka

Duygusal zeka, kendi duygularımızı ve başkalarının duygularını değerlendirebilme, yönetebilme ve kontrol edebilmeyi içeren bir bileşimdir. Bu sayede tanımlayabildiğimiz duygularımızı ve bu duyguların enerjisini hem günlük hayatımıza hem de işimize etkili bir şekilde aktararak buna yönelik tepkiler göstermemizi sağlar (Cooper ve Sawaf, 2000). Bu çalışmada finansal davranışlar üzerindeki etkisi incelenen duygusal zeka; Salovey ve Mayer (1990)'daki araştırmalarına dayanarak dört ayrı boyutta incelenmiştir: Kendi duygularının değerlendirilmesi (SEA); başkalarının duygularının değerlendirilmesi (OEA); duygu kullanımı (UOE); duyguların düzenlenmesi (ROE).

Duygusal zeka, finansal alanda sınırlı sayıda araştırmaya konu olmuştur. Duygusal zeka ile ilişkisi incelenen finansal çalışmalarda, duygusal zekanın yatırım performansında etkisi tespit edilmiştir (Salovey ve Mayer, 1990; Ameriks, Wranik ve Salovey, 2009).

2. MATERYAL VE METOD

Bu çalışmanın amacı, bireysel yatırımcının finansal davranışı üzerinde, bireysel yatırımcının duygusal zeka alt boyutlarının etkisinin olup olmadığını ölçmektir. Araştırmanın örnekleme, tesadüfî örnekleme yöntemine göre seçilmiş, hali hazırda yatırımı olan veya yatırım yapabilecek durumda olan 18 yaşından büyük 1347 bireysel yatırımcıdan oluşmaktadır. Anket formunun birinci bölümünde, demografik özellikler, ikinci bölümünde ise duygusal zeka ölçeğini de içeren kapsamlı bir 5'li likert ölçeği soruları bulunmaktadır. Hipotezleri test edebilmek için, SPSS 21.0 istatistik programı aracılığıyla çoklu doğrusal regresyon analizinden yararlanılmıştır. Bu çalışmada; duygusal zekayı ölçmek için Wong ve Law (2002)'ın geliştirdiği ölçek kullanılmıştır. Finansal davranış ölçeği olarak; Potrich ve diğerleri, (2016) da geliştirilen ölçek uyarlanmıştır.

Araştırmanın hipotezleri aşağıdaki gibidir:

H1: Kendi duygularının değerlendirilmesi, finansal davranış pozitif etkiler.

H2: Başkalarının duygularının değerlendirilmesi, finansal davranış pozitif etkiler.

H3: Duygu kullanımı, finansal davranış pozitif etkiler.

H4: Duyguların düzenlenmesi, finansal davranış pozitif etkiler.

Duygusal zeka'nın alt boyutları kendi duygularını değerlendirme(SEA-Self emotion appraisal), başkalarının duygularını değerlendirme(OEA), duygu kullanımı(UOE-Use of emotion) ve duygu düzenlenmesi(ROE) bağımsız değişkenleri ile finansal davranış bağımlı değişkeni çoklu doğrusal regresyon analizine tabi tutulmuştur.

Tablo 1. Faktör Analizi Sonuçları

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy		.920
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	17170,0914
	df	276
	Sig	.000

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri Tablo 1 'den görüleceği üzere; 0.920 olarak görülmektedir. Bu değerin 0.70'in üzerinde çıkması faktör analizinin uygun olduğunu ve örneklemin yeterli olduğunu ifade etmektedir. Bartlett Test'te anlamlılığın 0.000 olması verilerin anlamlı faktörlere dönüştüğüne işaret etmektedir.

Tablo 2. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the estimate
1	.0420 ^a	.177	.174	.67424

a. Predictors: (Constant), ROE, SEA, UOE, OEA

Modelin tahmin seviyesi Tablo 2' de olduğu gibi, 0,420 veya yüzde 42 olarak görülmektedir. R-kare değeri bağımlı değişkenin değişkenliğini (finansal davranış) 0.177 veya % 17,7 olarak açıklamaktadır.

Tablo 3. ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	130,951	4	32,738	72,013	.000 ^b
Residual	610,080	1342	,455		
Total	741,031	1346			

- a. Predictors: (Constant), ROE, SEA, UOE, OEA
b. Dependent Variable: FD

Tablo 3' de gösterilen F oranı, veriyle uyumlu genel regresyon modelinin $F(4, 1342) = 72,013$, $p < 0.05$ 'te istatistiksel olarak anlamlılığını ortaya koymaktadır.

Tablo 4. Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,928	,117		16,486	,000
	SEA	,187	,034	,182	5,518	,000
	OEA	,121	,034	,118	3,526	,000
	UOE	,117	,033	,119	3,565	,000
	ROE	,095	,027	,104	3,530	,000

a. Dependent Variable: FD

Katsayılar tablosu; Tablo 4 aracılığıyla, bağımsız değişkenin anlamlılığı için t-testinin, duygusal zekanın alt boyutlarını oluşturan tüm bağımsız değişkenler için 0.05 seviyesinde anlamlı olduğu görülmektedir. Böylece, H1, H2,H3, H4 ve H5 hipotezleri kabul edilir. Çalışmanın sonuçlarına göre bireysel yatırımcının finansal davranışları üzerinde duygusal zeka faktörünün etkisi bulunmaktadır. Anlamlı değişkenlerin katsayıları arasında çok büyük farklılıklar olmamakla birlikte 0.182 (SEA), 0.119 (UOE), 0.118 (OEA) ve 0.104(ROE)' dir. En yüksek katsayı değeri, (SEA) Self emotion appraisal-kendi duygularını değerlendirme değişkenidir.

3. TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu çalışma, yatırımcıların duygusal zekaları ile finansal davranışları arasında doğrudan bir ilişki olduğu sonucuna varmıştır. Duygusal zekanın alt boyutlarının tümünün finansal davranış ile pozitif ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Literatürde finansal davranış, risk alma, finansal risk toleransı ve yatırım niyeti ile duygusal zeka ilişkisinin araştırıldığı çoğu çalışma sonucunda, anlamlı etkiler tespit edilmiştir.

Duygusal zeka, bir bireyin yaşamı boyunca vereceği tüm kararlarda önemli bir etkiye sahiptir. Harcamaları kontrol altında tutmak, borç ve kredilerini yönetebilmek ve bunun yanı sıra sermayelerini korumak ya da sermayelerinde değer artışı sağlamak, tasarruf edebilmek ve yatırım yapmak isteyen yatırımcıların bu gibi kararlarında duygularından oldukça etkilendikleri görülmektedir. Farklı duygusal özelliklere sahip bireysel yatırımcılar, ihtiyaçları doğrultusunda farklı türde yatırımlar yapmakta, farklı finansal davranışlar sergilemektedir. Finansal kurumlar finansal ürünlerini tasarlarken bireysel yatırımcının psikolojik özelliklerini dikkate almalıdır.

4. KAYNAKLAR

- Abdul, L. A., & Ehiobuche, C. (2011). Emotional Intelligence And Managerial Competence. Insights to a Changing World Journal, (4).
- Allgood, S., & Walstad, W. (2011). The effects of perceived and actual financial knowledge on credit card behavior.
- Ameriks, J., Wranik, T., & Salovey, P. (2009). Emotional intelligence and investor behavior. Charlottesville, VA: Research Foundation of CFA Institute.
- Cooper, R. K., & Sawaf, A. (2000). Liderlikte duygusal zekâ. İstanbul: Sistem Yayıncılık, (s 12).
- Potrich, A. C. G., Vieira, K. M., & Mendes-Da-Silva, W. (2016). Development of a financial literacy model for university students. *Management Research Review*, 39(3), 356-376.
- Salovey, P., & Mayer, J. D. (1990). Emotional intelligence Inagination, Cogrition and PerSonality, 9, 185-211.
- 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.
- Xiao, J. J., Sorhaindo, B., & Garman, E. T. (2006). Financial behaviours of consumers in credit counselling. *International Journal of Consumer Studies*, 30(2), 108-121.

KİŞİLİK ÖZELLİKLERİNİN FİNANSAL RİSK TOLERANSI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Gökhan ÖZER¹,

¹ Gebze Teknik Üniversitesi, İşletme A.B.D., Muhasebe ve Finansman, Kocaeli, TÜRKİYE

Ümmühan MUTLU^{2*}

² Kocaeli Üniversitesi, Hereke M.Y.O., Kocaeli, TÜRKİYE

Sorumlu yazar e-mail: ummuhan.mutlu@kocaeli.edu.tr

Özet

Araştırmada, bireylerin yatırımlarından bekledikleri getiriler için almayı göze aldıkları belirsizlik seviyesini gösteren finansal risk toleransı üzerinde beş faktör kişilik özelliklerinin etkisi incelenmektedir. Bireylerin finansal risk toleranslarının bilinmesi ve buna yönelik olarak finansal portföylerinin hazırlanması bireylerin yatırımlarından daha fazla getiri elde etmeleri veya daha fazla tatmin duymaları ile sonuçlanabilir. Bunun yanı sıra, finansal risk toleransı bireylerin finansal kararlarını ve finansal refah seviyelerini etkileme gücüne sahiptir. Bu nedenle bireysel yatırımcıların finansal risk toleranslarının bilinmesi ve bunu etkileyen faktörlerin incelenmesi önem kazanmaktadır. Literatürdeki çoğu araştırma, finansal risk toleransı üzerinde cinsiyet, yaş, eğitim gibi demografik ve sosyo-ekonomik faktörlerin etkisi olduğunu doğrulamaktadır. Bu araştırma, kişilik özelliklerinden dışadönüklük ve deneyime açıklık boyutlarının, finansal risk toleransı üzerinde anlamlı etkileri olduğunu bulmuştur. Ancak uyumluluk, duygusal dengelik ve sorumluluk boyutlarının finansal risk toleransı üzerinde anlamlı etkileri yoktur.

Anahtar Kelimeler: Finansal risk toleransı, Kişilik özellikleri, Davranışsal finans.

Abstract

In this research, the effects of big five personality traits on financial risk tolerance showing the level of uncertainty that individuals are willing to take for the returns expected from their investments are examined. Measuring the financial risk tolerances of individuals and preparing their financial portfolios for this purpose may result in individuals getting more returns or more satisfaction from their investments. In addition to this, financial risk tolerance has the power to influence individuals' financial decisions and financial welfare levels. For that reason, it is significant to know the financial risk tolerances of individual investors and to examine the factors affecting this. Most studies in the literature confirm that demographic and socio-economic factors such as gender, age, education level have an impact on financial risk tolerance. This study found that extraversion and openness to experience dimensions had significant effects on financial risk tolerance among five factors. However, the dimensions of agreeableness, emotional stability and conscientiousness have no significant impact on financial risk tolerance.

Keywords: Financial Risk Tolerance, Personality Traits, Behavioral finance.

GİRİŞ

Bireysel yatırımcıların riske karşı gösterdikleri tutum ve davranışlar ile riskin belirleyicileri, hem araştırmacılar hem de finansal uygulamacılar açısından yüzyıllardır merak konusu olmuştur. Genel anlamda risk; bir olayın beklenenden farklı gerçekleşme olasılığıdır. Finansal yatırımlarda ise risk, beklenen getiriden daha az kazanma olasılığıdır (Sung ve Hanna, 1996). Gerçekleşen yatırımın getirisinin, gerçekleşmesi beklenen getiriden düşük olduğu durumlarda meydana gelen risk, yatırım kararı verirken düşünülmesi gereken en önemli konulardan biridir. Bireylerin finansal risk tolerans seviyelerinin bilinmesi, buna dayanarak daha riskli yatırımlara yönelmesi ve daha yüksek kazançlar elde etmesini sağlamakta, sonuç olarak daha fazla tatmin duyulmasına neden olmaktadır.

Finansal risk toleransını etkileyen iç faktörlerden biri kişiliktir. Kişilik özelliklerinden; dışadönüklük, uyumluluk, sorumluluk, duygusal dengelik ve deneyime açıklık boyutları, finansal risk toleransı ile çoklu doğrusal regresyon analizine tabi tutulmuştur. Finansal risk toleransı üzerinde, dışadönüklük ve

deneyime açıklık boyutlarının, anlamlı bir etkiye sahip olduğu çalışmanın sonuçlarında belirtilmektedir.

Teorik çerçeve

A. Finansal Risk Toleransı

Finansal risk toleransı, bireylerin mali karar alma konusunda almaya gönüllü oldukları maksimum belirsizlik miktarıdır (Grable, 2000). Yatırımcıların risk tutumu veya risk toleransının bilinmesi, finansal danışmanların müşterilerini tanımada ihtiyaç duydukları en dikkate değer nitelik olarak ifade edilmektedir (Hanna ve Lindamood, 2004; Roszkowsky ve Grable, 2005). Finansal risk tolerans seviyelerine göre yatırım seçenekleri sunulurken buna uygun yatırım portföylerinin belirlenmesi, yatırımcıların daha yüksek kazançlar elde etmesini sağlamakta, sonuç olarak daha fazla tatmin duyulmasına neden olmaktadır.

B. Kişilik Özellikleri

Kişilik, her bireye özgü düşüncelerin, duyguların, güdülerin ve davranışların nispeten kalıcı bir şeklidir (McCrae & John, 1992). Goldberg(1990)'daki çalışmasında, beş güçlü faktör çerçevesinde kişilik araştırmalarını geliştirmiştir. Beş faktör kişilik modeli beş aşamadan oluşur: dışadönüklük, uyumluluk, sorumluluk, duygusal dengelilik ve deneyime açıklık.

Dışa dönük insanlar, daha fazla sosyal, daha aktif ve dürtüsel ve içe dönük kişilere kıyasla daha fazla meşhurdur (Watson ve Clark (1997). Modelin ikinci boyutu uyumluluk güven, affetme, yardımseverlik ve dostluk gibi toplumsal olarak tercih edilen özellikleri taşımaktadır (Costa ve McCrae, 1992). Modelin üçüncü boyutu olan vicdani, gayretli, sorumlu ve dikkatli, planlı ve organize, aynı zamanda başarı, düzen ve sebat ile kendini kontrol etme derecesi ile de ilişkilidir (Costa, McCrae ve Dye, 1991). Costa ve McCrae'ye göre (1992b) duygusal dengelilik anksiyete, düşmanlık, depresyon, öz-bilinç, kırılganlık ve dürtüsellik ile ilişkilendirilmiştir. Modelin son boyutu deneyime açıklık ise yaratıcılık, hayal gücü ve yenilik ile ilgilidir (Zhao ve Seibert, 2006, 261).

Farklı kişilik özelliklerine sahip bireyler ayrıca farklı finansal risk tolerans düzeylerine sahiptir ve bu farklı kişisel özellikler sonuçta finansal davranış farklı tasarruf ve tasarruf tutarları şeklinde etkiler. Bu anahtar bulgu, finansal risk toleransı ve finansal davranış arasındaki psikolojik faktörlerin daha fazla çalışılmasını teşvik etmektedir (Pinjisakikool, 2018). Çalışmalar, kişilik özelliklerinin, finansal risk toleransı üzerindeki etkisini araştırırken; dışa dönüklük, deneyime açıklık boyutları ve finansal risk toleransı arasında pozitif bir ilişki bulmuş, diğer kişilik özellikleri arasında anlamlı bir ilişki olmadığı belirtilmiştir (Pak ve Mahmood, 2015, 378).

MATERYAL VE METOD

Bu çalışmanın amacı, bireysel yatırımcının finansal risk toleransı üzerinde, bireysel yatırımcının kişilik özelliklerinin alt boyutlarının etkisinin olup olmadığını ölçmektir. Araştırmanın örneklemini, tesadüfi örnekleme yöntemine göre seçilmiş, hali hazırda yatırımı olan veya yatırım yapabilecek durumda ki 18 yaşından büyük 1347 bireysel yatırımcıyı kapsamaktadır. Anket formunun birinci bölümü, demografik özellikleri İkinci bölümü, duygusal zeka ölçeğini de içeren kapsamlı bir 5'li likert ölçeği sorularından oluşmaktadır. Araştırmanın hipotezleri test edilirken SPSS 21,0 istatistik programı aracılığıyla, çoklu doğrusal regresyon analizinden faydalanılmıştır. Bu çalışmada; kişilik ölçeği olarak Goldberg (1999) un geliştirdiği, IPIP Personality Inventory üzerinde uyarlamalar yapılarak uygulanmıştır. Finansal risk toleransını ölçmek için; "Grable ve diğerleri(2015) tarafından geliştirilen ölçekten uyarlamalar yapılmıştır.

Araştırmanın hipotezleri aşağıdaki gibidir:

H1: Duygusal Dengelilik, finansal risk toleransını etkiler.

H2: Sorumluluk, bireysel yatırımcının finansal risk toleransını etkiler.

H3: Dışadönüklük, bireysel yatırımcının finansal risk toleransını etkiler.

H4: Uyumluluk, bireysel yatırımcının finansal risk toleransını etkiler.

H5: Deneyime Açıklık, bireysel yatırımcının finansal risk toleransını etkiler.

Beş faktör kişilik özelliklerinin her bir alt boyutu; duygusal dengelilik, sorumluluk, dışadönüklük, uyumluluk, deneyime açıklık bağımsız değişkenleri ile finansal risk toleransı bağımlı değişkeni çoklu doğrusal regresyon analizine tabi tutulmuştur.

Tablo 1. Faktör Analizi

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy		.718
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	35996,204
	df	595
	Sig	.000

Kaiser-Meyer-Olkin değeri Tablo 1 'den görüleceği üzere; 0.718 dir. 0.70 ve üzeri değerler, faktör analizinin uygun olduğunu ve örneklemin yeterliliğini ifade etmektedir. Bartlett Test'te anlamlılık değerinin, 0.000 olması verilerin anlamlı faktörlere dönüştüğüne işaret etmektedir.

Tablo 2. Regresyon Modeli Özeti

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the estimate
1	.0278 ^a	.077	.074	.73260

b. Predictors: (Constant), DA, DD, U, S, DIS

Modelin tahmin seviyesi Tablo 2' de olduğu gibi, 0,278 veya yüzde 27,8 olarak görülmektedir. R-kare değeri bağımlı değişkenin değişkenliğini (finansal risk toleransı) 0.077 veya %7,7 olarak açıklamaktadır.

Tablo 3. Anova^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	60,425	5	12,085	22,517	.000 ^b
Residual	719,727	1341	,537		
Total	780,152	1346			

a. Predictors: (Constant), DA, DD, U, S, DIS

b. Dependent Variable: FRT

Tablo 3' de gösterilen F oranı, veriyle uyumlu genel regresyon modelinin $F(5, 1341) = 22.517$, $p < 0.05$ 'te istatistiksel olarak anlamlılığına işaret etmektedir. Buradan modelin verilere uygun olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 4. Katsayılar

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,302	,539		4,271	,000
	DD	-,039	,126	-,023	-,307	,759
	S	,033	,076	,034	,433	,666
	DIS	,231	,078	,235	2,975	,003
	U	-,090	,070	-,099	-1,289	,199
	DA	,329	,087	,319	3,765	,000

a. Dependent Variable: FRT

Tablo 4' te görüldüğü üzere, bağımsız değişkenin anlamlılığı için t-testinin, DIS(dışadönüklük), ve DA (deneyime açıklık) boyutlarının 0.05 düzeyinde anlamlı olduğu görülmektedir. Böylece, H1, H2 ve H4 hipotezleri reddedilirken, H3 ve H5 hipotezleri kabul edilir.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Çalışmanın sonuçları, bireysel yatırımcıların kişilik özellikleri ile finansal risk toleransları arasında doğrudan bir ilişki olduğu saptanmıştır. Kişilik özelliklerinin çeşitli boyutları arasında dışadönüklük ve deneyime açıklık boyutlarının finansal risk toleransı ile ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Literatürde

risk alma, riskli yatırım niyeti, finansal davranış ve finansal risk toleransının kişilik özellikleriyle ilişkisinin araştırıldığı çoğu çalışma sonucunda, dışadönüklük ve deneyime açıklık boyutlarının önemli etkilere sahip olduğu bulunmuştur. Farklı kişilik özelliklerine sahip bireysel yatırımcılar, ihtiyaçları doğrultusunda farklı türde yatırımlar yapmakta, farklı finansal davranışlar sergilemektedir. Kişilik özellikleri, yatırımcı ve yatırım ürünleri arasında ilişki kurmak için finansal kurumların odaklanması gereken bir faktördür. Finansal kurumlar finansal ürünlerini tasarlarlarken bireysel yatırımcının psikolojik özelliklerini dikkate almalıdır. Bireysel yatırımcıların, finansal okuryazarlık düzeylerinin artırılmasına yönelik olarak eğitim kurumlarının ve finansal kurumların yatırımcılara rehberlik etmeleri önemli ve gereklidir. Bu sayede bireysel yatırımcıların finansal risk tolerans seviyeleri artış gösterebilmektedir. Hem bireysel yatırımcının finansal refahı hem de ülkenin finansal kalkınması açısından konu önem taşımaktadır. Gelecek araştırmalarda, bireysel yatırımcıların finansal okuryazarlık düzeylerinin, finansal risk toleransı ve finansal davranışları üzerindeki etkisini araştıran çalışmalar yapılması önerilmektedir.

KAYNAKLAR

- Costa FT Jr, McCrae RR, Dye DA. (1991). Facet scales for agreeableness and conscientiousness: A revision of the NEO Personality Inventory. *Personality and Individual Differences*, 12,887-898.
- Costa, P. T.,&McCrae, R. R. (1992). Revised NEO personalityinventory (NEO-PIR): Professional manual. Odessa, FL: Psychological Assessment Resources.
- Goldberg, L. R. (1990). An alternative" description of personality": the big-five factor structure. *Journal of personality and social psychology*, 59(6), 1216.
- Goldberg, L. R. (1999). A broad-bandwidth, public domain, personality inventory measuring the lower-level facets of several five-factor models. *Personality psychology in Europe*, 7(1), 7-28.
- Gable, J. E. (2000). Financial risk tolerance and additional factors that affect risk taking in everyday money matters. *Journal of business and psychology*, 14(4), 625-630.
- Hanna, S. D., & Lindamood, S. (2004). An improved measure of risk aversion. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 15(2), 27-45.
- Kuzniak, S., Rabbani, A., Heo, W., Ruiz-Menjivar, J., & Grable, J. E. (2015). The Grable and Lytton risk-tolerance scale: A 15-year retrospective. *Financial Services Review*, 24(2).
- McCrae, R. R.,& John, O. P. (1992). An introduction to the five-factor model and its applications. *Journal of personality*, 60(2), 175-215.
- Potrich, A. C. G., Vieira, K. M., & Mendes-Da-Silva, W. (2016). Development of a financial literacy model for university students. *Management Research Review*, 39(3), 356-376.
- Roszkowski, M. J., & Grable, J. E. (2005). Estimating risk tolerance: The degree of accuracy and the paramorphic representations of the estimate. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 16(2).
- Sung, J., & Hanna, S. D. (1996). Factors related to risk tolerance. *Financial Counseling and Planning*, 7.
- Watson, D.,&Clark, L. A. (1997). Extraversion and its positive emotional core. In *Handbook of personality psychology* (pp. 767-793).
- Zhao, H.,&Seibert, S. E. (2006). The big five personality dimensions and entrepreneurial status: A meta-analyticalreview. *Journal of Applied Psychology*, 91(2), 259-271

BORSA İSTANBUL'DA İŞLEM GÖREN DOKUMA VE GİYİM SEKTÖRÜNDE FAALİYET GÖSTEREN ŞİRKETLERİN FACEBOOK VE TWİTTER KULLANMA EĞİLİMLERİ

Doç. Dr. Ethem Esen

Anadolu Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü
etheme@anadolu.edu.tr

Doç. Dr. Ali Özdemir

Anadolu Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü
alozdemir@anadolu.edu.tr

Doç. Dr. Fatih Temizel

Anadolu Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü
fthemizel@anadolu.edu.tr

Özet

Sosyal medya araçları günümüzde müşteriler, yatırımcılar ve potansiyel müşteriler ile şirketler arasında düşük maliyetli etkili bir arayüz olarak ele alınmaktadır. Bu çalışmada Borsa İstanbul'da işlem gören Dokuma ve Giyim Sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin sosyal medya araçlarından sıkça kullanılan Twitter ve Facebook'u kullanma düzeyleri ele alınmıştır. Şirketlerin bu sosyal medya araçlarını kullanma düzeylerinin farklılık gösterip göstermediği seçilmiş finansal değişkenler açısından incelenmiştir. Twitter ve Facebook'u aktif kullananlar ile kullanmayanlar arasında farklılık olup olmadığı Mann-Whitney U testi ile ortaya konmuştur. Bulgular finansal değişkenlerden net satışlar veya gelirler ile piyasa değeri/defter değeri değişkenlerine göre şirketlerin sosyal medya kullanım düzeylerine göre farklılaştığını göstermiştir. Elde edilen sonuçlar incelenen dönemde net satışlar veya gelirleri daha yüksek olan şirketlerin Facebook'u, piyasa değeri/defter değeri daha yüksek olan şirketlerin ise Twitter'ı aktif kullandıklarını göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Dokuma ve Giyim Sektörü, Finansal İletişim, İstatistiksel Analiz, Sayısal Yöntemler

TENDENCIES OF COMPANIES OPERATING IN THE WEAVING AND CLOTHING SECTOR LISTED IN BORSA İSTANBUL TO USE FACEBOOK AND TWITTER

Abstract

Social media tools are now considered as a cost effective interface between customers, investors and potential customers. In this study, the usage levels of Twitter and Facebook, which are frequently used among social media tools, of the companies operating in the Weaving and Clothing Sector traded in Borsa Istanbul are discussed. Whether the level of use of these social media tools by companies varies or not is examined in terms of selected financial variables. Mann-Whitney U test was used to determine whether there is a difference between companies' active users of Facebook and Twitter and those who do not use Twitter and Facebook actively. The findings show that companies' social media usage levels differ in terms of net sales or revenues and market value / book value variables. The results show that companies with higher net sales or revenues used Facebook actively, while those with higher market value / book value used Twitter.

Keywords: Weaving and Clothing Sector, Financial Communication, Statistical Analysis, Numerical Analysis

1.GİRİŞ

Sermaye piyasalarında ortam bilgisi işlenerek hisse senetleri için adil piyasa değeri üretilmektedir. Bu sürecin temel girdisi ortamdaki bilgidir. Ortama ulaşan bilginin kat ettiği yol önemlidir. Yol bilginin niteliğini etkileyebilecek şekilde değişen koşullara uyum göstermektedir. Bilginin niteliğinde ortaya çıkacak değişiklik hisse senetlerinin fiyatlamasına negatif etkide bulunabilir. Bilginin niteliğinde

iletildiği ortam etkilidir. İletildiği ortam güncellemesi yaşayan bir süreçtir. Bu sürecin hız, maliyet, etkinlik, verimlilik yönünden güncellenmesine uyum sağlanmadığında, fiyatlamada aksaklıklar görülebilmektedir.

Son dönemde güncellemeler iletişim teknolojilerinden kaynaklanmaktadır. Sosyal medya olarak adlandırılan mecranın ortaya çıkmasında da iletişim teknolojileri etkilidir. Bu yeni mecra, kullanıcı tabanlı yapısı ile kitleleri kolayca bir noktada buluşturmaktadır. Bunu da eşzamanlı ve maliyetsiz olarak gerçekleştirmektedir. Bu çalışmada sosyal medyanın sermaye piyasası katılımcılarının bilgi edinmesindeki güçlenen konumu incelenmektedir.

Halka açık şirketler, yatırımcılarına güvenilir bilgiyi hızla ve düşük maliyetle sunmayı hedeflemektedir. Sosyal medya bu anlamda göz ardı edilmemesi gereken özelliklere sahiptir. İçerdiği sanal gerçeklik ortamı doğrudan hedef kitleye sifıra yakın maliyet ile gerçek zamanlı olarak erişim sağlamaktadır. Anlık geri bildirimler almayı olanaklı kılmaktadır. Böylece etkileşim iki yönlü olarak gerçekleşebilmektedir. Bu yönü ile yatırımcı ilişkileri yönetimleri, yatırımcı güveninin inşa edilip ve sürdürülebilir kılınabilmesinde etkin bir araç olarak değerlendirilmeye aday konumdadır. Çalışmanın ilerleyen bölümlerinde bu bakış açısından olmak üzere Borsa İstanbul'da işlem gören dokuma ve giyim sektöründe faaliyet gösteren şirketlerin Facebook ve Twitter kullanma eğilimleri incelenmiştir.

2.SOSYAL MEDYADA YATIRIMCI İLİŞKİLERİNİN VAROLUŞU

Yatırımcı İlişkileri Yönetimine giden yolda ilk adımlar İngiltere ve Amerika'da atılmıştır. Halka açık anonim ortaklıkların Anglosakson sisteminde yoğunlukla kullanılması bu gelişmenin önünü açmıştır (İhtiyar, 2006).

Sanayi Devrimi sonrası dönemde yatırımlar yüksek tutarlarda sermaye gerektirmiştir. Bu nedenle girişimcilerin sermayesi yetersiz kalmıştır. Bu durumda sermaye temini için doğru adres sermaye piyasaları olmuştur. Tasarruf sahiplerinin tasarruflarını yatırıma yöneltebilmek için güvenlik, şeffaflık, karlılık ön koşuldur. Tasarruf sahipleri yatırımcısı olacağı şirkette olan bitenden ve olabileceklerden haberdar olmak istemektedir. Bu koşulda menkul kıymet satın almaktadır. Bu alım ve satımlar, menkul kıymet fiyatlarını yükseltip düşürdüğü için önemlidir. Halka açık şirketlerdeki yatırımcı ilişkileri yönetimi birimlerinin varlık nedeni, adı geçen bilgi asimetrisini doğru yönetmektir (Brunnermeir, 2001). Bir başka deyiş ile, yatırımcıların şirket algısının istenenden her iki yönde sapmasına engel olmaktır. Bu amaçla mevcut ve potansiyel yatırımcılara bilgi sunulmaktadır. Konvansiyonel olarak şirketler yatırımcılarını finansal raporlar, basın açıklamaları, analist toplantıları ile bilgilendirmektedir. Oysa sözü edilen yöntemler etkinlik ve verimlilik açısından sorgulanır durumdadır. Çünkü yatırımcının algısını yönetmekte yetersiz kalmıştır. Sanal gerçeklik ortamı yüksek etki bırakabilme olanakları sunabilmektedir (Grunner, 2002). Sosyal medyanın yatırımcı ilişkileri faaliyetlerine yönelik katkıları hız, maliyet ve etkileşim başlıklarında toplanabilir (Diyadin-Özdil, 2017).

Finansal iletişim, toplumun farklı kesimleriyle yürütülen bir diyalog sürecini kapsamaktadır. Sürdürülebilir bir ekonomik büyüme ve fiyat istikrarı için bir önkoşul olarak kendisini dayatmaktadır (Nervaj vd., 2006). Yatırımcının gözünden uzakta yönetilen bir şirketin stratejisinin tek başına anlamlı olmadığı, yapılmakta olan faaliyetlerin nasıl anlaşılması gerektiğinin ilgili bütün aktörlere anlatılması gereğini ortaya koymaktadır (Gökgöz, 2013). Finansal iletişimin etkinlik ve verimlilik esaslarına uygun yönetilmesinin yüksek piyasa değeri, düşük sermaye maliyeti gibi getirileri bulunmaktadır. Etkinlik ve verimlilik finansal iletişimin kapsama alanını da genişletmektedir. Halka açık bir şirketin tedarikçisinden sivil toplum kuruluşlarına, çalışanlarından tüketicisine, kamusal denetim organizasyonlarından mevcut ve potansiyel yatırımcılara kadar çeşitlilik gösteren bir yelpazede oluşan aydınlanmayla şirkete yönelik güven artacaktır. Güvenilen şirketin piyasa değeri yükselirken, sermaye maliyeti düşmektedir. Bu yapının sürdürülebilmesi finansal iletişimin doğru araçlar ile devam ettirilmesine bağlıdır. Bu çalışmada, sosyal medyanın zamanın ruhuna uygun olarak kullanılıp kullanılmadığı Borsa İstanbul Dokuma ve Giyim Sektörü özelinde incelenmektedir.

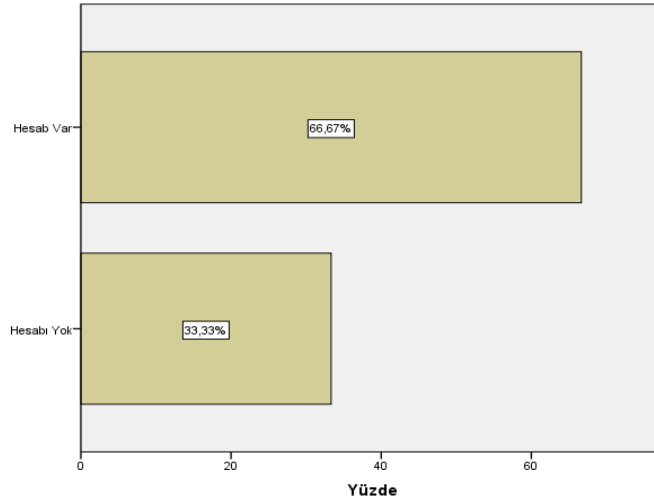
3.YÖNTEM VE VERİ

Çalışmada öncelikle ele alınan dönemde dokuma ve giyim sektöründe faaliyet gösteren şirketlerin sosyal medya araçlarından Twitter ve Facebook kullanımının varlığı, kullanım sıklığı araştırılmıştır. İşletmelerin bu sosyal medya araçlarında hesap açmaları, bu araçları aktif olarak kullandıkları anlamı taşımamaktadır. Örneğin çalışmada şirketlerin bir bölümünün hesap açtıkları ancak tüm yıl boyunca paylaşımda bulunmadıkları da belirlenmiştir. Bu nedenle sosyal medya hesabı olan işletmelerin aktif kullanıcı olup olmadığı belirlenirken, bir yıllık dönemde yapılan paylaşım sayıları dikkate alınmıştır. Bir yıllık dönemde beşten çok paylaşımda bulunan şirketlerin bu sosyal medya araçlarını aktif kullandığı kabul edilmiştir. Böylelikle bu sektörde yer alan şirketleri sosyal medya aracını aktif kullanan ve kullanmayan olmak üzere iki gruba ayırmak olanaklı hale gelmiştir. Şirketler bu şekilde birbirinden ayrıldıktan sonra sosyal medya araçlarını aktif kullanan ve kullanmayan işletmeler çeşitli finansal göstergeler bakımından karşılaştırılmıştır. Karşılaştırmada kullanılan finansal göstergeler; net gelir, net satışlar veya gelirler, şirket piyasa değeri, piyasa değeri/defter değeri, faiz ve vergiler öncesi kazançtır. İki grup arasında farklılık olup olmadığı ise Mann Whitney- U Testi ile araştırılmıştır.

Çalışmada iki grup veri kullanılmıştır. İlk grup veri belirlenen sektörde yer alan işletmelerin sosyal medya hesaplarından elde edilmiştir. Sosyal medya araçlarından sık kullanılan Twitter ve Facebook seçilmiştir. Bu sosyal medya araçlarında varlık durumu, Facebook'tan yapılan paylaşım sayısı ve Twitter'dan yapılan tweet sayısı verileri 01.01.2016 – 01.01.2017 tarih aralığı için toplanmıştır. İkinci grup veri ise finansal göstergelere ilişkindir. Bu veriler ise şirketlerin yıllık finansal raporlarından elde edilmiştir.

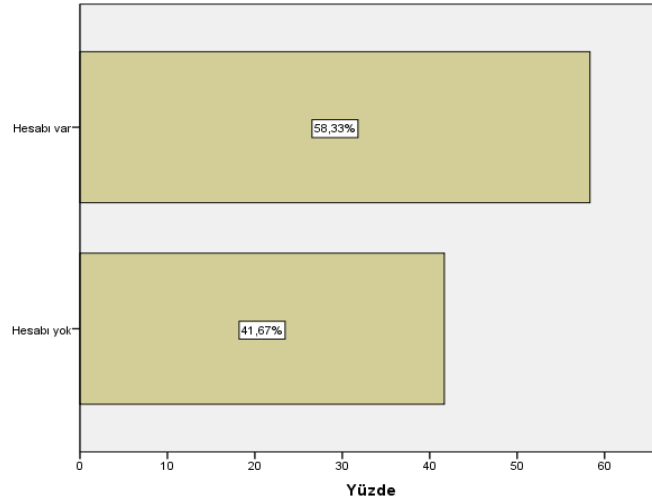
4.BULGULAR

Şirketlerin Facebook ve Twitter varlık durumu incelendiğinde, şirketlerin %66,67'sinin Facebook'ta hesabının olduğu %33,37' sinin ise hesabının olmadığı belirlenmiştir. Şekil 1'de çalışmada ele alınan şirketlerin Facebook sahiplik durumu gösterilmiştir. Sosyal medya araçlarının iletişimde ulaştığı konuma rağmen dokuma ve giyim sektöründe Borsa İstanbul'da yer alan şirketlerden her üç şirketten birinin bu araçta yer almadığı görülmüştür.



Şekil 1. Facebook Sahiplik Durumu

Şekil 2'de ele alınan şirketlerin Twitter sahiplik durumu gösterilmiştir. Twitter hesap açan şirketlerin oranının %58,33 olduğu belirlenmiştir. Buna göre şirketlerin iki sosyal medya aracından Twitter'a göre Facebook'u daha çok tercih ettikleri ortaya çıkmıştır.



Şekil 2. Twitter Sahiplik Durumu

Şirketlerin Facebook kullanım eğilimleri ise Tablo 1’de verilmiştir. Gözlenen sonuçlara göre şirketlerin 2016 yılı boyunca Facebook üzerinden yaptıkları ortalama paylaşım sayısı yaklaşık 194’ tür. En fazla paylaşımda bulunan şirketin yaptığı paylaşım sayısı 542 iken bazı şirketler bir yıllık süreçte hiç paylaşımda bulunmamıştır.

Tablo 1. Dokuma ve Giyim Sektörü Şirketlerinin Facebook Kullanım Eğilimleri

Ortalama Paylaşım Sayısı	194,13
Medyan	151,00
Değişim Aralığı	542
Minimum	0
Maksimum	542
Yüzdelikler	
25	43,50
50	151,00
75	315,75
Kartiller Arası Fark	272,25

Tablo 2’de Dokuma ve giyim sektöründeki şirketlerin Facebook’ta beğenilme eğilimleri gösterilmiştir. Şirketlerin Facebook üzerinden paylaşımlarına geri dönüş olarak beğeni sayıları dikkate alındığında, ortalama beğeni sayısı 48309 olarak ortaya çıkmıştır. En çok geri dönüş sağlayan şirketle en az geri dönüş sağlayan şirket arasındaki fark 140367’dir. Geri dönüş sağlama açısından şirketler arasında büyük bir fark olduğu belirlenmiştir.

Tablo 2. Dokuma ve Giyim Sektörü Şirketlerinin Facebook’ta Beğenilme Eğilimleri

Ortalama Beğeni Sayısı	48309,83
Medyan	4614,00
Değişim Aralığı	140367
Minimum	296
Maksimum	140663
Yüzdelikler	
25	937,25
50	4614,00
75	139056,50
Kartiller Arası Fark	138119,3

Şirketlerin Twitter kullanım eğilimi ise Tablo 3’ te verilmiştir. Gözlenen sonuçlara göre şirketlerin 2016 yılı boyunca Twitter üzerinden yaptıkları ortalama paylaşım sayısı yaklaşık 155’ tir. En fazla tweet atan şirketin attığı tweet sayısı 400 iken bazı şirketler bir yıllık süreçte hiç tweet atmamıştır.

Tablo 3. Dokuma ve Giyim Sektörü Şirketlerinin Twitter Kullanım Eğilimleri

Ortalama Paylaşım Sayısı	155,63
Medyan	148,00
Değişim Aralığı	400
Minimum	0
Maksimum	400
Yüzdelikler	25
	50
	75
Kartiller Arası Fark	313,75

Twitter'ı kullanan şirketlerin takipçi sayıları ise Tablo 4' te verilmiştir. Bir yıllık süreçte ortalama takipçi sayısı yaklaşık 945, en az ve en çok takipçi sayısı arasındaki fark 3042 olarak bulunmuştur. Takipçi sayılarına göre ilk %25'lik bölüme giren şirketler için üst takipçi sayısı 13 iken, medyan takipçi sayısı şirketler için 274, üst %25'lik bölüm için alt sınır 2589 olarak bulunmuştur. Bu değerler takipçi sayıları açısından şirketlerin oldukça asimetrik dağılıma sahip olduğunu göstermektedir.

Tablo 4. Dokuma ve Giyim Sektörü Şirketlerinin Twitter'dan Takip Edilme Eğilimleri

Ortalama Takipçi Sayısı	945,14
Medyan	274,00
Değişim Aralığı	3042
Minimum	0
Maksimum	3042
Yüzdelikler	25
	50
	75
Kartiller Arası Fark	2576

Tablo 5'te Facebook ve Twitter'ın aktif kullanım oranları verilmiştir. Facebook ve Twitter hesabı olmanın dışında bu hesapları aktif olarak kullanan şirketlerin oranları incelendiğinde, Facebook'un dokuma giyim sektöründe faaliyet gösteren şirketlerce 2016 yılı boyunca daha çok tercih edildiği belirlenmiştir.

Tablo 5. Facebook ve Twitter Aktif Kullanımı

	Facebook Aktiflik Durumu (Yüzde)	Twitter Aktiflik Durumu (Yüzde)
Aktif Değil	41,7	50,0
Aktif	58,3	50,0
Toplam	100,0	100

Tablo 6'da Facebook kullanıcısı şirketler için Mann Whitney-U Test İstatistikleri gösterilmiştir. Seçili finansal göstergeler açısından Facebook' u aktif kullanan şirketler ile aktif kullanmayan şirketler arasındaki farklılık test edilmiştir. Net satışlar veya gelirler değişkeni itibariyle iki grup arasında 0,05 anlam seviyesinde ($p=0,033<0,05$) anlamlı fark bulunurken, diğer değişkenlerde anlamlı bir farklılık görülmemiştir. Facebook' u aktif kullanan şirketlerin ilgili dönemde net satışlar veya gelirler ortalaması (Medyan = 431761,5) aktif kullanmayanlardan (Medyan = 158206) daha fazladır. Bu durumda aynı önemde daha fazla satış ve gelir elde eden şirketlerin Facebook'u daha aktif kullandığı söylenebilir.

Tablo 6. Facebook Kullanıcısı Şirketler İçin Mann Whitney-U Test İstatistikleri

	Net Gelir	Net Satışlar veya Gelirler	Şirket Piyasa Değeri	Piyasa Değeri/Defter Değeri	Faiz ve Vergiler Öncesi Kazanç
Mann-Whitney U	11,000	2,000	10,000	6,500	6,000
Z	-0,213	-2,132	-0,913	-1,559	-1,279
P değeri	0,831	0,033	0,361	0,119	0,201

Tablo 7’de Twitter kullanıcısı şirketler için Mann Whitney-U Test İstatistikleri gösterilmiştir. Twitter’ı aktif kullanan şirketler ile aktif kullanmayan şirketlerde aynı finansal göstergeler itibariyle farklı olup olmadığı da test edilmiştir. Test sonuçlarına göre şirketler piyasa değeri/defter değeri değişkeni itibariyle birbirlerinden istatistiksel olarak anlamlı farklılık($p=0,017<0,05$) göstermiştir.

Tablo 7. Twitter Kullanıcısı Şirketler İçin Mann Whitney-U Test İstatistikleri

	Net Gelir	Net Satışlar veya Gelirler	Şirket Piyasa Değeri	Piyasa Değeri/Defter Değeri	Faiz ve Vergiler Öncesi Kazanç
Mann-Whitney U	12,000	6,000	11,000	2,000	7,000
Z	-0,104	-1,358	-0,730	-2,384	-1,149
P değeri	0,917	0,175	0,465	0,017	0,251

Twitter’ ı aktif kullanan şirketlerin ilgili dönemde piyasa değeri/defter değeri ortalaması (Medyan = 1,1) aktif kullanmayanlardan (Medyan = 0,58) daha fazladır. Bu durumda piyasa değeri/defter değeri yüksek şirketlerin Twitter’ ı daha aktif kullandığı söylenebilir.

5. SONUÇ

Borsa İstanbul’ da işlem gören dokuma giyim sektöründe faaliyet gösteren şirketlerin sık kullanılan sosyal medya araçlarından Facebook’ u Twitter’ a göre tercih ettikleri ve daha çok kullandıkları belirlenmiştir. Sosyal medya araçlarının iletişimde gediği noktaya arşın dokuma ve giyim sektörü şirketlerinin ele alınan iki sosyal medya aracında varlık gösterme ve kullanma sıklıkları oldukça düşük olarak değerlendirilmiştir.

Net satışlar veya gelirler değişkeni itibariyle Facebook’ u aktif kullanan ve kullanmayan işletmeler arasında istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmuştur. İlgili dönemde medyan net satışlar veya gelirler değerleri aktif kullanmayanlara göre daha yüksek bulunmuştur. Bu durum aynı önemde daha fazla satış ve gelir elde eden şirketlerin Facebook’u daha aktif kullandığını göstermiştir. Twitter’ı aktif kullanma durumuna göre şirketler piyasa değeri/defter değeri değişkeni itibariyle farklılık göstermiştir. İlgili dönemde medyan piyasa değeri/defter değeri dikkate alındığında aynı endekste yer alan şirketlerden daha yüksek piyasa değerlemesine sahip şirketlerin Twitter’ı aktif kullandığı belirlenmiştir.

KAYNAKÇA

- BRUNNERMEIR, M.K. (2001), *Asset Pricing Under Asymmetric Information*, New York. Oxford University Pres.
- DİYADİN, A. Özdi, T. (2017), “Krizlerle Baş Etmede Sosyal Medyanın Yeri ve Önemi”, *Ege Akademik Bakış*, Cilt:17, Sayı:3, ss.407-418.
- GÖKGÖZ, G. (2013), İletişim Çalışmalarında Yeni Bir Mecra: Finansal İletişim, *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim ve Kuram Dergisi*, Sayı:36, ss.288-309.
- GRUNNER, R. H. (2002), Corporate Disclosure: The Key to Restoring Investor Confidence, *Strategic Investor Relations*, Summer 2002, pp.1-4.
- İHTİYAR, M. (2006), *Sermaye Piyasası Hukukunda Kamuyu Aydınlatma İlkesi*, İstanbul. Beta Kitap.
- NERVAJ, E., Kaso, R., Kraja, I., Lama, D., Peeters, M., (2006), *A Proposal for the Inflation Targeting Communication Strategy of the Bank of Albania*, Munich Personal RePEc Archive, Paper No. 27564, Online at <http://mpira.ub.uni-muenchen.de/27564/>.

CUMHURİYETİN İLANININ AMERİKAN BASININDA YANSIMALARI

Doç. Dr. Esmâ TORUN ÇELİK
Kocaeli Üniversitesi FEF Tarih Bölümü
esma.torun@hotmail.com

Özet

Mustafa Kemal önderliğindeki Türk ulusal mücadelesi Amerikan basını ve kamuoyu tarafından ilgiyle izlenmiştir. Amerikan kamuoyu, Ermeni ve Rumların etkisiyle ilk zamanlar olumsuz bir bakış içindeyken, TBMM'nin açılması ve halk yönetiminin benimsenmesi, kazanılan zaferler sonrasında mücadeleyi takdirle karşılamaya başlamışlardır. Savaşın sona ermesi üzerine yeni devletin rejimin ne olacağı Amerikan basınının da merak konusu olmuştur. Bununla birlikte monarşinin yıkılması ve parlamenter sistemin kurulmasından övgüyle bahsederek, daha cumhuriyet ilan edilmeden aylar hatta yıllar öncesinden yeni devletin cumhuriyet yönetimini benimseyeceğini savunan yazılar kaleme almışlardır. Mustafa Kemal'in hem Meclisin hem de ordunun başında olmasını eleştirmişlerdir. Cumhuriyetin ilanını beklenen bir gelişme olarak görmüşlerdir. İlk zamanlar takdirlerini dile getirirken, kısa zaman içinde Türkiye'deki tartışmalardan da etkilenerek, rejimin adı değişse de uygulamasının diktatörlük olacağı konusunda iddialar öne sürmüşlerdir. Türklerin Cumhuriyetinin Batı demokrasileri gibi olamayacağı yönünde eleştiriler getirmişlerdir. Bununla birlikte bazı olumlu yazılar da yok değildir. Cumhuriyetin ilanı ile özgürlüklerin artacağı düşüncesi belirtilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Amerika, basın, Türkiye Cumhuriyeti, rejim, Mustafa Kemal

THE REFLECTION OF THE DECLARATION OF THE TURKISH REPUBLIC IN AMERICAN PRESS

Abstract

The Turkish national movement started under leadership of Mustafa Kemal was followed by American press with attention. Especially after Halide Edip paid a visit to America with her support for the war, Turkish national war become even more interesting. At the first, both Americans in Turkey and the US public opinion was against the Turkish independence war because of the Armenian and Greek influence, but both after founding of the Grand National Assembly of Turkey and a democratic governance adopted by National Assembly and the victories on battlefield changed the opinions of Americans, and they started to appreciate Turkish national movement. American press was also concerned about what regime would become new State's regime. However some journalists praised abolishment of monarchy and establishment of new parliamentary system, and some of them argued it months, even years before that new State of Turkey would adopt republic as its new regime. They criticized the fact that Mustafa Kemal was at the head of both military and the parliament. They viewed declaration of the republic as an expected outcome. At first, they admired the new state, but later on with the influence of discussions in Turkey they argued that new regime could be named as republic, but it would be a dictatorship. They made comments about Turks' Republic could not be like the western democracies. There are also some positive articles, too. They underlined the fact that with declaration of the Republic, freedom would be expanded.

Keywords: America, press, Republic of Turkey, regime, Mustafa Kemal

Giriş

Türk-Amerikan ilişkilerinin yüzyıllık geçmişine rağmen, ekonomik, siyasi ve kültürel ilişkiler genellikle sınırlı seyretmiştir. 19. yüzyılın başında ilk Amerikan protestan misyonerlerinin Anadolu'ya gelmesiyle başlayan iki ülke arasındaki ilişkiler, çoğunlukla dinsel farklılığın etkisi altında kalmıştır. Misyonerler, gayrimüslim tebayı kendi devletini kurma konusunda cesaretlendirmenin yanı sıra, faaliyetlerine de destek vermişlerdir. Anadolu'ya gelen ve Türk halkıyla tanışan ve bölgede yaşayan ilk Amerikalıların din adamları olması, Amerikan halkının Türklere yönelik algısını olumsuz yönde etkilemiştir. (McCarthy,2015:23-25) Ermenilerin Anadolu'da bağımsız bir Ermeni devleti kurmak

amacıyla başlattığı isyanları bastırma yolunda Osmanlı Devleti'nin aldığı önlemler Amerikan kamuoyunda Türklere yönelik olumsuz bir bakışın ortaya çıkmasına neden olmuştu. Amerikalı misyonerler, Hristiyan toplulukların yok edilmeye çalışıldığı yolunda temelsiz iddiaları, mektuplar ve yazılarla hem gazete ve dergilere hem de resmi ve kuruluşlara bildiriyorlardı. Böylece 19. yüzyılın sonunda Amerikan kamuoyunda “Terrible Turks” imajı büyük oranda yerleşmiştir.

20.yüzyılın başlarına gelindiğinde Anadolu'daki Amerikan varlığı 400'ün üstünde eğitim ve yardım kuruluşlarıyla temsil ediliyordu. 1912-16 yılları arasında Osmanlı'da Amerikan büyükelçisi olarak bulunan Morgenthau'ya göre, 1914'te Türkiye ile ilişkileri, ülkesi için önem arzeden bir seviyede değildi. (Morgenthau, 2017:39). 1917'de İtilaf devletleri tarafında savaşa giren ABD, 20 Nisan 1917'de Osmanlı ile ilişkileri kesmiş, ancak savaş ilan etmemiştir. Osmanlı, Amerikan kurumlarının korunacağını belirterek, iyi niyetini göstermiştir. 8 Ocak 1918'de Amerikan başkanı Woodrow Wilson, savaştan sonra oluşturulacak yeni düzenin temel ilkelerini yayınlamıştır. 14 maddeden oluşan bu ilkelerden 12. maddesinde Türk-İslam çoğunluğunun bulunduğu topraklar Osmanlı'nın egemenliğinin tanınacağı belirtiliyordu. Mondros Mütarekesi'ni imzalanmasıyla birlikte başlayan işgaller karşısında bir kısım Osmanlı aydınları Wilson ilkelerine sarılmıştır.

Kurtuluş Savaşı ve Amerikan Kamuoyu

Savaşın sona ermesinden sonra Amerika'nın Türkiye'deki imajı oldukça olumluydu. Türkler Amerikalıları tüm dünyayı eğitmek ve iyilik yapmak için milyonlar harcayan idealistler ve fedakarlar olarak görüyorlar ve hayranlıkla onları izliyorlardı. Amerikalıları neredeyse tek dostları sayıyorlardı. (Morgenthau, 2017:39) Osmanlı'daki Amerika imajını etkileyen bir çok etken vardır. Bunlar; Osmanlı aydınlarından bazıları tarafından Wilson ilkelerinin tek kurtuluş yolu olarak görülmesi, protestan misyonerlerinin gayretleri, Amerika'nın kendi kıtası dışında yayılmacı faaliyetlere girişmeyerek açık kapı ilkesini benimsemesi, Osmanlı'ya savaş ilan etmemiş ve gizli paylaşım anlaşmalarına katılmamış olması olarak sıralanabilir.(Bryson,2008:108)

Milli mücadele boyunca zaman zaman sorunlar yaşansa da iki ülke arasındaki ilişkiler dostane bir seyir izlemiştir. Amiral Mark L. Bristol'ün İstanbul'a Yüksek Komiser olarak atanmasından sonra, iki ülke arasında ilişkiler olumlu bir hava içinde geçmiştir. Misyonerlerin ve işadamlarının etkisi altında kalmayan, Türkiye konusunda adil davranmaya çalışan Bristol,(Köse,2016:77) Anadolu'da bir Ermeni mandası kurulması fikrine sonuna kadar karşı çıkmıştır. Onun bu tutumu Türk milliyetçileri nazarında sempati kazanmasına neden olmuştur.(Bryson,2008:110).

Milli mücadele dönemi boyunca Amerika ile ilişkilerin genel seyri olumlu olmasına rağmen, Amerikan Hükümeti, Ankara ile resmi ilişkiler kurmaktan hep kaçınmıştır. Amiral Bristol'ün telkinlerine ve ısrarlarına rağmen, savaşın sonuna kadar iki ülke arasında resmi ilişkiler kurulamamıştır. Amerikan yönetimi, gayri resmi sıfatıyla temsilciler göndererek hem Ankara'nın olumlu bakışını korumak istemiş, hem de müttefikleriyle ilişkisini bozacak bir harekette bulunmaktan kaçınmıştır. Ankara Hükümeti'nin Amerika'ya resmi temsilci gönderme taleplerine olumsuz yanıtlar vermiştir.(Bulut, 2010;24-25)

Amerika'nın milli mücadeleye bakışında önemli rol oynayan bir çok faktör vardır. Bunların başında Paris Barış Konferansı'nda Anadolu'da Amerikanın yönetimi altında bir Ermeni mandası kurulması fikrini savunan Başkan Wilson'un seçimleri kaybetmesi ve yerine gelen Cumhuriyetçi Warren Harding'in gelmesi yer almaktadır.(Özkan, 2016;263) Wilson savunduğu düşünceleri Amerikan halkının desteklemediği bu seçimin sonucunda ortaya çıkmıştı. Yeni başkan Harding, yüzyıllık Monro doktrinine geri dönerek, Avrupa politikalarından çekilmiştir.

Wilson'un mütarekeden sonra Türk aydınlarında yarattığı ümit ışığı, Paris Barış Konferansı'nda Türklerle ilgili olumsuz görüşlerinin ortaya koymasından sonra sönmeye yüz tutmuştur. Anadolu'da bir Ermeni mandası kurulması fikrini açıkça desteklemiştir. Yunanlıların İzmir'i işgaline de destek vermiştir. Başkan Wilson giderek Türklerle ilgili dostane olmayan düşüncesini daha açık ortaya koymaktan kaçınmamıştır. General Harbord başkanlığında bir heyeti Anadolu'da Amerikan yönetimi altında bir Ermeni mandası konusunda araştırma yapmak için yolladığı heyetin raporlarını Senato'ya

yollarken yazdığı notta, Türkleri İstanbul'dan kovmaya çağırmıştır. Müttefiklerine yolladığı yazıda ise Türklerin Avrupa'dan atılmasını üstü kapalı biçimde belirtmiştir. Bu haber Amerika'ya sempatiyle bakan aydınlarda büyük hayal kırıklığı yaratmıştır. (The NewYork Times, 4.4.1920;14)

Amerikan kamuoyu Anadolu'da başlayan milli harekete büyük ilgi göstermiştir. Mütarekeden hemen sonra Amerikan basını büyük ölçüde Ermeni lobilerinin baskısı altında kalmıştır. Gazete haberlerinde Mustafa Kemal'i "isyancı" olarak nitelendirmişlerdir.(The NewYork Times, 10.10.1919;14) Ancak bir süre sonra Türk ulusal hareketi hakkındaki haberlerde yumuşama göze çarpmaktadır. Mustafa Kemal artık milliyetçi hareketin lideri "Kemal Paşa" olarak anılmaya başlamıştır.(The NewYork Times, 13.04.1920; 27.05.1920) Bu dönemde bir çok gazetede, Kurtuluş Savaşı'na Halide Edip'in katılması ve Ankara'daki faaliyetlerini konu edinen yazılar ve röportajlar yayınlanmıştır. (The NewYork Times 16.04.1920) Halide Edip'in yanı sıra milli mücadeledeki kadın kahramanlar hakkında haberler de yer almıştır.

Türk ulusal mücadelesinde kadınların askeri faaliyetler içinde olmasını Türk tarihi açısından bir ilk saymıştır. Ayşe Çavuş'u, Kara Fatma'yı, Halide Edip'i Amerikan kamuoyuna tanıtırken olumsuz bir yaklaşım gözükmemektedir. Zaman zaman onlarla yapılan röportajlara da yer verilmiştir. En çok ilgi çeken ve basında yer bulan hiç kuşkusuz Halide Edip'tir. (The Abilene Weekly Reflector,14.07.1921:1;The Evening Star, 18. 08. 1921:1; Tulsa Daily World, 23 Nisan 1922;11)

Milli mücadele konusunda giderek olumlu bir yaklaşım sergilemelerinde Amerika'da Wilson yerine Harding'in başkan seçilmesi, Amiral Bristol'un Türklerle ilgili olumlu görüşleri, Anadolu'daki Amerikalıların faaliyetleri ve kendi okullarında eğitim görmüş Halide Edip'in bu mücadeleye katılması etkili olmuş olabilir. Bununla beraber açıktan sempati beslediklerini söylemek de mümkün değildir. Mütareke döneminin başlarında müttefik devletlerinin etkisi altında olan Amerika, milli mücadele başlayınca bağımsız hareket etmekten kaçınmış, çoğu kere ilişkilerini gayri resmi temsilciler aracılığıyla iki ülke arasındaki ilişkileri sıcak tutma gayretinde olmuştur.

Cumhuriyetin İlanından önce Amerikan Basını ve Cumhuriyet

Türkiye Büyük Millet Meclisi'nin açılmasından sonra Amerikan basını Ankara'daki milliyetçilere ve gelişmelere epey ilgi göstermişlerdir. Milliyetçilerin ve yeni yönetimin, başta kadın hakları olmak üzere yönetim ve din ile ilgili konuda daha modern olduklarının altını çizmişlerdir. Türk geleneklerine aykırı olmasına rağmen kadınların savaşta cephede ve yönetimde yer almasını sıklıkla dile getirmişlerdir. Meclis açılmadan önce ve sonra sonra da yeni kabinede Halide Edip'in Eğitim Bakanı olduğu Amerikan gazetesinde yer almıştır.(The New York Times, 16.04.1920:14; 24. 09. 1922:35)

Mustafa Kemal'i ilk zamanlar "isyancı lider" olarak okuyucularına tanıtan Amerikan basını, daha sonra "Türk milliyetçi hareketin lideri", "Kemalist lider", "yurtsever lider" olarak nitelendirmiştir. Gazeteciler en başından itibaren de onun otoritesini ve milliyetçi hareket içindeki gücünü yazılarında konu edinmişlerdir.

Mustafa Kemal'i milliyetçi hareketin tartışılmaz tek lideri olduğu, bütün Anadolu'nun onun etrafında kenetlendiği belirtilirken (The New York Times, 10.11.1919:14; 10.10.1919:19), bütün Müslümanlar arasında sultanın gücüne rakip bir konuma geldiği ileri sürülmüştür. Halife olan Osmanlı Sultanı kadar otoritesi ve etki kabiliyeti olduğunun altı çizilmiştir. TBMM üzerinde de tek otorite olduğu vurgulanmıştır.(The New York Times, 27.05.1920:14)

Mustafa Kemal'in milliyetçi hareket ve TBMM üzerinde otoritesi ve parlamentonun demokratikliği konusu, özellikle milli mücadelenin silahlı aşamasının kazanılmasından sonra tartışma konusu edilmeye başlanmıştır. Mustafa Kemal'i liberal düşünceli bir asker olarak Anadolu'nun küçük bir kasabasında kurduğu parlamentoyu demokratik bir şekilde işletebileceği belirtilmiştir. Bununla birlikte parlamentoyu denetleyecek bir senato ve gerçek anlamda bir kabinenin olmaması nedeniyle gerçek demokrasinin uygulanmasının zor olduğu da vurgulanmıştır. Bu noktada Mustafa Kemal'in yasal olarak sadece Meclis başkanı olmasına rağmen, esasen tüm yönetimin tek O'nun elinde olduğu ileri sürülmüştür. 5 Ağustos 1921 tarihindeki Mustafa Kemal'in Başkomutan seçilmesiyle Türk yönetiminin hızla diktatörlüğe kaydığı, yasanın üç aylık sürelerle periyodik olarak uzatıldığı ve Sakarya Savaşı'nı kazandıktan sonra Meclis'in verdiği "Gazi" ünvanıyla birlikte otoritesinin

mutlaklaştığı belirtilmiştir. Mustafa Kemal savaşın zorluğu ve stresiyle Türk halkı tarafından ilahlaştırıldığı ileri sürülerek, Türklerin tarihlerinde benzer biçimde fenomen yapılan bir çok kişinin olduğu vurgulanmıştır. (The New York Times, 01. 10. 1922:16)

Cumhuriyete giden yolda en önemli gelişmelerden biri hiç kuşkusuz saltanatın kaldırılmasıdır. Amerikan basınındaki yansımalarla baktığınızda pek de sürpriz bir gelişme olarak bakılmadığını görüyoruz (Sarıkoyuncu Değerli, 2008:5-6). Halkın ve köylünün parlamentosu olduğunu ileri süren TBMM’de saltanatın oybirliği ile kaldırıldığı yolundaki haberler olağan bir gelişme gibi sunulmuş ve yaşanan gelişmeler aktarılmıştır. Ankara’da bağımsız bir parlamentonun olması, Mustafa Kemal’in giderek artan ve savaşın kazanılmasıyla doruğa ulaşan gücü ve kabul edilen anayasa bir cumhuriyet rejimine gidişi sürecini göstermekteydi. The New York Times Gazetesi’nde bu gelişme, cumhuriyete giden bir eylem olarak nitelendirilmiş; Avrupa basınında bu gelişmenin Türkiye’de cumhuriyetin kurulacağı olarak değerlendirildiği özellikle vurgulanmıştır. (The New York Times, 04. 11.1922:4)

Esasen daha TBMM açılmadan önce sultana baş kaldırılarak halk egemenliğinden söz edilmesi, ulusal meclisin Ankara’da açılması, dış basında monarşiden çok cumhuriyete yönelik bir girişim içinde olabileceği izlenimi doğurmuştur.(The Washington Post,07.10.1923:26) Bununla birlikte yine de doğulu bir toplum olmalarından dolayı Mustafa Kemal’in Osmanlı hanedanının gitmesine izin verip milliyetçi bir sultan olarak atanmayı kabul edebileceği de ileri sürülmüştür. Sultanın halifeliğini etkisiz kılmak için Şeyhülislamlık makamı oluşturarak, Anadolu dervişlerinin başını atayacağı da iddia edilmiştir.(The New York Times, 13.04.1920:12).

Mustafa Kemal ve Türk ordusu hakkında bir filmde sağ elinin göğüs hizasında ceketinin içinde olan duruşu nedeniyle Napolyon’a benzeterek diktatör iddialarını güçlendirmeye çalışılmıştır. Bu duruşun bir “Napolyon” modası olduğu ileri sürülerek, Türkler için ideal olan Mustafa Kemal’in Napolyon’a benzemeye çalıştığı ileri sürülmüştür. Bununla birlikte bu görüşe karşı çıkanlar ise, ülkesi için savaşan bir “baba” olarak Mustafa Kemal’in, Washington ile benzer özellikleri taşıdığını savunmuştur. (The New York Times,21.02.1923:4)

1923’te I.TBMM seçim kararı alması ve Temmuz 1923’te seçimlerin yapılmasıyla yeni seçilen milletvekilleri ilk toplantılarını 11 Ağustos 1923’te yapmıştır. Amerikan basını yolladıkları temsilciler aracılığıyla gelişmeleri yakından takip etmişlerdir. The Evening Star Gazetesi’nde Morquise de Fontenay’ın yazısında gelişmelerle ilgili ilginç yorumlar yapılmıştır. Fontenay, gelişmeleri, “Türkiye’nin hızlı biçimde cumhuriyete doğru ilerlemesi” olarak değerlendirmiştir. Yeni rejim için anayasa değişikliğine gidileceğini ve çalışmaların başlatıldığını ileri sürmüştür. Mustafa Kemal’in cumhurbaşkanı pozisyonunda olacağı belirtilmiştir. Fontenay, Türkiye’de geniş kesimlerin bile henüz göremediği biçimde, cumhuriyet rejiminde hilafet kurumunun anormal kalacağı yorumunu yaparak, kaldırılması gerektiği savunulmuştur (The Evening Star,29.08.1923:6)

Yeni devletin cumhuriyeti ilan edeceği konusunda tüm Amerikan gazeteleri hem fikirdir. Türkiye’nin isim ve anayasa dışında zaten çoktandır cumhuriyet olduğu, kısa zamanda daha demokratik hale geleceği konusunda olumlu bir kanaat hakimdir. Türklerin dünyanın geri kalanıyla ilişki kurabilmesi için bir an evvel bu rejim ve isim sorunun çözmesi gerektiğinin de altı çizilmiştir.(New Britain Daily, 25.09.1923:2) The New York Times Gazetesi, mevcut anayasanın niteliği ve anayasal gelişme süreci hakkında okuyucularına bilgi aktararak, anayasa değişikliğinin içeriği hakkında kapsamlı bir bilgi sunmuştur.(The New York Times,05.10.1923:1)

Cumhuriyetin ilan edileceği haberleri içinde “Başka Bir Cumhuriyet” başlığıyla The NewYork Times ve The Washington Post gazetelerinde iki ayrı yazının birer gün aralıklarla yayınlanması ilginçtir. 6 Ekim tarihli The New York Times’daki yazıda, kuruluşunun ilk yüzyılında ölüm tehlikesini(Ankara Savaşı) yaşayan Osmanlı’nın bu kez yıkılışını ve bir cumhuriyetin doğuşunu da yine burada yaşamasını ilginç bir rastlantı olarak yorumlanmıştır. Esasen cumhuriyetin bir süredir Türkiye’de olduğunu belirterek, şu anda batılı deyimiyle sadece “vaftiz” edilmekte olduğunun altı çizilmiştir. Meclis hükümeti sisteminde uygulanan kuvvetler birlikteliğinin yeni dönemde söz konusu olmadığının altı çizilerek, kabinenin tek tek değil topluca TBMM’ye karşı sorumlu olacaklarını belirtmiştir. (The NewYork Times, 06. 10. 1923:14)

The Washington Post'ta yayınlanan yazı daha uzun ve daha ilginç bir yazıdır. "Despotizmin harabelerinden doğan bir cumhuriyet" olarak nitelendirildiği yeni Türk rejimini, Batılı devletlere kıyasla daha hızlı ve zorlukla gerçekleştirdiği kanaati egemendir. Bununla birlikte cumhuriyetin ilan edilecek olmasını ümit verici bulunmakta ve zamanla gerçek bir cumhuriyet haline geleceğine duyulan inanç ifade edilirken, geçiş sürecinde beklenmedik mücadelelerin söz konusu olabileceği uyarısı da yapılmaktadır. Sultana ilk başkaldırı ile birlikte başlayan cumhuriyet emareleri, meclisin açılmasıyla birlikte daha görünür halde gelerek, cumhuriyet yolunda gelişim sürecine girmiştir. Mustafa Kemal'i yeni Türkiye'nin diktatörü olarak da nitelendiren yazıda, bunun nedeni olarak hem ordunun başkomutanı hem de meclis başkanı olması gösterilmiştir. Diktatörlükler içinde gönüllü olarak iktidarlarını bırakanların nadir olduğu belirtilirken, Mustafa Kemal'in de bu nadir kişilerden olacağı savunulmuştur. Buna kanıt olarak Mustafa Kemal'in bir röportajında "Türkiye'nin, Batılı ilkeler temelinde demokratik bir cumhuriyet olacağı" yolundaki sözleri gösterilmiştir. Anayasal evrim geçiren her yerde olduğu gibi Türkiye'deki tehlikenin, halka ait hükümet sisteminin başarılı olması için uyum içinde olması gereken güçlerin çatışma halinde olması olduğunun altı çizilmiştir.(The Washington Post, 07.10.1923:26)

Bu dönemde gerek Batılı basında gerekse Amerikan basınında Mustafa Kemal'in diktatör olacağı iddialarına yanıt da verilmiştir. Mustafa Kemal'in hayatına bakılarak diktatör olmak istediği şeklinde bir suçlamada bulunulamayacağı belirtilen yazıda, O'nun dilinin ülkesinde özgür bir hükümet kurmayı amaçlayan bir cumhuriyet dili olduğu vurgulanmıştır. Türkiye'de ilan edilen cumhuriyetin Amerikan tarzına, Mustafa Kemal'in kişiliği ve yaptıklarının da George Washington'a benzediğini savunmuştur. Türkiye'de cumhuriyet yönetimini tasarlayanların karşılaşacağı en önemli sorunun Hilafet konusu olacağının da belirtildiği yazıda, demokratik bir cumhuriyetin tam olarak gerçekleştirilebilmesi için devletin dinin olmaması gerektiği ifade edilmiştir. Bir ulusal devlet içinde neden hilafetin olamayacağının aktarıldığı yazıda, Türkiye'nin ruhani liderliği bırakmasının, İslam dünyası üzerindeki etkisinden bilinçli olarak vazgeçme anlamına geldiği belirtilmiştir. Ülke içindeki muhafazakar Türklerin tepkisine de davetiye çıkaracak olan bu gelişmelerin, ortaçağa özgü oryantal kurumların milyonlar üzerinde hala güçlü etkiye sahip olmalarının süreci tehdit edebileceği uyarısında bulunulmuştur. (The Washington Post, 07.10.1923:26)

Potansiyel tehlikelere rağmen Türkiye'nin bir devrim içinde olduğu vurgulanarak, devrimlerin geriye doğru ilerlemeyeceği, saltanatın öldüğü, hilafeti bir çok İslami ülkelerde feshedildiği belirtilmiştir. Modern bir savaşla ve askerlerinin kahramanlıklarıyla kendini özgürleştirmeyi başarmış bir millet olan Türklerin çoktan yıkılmış olan inançlara geri dönmeyeceği ve kararının cumhuriyetten yana olduğu ifade edilerek, Amerika'nın yeni cumhuriyetin yolunun açık olmasını dilediği belirtilmiştir. Türkiye'nin yaşadığı bu devrim sürecinin diğer Avrupa ülkelerine örnek olması temennisiyle yazı son bulmuştur. (The Washington Post, 07.10.1923:26)

Washington Post'un cumhuriyet ilan edilmeden önce Türklere ve cumhuriyete yönelik bu olumlu bakışı oldukça önemlidir. Zira gazete büyük ölçüde Amerika'nın resmi bakışını ortaya koymaktadır. Zira Amerika ile Lozan'da anlaşmanın imzalanması ve resmi ilişkilerin başlatılması yolunda iki ülkenin kararlı tutumu, Amerikan basınında da yankı bulmuş, Türkiye'ye karşı dostane bir tutum içine girilmiştir. Genel olarak gazetelerde Türkiye'nin cumhuriyet rejimine gidişini olağan bir gelişme görmüşler ve gelişmeleri yakından izlemişlerdir.

Cumhuriyetin İlan Edilmesi Karşısında Amerikan Basını

Beklenildiği gibi Lozan Barış Antlaşması'nın imzalanmasından sonra 13 Ekim 1923'te yeni başkent Ankara olarak belirlenmiş, arkasından da 29 Ekim 1923 tarihinde cumhuriyet ilan edilmiştir. Cumhuriyetin ilanı konusunda başta The New York Times ve The Washington Times olmak üzere pek çok Amerikan gazetesinin 30 Ekim-31 Aralık 1923 tarihleri arası taranmıştır. Böylece ilanın ilk yansımalarının, yanı sıra iki aylık süre içinde Türkiye'deki gelişmelere paralel olarak cumhuriyet konusundaki yorumlar ve değerlendirmeler inceleme konusu edilmiştir.

Genel olarak olağan ve olumlu bir gelişme olarak görülmesine rağmen, 6 Ağustos 1923 tarihinde Lozan'da imzalanan Türk-Amerikan Anlaşması'nın Ermeni ve Rum lobilerinin eleştirisine maruz

kalması ve onaylanmaması için kampanya başlatılması, Amerikan basınının Türkiye'deki rejim değişikliğine yönelik bakışını olumsuz etkilemiştir. Cumhuriyetin ilanının yansımalarını etkileyen bir başka gelişme de Rauf Bey gibi milli mücadelenin öncü kadroları içinde yer alan bazı kişilerin İstanbul basınına verdikleri röportajlarla cumhuriyet eleştirisi yapmalarıdır. Tüm bu gelişmeler cumhuriyetin ilanının Amerikan kamuoyuna yansımalarını olumsuz etkilemiştir.

Cumhuriyetin ilanının ertesi günü Türkiye'deki rejim değişikliği ile ilgili haber pek çok Amerikan gazetesinde genellikle birinci sayfada yer bulmuştur. Bu haberlere bakıldığında "Türk Cumhuriyeti Kuruldu"(The Galveston Daily News, 30.10.1923:1), "Ankara'daki Oylama Türkiyeyi Cumhuriyete Dönüştürdü" (The New York Times, 30.10.1923:1; The Evening Star, 30.10.1923:1) gibi genel başlıklarla haberin verildiği görülmektedir. Amerikan basının Türkiye'deki rejim değişikliği konusundaki ertesi günkü ilk yansımalarında bir şaşkınlık veya hayret ifadesi göze çarpmamış; olağan bir gelişme gibi görüldüğü gözlenmiştir.

The New York Times'ın Associated Press kaynaklı haberinde TBMM'nin Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşunu onayladığı, Mustafa Kemal'in oy birliğiyle başkan seçildiği belirtildikten sonra, oybirliğiyle kabul edilen anayasa değişiklikleri tek tek ifade edilmiştir. Önce Halk Fırkası grubunda görüşüldükten sonra Meclise getirilen bu değişiklikler devletin dininin İslam, dilinin Türkçe olduğu, cumhurbaşkanının TBMM tarafından dört yıllık süre için seçileceği ve hem Bakanlar Kurulu'na hem de meclise başkanlık eden devletin başı olacağı, başbakanın Cumhurbaşkanı tarafından atanacağı şeklindedir. (The New York Times, 30.10.1923:1;The Portsmouth Daily Times, 30.10.1923:15; Albuquerque Journal, 30.10.1923:1;The Bristol Herald Courier, 30.10.1923:1)

Yeni Cumhuriyetin, Mustafa Kemal'i cumhurbaşkanı seçmesi hakkında kısa bilgi vermesini de gerekli kılmış olmalı ki, bazı gazetelerde O'nunla ilgili okuyucularına kısa hatırlatmalarda bulunulmuştur. Gelibolu'daki kahramanlığı vurgulanarak, başkomutanlık ettiği Türk ordusuyla Yunanlılara karşı olağanüstü zaferler kazandığı, Lozan görüşmelerinde Türk heyetini yönlendirdiği ve Türklere büyük başarı kazandırdığı belirtilmiştir. Katı, soğuk ve kararlı bir insan olarak tanımlanan Mustafa Kemal'in ülkesini güçlendirmek ve geliştirme hedefini ısrarla takip ettiği de vurgulanmıştır.(The Galveston Daily News, 30.10.1923:1; The Evening Star, 30.10.1923:1)

Bazı gazeteler cumhuriyetin ilanının beklenen ve şekilsel bir gelişme olduğunu, Meclisin açılmasından itibaren yaşanan gelişmelerin bu süreci hazırladığı vurgulanmıştır. Mevcut anayasanın da sadece birkaç değişiklikle cumhuriyetin ilanına olanak vermesini ise görüşlerine kanıt olarak sunmuşlardır. (Edmonton Journal,30.10.1923:11; The Morning Call,30.10.1923:1; The Tribune, 30. 10. 1923:1)

Cumhuriyetin ilanının hemen ertesi günü kısa bir yazıyla haberi veren The New York Times Gazetesi, yeni kurulan Türk Cumhuriyeti hakkındaki görüşlere iki gün sonra 31 Ekim'de yer vermiştir. Bu yazı Rauf Bey'in 30 Ekim'de bazı İstanbul gazetelerine verdiği ve cumhuriyeti eleştiren demeçlerin etkisiyle kaleme alınmış olmalıdır. Rauf Bey, cumhuriyetin "mesul olmaya zevat tarafından oldu bittiye getirildiği", en iyi hükümet şeklinin, halkın refah ve bağımsızlığı ile ülkenin bütünlüğünü sağlayan hükümet şekli olduğunu ileri sürerek, konuya cumhuriyet kelimesi üzerinden bakılmaması gerektiğini savunmuştur. Bu röportajı geniş yankı bulmuştur.(Ünal,2017:672)

"Türkler Yeni Cumhuriyetlerini Eleştiriyor" başlıklı yazıda, cumhuriyetin ilanının hayret verici bir hızla yaşandığını bu nedenle ilk şaşkınlığın atılmasından sonra mantıklı açıklamasının yapılabileceğini ileri sürmüştür. Cumhuriyetin ilanının öncesinde yaşanan hükümet bunalımına dikkat çekilen yazıda, Mustafa Kemal'in yetkilerinin genişliği üzerinde durmuştur. Cumhuriyetin ilanı süresinde yaşanan gelişmelerin özetinin okuyuculara aktarılmasından sonra, cumhuriyetin ilanının yankıların üzerinde durmuştur. İstanbul halkının ve basının hem şaşkın hem de olumsuz görüşlere sahip olduklarını ileri sürmüştür. Meclisin anayasa değiştirmek gibi yetkisi olmadığı, ilan edilen cumhuriyetin diğer cumhuriyetlere zıt olduğunun iddia edilmesinin yanı sıra Mustafa Kemal'in, cumhuriyetin, meclisin, kabinenin ve Halk Fırkası'nın başı olarak hiçbir yerde benzeri olmayan bir yetkiye sahip olmasının eleştirisi konusu edildiğini vurgulamıştır.(The New York Times,31.10.1923:1)

Türkiye’deki cumhuriyet tartışmalarında etkilenen gazetelerden biri de Türkiye’de cumhuriyetin ilanını “mucize” olarak nitelendiren, The Fort Wayne Journal-Gazette’dir cumhuriyetin her zaman özgürlük getirmeyeceğini, bazen monarşiden daha az demokratik, daha çok despotik olabileceğini ileri sürmüştür. Hükümet biçimi olarak cumhuriyetin değil demokrasinin halka hizmet ettiği savunularak, Amerikan modeli bir cumhuriyet kurmak için en az 20 yılın gerekli olduğu belirtilmiştir.(The Fort Wayne Journal-Gazette, 31.10.1923:4). Türkiye’de cumhuriyetin ilan edilmesine rağmen, klasik cumhuriyet yönetimi yerine despotik olabileceği endişesinin ifade edildiği yazıda savunulan düşünceler, Türkiye’deki cumhuriyet eleştirilerine çok benzemektedir. Bu nedenle yazarın Türkiye’deki tartışmaların etkisinde kaldığı izlenimi doğurmaktadır.

Milli mücadele döneminde 1921 yılı yaz aylarında Ankara’yı ziyaret ederek altı hafta kalan Amerikalı gazeteci Clarence Streit (Lowry, 1991:699) cumhuriyetin ilanını Mustafa Kemal’in “korku imparatorluğunun ortaya çıkardığı bir cumhurbaşkanlık” olarak yorumlamıştır. Pek çok kişinin haberi olmadığını hatta cumhuriyetin anlamının bile farkında olmadığını ileri sürmüştür.(The Brooklyn Daily Eagles,01.11.1923:3)Bu yazısında yapılan anayasa değişikliklerinden söz etmesine rağmen iddialarına açıklık getirmemiştir.

Cumhuriyetin ilanıla halk yönetiminin tam olarak sağlanıp sağlanmayacağı konusunda başlayan tartışmalar yer yer Washington Post’ta da yer bulmuştur. Avrupa’da genel eğilimin demokrasiden diktatörlüklere gitmek olduğu bir dönemde, geri kalmış bir ülke olan Türkiye’nin diktatörlükten cumhuriyete geçmesinin hem takdirle hem de merakla karşılandığı vurgulanmıştır. Bir zamanlar sultan tarafından yönetilen Türkiye’nin savaş yıllarında Mustafa Kemal’in mutlak otoritesi altında yönetildiği, şimdi de hükümet şeklinin cumhuriyete çevrilerek Mustafa Kemal’in cumhurbaşkanı seçildiği belirtilmiştir. Gazeteye göre sadece etiketi değiştirmek küçük Asya’da cumhuriyet yaratmak için yeterli olmadığı, asker kökenli pek çok kişinin yasama ve yürütme gücünde yer almış olması, Mustafa Kemal’in otoritesinin güçlendirdiği dolayısıyla da demokrasi açısından endişe verici görülmüştür. Ancak bunun birden bire gerçekleşmesinin mümkün olmadığı da vurgulanarak, kendi evinin efendisi olan Türklerin ekonomik ve siyasal gelişmelerle bu süreci sağlıklı biçimde yürütebilecekleri ifade edilmiştir. Bundan dolayı, dünyanın Türkiye’deki bu siyasal değişikliğe güvenden çok merakla baktıkları yolunda değerlendirmede de bulunmayı ihmal etmemiştir.(The Washington Post, 06.11.1923:6)

Türkiye’de ilan edilen cumhuriyeti gerçek bir cumhuriyet olarak göremeyen, Mustafa Kemal’i eli silahlı bir diktatör olarak gören Los Angeles Times gazetesi, milli bir seçim olmadan “oybirliği” ile cumhurbaşkanı seçilmesini eleştirilmiştir. Başarılı bir ayaklanmayla gücünü ele geçiren bir meclisin (TBMM’nin) seçimini meşru olarak kabul edilmeyeceği vurgulanmıştır. 1923 seçimlerini demokratik bir seçim değil, bir ayaklanma olarak sayma eğilimi ortaya konmuştur. Bunun yanı sıra vekillerin yarısının olmadığı oylamada oybirliğiyle seçilmiş olmasının pek bir anlam ifade etmediği ileri sürülmüştür.(Los Angeles Times, 20.11.1923:24) Tamamen eleştirel bir yaklaşımın hakim olduğu yazıda, itilaf güçlerinin Anadolu’yu özellikle de İstanbul’u kolayca terk etmelerine duyulan bir tepki veya hayal kırıklığı da sezilmektedir.

Bu ilk değerlendirmelerden sonra Türkiye’deki gelişmeler yakından takip edilmeye ve cumhuriyetin uygulamaları gözlenmeye başlanmıştır. Gazeteler bir yandan Osmanlı despotizminden cumhuriyete nasıl geldiğini ve hangi süreçlerden geçtiğini aktararak, Türkiye’deki cumhuriyetin olağan bir gelişme olmadığını ortaya koymaya çalışmışlardır. Rusya ve Almanya’dan sonra kendini yönetme konusunda kararını açıklayan üçüncü ülke olan Türkiye’nin Osmanlı geçmişi çok sert eleştiri konusu edilmiş ve kanlı bir kariyere sahip olduğu, bir elinde kılıç bir elinde Kuran ile Hristiyan milletleri ortadan kaldırmaya çalıştığı ileri sürülmüştür. Gerileme döneminde saray içindeki işkenceler ve cinayetler, 19. ve 20.yüzyıla geldiğinde Ermeni katliamları nedeniyle kanlı bir geçmiş yarattıkları savunulmuştur. Türkiye’nin gizli anlaşmalarla paylaşılma sürecine girilmesi ve İzmir’in Yunanlılara işgal ettirilmesinin Mustafa Kemal’i ve Ankara Hükümeti’ni iktidara getirdiği ifade edilmiştir.

Türkiye’deki cumhuriyetin diğerlerinden ayrı olarak, yasama, yürütme ve yargı gücünü elinde tuttuğunu, bir hükümdara sahip olmadığını, halife saygı duymakla yetinerek Ankara’yı Müslüman

kardeşleriyle dayanışma sağlayacak bir merkez olarak gördüğü belirtilmiştir. Demokrasi ve bağımsızlık sağlayan bu yeni doğan cumhuriyetin uzun soluklu yaşayıp yaşayamayacağı konusunda endişelerin belirtildiği yazıda, ülkenin kaderinin tanrılar elinde olduğu ileri sürülmüştür.(Casper Star Tribune, 30.11.1923:8) Cumhuriyetin ilanının sosyal yaşamda getirdiği değişikliklere rağmen, Türkiye'yi tanıyan pek çok kişinin cumhuriyetin uzun ömürlü olmayacağı ve padişahlığın geri geleceği düşüncesine sahiptirler. Zira; bazı paşaların yeni yasaya destek vermelerine rağmen, kadınların salonlarda dans etmesinden, peçesiz dolaşmalarından ve aileden olmayan erkeklerle dolaşmalarından ve konuşmalarından dolayı içten içe de kızgın oldukları gözlenmekteydi.(The Washington Post,02.12.1923:45)

Ankara Hükümeti'nin devamı konusundaki endişelerde Mustafa Kemal'in hastalığı da önemli rol oynamaktaydı. Mustafa Kemal'in zafer kazanmış bir başkomutan, Türkiye Cumhuriyetinin kurucusu, lusal meclisin ve bakanlar kurulunun başı olarak bir diktatör olarak nitelendirilmiş ve cumhuriyetin ve hükümetin varlığının O'na bağlı olduğu ve O'nun ölümü halinde neler olacağını kimsenin söyleyemeyeceği savunulmuştur.(The New York Times, 23.12.1923:1) Türkiye Cumhuriyeti'nin varlığını Mustafa Kemal'in varlığıyla özdeş olarak gören bu düşüncede bir yandan Mustafa Kemal'in diktatör olduğu ifade edilirken, diğer yandan da cumhuriyetin varlığını ona bağlamak Mustafa Kemal hakkında Amerikan gazetelerinin tutarlı bir görüşten uzak olduklarını göstermektedir. Mustafa Kemal'in diktatörlüğü bu noktada zorunlu veya meşru olarak da değerlendirilebilir.

Sonuç

Amerikan basını cuöhuriyetin ilanından önce Türkiye'de yaşanan değişimleri yakından izleyerek, Mustafa Kemal'in önderliğinde başlayan hareketin, Ankara'da ulusal meclisin açılması ve egemenliğin halkta olduğu anlayışını benimsemesi ve anayasa maddesi olarak kabul etmesiyle sürecin cumhuriyete gittiğinin farkındadır. Cumhuriyet yolunda ilerlemeyi takdirle karşılayarak, desteklemişlerdir. Doğulu Müslüman bir toplumda monarşinin yerine cumhuriyet rejimine geçilmesi, Türklere yönelik bakışlarını daha olumlu hale getirmiştir. Özellikle Lozan'da iki ülke arasında resmi ve ticari ilişkileri yeniden başlatacak nitelikte anlaşmanın imzalanması Türkiye'deki gelişmeleri Amerikan basını için daha sempatik hale getirmiştir.

Cumhuriyetin ilanı pek çok Amerikan gaezetesinde baş sayfadan bir haber olarak verilmiş ve sadece 29 Ekim 1923'te yaşanan gelişmeler, mecliste yapılan oylamalar, Mustafa Kemal'in değiştirilmesini önerdiği ve cumhuriyetin ilanını sağlayacak anayasanın değiştirilen maddelerinin ter aldığı haber, beklenen bir gelişme olduğundan biraz sessiz sayılabilir. Ancak 1-2 gün sonra Türkiye Cumhuriyeti'nin nitelikleri ve anlamı konusunda daha kapsamlı analizler yapılmıştır. Milli mücadelenin öncü kadrosu içinde yaşanan görüş ayrılıkları Amerikan basınının da görüşlerini de etkilemiştir. Cumhuriyetin diktatörlüğe götürmemesi konusunda uyarılarda bulunmaya başlamışlardır. Bu kısmi tutum değişikliğinde Türk-Amerikan anlaşmasının imzalanmaması için lobi faaliyeti başlatan Ermeni ve Rum lobilerinin Türk düşmanlığı yapması da etkili olmuştur. Buna rağmen genel olarak olumlu bir hava içinde Türkiye'deki cumhuriyet ile ilgili haberleri okuyucularına aktarmışlardır. En çok eleştirilen konu ise Mustafa Kemal'in otoritesidir; bu otoritenin cumhuriyete zarar vereceği düşüncesiyle, yetki ve görevlerinin sınırlandırılması tavsiyesi bazı gazetelerde yer bulmuştur. Ancak bazı gazeeteler Mustafa Kemal'i Washington'a benzeterek, Amerikan halkının bakış açısını etkilemeye çalıştıkları kolaylıkla görülmektedir.

Kaynaklar

Gazeteler

Albuquerque Journal, 1919-1923

Edmonton Journal, 1919-1923

Los Angeles Times, 1919-1923

New Britain Daily, 1919-1923

The Abilene Weekly Reflector, 1919-1923

The Bristol Herald Courier, 1919-1923

The Brooklyn Daily Eagles, 1919-1923

The Evening Star, 1919-1923

The Fort Wayne Journal-Gazette, 1919-1923

The Galveston Daily News, 1919-1923

The Morning Call, 1919-1923

The NewYork Times, 1919-1923

The Portsmouth Daily Times, 1919-1923

The Tribune, 1919-1923

The Washington Post, 1919-1923

Tulsa Daily World, 1919-1923

Makale ve Kitaplar

BRYSON, Thomas A.(2008), Türkiye’de Bir Açık Kapı Diplomati: Amiral Mark L. Bristol, *Tarih Okulu*, Sonbahar,Sayı I, 105-128.

BULUT, Semih (2010), *Atatürk Dönemi Türkiye-ABD İlişkileri*, Ankara, Atatürk Araştırma Merkezi.

KÖSE, İsmail (2016), *Türk-Amerikan İlişkilerinin Şekillenmesinde Amiral Mark L. Bristol’un Rolü (1919-1927)*, Ankara, Türk Tarih Kurumu.

LOWRY, Heath W.(1997), “Halide Edip in Ankara:April 2,1920-August 16,1921” , Atatürk Araştırma Merkezi: *I. Uluslararası Atatürk Sempozyumu*, Ankara. s.691-710.

McCARTHY, Justin (2015), *Amerika’daki Türk İmgesi*, çev.Zeynep Enez, İstanbul, T&K Yayınları.

MORGENTHAU, Henry (2017), *Büyükelçi Morgenthau’nun Öyküsü*, çev. Atilla Tuygan, İstanbul, Belge Yayınları.

ÖZKAN, Kenan (2016), *Mondros Mütarekesi’nden Lozan Konferansı’na Milli Mücadele Dönemi Türkiye-ABD İlişkileri*, İstanbul, Ötüken Yayınları.

SARIKOYUNCU DEĞERLİ, Esra (2008), “Amerikan Basınında Türk Devrimi,” *80. Yılında Türk Harf İnkılabı Uluslararası Sempozyumu*, İstanbul, Yeditepe Üniversitesi.

ÜNAL, Serkan (2017), *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 7(3), 2017 Kasım, 665-675.

OTELDEKİ FARKLI TASARIMLARIN VE MÜŞTERİLERİN DENEYİM ARAYIŞLARININ OTEL İŞLETMELERİNE ETKİSİ

Fatma Melike Körpe

Kocaeli Üniversitesi / Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı/Turizm İşletmeciliği Tezli Yüksek Lisans
fmkorpe1@gmail.com

Özet

Geçmişten günümüze büyük adımlarla büyüyen turizm endüstrisi bu gelişmeyi birçok faktöre borçludur. Turizmin bütün yıla yayılmasını sağlayan alternatif turizm çeşitleri ya da hedef pazara yönelik olan pazarlama stratejileri bunlara örnek olarak gösterilebilir. Her otel işletmesi gelişmek ve adını duyurmak adına birçok yola ihtiyaç duymaktadır. Kimi otel işletmesi reklam ve tanıtıma ağırlık verirken kimisi mekân tasarımını farklılaştırmaktadır. Dünya çapında ün kazanmış birçok otelin hem pazarlama stratejilerini etkin bir biçimde kullanmaları hem de sundukları sıra dışı deneyimler sayesinde ciddi ekonomik faydalar sağlamıştır. Ayrıca sağladıkları bu deneyim ile tüketicinin yenilenme güdüsünü tatmin etmiş ve müşteri memnuniyetini de sağlamıştır. Bu çalışma kapsamında ise TripAdvisor kullanıcılarının değerlendirmeleri ile Dünya'nın en iyi otel unvanını almış ilk 5 otelin strateji ve otel konseptlerinde nelere önem verdikleri incelenmiştir. Elde edilen bulgularda ise site içerisinde yapılan yorumlar incelenmiş ve ağırlıkla otel konumundan, hizmet kalitesinden ve bu otellerin ortak noktasının bulundukları destinasyonu avantaj haline getirmiş oldukları görülmüştür. Bu çalışma ile sektöre önerilerde bulunularak otel endüstrisinde bir faydada bulunulması amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Mekânsal Tasarım, Otel, Turizm, İnovasyon, Trend

The Effect of Different Designs in the Hotel and Experience Seeking of Customers on Hotel Businesses

Abstract

The tourism industry, which has been growing with great steps from past to present, owes this development to many factors. Examples of these are alternative types of tourism that enable tourism to spread throughout the year or marketing strategies for the target market. Every hotel business needs many ways to develop and make a name for itself. While some hotel establishments focus on advertising and promotion, others differentiate the space design. Many renowned hotels around the world have achieved significant economic benefits, both through the effective use of their marketing strategies and the exceptional experience they offer. Furthermore, with this experience, it has satisfied the customer's renewal motive and ensured customer satisfaction. Within the scope of this study, the reviews of TripAdvisor users and the top 5 hotels that have the title of the best hotel in the world have been examined for their importance in strategy and hotel concepts. In the obtained findings, the comments made within the site were examined and it was seen that the hotel location, service quality and the common point of these hotels made an advantage to the destination. This study aims to make a benefit in the hotel industry by making suggestions to the sector.

Keywords: Spatial Design, Hotel, Tourism, Innovation, Trend

GİRİŞ

Tarihi, doğal ve coğrafi çekiciliklerin ön planda yer aldığı turizm sektörü dünyanın en hızlı gelişen sektörlerin başında gelmektedir. (Uygurtürk, 2014) Bu gelişmeyi farklı fikirler ve teknolojik gelişmeler sayesinde sağlamıştır. Günümüz şartlarında insanların yeni arayışlar içine girmesiyle birlikte turizm yelpazesi genişlemiş ve ürün çeşitlendirme stratejilerine başvurulmuştur. Bu arayışlar ile birlikte otellerde farklı deneyim sunma, özel hissettirme, heyecan yaşatma gibi insana çekici gelen unsurları odak noktası haline getirmişlerdir.

Değişen birçok şey ile birlikte otel tasarımlarında da sadece barınma ihtiyacını karşılama durumu da bitmiştir. Çok fazla ikame olması sebebiyle ihtiyaç ve beklentileri karşılamaktan da öte işletmeler iddialı ve unutulmaz olmayı amaçlamaktadır. Aslında her otel tüketicisine hitap ederken en iyisi ve farklı olabileceğini göstermek istemektedir. Tüketiciler ise bu zor karar verme süreçlerinde birçok faktörden etkilenmekte ve kendilerine en fazla faydayı sağlayacak mal ya da hizmetleri satın almaktadırlar (Tayfun ve Yayla, 2014). Bu karar verme aşamasında ise oteller kolaylık sağlamak adına teknolojiyi kullanmaktadır. Dijital ortamda yaptıkları tanıtım sayesinde her tüketici otel odasından dış mekana kadar birçok detayı görebilmektedir. Bu çalışma kapsamında ise Dünya’da en iyi sıralamasına girmiş ilk 5 otelin hizmette ve tasarımda sağladıkları yeniliklerin incemesi yapılacaktır. Ardından ise önem verdikleri noktalar vurgulanarak yerel sektöre nasıl fayda sağlayabilir tartışılacaktır.

Tasarımın ve Yenilikçi Anlayışın Önemi

Otel konseptleri her ne kadar hizmet kalitesinin mükemmele ulaşması sonucunda karlılık elde edeceklerini düşünseler de bu algıyı yıkmamız gerekmektedir. Çünkü hizmet kavramı çok önemli olsa da gidilecek yerin düzenli olması, modern bir çizgiye sahip olması, ferah olması veya dış görünümünün çekici olması da ciddi önem taşımaktadır. Bu açıdan da çoğu otel kendi işletmelerinin müşteri için en iyisi olduğuna ikna etmeye çalışmaktadır. İşte bu aşamada da devreye ikna edici tasarım girmektedir. İkna edici tasarım, bir eylem veya sonucu daha kolay hale getirerek kullanıcıların davranışlarını etkilemeye çalışır ve kullanıcılara duygusal veya algısal düzeyler gibi farklı düzeylerde hitap eder. Middendorf (2011) çalışmasında tasarımla ikna yolunun psikolojik ilkelere dayanarak kullanıcıların davranışlarını kasıtlı olarak etkilemeye yönelik olduğundan bahsetmiştir. Karkın’ın (2009) çalışmasında ise tasarıma dahil olan fiziksel çevre unsurlarının (aydınlatma, renk, müzik ve tesis planı vb.) müşteri değerlendirmesinde önemli etkileri olduğunu belirtmektedir. Bir diğer önemli konu ise otelin yeniliklere açık olmasıdır.

Adını duyuran birçok otel yenilikçi anlayışları ile ve müşteri memnuniyetine verdiği önemle birbirleriyle rekabet etmektedirler. Örneğin İsviçre’de “Kameha Grand Zurich” isimli otelde en iyi sıfır yerçekimi deneyiminin sunulacağı, astronot eldiveni şeklinde elbise askısı, Uzay Yolu tasarımlı koltuklar ve uzay mekiği parçalarını anımsatan ışıklar gibi uzay gemisi esintili eşyalarla çevrili olan bir oda tasarımı sunulmaktadır. Bir diğer örnek ise teknolojiyi sonuna kadar kullanmış olan ve Japonya’da olan “Henn na Hotel”dir. Otelde check-in masasındaki çok dil bilen robot dinozorlardan, valizini muhafazaya koyan robot kola ve odaya taşıyan robot belboya uzanan bu ultra-teknolojik iletişim şekline ayrıca da yüz tanıma sistemi eklenerek farklı bir deneyim amaçlanmıştır (Olhats, 2016). Son bir örnek olarak ise hizmet konusunda yenilikte bulunan “Rancho Bernardo Inn” otelidir. Bu otel alışılmışın dışında herşey dahil sistemini tamamiyle reddederek “Herşey Hariç” diğer adıyla “Survivor” paketini müşterilerine sunmuştur. Bu pakette otel yöneticileri pakette verdikleri her hizmeti ayrı ayrı fiyatlamışlar. Eksilen her ürün için (yatak, minibar, banyo malzemeleri vb.) fiyat düşmektedir (Innocentric, 2019). Bu açıdan adı Survivor yani yaşam savaşı konulmuştur.

Yenilikçi anlayışında her konuya dağıtılıp senkronize edilmesi de önem taşımaktadır. Örneğin müşteri memnuniyetini ölçmek amacıyla yapılabilecek yeniliklerde işletmeye fayda sağlamaktadır. Bayram’ın çalışmasında konukların çevrimiçi tüketici değerlendirmeleri vasıtasıyla herhangi bir şablona, sınıra bağlı kalmaksızın deneyimlerini ifade ettiklerinden araştırmacıların konukların deneyimlerini inceleyerek memnuniyeti oluşturan unsurları keşfetmesinin yeterli olacağı söylenmektedir (Bayram, 2018). Görüldüğü üzere teknolojik gelişmelerin müşteri memnuniyeti ölçmede kullanılması büyük veri elde edilmesinde büyük bir fayda sağlamaktadır.

Travellers' Choice Ödülleri Alan Otellerin Detaylı İncelemesi

Tripadvisor adlı seyahat sitesinin Dünya çapında yaptığı müşteri yorumlarını kapsayan anket çalışmasında en iyi 25 otel belirlenmiştir. İlk 10 otel aşağıdaki tabloda belirtilmiştir. (TripAdvisor, 2019)

Tablo 1: TripAdvisor En İyi 10 Otel

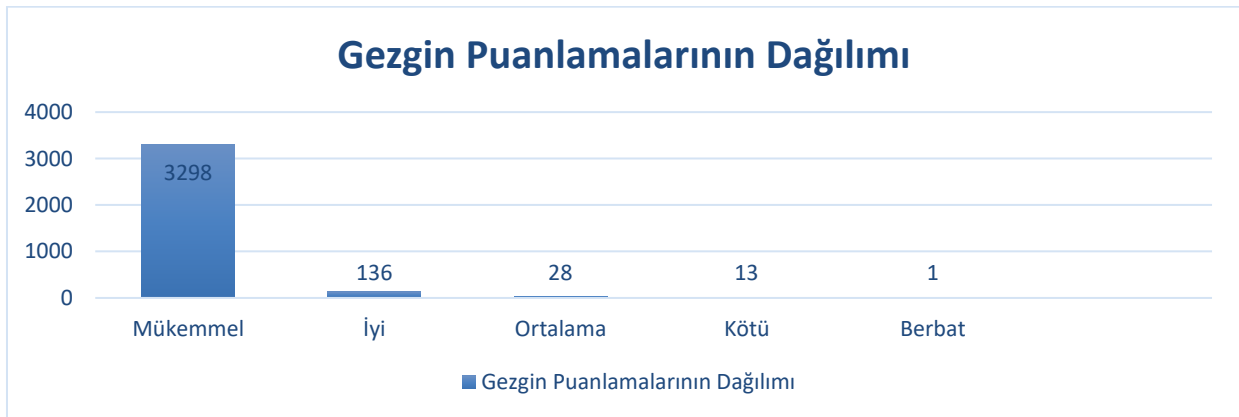
1) Tulemar Bungalows & Villas
2) Hotel Belvedere
3) Viroth's Hotel
4) Kenting Amanda Hotel
5) Hotel Alpin Spa Tuxerhof
6) French Quarter Inn
7) Waldorf Astoria Los Cabos Pedregal
8) Belmond Palacio Nazarenas
9) Kayakapi Premium Caves
10) Hanoi La Siesta Hotel & Spa

Tulemar Bungalows & Villas Otel

Kostarika'nın Manuel Antonio Ulusal Parkı bölgesinde bulunan bu otel Travellers' Choice 2019'da 1.ci sıralamada yerini almaktadır. Otele ait web sitesinden yapılan incelemeler doğrultusunda oda özellikleri aşağıdaki gibidir.(Tripadvisor, 2019)

- Okyanus Manzarası
- Sütler, Sigara İçilmeyen Odalar, Aile Odaları
- Klima, Düz Ekran Televizyon
- Küçük Mutfak, Mikrodalga Fırın, Buzdolabı
- Ek Banyo, Oturma Alanı
- Özel Balkon
- Kasa
- Uyandırma Servisi/Çalar Saat, Oda Hizmeti, Oda Servisi
- Mini bar, Mutfak eşyaları
- Özel Plaj

Müşterilerden elde edilen yorumlar esasında da otel stiline "Saklı Cevher, Körfez Manzaraları" olarak belirtildiği görülmektedir. Otel sitesi incelendiğinde ise farklı bir deneyim için mini bir tur şeklinde ısıtılı kayıklarla gezebilme imkanı, tembellik yürüyüşü (canlı hayvanlarla iç içe), gece orman turu bulunmaktadır. Siteye yapılan 3.477 yorum bulunmakta ve kategorize edildiğinde 5'li bir gruba ayrılmıştır. Ayrıca diğer değerlendirmeler sonucunda da yer, temizlik hizmetten 5 puan aldığını ancak değer kriterinde 4.5 puanda kaldığı görülmektedir.(TripAdvisor, 2019)

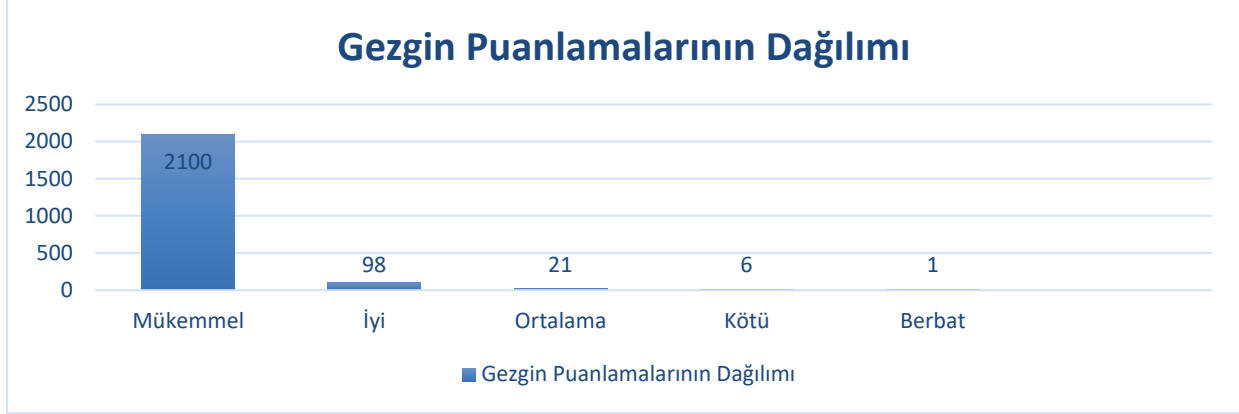

Şekil 1. Gezgin Puanlamalarının Dağılımı

Hotel Belvedere

İtalya'nın Riccione bölgesinde bulunan Hotel Belvedere Travellers Choice'da 2.ci sıradadır. Otel özellikleri incelendiğinde müşteriler tarafından "Modern, Son Moda" isimleriyle nitelendirilmektedir. Sağladığı deneyim ise müşterilerine tarihi bölgeleri ve şehri gezmek amacıyla bisiklet vermesidir. Otelin bir diğer adı da Belvedere Bike Hotel'dir. Tek tip bisiklet yerine farklı koşullar içinde seçenekler bulundurarak çeşitlilik sağlamaktadır. Zorluk seviyelerine sahip turlara sahip olmasında müşterilerine macera turizmi açısından bir değişim sağlamıştır. Web siteleri incelendiğinde Leisure

Turu(20-40 km), Panorama Turu(40-60 km) ve son olarak Piano E Lontano' Turu(70-90 km) ile bisiklet seyahatlerini sürdürmektedirler (Belvederericcione, 2019).

Otel imkanları incelendiğinde diğer otellerden farklı olarak bebek bakımı, özel diyet menüleri ve evcil hayvan kabul edebilir olmasıdır. Konaklayan gezginlerden de 5.0 yani mükemmel olarak seçilmiştir. Kriterler incelendiğinde ise yer, temizlik ve hizmetten 5 puan aldığını ancak değerden 4.5 puan aldığı görülmektedir.(TripAdvisor, 2019)



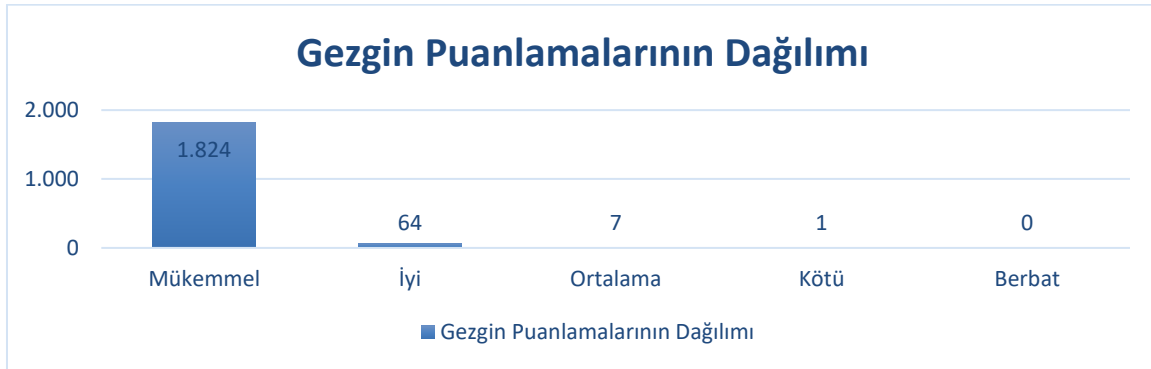
Şekil 2. Gezgin Puanlamalarının Dağılımı

Viroth's Hotel

Kamboçya'nın Siem Reap bölgesinde Wat Bo Köyü'nde doğanın merkezindeki konumunu avantaj haline getiren Viroth's Hotel müşterileri tarafından değerli ve son moda olarak nitelendirilmiştir. Ayrıca yer, temizlik, hizmet ve değer kriterlerinden de 5 tam puan almıştır. Oda özellikleri arasında diğer otellerden farklı olarak birçok özellik bulunmaktadır. Bunlar TripAdvisor'dan alınan bilgilere göre;

- Karartma Perdeleri
- Ses Geçirmez Oda
- Kanepe
- Yerle Aynı Hizada Duş (TripAdvisor, 2019).

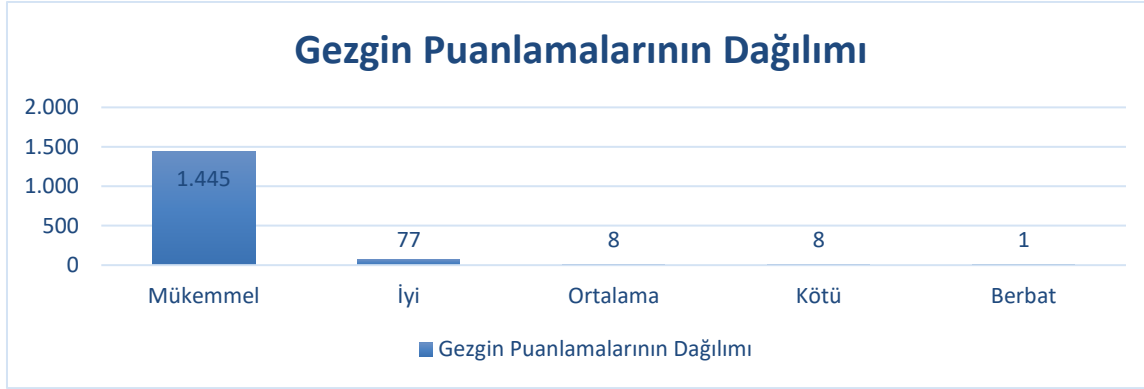
Otelin web sitesi incelendiğinde de diğer otellerden farklı olarak sağlık alanında sağladığı yenilikler mevcuttur. Bunlar; fitness, spa, özelleştirilmiş tedaviler(ayak tepki bilimi, stres giderici masaj, nihai sırt masajı, çakra baş ve omuz masajı, lenfatik masa),vücut bakımı, vücut sarımı ve yüz tedavisidir.. Otele yapılan yorumlardan 3'ünün Türk gezginlere ait olduğu ve bu otel için "Saklı Cennet, Kusursuz Tesis ve Harika Mimari" nitelendirmelerini kullandıkları görülmüştür. (TripAdvisor, 2019)



Şekil 3. Gezgin Puanlamalarının Dağılımı

Kenting Amanda Hotel

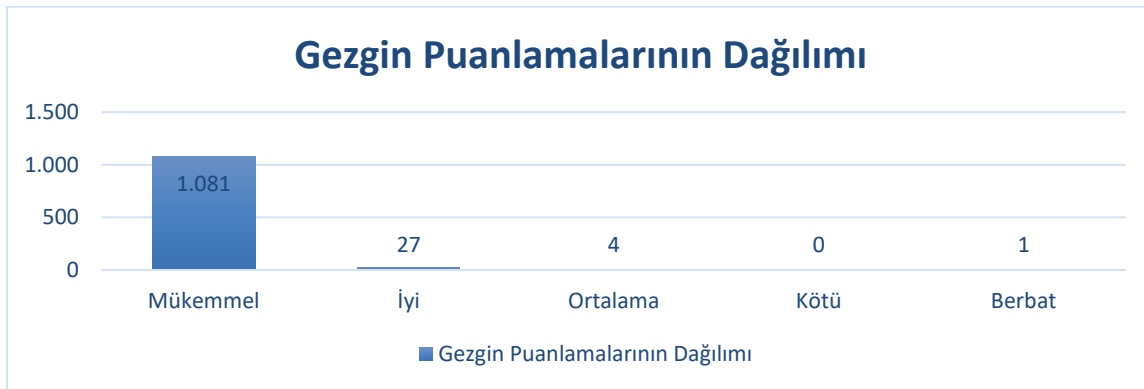
Tayvan'ın Hengchun Township bölgesinde Nanwan Road üzerinde bulunan ve otel tasarımında Fas mimarisinden faydalanılan Kenting Amanda Hotel 4 yıldızlıdır. Otel stili için “Hoş ve Romantik” sıfatları kullanılmıştır. Sağladığı oda özelliklerinde klima, oda servisi, mini bar, özel balkon, kasa ve düz ekran televizyon bulunmaktadır. İşletme olanaklarında ise; ücretsiz otopark, ücretsiz yüksek hızda internet, havuz spor salonlu/spor odalı fitness merkezi, ücretsiz kahvaltı, çocuk aktiviteleri (çocuğa/aileye uygun), servis otobüsü hizmeti, spa, jakuzi, kapalı havuz, bar/oturma salonu, restoran, açık büfe kahvaltı, yüzen bar, çatı katı terası ve concierge bulunmaktadır. Otelin helal sertifikası için başvurduğu ve müslümanlar için ayrı bir yemekleri oldukları fakat gezgin yorumundan elde edilen bilgiye göre bu konuda başarısız olmuşlardır. Otelin yer kriterinden nükleer tesis karşısında olması sebebiyle 5 üzerinden 4, temizlikten 4.5, hizmetten 4.5 ve değerden 4 almıştır.



Şekil 4. Gezgin Puanlamalarının Dağılımı

Hotel Alpin Spa Tuxerhof Otel

Dört yıldızlı seçkin Tuxerhof, deniz seviyesinden 1400 metre yüksekte, Zillertal 3000 Kayak Bölgesi'ne giden teleferiğin yanında, Hintertux Buzulu'na ise 7 km mesafede yer alır. Tesiste kapalı yüzme havuzlu büyük bir spa alanı vardır. Odaların tümünde ücretsiz Wi-Fi erişimi mevcuttur. Alpin Spa Tuxerhof'un odalarında bornoz ve saç kurutma makinesi içeren bir banyo, oturma alanı, balkon ve çalışma masası bulunmaktadır. Diğer otellerden farklı olarak bünyesinde ATM makineside bulundurmaktadır. Otelin müşterilerine sunduğu farklı deneyimler arasında kayak, doğa yürüyüşü, Türk hamamı, solaryum, anti alerjen ve şömineli odalar bulunmaktadır.(Booking, 2019). Otelin stili “Güzel Manzara ve Merkezi Konum” olarak nitelendirilmiştir. Otel yer, temizlik ve hizmet kriterlerinden tam 5 puan almış olup sadece değerden 4.5 puan almıştır.(TripAdvisor, 2019)



Şekil 5. Gezgin Puanlamalarının Dağılımı

SONUÇ VE ÖNERİLER

Günden güne insanların fikir ve algılarının değiştiği ve yenilendiği, teknolojinin hakim olduğu Dünya’da hızla otel işletmeleri açılmaktadır. Bu otel işletmeleri arasından da karlılık elde edebilmek, yerel sektöre fayda sağlayabilmek için farklı olmak hatta müşteriye farklılık sağlayabilmek ciddi önem taşımaktadır. Bu çalışma kapsamında da Dünya çapında farklı olmayı başarmış ve müşterilerinden iyi

derecede puan almış oteller incelenmiştir. Yapılan incelemede sıralamadaki otellerin konumlarını avantaj haline getirdiklerini ve müşterilerine tüm imkanları sunmaya çalıştıkları görülmüştür. Konumu dezavantaj yaratan oteller ise otel tasarımlarını avantaj haline getirerek hafızada kalıcılık sağlamaya çalışmışlardır. Otele yapılan yorumlarda ise evcil hayvan kabulünün otelin değer kriterini etkilediği görülmüştür. Diğer açıdan ise deneyimin yanı sıra otel mimarisindeki tasarım farklılıklarının tercihi olumlu yönde etkilemektedir. Örneğin Tulemar Bungalows & Villas Hotel'in konuk yorumları incelendiğinde vilların kiralabilmesi ve farklılık olarak her villanın kendine ait bir uşak barındırması müşteri memnuniyetini artırdığını göstermektedir. Konunun derinine inildiğinde bu otellerin müşteri sadakati kazanmak için otel dışında aktiviteler düzenledikleri, destinasyondan faydalandıkları, farklı temalarda eğlence geceleri düzenledikleri görülmüştür. Sadece mimari ve hizmet unsurları ön plana alınmamış ve çok yönlü düşünülmüştür.

Gelen misafirlerin ülkeleri doğrultusunda özel yemek menüleri hazırlanarak müşteri memnuniyeti sağlanmıştır. Sağlık turizmi açısından da yöresel tedavi yöntemleri kullanılmış ve masaj tekniklerinin çoğu müşterilerin hizmetine sunulmuştur. Sıralamanın devamına bakıldığında Türkiye'den iki otelin girdiği görülmektedir. Bu otellerden biri 9.cu olan "Kayakapı Premium Caves,Cappadocia" diğeri de "Hotel Amira İstanbul"dur. Bu iki otelin yorumları incelendiğinde ortak noktasının konumlarını mükemmel bir avantaj haline getirmeleridir. Kayakapı Premium Caves Hotel için tarihin kucağı olarak bahsedilmesi ve kalitenin adresi olarak nitelendirilmesi otelin tanıtım stratejilerinde ne kadar başarılı olduğunu göstermektedir. Hotel Amira İstanbul ise hizmet yönünde ve destinasyon markalaşması üzerinde ne kadar başarılı olduğunu göstermiştir. Yapılan yorumlarda otel konumunun mükemmel olduğu belirtilmiştir. Bundan hareketle verilen bilgilerden ve konuk yorumlarına istinaden bir oteli farklı kılan 4 kavram olduğu vardır. Bunlar "tasarım, hizmet, deneyim ve destinasyon"dur. Sektörde otel işletmelerinin bulundukları konumu kısa bir tanıtım videosu yada geniş açılı fotoğraflarla web sitelerinde kullanması, bulunduğu bölgeye göre ve çevre dostu otel tasarımları fikirlerini benimsemeleri önem taşımaktadır. Ayrıca yine bulundukları bölgeden faydalanarak farklı deneyim sağlamaları ya da bu çalışmada belirtilen örneklerdeki gibi yerel halktan yöresel tedavi yöntemleriyle alakalı yardım almaları faydalı olacaktır. Yöresel lezzetlerinde otel hizmetlerinde kullanılması hem otel için olumlu bir imaj hem de bölgesel olarak ekonomik bir fayda sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- BAYRAM, M. (2018), Otel Konuk Memnuniyetini Etkileyen Unsurlar, *Journal of Travel and Hospitality Management*, 15(2), 353+
- BELVEDERE RICCIONE. (2019), *Belvedere Hotel*, 04.11.2019 tarihinde Belvedere Riccione sitesi: <http://www.belvederericcione.com/en/bike/piano-e-lontano-tour/39-373.html> adresinden alındı.
- BOOKİNG. (2019), *Hotel Alpin Spa Tuxerhof*, 25.10.2019 tarihinde Booking sitesi: https://www.booking.com/hotel/at/alpin-spa-tuxerhof.tr.html?aid=318670;label=alpin-spa-tuxerhof-kzAqeuKxja3mG6Y9w08cRgS161697367371%3Apl%3Aa%3Ap1%3Ap2%3Aac%3Aap1t1%3Aneg%3Afi%3Atiaud-285284110006%3Akwd-18925582327%3Alp1012769%3Ali%3Adec%3Adm;sid=2789c002853db53817d8796e7b8db7bb;dest_id=900039354;dest_type=city;dist=0;group_adults=2;group_children=0;hapos=1;hpos=1;no_rooms=1;room1=A%2CA;sb_price_type=total;sr_order=popularity;sreporch=1573247754;srpvid=93849585cf1900fa;type=total;ucfs=1&#hotelTmpl adresinden alındı.
- İNNOCENTRIC. (2009), *Turizmde İnovatif Bir İş Modeli: Herşey Hariç*, 21.10.2019 tarihinde Innocentric Blog sitesi: <http://innocentric.blogspot.com/2009/07/turizmde-inovatif-bir-is-modeli-hersey.html> adresinden alındı.
- KARKIN AKKUŞ, G. (2009), Otel İşletmelerinde Hizmet Atmosferi Oluşturulması: Kavramsal Bir Çalışma, *Sosyal Bilimler Dergisi / Cilt: XI, Sayı 2*.
- MİDDENDORF, W. (2011), Designing Perceptual Persuasion; Development of a Design Tool That Enables Designers to Use the Persuasiveness of Visual Elements İn Conversion Centered Website Design, *Middle East Technical University*. s.5
- OLHATS, F. (2016), *Geleceğe dönüş: Sınırları zorlayan 10 modern otel*, 21.10.2019 tarihinde Momondo sitesi: <https://www.momondo.com.tr/kesfet/yazi/modern-oteller> adresinden alındı.

- TAYFUN, A., YAYLA, Ö. (2014), Turistlerin Otel Seçimlerinde Marka Sadakatini Etkileyen Faktörlerin Davranışsal Ve Tutumsal Sadakat Boyutuyla İncelenmesi, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2/1,31
- TRİPADVİSOR. (2019), *En İyi 25 Otel- Dünya*, 25.10.2019 tarihinde TripAdvisor sitesi:
<https://www.tripadvisor.com.tr/TravelersChoice-Hotels-cTop> adresinden alındı.
- TRİPADVİSOR. (2019), *Viroth's Hotel*, 08.11.2019 tarihinde TripAdvisor sitesi:
https://www.tripadvisor.com.tr/Hotel_Review-g297390-d9514361-Reviews-Viroth_s_Hotel-Siem_Reap_Siem_Reap_Province.html adresinden alındı.
- TRİPADVİSOR. (2019), *Hotel Alpin Spa Tuxerhof*, 08.11.2019 tarihinde TripAdvisor sitesi:
https://www.tripadvisor.com.tr/Hotel_Review-g641751-d618900-Reviews-Hotel_Alpin_Spa_Tuxerhof-Tux_Tirol_Austrian_Alps.html adresinden alındı.
- TRİPADVİSOR. (2019), *Hotel Belvedere*, 04.11.2019 tarihinde TripAdvisor sitesi:
https://www.tripadvisor.com.tr/Hotel_Review-g194878-d649132-Reviews-Hotel_Belvedere-Riccione_Province_of_Rimini_Emilια_Romagna.html adresinden alındı.
- TRİPADVİSOR. (2019), *Viroth's Hotel*, 07.11.2019 tarihinde TripAdvisor sitesi:
https://www.tripadvisor.com.tr/Hotel_Review-g297390-d9514361-Reviews-Viroth_s_Hotel-Siem_Reap_Siem_Reap_Province.html adresinden alındı.
- TRİPADVİSOR. (2019), *Tulemar Bungalows & Villas*, 04.11.2019 tarihinde TripAdvisor sitesi:
https://www.tripadvisor.com.tr/Hotel_Review-g309274-d300974-Reviews-Tulemar_Bungalows_Villas-Manuel_Antonio_Province_of_Puntarenas.html adresinden alındı.
- UYGURTÜRK, H. (2014), Bütünleşik Ahs-Vıkor Yöntemi İle Otel Seçimi, *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(2), 104

İŞE ALIM MÜLAKATLARINDA BİLİŞSEL ZEKA MI (IQ), DUYGUSAL ZEKA MI (EQ) ÖNEMLİ?

Doç.Dr. Seher UÇKUN

Kocaeli Üniversitesi Kocaeli MYO İşletme Programı
seher.uckun@gmail.com

Özet

İşletmelerde insan kaynağı, çevresel koşulların hızlı bir şekilde değişmesinden dolayı çok önemli yere sahiptir. İnsan kaynakları uzmanları bunun farkında olarak insan kaynakları işlevlerini yerine getirmek zorundadırlar. İşletmelerin insan kaynakları departmanlarındaki insan kaynakları uzmanları işe alım mülakatlarında çeşitli yöntemler kullanmaktadır. En fazla uygulanan yöntem testler ve mülakatlardır. Yapılan testleri zeka, kişilik ve başarı testi olarak sıralamak mümkündür. Özellikle işe alımlarda adayların duygusal zekalarını ölçen testler ön plana çıkmaktadır. Bunun nedeni ise duygusal zekası (EQ) yüksek kişilerin empati, iletişim ve problem çözme becerilerinin yüksek olması nedeniyle yaptıkları işlerde ve üstlendikleri görevlerde başarılı olmalarıdır. Çalışmanın amacı, bilişsel zekanın (IQ) yanısıra duygusal zekanın (EQ) önemini vurgulamaktır. Ayrıca işe alımlarda duygusal zekası yüksek kişilerin işletmeye alınmasıyla beraber ortaya çıkan sonuçların irdelenmesidir.

Anahtar Kelimeler: Bilişsel zeka, duygusal zeka, mülakat

COGNITIVE INTELLIGENCE (IQ) OR EMOTIONAL INTELLIGENCE (EQ) IMPORTANT IN RECRUITMENT INTERVIEWS?

Abstract

Human resources have a very important place in the enterprises due to the rapid change of environmental conditions. Human resources specialists are aware of this and have to perform their human resources functions. Human resources specialists in human resources departments of enterprises use various methods in recruitment interviews. The most common method is tests and interviews. It is possible to list the tests as intelligence, personality and achievement tests.. Especially in recruitment, tests that measure the emotional intelligence of the candidates come to the forefront. The reason for this is that people with high emotional intelligence (EQ) are successful in their tasks and tasks because of their high empathy, communication and problem solving skills. The aim of this study is to emphasize the importance of emotional intelligence (EQ) as well as cognitive intelligence (IQ). In addition, the recruitment of people with high emotional intelligence in the recruitment of the results of the investigation.

Keywords: Cognitive intelligence, emotional intelligence, interview

1.GİRİŞ

İnsanlar çalışma hayatında yer almak için zaman içerisinde bazı eğitimlerden ve bazı süreçlerden geçerler. Bu eğitimler zorunlu eğitimden başlayarak devam eden ve uzmanlaşmaya doğru giden bir süreçtir. Eğitimlerin sonunda ya kendi bilgi becerileri doğrultusunda ya da kişilik özellikleri sayesinde bir işe başlarlar.

İnsan kaynakları yönetimi işlevlerinden birisi de işe alımdır. İşletmelerde insan kaynakları yönetiminde işe alım işlevi önemli bir yere sahiptir. İnsan kaynakları uzmanları işe alım süreçlerini yerine getirirken testler ve mülakat yöntemleri uygulamaktadır. Bunların sonucunda başarılı olan kişiler işe yerleştirilmektedir. Önemli olan bu sürecin çok iyi yönetilmesidir. İşe alınan kişinin işe uygun olup olmadığının testler ve mülakatlarla tespit edilmesidir. Önemli olan boş pozisyona doldurmak değil, “doğru işe doğru adam” bulmaktır (Sabuncuoğlu, 2008).

İşe alım sürecinde işletmeler sistematik ya da sistematik olmayan bir yaklaşım benimseyebilirler (Çavdar, Çavdar,2010). Sistematik olmayan seçim sürecinde karar verici adaylara görüşür ve seçim

kararı verir. Sistematiik işe alım süreçlerini kısaca aşağıdaki gibi özetlemek mümkündür (Ertürk,2011).

- Başvuruların kabulü
- Psikoteknik testler
- Adaylarla görüşme
- Referans ve tavsiyeler
- Sağlık kontrolü
- Ön seçim kararı
- İşe alım kararı
- İşe yerleştirme

İşe alımlarda uygulanan psikoteknik testler genellikle işletmedeki boş bulunan pozisyonlara çalışan seçmek için kullanılır. Bu testler yardımıyla insan kaynakları uzmanları adayların aşağıda belirtilen yönleri ile ilgili bilgi alabilirler.(Günay, Çarıkçı,2019).

Zihinsel yetenek,
Sözel yetenek,
Sayısal yetenek,
Şekil kavrama kabiliyeti,
Yazma-çizme kabiliyeti,
Hareket koordinasyonu,
Parmak yeteneği,
Algılama hızı ve doğruluğu,
Kısa süreli hafıza,
Ezber hafızası, Anlam hafızası,
Kişilik tipi.

İnsan kaynakları uzmanları işe alım süreçlerinde boş bulunan pozisyonlara hem bilişsel zeka hem de duygusal zeka testleri uygulamaktadırlar. Çalışanların ve yöneticilerin duygusal zekalarının yüksek olması işletmedeki performanslarını etkileyecektir. İşletmeler duygusal zekası yüksek çalışanlar sayesinde rekabet şansını artırmış olurlar(Gürbüz ve Yüksel, 2008).

2. ZEKA VE DUYGUSAL ZEKA KAVRAMLARI

Zeka kavramı eski Yunandan günümüze kadar üzerinde en çok araştırma yapılan ve makale yazılan kavramlardan birisidir(Çuhadar, 2017). Türk Dil kurumuna göre zeka “insanın düşünme, akıl yürütme, nesnel gerçekleri algılama, kavrama, yargılama ve sonuç çıkarma yeteneklerinin tümü” olarak tanımlanmaktadır. Zeka ile ilgili araştırma yapan bazı uzmanlar zekayı farklı şekillerde tanımlamışlardır. Binet zekayı, iyi akıl yürütürken iyi karar verme ve bireyin kendisini eleştirme kapasitesi olarak tanımlamıştır. Weshsler İşevuruk ise, bireyin çevresiyle ilişkilerde akıl yürütürken etkin olması diye ifade etmiştir. Freeman, bireyin yaşantısında yeni durumlara ayak uydurma kapasitesi olarak belirtmiştir (Çuhadar, 2017).

Günümüzde uzmanlar, zeka kavramı ile ilgili çalışmalara devam ederken zekanın zaman içinde geliştirilebileceğini ve aynı zamanda da biyolojik tarafının inkar edilemediği konusunda görüş belirtmektedirler. Zeka hem kalıtsal hem de çevresel koşullarla biçimlenebilen bir kapasitedir.

Zekanın bilişsel kuramlarını iki faktör, çoklu faktörler ve çoklu zeka kuramı incelemek mümkündür.(Yonus,2007) İki faktör kuramında Spearman zekayı iki faktöre ayırmaktadır. Genel yeteneği g ile özel yeteneği ise s harfi ile ifade etmektedir. Bireylerin çevrelerinde karşılaştıkları olaylar ve olaylarla ilgili sorunların çözümü ile ilgili davranışları ne ölçüde zeki olduğunu gösterir.

Çoklu faktörler kuramında ise Thorndike zekayı mekanik, sosyal ve soyut olmak üzere üç biçimde ifade etmektedir. Çoklu zeka kuramına göre bireylerin farklı zekaları vardır. Bu kuramı ortaya atan Gardner zekayı 8 grupta incelemektedir. Sözel-dil zekası, mantık-matematik zekası, görsel-uzamsal zeka, müzik zekası, beden-kinetik zeka, sosyal zeka, içsel zeka ve doğa zekası olarak belirtmektedir. Bireylerin zeka düzeylerini ölçmek için zeka testleri geliştirilmiştir. Bu testleri bireye yönelik ve gruba

yönelik olarak ikiye ayırmak mümkündür. Bireysel olarak uygulanan test zeka testlerini aşağıdaki gibi özetlenebilir.

Stanford-Binet Zeka Ölçeği; sözel ve sayısal kısımdan alınacak puan ile ortalama olarak belirlenen 100 sayısına bölünmesi ile hesaplanmaktadır. Wechsler Çocuklar İçin Zeka Ölçeği, sözel ve performans olarak iki bölümden oluşur. Sözel ve performans bölümleri de kendi alt bölümlerden oluşmaktadır. Kaufman Kısa Zeka Testi; tüm birey grupları için uygulanabilen test sözel ve sözel olmayan yeteneklerin ölçülmesinde uygulanmaktadır. Bilişsel Değerlendirme Sistemi; bireyin bilişsel işlemlerini ölçmek için geliştirilmiş olup dört ölçekten oluşmaktadır. Bilişsel Yetenekler Araştırması; 1-Aritmetik Hataları Düzeltme, 2. Kuraldışı Resimler, 3. Saklanmış Kelimeler, 4. Harita Okuma, 5. Gizemli Kelimeler, 6. Gazete Tartışmaları, 7. Pratik Matematik, 8. Atasözleri, 9. Sözel Hataları Düzeltme gibi dokuz alt başlıktan oluşmaktadır.

Grupsal olarak uygulanan zeka testleri ise; Cattell Zeka Testi ve Raven Standart Progresif Matrisler Testi olarak belirtilebilir. Cattell Zeka Testi; A ve B formundan oluşmakta olup, farklı yaş gruplarının zeka düzeyleri ölçülmektedir. Raven Standart Progresif Matrisler Testi; beş bölümden oluşan ve sözel olmayan zeka düzeyini ölçmektedir. Türkiye’de de hem bireysel zeka testleri hem de grup olarak uygulanan zeka testleri uygulanmaktadır. Duygusal zeka kavramı ortaya atılmadan önce mantık ve duygu terimleri birbirleriyle yan yana pek düşünülmezdi. Sanki bu iki kavram birbirleriyle zıt olarak değerlendirildi. Ancak yapılan araştırmalar; duygusal ve bilişsel zekanın insan beyninde fazlasıyla birbirleriyle ilişkili olduğunu göstermiştir. Bu konuda çalışan uzmanlara göre duygusal zeka kavramı sosyal ve duygusal becerilerinin birbirleriyle düşünülen aksine çok fazla iç içe olduklarını göstermiştir (akt.Ergin,Özgürol,2011; Mayer, Salovey, Caruso, 2000).

İşletmelerde bilişsel zekanın yanında duygusal zekanın özellikle işe alımlarda önemi gittikçe artmaktadır. Yöneticiler son yıllarda duygusal zekası yüksek kişileri işletmelerinde çalıştırma eğilimindedir. Bu kavramın tarihçesini incelediğimizde 1990 yılında psikolog olan Salloway ve Mayer ilk defa duygusal zeka kavramını kullanmışlardır. Yine aynı yıllarda duygusal zeka terimi Wayne Payne’nin doktora tezinde yer almıştır. (Eröz, 2013).

Salloway ve Mayer (1990) duygusal zekayı, “duygularla anlayabilme ve sorgulayabilme, duyguları düşünce içinde özümseyebilme, kendinde ve başkalarındaki duyguları düzenleyebilme yeteneği” olarak tanımlamışlardır (akt.Onay,Uğur,2011, Salloway Mayer 2000). Goleman (2006) ise duygusal zekayı, kendi duygularımızı ve başkalarının duygularını tanımak ve anlamak, kendimizi motive etmek kendi içimizde ve ilişkilerimizde duygularımızı doğru yönetmekle ilgili yetenek olarak tanımlamaktadır (akt. Avşar, Kaşıkçı,2010, Goleman 2006). Duygusal zekâ; insanların duygularını yönetebilmesi yani duygularını ne düzeyde ve nasıl kullanacağını bilmesi ve uygulamasıdır. (Akçay, Çoruk, 2012). Duygusal zeka bilişsel zekanın tersine çevresel faktörler değerlendirilerek zaman içerisinde artırılabilen bir olgudur (Korkmaz, Sazkaya;2018).

2.1.IQ Ve Duyusal Zekâ (EQ) Arasındaki Farklar

Kişilerin bilişsel zeka (IQ) ile duygusal zekâ (EQ) düzeyi arasındaki farklılıkları aşağıdaki gibi özetlemek mümkündür (Zaroğlu,2016).

- Bilişsel zeka beynimizle ilgili işlemleri yaparken, duygusal zeka ise sosyal ilişkilerimizde kendimizi ifade eder.
- Bilişsel zeka sayısal yani matematik işlemleri ortaya koyarken duygusal zeka psikoloji ile ilgili durumları anlatır.
- Bilişsel zeka bir sorunla karşılaşıldığında alternatif çözüm yolları bulmak için çalışırken, duygusal zeka ise bir sorun karşısında duygularımızı yönetebilme, duygularımızla yeni çözüm yolları bulabilme becerisini ifade eder.
- Bilişsel zeka laboratuvar, duygusal zeka hayattır.
- Bilişsel zeka bireyde doğuştan ortaya çıkarken, duygusal zeka bireyin kendini tanıması duygularını yönetme becerisine sahip olmasıyla geliştirilebilir.

- Bilişsel zeka doğuştan genetik olarak gelen bireyin zeka düzeyini ortaya koyarken, duygusal zeka ise bireyin duygusal analiz ve sentez etme düzeyini ortaya koymaktadır.

3.DUYGUSAL ZEKANIN BOYUTLARI

İnsanların duygusal zekaların yüksek olup olmadığını bazı yetkinliklerin varlığı belirler. Bu yetkinlikleri aşağıdaki gibi özetlemek mümkündür (Çetinkaya, Alparlan,2011).

Kendini tanımak ve yönetmek: Bireyin kişisel yeterliliklerini açığa çıkarabilmesi için öncelikle kendisini tanıması gerekir. Birey, duygularını, düşünce ve tutumlarını bilmesi ve ona göre tercihlerini yapmasının sonucunda sosyal ve özel yaşantısında da başarılı olacaktır (Yeşilyaprak,2001).

Kendini harekete geçirme: Kendi kendini motive etmek için başarıma isteğine, yetenek ve becerilerine bağlıdır. Bu sayede başarı motivasyonu yüksek kişiler zorluklarla baş edebilme yetkinliğine sahip olur. **Başkalarının duygularının farkında olmak ve yönetmek:** Kendisini tanıyan bireyler başkalarının da duygularını, düşüncelerini anlamak için diğer insanlarla empati kurarlar. Böylece kendisi dışındaki insanları daha iyi görür ve değerlendirebilirler. Başkalarının duygularının farkında olan bireyler iletişim becerisi, etkilme gücü ve takım çalışmasına yatkın olurlar. Bunların sonucunda da kişiler sosyal yetkinliklerini geliştirip yönetme becerisine sahiptirler.

Duygusal Zeka Modelleri: Duygusal zeka modellerini iki ana başlık altında incelemek mümkündür. Duygusal zekanın yetenek modeli; duyguların değerlendirilmesi ve dile getirilmesi, bireyin kendisi veya çevresindekilerle duygusal problemlerinin çözümünde bu duyguların kullanılması gibi yeteneklerden oluşur. Mayer ve Salovey' in ortaya koyduğu yetenek modelinde MSCEIT adlı duygusal zeka ölçeği oluşturulmuştur. Duygusal zeka modelleri hem kişilik özellikleri hem de zihinsel özelliklerini bir arada değerlendiren karma modelleridir. Reuven Bar-On Modeli, Robert K.Cooper ve Ayman Sawaf Modeli ve Daniel Goleman Modeli karma modelde incelenebilir. Aşağıdaki tabloda yetenek ve karma modeller verilmiştir. (Çağlar,2019).

Tablo1: Duygusal zeka modelleri. (Yetenek ve karma model)

Mayer ve Salovey Modeli	Goleman Modeli	Bar-On Modeli	Cooper ve Sawaf Modeli
Duyguları algılamak, değerlendirmek ve ifade etmek	Özbilinç	Kişisel beceriler	Duyguları öğrenmek
Düşünceyi kolaylaştırmak için duyguyu kullanmak	Duyguları yönetebilme	Kişiler arası beceriler	Duygusal zindelik
Duygularla düşünmek ve anlamak	Kendini harekete geçirebilme	Uyum sağlayabilirlik	Duygusal derinlik
Duyguları yönetmek / düzenlemek	Başkalarının duygularını anlayabilme	Stres yönetimi	Duygusal simya
	İlişkileri yürütebilme	Genel ruh sağlığı	

4.SONUÇ

Duygusal zekası yüksek kişilerin en belirgin özelliği, yaşamlarını yönlendirmede başarılı olmalarıdır. Bu bireysel çevresindeki kişilerle ilişkilerini yönetme başarılı olurlar. Ayrıca duygusal zekasını davranışına yansıtan kişiler empati becerisi olan, kararlarında etkin olan ve stres yönetimini çok iyi yaparlar. Çalışma hayatında duygusal zekanın önemi giderek artmaktadır. İK yöneticileri de işe alımlarda adayların duygusal zekasını önemli olduğunu vurgulamaktadırlar. İşletmeler duygusal zekası yüksek çalışanların olması için işe alımlarda buna yönelik stratejiler geliştirmektedirler. Yöneticiler, örgütsel uyumun sağlanmasında, verimliliğin artmasında duygusal zekası yüksek çalışanların fazla olmasının etkili olduğunu bilmektedirler. İnsan kaynakları uzmanları işe alım süreçlerinde adayların bilişsel zekasını ölçen testler yapmakla beraber duygusal zeka ile ilgili testler uygulamaktadırlar. Çünkü yöneticiler işe alırken bilişsel zekanın önemli olduğunu vurgularken işin devamlılığında ve ilerleme de duygusal zekanın önemli olduğunu vurgulamaktadırlar. Yapılan araştırmalarda işletmeler, rekabet avantajı sağlamak için çalışanlarının duygusal zekalarının yüksek olmasının önemini bilmektedirler. Duygusal zeka, insanların düzenli ve sistemli bir şekilde çalışması durumunda öğrenilmesi ve geliştirilmesi mümkündür. Mesleki alanda duygusal zekayı geliştirmek için bazı önerileri göz önünde tutmak gerekiyor. Bireylerin kendini tanıması, duygularını anlaması ve onları yönetmeyi bilmesi, kişisel özelliklerinin farkında olması, iletişim becerilerinin geliştirmesi, sorun çözme yeteneğini artırması, eleştiriye açık olması ve diğer insanları tanıması gibi becerilerini artırarak

duygusal zekasını geliştirebilir. Günümüzde teknolojik gelişmeler devam ederken diğer taraftan duygusal zeka, empati gibi insan becerilerine olan ihtiyaç artmaktadır. Bu nedenle yapay zeka teknolojileri de duygusal zeka üzerinde çalışmalarına devam etmektedir. Yapay zeka teknolojileri özellikle insanın duygularını ele alan çalışmalar yaparak hızlı bir şekilde işletmelerde yerini almaya başlayacak olması düşündürücüdür.

KAYNAKLAR

- Akçay, C., Çoruk, A. (2012). Çalışma Yaşamında Duygular ve Yönetimi: Kavramsal Bir İnceleme, *Eğitimde Politika Analizi Dergisi*,1(1),3-25.
- Avşar, G. Kaşıkçı, M. (2010). Hemşirelik Yüksekokulu Öğrencilerinde Duygusal Zeka Düzeyi, *Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi*,13(1).1-6.
- Sabuncuoğlu, Z. (2005). *İnsan Kaynakları Yönetimi*. Bursa: Alfa Aktuel Yayınları.
- Çağlar, M. (2019). Pozitif Örgüt Psikolojisinde Duygusal Zekânın Yeri Ve Önemi Bankacılık Sektörü Örneği, *KTO Karatay Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Konya.
- Çavdar, H. Çavdar, M. (2010). İşletmelerde İşgören Bulma ve Seçme Aşamaları, *Journal of Naval Science and Engineering*, 6(1), 79-93.
- Çuhadar, C.H.(2017). Müziksel Zeka, *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26(3), 1-12.
- Gürbüz, S., & Yüksel, M. (2008). Çalışma Ortamında Duygusal Zekâ: İş Performansı, İş Tatmini, Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Ve Bazı Demografik Özelliklerle İlişkisi . *Doğuş Üniversitesi Dergisi* , 176
- Günay, A.,Çarıkçı, H.İ. (2019).insan kaynakları işe alım süreçlerinde kullanılan psikoteknik testlere ilişkin bir inceleme, *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 10(23).178-194.
- Goleman D (2006). *Duygusal Zeka Neden IQ'dan Daha Önemlidir?* Editör: O. Deniztekin Çev: B SYüksel, 30. Baskı, Varlık Yayınları, İstanbul.
- Çetinkaya,Ö., Alparlan,M.A. (2011). Duygusal Zekânın İletişim Becerileri Üzerine Etkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 16(1).63-377.
- Ergin, Y.D., Özgürol, B.M.(2011). Bilimsel Tutum ve Duygusal Zeka arasındaki İlişki, *2nd International Conference on New Trends in Education and Their Implications*,27-29 April, 2011 Antalya-Turkey 1766-1773.
- Ertürk, M.(2011). *İnsan Kaynakları Yönetimi*, İstanbul, Beta Basım Yayınları.
- Eröz, S. S. (2013). Örgütlerde Duygusal Zeka. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. (16),213-242.
- Korkmaz, A.K., Sazkaya, M.K. (2018).Duygusal Zekanın Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkisinin İncelenmesi,*Eurasian Research in Sport Science ,Avrasya Spor Bilimleri Araştırmaları*, 3(2), 57-74.
- Mayer, D. John; Salovey, Peter; Caruso, David (2000). “Emotional Intelligence as Zeitgeist as Personality, and as Mental Ability” in Reuven Bar-On; James D. A. Parker (Eds.). The Handbook of Emotional Intelligence (pp. 92-117). USA: Jossey- Bass.
- Onay,M., Uğur,B. (2011).Sağlıktaki Memnuniyetin Sessiz Sihri: “Duygusal Zeka” *Organizasyon ve Yönetim bilimleri Dergisi*,3(2).23-34.
- Yeşilyaprak, B. (2001). Duygusal Zeka ve Eğitim Açısından Doğurguları. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi* , 139-145.
- Yonus, A.(2007). Kaufman Kısa Zeka Testi (Kaufman Brief Intelligence Test – K-Bit) 15 - 16 Yaş Çocukları Üzerinde Geçerlik, Güvenirlik Ve Ön Norm Çalışmaları, *İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul.
- Zaroğlu, L. (2016). Üstün yetenekli Öğrencilerin Duygusal Zeka ile Karar Verme Stratejileri Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi, *KKTC Yakın Doğu Üniversitesi Eğitim Bilimler Enstitüsü*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Lefkoşe.
- <http://tdk.gov.tr/index.php?option=com> (erişim tarihi 17.10.2019).

KAMU ÇALIŞANLARININ İHBARLA (WHISTLBLOWING) İLGİLİ DÜŞÜNCELERİ

Prof. Dr. Senay Yürür

Yalova Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü
senay.yurur@yalova.edu.tr

Prof. Dr. Sima Nart

Sakarya Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü
snart@sakarya.edu.tr

Özet

Araştırmanın amacı kamu çalışanlarının kurumlarında şahit oldukları yasal, meşru ya da ahlaki olmayan durumları ihbar hakkındaki düşüncelerini ve böyle bir durumu ihbar etmelerinin sonuçlarına ilişkin görüşlerinin ne olduğunu anlamaktır. Çünkü kamuda ihbar davranışı, pek çok toplumsal fayda ortaya çıkarabilecek bir durumdur. Bu nedenle de Türkiye’deki kamu çalışanlarının ihbar etme ya da etmeme davranışlarının anlaşılması önemlidir. Bu amaçla araştırma Yalova ilinde 266 kamu çalışanı üzerinde yürütülmüştür. Elde edilen sonuçlara göre araştırma kapsamındaki kamu çalışanlarının çoğunluğu, ihbarın kamuda yapılan yanlışların önüne geçilmesine yardımcı olacağı düşüncesindedir. Yine çoğunluk ihbarın kamu yararına bir durum olduğunu ve kurumu ciddi zararlardan koruduğunu ifade etmektedir. Ancak araştırma kapsamındaki çalışanların çoğunluğu, kurumunda şahit olduğu yasal ya da meşru olmayan bir şeyi ihbar etmesi durumunda, bunun övgüyle karşılanmayacağına inanmaktadır. İhbar etmesi durumunda çalıştığı kurumda yalnız kalacağı, bertaraf olacağı inancı görece olarak en az verilen yanıttır. Buna karşılık bu yaptığının cezasını çekeceğini düşünenlerin sayısı da önemsenmeyecek derecede yüksektir. Sonuçlar ihbar yazınına ve pratik olarak da Türkiye’deki kamu yöneticilerine katkı sağlar niteliktedir.

Anahtar Kelimeler: İhbar, Kamu Çalışanları, Kamu Yararı

PUBLIC EMPLOYEES' VIEWS ON WHISTLBLOWING

Abstract

In this study, it is tried to understand the views of public employees about the legal, legitimate or unethical situations that they have witnessed in their institutions and their views about the consequences of reporting such a situation. For this purpose, the study was conducted on 266 public employees in Yalova. A questionnaire was used as a data collection tool. According to the results of the research, the majority of the public employees in the study think that the whistleblowing will help to prevent the mistakes made in the public sector. Again, the majority declares that the denunciation is a matter of public interest and protects the institution from serious damages. However, the majority of the employees in the research believe that this will not be praised if they report something legal or illegitimate to their organization. The belief that he will be left alone and disposed of in the institution he works for is the least response. On the other hand, the number of people who think that this will be punished is also considerably high. The findings contribute to the whistleblowing literature and to public administrators in Turkey.

Keywords: Whistleblowing, Public Employees, Public Welfare

1. GİRİŞ

Örgütlerde yasal, meşru ya da ahlaki olmayan bir durumun mevcut ya da eski bir çalışan tarafından yetkililere yani bu durumu düzeltmeye yetkili kişilere bildirilmesi olarak tanımlanan ihbar (Near ve Miceli, 1985) aslında etkin bir şekilde çalıştığında toplumsal açıdan pek çok yarar sağlayacak bir davranıştır. Örneğin toplum sağlığına zararlı olabilecek şekilde üretim yapan bir gıda firması çalışanın bu durumu yetkililere bildirmesi sonucunda alınacak tedbirler sayesinde pek çok kişi bunun olumsuz sonuçlarından korunmuş olacaktır. Ama buna rağmen ihbar, olması gerektiği gibi

işleyen bir mekanizma değildir. Çünkü genel olarak toplumun yararına olacak bu durum, ilgili örgüt ve hatta ihbarcının çalışma arkadaşları açısından ilk etapta yararlı sonuçlar doğurmayabilecektir (Bather ve Kelly, 2006). Örneğin firma için imaj kaybı ya da çalışanlar için işsiz kalma korkusu gibi pek çok sebep bu mekanizmanın işlemesine engeldir. Çalışanlar da konuşmaları durumunda başlarına geleceklerden korktukları için ya da konuşmanın herhangi bir şeyi değiştireceğine inanmadıkları için susmayı tercih etmektedirler (Morrison ve Milliken, 2000). Bu nedenlerle örgütlerde ihbar davranışının anlaşılması, özellikle yaratacağı toplumsal yarar açısından önemlidir. Bu nedenle de bu çalışmada kamu çalışanlarının ihbar ile ilgili görüşlerinin sorgulanması amaçlanmıştır. Onlara göre ihbar nasıl bir davranıştır? İhbar etme eğilimleri nedir? İhbar etmeleri durumunda nasıl sonuçlarla karşılaşacaklarını düşünmektedirler? Bu sorular bu araştırmanın temel sorularıdır.

2. YAZIN TARAMASI

İhbar “işverenin kontrolündeki yasal, ahlaki ya da meşru olmayan uygulamaların, mevcut ya da eski örgüt üyeleri tarafından bu duruma etki edebilecek kişi ya da örgütlere duyurulması” olarak tanımlanmaktadır (Near ve Miceli, 1985). Genel olarak yapılan sınıflandırmaya göre ihbar, içsel ve dışsal olmak üzere iki şekilde ortaya çıkmaktadır. Buna göre yasal, ahlaki ya da meşru olmayan bir durumun örgüt içindeki yetkililere ihbar edilmesi içsel ihbardır ve imaj kaybına uğramadan sorunları çözme fırsatı verdiği için işlevsel olan ihbar türüdür (Miceli vd., 2009; 2012). Dışsal ihbar ise yukarıda ifade edilen durumların örgüt dışına duyurulmasıdır.

Genel olarak ihbar yazını incelendiğinde bireylerin ihbar davranışlarını etkileyen değişkenlerin ilgi gördüğü görülmektedir. Mesmer-Magnus ve Viswesvaran (2005) yaptıkları meta analiz çalışmasında kıdemli ve örgütün üst düzeylerinde yer alan çalışanların daha fazla ihbar davranışı sergilediklerini ifade etmektedir. Bunun nedeni olarak da kararları etkileyebilecek güçte olmaları ya da bu güce sahip olanlara yakın olmalarını göstermektedir. Bununla birlikte birey-örgüt arasındaki değer uyumunun olduğu (Near ve Miceli, 1996), daha az bürokratik özellik gösteren (Miceli, vd., 1991; Near ve Miceli, 1996) ve daha adil algılanan örgütlerde (Seifert vd., 2010; Seifert vd., 2014) ihbar davranışının daha çok görüldüğü ifade edilmektedir. Berry (2004) ihbar davranışını destekleyecek bir kültürün özelliklerini ele aldığı çalışmasında, böyle bir kültürün yedi özelliğinden bahsetmektedir. Bunlar: 1) uyanık olmak, 2) gönüllü katılım 3) güvenilirlik 4) hesap verebilirlik 5) personel güçlendirme 6) cesaret ve 7) kime ve nasıl ihbar edeceğini bilmek olarak sırlanmaktadır. Tüm bu etkenler incelendiğinde bireylerin ihbar davranışı sergileyebilmek için örgütlerde kendilerini güvende hissetmek istedikleri, daha demokratik yapılar istedikleri söylenebilir.

Türkiye’de yapılan araştırmalarda da yönetimin desteğinin, etik iklim algısının ve adalet algısının ihbar davranışını cesaretlendirdiği bulunmuştur (Özler vd., 2010; Sayğan ve Bedük, 2013; Demirtaş, 2014; Candan ve Kaya, 2015; Yürür ve Nart, 2016). Bu sonuçlar da bireylerin ihbar davranışı sergileyebilmek için bir anlamda başlarına bir şey gelmeyeceğine dair güven duymak isteği şeklinde yorumlanabilir. Near ve Miceli (1985) de ihbar davranışının sürecini açıkladıkları çalışmalarında bireylerin ihbar edip etmemeye karar verirken bu davranışlarının sonucunda karşılaşacakları maliyetleri de hesaba kattıklarını ifade etmektedir.

Ancak karşılaşılabilecek maliyetlerin türü, bunların göreceli önemi ya da ihbara ilişkin bireylerin tutumları ülkeden ülkeye, kültürden kültüre değişebilir (Park vd., 2008). Örneğin işsizliğin yüksek olduğu ekonomilerde işsiz kalmak korkusu bu davranışı engelleyen en önemli duygu olabilir. Ya da bireyci kültürler ile toplulukçu kültürlerde bireylerin dışlanma korkusu aynı etkiyi göstermeyecektir. Ayrıca toplumlar, ‘ihbarcı’ ya da ‘muhabir’ şeklinde anılmaya farklı anlamlar yüklüyor olabilirler. Bu nedenlerle de ihbar konusunun farklı kültürel, ekonomik ve sosyal bağlamlarda araştırılması gerekir. Bu noktadan hareketle bu çalışmada aşağıdaki soruların yanıtlanmasına çalışılmaktadır.

1. Yasal, ahlaki ya da meşru olmayan bir durumla karşılaştıklarında bu durumu ihbar etme ya da etmeme (eylemsizlik) eğilimleri nedir?
2. Türkiye’deki kamu çalışanları ihbarın yararlı olup olmadığı konusunda ne düşünmektedir?
3. İhbar etmeleri durumunda karşılaşacaklarına inandıkları sonuçlar nelerdir?

3. YÖNTEM

Araştırma nicel araştırma olup anket yoluyla veri toplanmıştır. Anketler elden dağıtılmış, daha sonra kapalı zarflarda geri toplanmıştır. Çalışanların kendilerine yöneltilen ifadelerle sağlıklı yanıt verebilmesi için öncelikle anketlerde ihbarın ayrıntılı bir tanımı yapılmıştır. Araştırma ihbar gibi hassas bir konuya ilişkin olduğundan cevaplayıcılardan isim bilgisi alınmamış, elde edilecek verilerin sadece akademik amaçla kullanılacağı konusunda garanti verilmiştir.

3.1. Araştırmanın Örneklemi

Araştırmanın örneklemi Yalova ilindeki 266 kamu çalışanı oluşturmaktadır. Yukarıda da ifade edildiği gibi ihbar, özellikle toplumsal fayda yaratan bir olgudur. Bu nedenle de kamu çalışanları örneklem olarak seçilmiştir. Türkiye’de ihbar ile ilgili yapılan araştırmaların çoğunun kamuda yapılmış olmasının (Aküzüm, 2014; Çakınberk vd., 2014; Ünlü vd., 2015; Naktiyok vd., 2015; Meydan vd., 2016; Yürür ve Nart, 2016) da nedeni de bu olabilir.

Araştırmaya katılan toplam 266 kamu çalışanının %48,7 ‘si kadın, kalanı erkektir. Yaş dağılımına bakıldığında yarısından çoğunun (% 54,1) 31-40 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Örneklemenin yaş ortalaması 38’dir. Katılımcıların kıdem ortalaması 12 yıl olup, yaklaşık %47’si lisans mezunudur. Kurumda çalıştıkları pozisyon açısından bakıldığında %76,2’si yöneticilik görevi olmayan çalışan, %15’i orta düzey yöneticidir. 11 kişi pozisyon bilgisi vermekten kaçınmıştır.

3.2. Veri Toplama Araçları

Çalışanların ihbar etme eğilimleri, ihbarın yararlılığına ilişkin düşünceleri ve ihbar etmeme nedenleri olabilecek korkuları Park vd.’nin (2005) ihbar ölçeğinden alınmıştır. Bu ölçekte yer alan alt boyutlardan biri bireylerin ihbar etmeme davranışını ölçmeye çalışan “*eylemsizlik*” boyutudur. Bu boyutta iki ifade olup, bireyin ihbar etme/etmeme eğilimini ölçmektedir. Ölçeğin bu araştırmanın sorularına yanıt bulmak amacıyla kullanılan ikinci boyutu yazarlar tarafından “*ihbara yönelik pozitif tutumlar*” olarak adlandırılmıştır. Bu boyutta üç ifade olup bu ifadelerle ihbarın yararlılığı hakkında bireylerin düşünceleri ölçülmek istenmektedir. Son olarak ölçeğin bu araştırmada kullanılan diğer boyutu “*misilleme korkusu*” olarak adlandırılan boyutudur. Bu boyutta beş ifade olup, bireylere ihbar etmesi durumunda karşı karşıya kalabilecekleri olası durumlar verilmiştir. Bireylerden her bir duruma ilişkin görüşlerini 5’li Likert aralığında vermeleri istenmiştir. Buna göre 1- kesinlikle katılmıyorum, 5- kesinlikle katılıyorum’u ifade etmektedir. Bu araştırmada ölçekte yer alan ifadeler bağımsız olarak analize dahil edilmiştir. Bu nedenle de güvenilirlik ya da geçerlilik analizi yapılmasına gerek duyulmamıştır.

3.3. Bulgular

Çalışanların ihbar eğilimleri, ihbarın yararlılığı ile ilgili düşünceleri ve ihbar etmeleri durumunda karşı karşıya kalacaklarına inandıkları sonuçlara ilişkin görüşleri için verilen yanıtların frekans analizi, ortalama ve standart sapma değerlerine bakılmıştır. Aşağıdaki tablolarda verilen yanıtlar kesinlikle katılmıyorum ile katılmıyorum seçenekleri toplanarak “katılmıyorum” ifadesi altında, kesinlikle katılıyorum ile katılıyorum seçenekleri de “katılıyorum” ifadesi altında toplanarak verilmiştir. Araştırmada elde edilen bulgular aşağıda, araştırmanın sorularıyla paralel başlıklarda verilmektedir.

3.3.1. Çalışanların İhbar Etme ya da Etmeme (Eylemsizlik) Eğilimleri

Öncelikle çalışanlara kurumlarında yasal, ahlaki ya da meşru olmayan bir durumla karşılaştıklarında sessiz kalıp kalmayacakları ya da görmezden gelip gelmeyecekleri sorulmuş ve buna verilen yanıtların sıklıkları ve ortalamaları Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Eylemsizlik davranışı için betimleyici istatistikler

<i>Kurumumda yasal, meşru ya da ahlaki olmayan bir duruma şahit olsaydım...</i>							
İfadeler	Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Ort.
	f	%	f	%	f	%	
....bu duruma sessiz kalırdım	65	24.9	45	17.2	151	57.8	3,52
....bu durumu görmezden gelirdim	64	24.6	37	14.2	160	61.3	3,58

Buna göre 266 kişinin 151'i (%57.8) bu duruma sessiz kalacağını ifade etmiştir. Bundan daha fazla oranda çalışan ise bu durumu görmezden geleceğini ifade etmiştir (%61.3).

3.3.2. Çalışanların İhbarın Yararlılığına İlişkin Görüşleri

Tablo 2’de çalışanların kendilerine sorulan ihbarın genel olarak ya da kurumları adına yararlı bir davranış olup olmadığına ilişkin sorulan soruya verilen yanıtların betimleyici istatistikleri verilmektedir.

Tablo 2. İhbarın yararlılığına ilişkin görüşler için betimleyici istatistikler

<i>Kurumdaki yasal veya meşru olmayan durumları ihbar etmek.....</i>							
İfadeler	Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		
	f	%	f	%	f	%	Ort. ss
...kamu yararınadır	52	19.9	49	18.8	160	61.4	3,66 1,2
...yapılan yanlışların önüne geçilmesine yardımcı olur.	39	14.9	48	18.3	175	66.8	3,77 1,1
...kurumu ciddi zararlardan korur.	45	17.2	55	21	162	61.8	3,66 1,2

Tablo 2 incelendiğinde araştırma kapsamındaki çalışanların çoğunluğunun (tümü %60’ın üzerinde) ihbar davranışının kamu yararına olduğunu, yapılan yanlışların önüne geçilmesine yardımcı olacağını ve kurumu ciddi zararlardan koruyacağını düşündüğü görülebilir.

3.3.3. Çalışanların İhbar Etmeleri Durumunda Karşılaşacakları Sonuçlara İlişkin İnanışları

Son olarak çalışanlara kurumlarındaki yasal, ahlaki ya da meşru olmayan bir şeyi ihbar ederlerse başlarına ne gelebileceğine ilişkin verilen yanıtları 5’li aralıkta yanıtlamaları istenmiştir. Buna ilişkin elde edilen frekans ve ortalama değerleri Tablo 3’te verilmektedir.

Tablo 3. İhbarın sonuçlarına ilişkin görüşler için betimleyici istatistikler

<i>Kurumumdaki yasal, ahlaki veya meşru olmayan bir şeyi ihbar edersem....</i>							
İfadeler	Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		
	f	%	f	%	f	%	Ort. ss
...bu davranışımın cezasını çekerim.	68	26.1	74	28.5	114	45.4	3,23 1,15
...bertaraf olurum	105	40.2	86	33	70	26.8	2,80 1,12
...dezavantajlı bir konuma düşerim	73	27.7	76	28.9	114	43.4	3,21 1,16
...kurumum bunu övgüyle karşılamaz	61	23.4	73	28	127	48.7	3,34 1,15
...işim tehlikeye girebilir	73	27.9	86	32.8	103	39.3	3,14 1,18

Tablo 3 incelendiğinde araştırma kapsamındaki çalışanların en fazla “kurumum bunu övgüyle karşılamaz” seçeneğini yüksek puanladığı görülmektedir. Bu ifadeye 266 çalışanın 127’si katılıyorum şeklinde yanıt vermiştir. En az başlarına geleceğine inandıkları sonuç ise bertaraf olmaktır (%40.2). Tabloda ilgi çeken bir diğer nokta ise azımsanmayacak sayıda çalışanın, bu davranışının cezasını çekeceğini düşünmesidir. Araştırma kapsamındaki çalışanların %45.4’ü ihbar edersem bunun cezasını çekerim şeklinde düşünmektedir.

4. Sonuç ve Tartışma

Bu çalışmada elde edilen sonuçlardan ilki, araştırma kapsamındaki kamu çalışanlarının çoğunluğunun ihbarın kamu ve kurum için iyi bir davranış olduğuna inanıyor olmasıdır. Cevaplayıcılar, çalışanların şahit oldukları herhangi bir yasal, ahlaki ya da meşru olmayan bir durumu yetkililere bildirmesinin kamunun yararına sonuçlar doğuracağına, kurumu ciddi zararlardan koruyacağına ve yapılan yanlışların da önüne geçeceğine inanmaktadırlar. Bu sonuç özellikle çalışanların ihbar davranışının işe yarayacağına inandıklarını göstermesi açısından olumlu bir sonuç olabilir. Yani bu sonuca göre denilebilirdi ki, araştırma kapsamındaki çalışanların çoğunluğu ihbar edilmesi durumunda bu negatif eylemlerin önlenilebileceğine inanmaktadırlar. Çünkü “ihbar edilirse yapılan yanlışların önüne geçilebilir” demek, “ihbar edilmesi durumunda bu yanlışlar ortadan kalkar,

ihbar işe yarar” demektir. Bu da haberleri olması durumunda yetkililerin gerekeni yapacağına dair duyulan güvenle ilişkilendirilebilirdi. Ancak araştırmanın diğer sorusuna verilen yanıtlar bizi bu yorumları yapmaktan alıkoymaktadır. Şöyle ki, araştırmada böyle bir olaya kendileri şahit olması durumunda sessiz kalıp kalmayacakları ya da görmezden gelip gelmeyecekleri sorulduğunda yine çoğunluğu sessiz kalacaklarını ya da görmezden geleceklerini ifade etmişlerdir. Yani araştırma kapsamındaki kamu çalışanlarının çoğunluğu ihbarın iyi bir davranış olduğunu düşünse de, böyle bir durumla kendileri karşılaştıklarında sessiz kalacaklarını ya da görmezden geleceklerini ifade etmişlerdir. Gerçi bu Türkiye’ye özgü bir bulgu değildir. Uluslararası alanda yapılan araştırmalar da göstermektedir ki, pek çok çalışan son bir iki yıl içinde işyerlerinde bu tür yanlış durumlara şahit olduklarını ifade ediyorlar ama bu durumu görmezden geliyorlar (Miceli vd., 2009). Yani bu iki bulguyu birleştirdiğimizde cevaplayıcıların özetle şunu dediğini söyleyebiliriz: “İhbar iyi bir şey, ama başkası yapсын”.

Acaba iyi bir şey olduğunu düşündüğümüz bir davranışı neden yapmayız? Cevaplayıcılara yanlış bir durumu ihbar etmeleri durumunda başlarına ne geleceğiyle ilgili görüşleri sorularak bir anlamda sessiz kalmalarının da nedenleri ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Buna göre cevaplayıcıların görece olarak çoğunluğu, kurumlarında bunun övgüyle karşılanmayacağını ifade etmektedir. İhbar davranışlarının en düşük ihtimali olan sonucu bertaraf olmalarıdır. Bulgularda ilgi çeken bir konu, azımsanmayacak sayıda kamu çalışanının, bu davranışının cezasını çekeceğini düşünmesidir. Hatta daha da ötesinde işlerinin tehlikeye gireceğini düşünenlerin sayısı da az değildir. Cevaplayıcıların kamu çalışanı olduğu düşünüldüğünde bu sonuç daha da ilgi çekici hale gelmektedir. Türkiye’de kamu çalışanlarının istihdam koşullarını belirleyen 657 Sayılı Yasaya rağmen bu korkuyu taşıyor olmaları ilginç bir sonuçtur. Gerçi “işim tehlikeye girer” ifadesinden cevaplayıcıların anladıkları şey mutlaka işten atılmak da olmayabilir. Bu ifadede pozisyonunun tehlikeye gireceği ya da çalışma yerinin değişeceği gibi şeyler de anlaşılmış olabilir. Her durumda da cevaplayıcıların bu davranışlarının bir şekilde cezasını çekeceklerini düşündükleri ortadadır.

Bu çalışmada, Türkiye’de kamu çalışanlarının ihbara ilişkin görüşlerine ve eğilimlerine yönelik bir betimleme yapılmak istenmiştir. En önemli kısıt Türkiye’nin geneline kapsayacak bir araştırma olmamasıdır. İleride farklı illerde yürütülecek araştırmalarla örneklemin genişletilmesi daha sağlıklı sonuçlara ulaşmaya yardımcı olacaktır. Ayrıca da araştırmanın, ihbar etme ya da etmeme nedenlerinin mülakatlarla sorgulandığı nitel araştırmalarla da genişletilmesi önerilmektedir.

Kaynaklar

- AKÜZÜM, C. (2014), The Effect of Perceived Organizational Justice on Teachers’ Silence: A Practice in Primary Education Institutions, *International Journal of Social Science and Education*, 5(1), 96-107.
- BATHER, A. ve KELLY, M. (2006). A Dialectic Analysis Of The Whistleblowing Phenomenon. *Australian Accounting Review*, 16(38), 59-65.
- BERRY, B. (2004). Organizational Culture: A Framework And Strategies For Facilitating Employee Whistleblowing. *Employee Responsibilities and Rights Journal*, 16(1), 1-11.
- CANDAN, H. ve KAYA, T. P. (2015), İhbarcılık (Whistleblowing) ve Algılanan Örgütsel Destek Arasındaki İlişkinin İncelenmesine Yönelik Bir Kamu Kurumunda Araştırma, *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C. 5, S. 2, s. 305-330.
- ÇAKINBERK, A.K., DEDE, N.P. ve YILMAZ, G. (2014), Relationship between Organizational Trust and Organizational Silence: an Example of Public University, *Journal of Economics Finance and Accounting*, 1(2), s. 91-105.
- DEMİRTAŞ, Ö. (2014), İşyerlerinde Olumsuz Durumları İfşa Etmenin Etik İklim Üzerindeki Etkisi: Yıldırma Algısının Moderatör Rolü, *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, Cilt/Vol:43, Sayı/No:1, s. 136-156
- MESMER-MAGNUS, J. R. ve VISWESVARAN, C. (2005), Whistleblowing in Organizations: An Examination of Correlates of Whistleblowing Intentions, Actions, and Retaliation, *Journal of Business Ethics*, Vol. 62, No. 3, p. 277-297

- MEYDAN, C. H., KÖKSAL, K.. ve UĞURLU KARA, A. (2016), Örgüt İçinde Sessizlik: Örgütsel Etik Değerlerin Etkisi ve Adalet Algısının Aracılık Rolü, *İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C. 17, S. 3, s. 142-159.
- MICELI, M. P., NEAR, J. P. ve SCHWENK, C. R. (1991), Who Blows the Whistle and Why?, *Industrial and Labor Relations Review*, 45, p. 113–130.
- MICELI, M., NEAR, J. ve DWORKIN, T. (2009), A Word to the Wise: How Managers and Policy-Makers can Encourage Employees to Report Wrongdoing. *Journal of Business Ethics*, 86(3), pp. 379-396.
- MİCELİ, M. P., NEAR, M. T. REHG, ve J. R. VAN SCOTTER. (2012), Predicting Employee Reactions to Perceived Organizational Wrongdoing: Demoralization, Justice, Proactive Personality and Whistleblowing, *Human Relations*, 65, p. 923–954.
- MORRISON, E. W. ve MILLIKEN, F. J. (2000), Organisational silence: a barrier to change and development in pluralistic world, *Academy of Management Review*, Vol. 25 No. 4, pp. 706-25.
- NAKTİYOK, A., KIZIL, S. ve TİMURÖĞLU, M. K. (2015), Çalışanların Adalet Algısı Sessizliklerini Etkiler mi? ÖYP ve Diğer Araştırma Görevlileri Açısından Karşılaştırmalı Bir Araştırma, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C.20, S.4, s.197-219.
- NEAR, J. P. ve M. P. MICELI (1985), Organizational Dissidence: The Case of Whistle-Blowing, *Journal of Business Ethics* 4, 1–16.
- NEAR, J. P., ve MICELI, M. P. (1996), Whistle-Blowing: Myth and Reality, *Journal of Management*, 22, p. 507-526.
- ÖZLER, D. E., ŞAHİN, M. D. ve ATALAY, C. G. (2010), Teorik Bir Çerçeve de Whistleblowing –Etik İlişkisi, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(2), s.169-194.
- PARK, H., REHG, M. T. ve DONGGI, L. (2005), The Influence of Confucian Ethics and Collectivism on Whistleblowing Intentions: A Study of South Korean Public Employees, *Journal of Business Ethics*, 58(4), p. 387–403.
- PARK, H., BLENKINSOPP, J., OKTEM, M. K., ve OMURGONULSEN, U. (2008), Cultural Orientation And Attitudes Toward Different Forms Of Whistleblowing: A Comparison of South Korea, Turkey, and the UK. *Journal of Business Ethics*, 82(4), 929-939.
- SAYĞAN, S. ve BEDÜK, A. (2013), Ahlaki Olmayan Davranışların Duyurulması (Whistleblowing) ve Etik İklimi İlişkisi Üzerine Bir Uygulama, *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 28(1), s.1-23.
- SEIFERT D.L., SWEENEY J.T., JOIREMAN J. ve THORNTON J.M. (2010), The Influence of Organizational Justice on Accountant Whistleblowing, *Accounting, Organizations and Society* 35, p. 707–717.
- SEİFERT D.L., STAMMERJOHAN, W. ve MARTIN, R. B. (2014), Trust, Organizational Justice, and Whistleblowing: A Research Note, *Behavioral Research in Accounting*, Vol.26, No.1, p.157-168.
- ÜNLÜ, Y., HAMEDOĞLU, M. A. ve YAMAN, E. (2015), Öğretmenlerin Örgütsel Adalet Algıları ve Örgütsel Sessizlik Düzeyleri Arasındaki İlişki, *Sakarya University Journal Of Education*, 5/2, s. 140-157.
- YÜRÜR, S., ve NART, S. (2016), Örgütsel Adalet Algısı Kamu Çalışanlarının İhbar Etme Niyetinin Belirleyicisi midir?. *Amme İdaresi Dergisi*, 49(3), 117-148.

HALEB ATABEYİ MELİK SALİH İSMÂİL İLE SALÂHEDDİN EYYÛBÎ ARASINDAKİ MÜCADELE

Dr. Abdulcelil Işık

Başıskele Şehit Ozan Özen Kız Anadolu İmam Hatip Lisesi, Tarih
celil04@hotmail.com

Özet

Nüreddin Mahmûd b. İmâdeddîn Zengi 1174 yılında öldüğünde onun vasiyeti gereği 11 yaşındaki oğlu Melik Salih İsmail, Haleb Atabegliği'nin başına geçti. Ancak bu durum Melik Salih İsmâil'e nâib olmak isteyen emîrler arasında bir rekabet ve mücadelenin ortaya çıkmasına neden oldu. Bu emirlerin en muktedir olanlarından biri Haleb Atabegliği'nin Mısır nâibi Salâheddîn Eyyûbî idi. Salâheddîn, diğer emîrlerin Melik Salih İsmail üzerindeki denetim ve tahakkümünü ortadan kaldırmak amacıyla Mısır'dan Suriye'ye geldi. Salâheddîn, Melik Salih İsmail'e bağlılığını bildirdi. Buna rağmen Melik Salih, onu nankörlük ve ihanet ile itham ederek Musul Atabegliği'nden yardım istedi. Taraflar arasında gerçekleşen mücadeleyi Salâheddîn kazandı. Bu başarılarından cesaret alan Salâheddîn bağımsızlığını ilan etti. Böylece Nüreddin Mahmûd'un ölümüne yakın bir dönemde Salâheddîn ile Zengiler arasında gerginleşen bağlar Melik Salih İsmail döneminde tamamen koptu. Bu bildiride Salâheddîn Eyyûbî ve Haleb Atabeyi Melik Salih İsmail arasındaki mücadelenin sebep ve sonuçları kaynaklara dayalı olarak tahlil edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Melik Salih İsmail, Salahaddin Eyyûbî, Suriye, El-Cezîre.

THE STRUGGLE BETWEEN THE ATABEK OF ALEPPO MELİK SALEH ISMAIL AND SALAH AL-DIN AYYUBI

Abstract

When Nur ad-Dîn Mahmoud b. İmad al-Din Zangi died in 1174, his 11 years old son Melik Salih İsmail sat on the throne of the Atabegate of Aleppo. However, this caused a rivalry and struggle between the emirs who wanted to be regent for Melik Saleh Ismail. One of the most powerful of these orders was Salah al-Din Ayyubi, the Egyptian regent of the Atabegate of Aleppo. Salah al-Din came to Syria from Egypt in an attempt to eliminate the control and domination of the other emirs over Melik Saleh. Salah al-Din informed Melik Saleh of his allegiance. Despite this, Melik Saleh accused him of ingratitude and betrayal and sought help from the Atabegate of Mosul. The fight between the parties was won by Salah al-Din. Emboldened by these successes, Salah al-Din declared his independence. Thus, close to the death of Nureddin Mahmud, the ties that had become strained between Salah al-Din and the Zengis were completely severed during the reign of Melik Saleh. In this paper, the causes and consequences of the struggle between Salah al-Din Ayyubi and the Atabek of Aleppo Melik Salih İsmail will be analyzed based on sources.

Keywords: Melik Saleh İsmâil, Salah al-Din Ayyûbî, Syria, Al-Jazeera.

1. GİRİŞ

İlk Türk devletlerinden itibaren görülen ve siyasî birliği sağlamak için boylar arasında gerçekleşen mücadeleler beraberinde bir takım olumsuzluklar getirirse de sonuç itibarıyla güçlü bir devletin inkişafına da yol açardı. Türk-İslâm devletleri tarafından da devam ettirilen bu mücadelenin bir benzeri, Haleb Zengî Atabegliği'nin kurucusu ve ilk hükümdarı Nüreddin Mahmûd'un ölümünden sonra Salâheddîn Eyyûbî ve Nüreddin Mahmûd'un yerine geçen küçük yaştaki oğlu El-Melik Salih İsmail arasında gerçekleşti (İbnü'l-Esîr, 1963: 176-177; Aynı mlf., 1991: XI, 334-337, 342-346; Zehebi, 1999: 176-177; 182).

Haleb Zengî Atabegliği'nin emîr ve komutanları arasında çok önemli bir mevkie sahip Eyyûbî Hanedanı'ndan Necmeddîn Eyyûb'un oğlu ve Esedüddîn Şîrkûh'un yeğeni Salâheddîn Yusuf, Nüreddin Mahmûd'un ölümü esnasında Mısır'da bulunuyordu. Nüreddin Mahmûd'un ölümünden bir

süre önce Salâheddîn ile aralarında başlayan soğukluk Salâheddîn'in babası Necmeddîn Eyyûb'un Nûreddîn Mahmûd'a olan sadakati sayesinde giderilmişti. Ancak Salâheddîn'in Mısır ve çevresinde sahip olduğu güç ve kudret onun Nûreddîn'in ölümünden hemen sonra harekete geçmesine neden oldu. Kaynaklarda Salâheddîn'in El-Melik Salih İsmail'in diğer emîr ve komutanların tahakkümüne son vermek amacıyla Mısır'dan harekete geçtiği ifade edilmiştir. Mısır'dan Suriye'ye gelen Salâheddîn, El-Melik Salih İsmail'e bağlılığını ifade etti ise de gelişmeler onun beklediği şekilde olmadı. El-Melik Salih İsmail'in Salâheddîn'e uzak durmasının sebeplerinden birincisi onun sahip olduğu güç ve kudretten çekinmesi idi. İkincisi ise El-Melik Salih İsmail'in çevresindeki emîrler tarafından Salâheddîn'e karşı kışkırtılmasıydı (İbnü'l-Esîr, 1991: XI, 335; İbn Şeddâd, 1897: 70; Şeşen, 1987: 70; Aynı mlf., 2013: 55).

2. MELİK SALİH İSMAİL'İN TAHTA GEÇMESİ VE SALÂHEDDİN EYYÛBÎ İLE MÜCADELESİ

Çalışmanın tekrarlanmasını sağlayacak yeterli ayrıntı sağlanmalıdır. Tekdüze format, okuyuculara bildirileri okurken yardımcı olacaktır ve bildiri kitabında bütünlük sağlayacaktır. Bu yüzden, yazarların, bildirilerini oluştururken bu örnek dosyayı kullanmalarını öneririz. Bu özel örnek, sol, sağ, üst, alt 25 mm kenar boşluğu olan sayfa formatını kullanılmalıdır. Tüm metin formatları, tek aralıklı olmalıyken girintili olmamalıdır. Başlıkların ve alt başlıkların konumu ve tarzı bu örnekteki benzerlidir. Paragraflar arasında boşluk olmamalıdır.

2.1. Melik Salih İsmail'in Dimaşk'tan Haleb'e Gelişi

Nûreddîn Mahmûd ölmeden önce Mısır'a yapacağı sefer nedeniyle, yerine vekâlet etmesi için Musul Atabeyi Seyfeddîn Gâzî b. Kutbeddîn Mevdûd'u Suriye'ye davet etti. Seyfeddîn Gâzî ve beraberinde bulunan Sa'de'd-Dîn Gümüştekin yolda iken Nûreddîn Mahmûd'un ölümünü haber aldılar. Seyfeddîn'in yanındaki Gümüştekin bir fırsatını bulup Haleb'e kaçtı. Haleb'deki emîrlerden İbnü'd-Dâye, Nûreddîn'in ölümünden yararlanarak el-Cezîre bölgesini ele geçiren Seyfeddîn'in Haleb'i de almasından korktu. Bu amaçla Gümüştekin'i Dimaşk'taki el-Melik Salih İsmail'i Haleb'e davet etmek için görevlendirdi. Fakat Gümüştekin, Şemseddîn Muhammed b. el-Mukaddem'in yolladığı askerlerin saldırısına uğradı ve netice alamadan geri döndü. Fakat bir süre sonra Dimaşk'taki emîrler, fikir değiştirip el-Melik Salih İsmail'in Haleb'e gitmesine karar verdiler. İbnü'd-Dâye, bir kez daha Gümüştekin'i el-Melik Salih İsmail'i getirmekle görevlendirdi. Muharrem 570/Ağustos 1174 tarihinde Dimaşk'a giden Gümüştekin, El-Melik Salih İsmail'i yanına alıp Haleb'e döndü (İbnü'l-Esîr, 1963: 176; Aynı mlf., 1991: XI, 332; İbn Şeddâd, 1897: 68).

El-Melik Salih İsmail ile birlikte Haleb'e dönen Gümüştekin, İbnü'd-Dâye ve kardeşlerini, Haleb şehrinin reisi ve muhafız gücünün kumandanı Reis b. el-Haşşâb'ı tevkif ettirdi (İbn Şeddâd, 1897: 68). Bu gelişme üzerine Dimaşk emirleri ve İbnü'l-Mukaddem, Gümüştekin'den korkuya kapılarak Musul hâkimi Seyfeddîn Gâzî'den yardım istediler. Karşılığında da Dimaşk'ı kendisine teslim edeceklerini bildirdiler. Seyfeddîn, bazı kumandanlarının bunun bir komplo olabileceği uyarısıyla Dimaşk'a gitmekten vaz geçti. Seyfeddîn Gâzî, Gümüştekin ile el-Melikü's-Salih İsmail'e yolladığı haberde ülkesinden bazı yerlerin verilmesi karşılığında onlarla anlaşma yapacağını duyurması Dimaşklıların korkmasına ve Şemseddîn Muhammed b. el-Mukaddem, Şehrîzorî ve ona yakın olanların Salâheddîn'i Dimaşk'a davet etmesine neden oldu (İbnü'l-Esîr, 1963: 176; Şeşen, 1987: 69).

2. 2. Salâheddîn Eyyûbî'nin Suriye Seferi

Nûreddîn Mahmûd'un ölümüyle birlikte Suriye'de bir taraftan Atabeyliğe bağlı Dimaşk ve Haleb emîrleri arasında baş gösteren mücadeleler öte taraftan Musul Atabeyi Seyfeddîn Gâzî'nin el-Cezîre'ye hâkim olarak Suriye'de neden olduğu korku ve tedirginlik yaşanırken Salâheddîn Eyyûbî Mısır'da Sicilya Normanları'nın İskenderiye'ye yaptığı saldırıyı püskürterek ülkesinde çıkan önemli bir isyanı bastırmıştı. Bu başarılarının ardından Bizans ve İtalyan şehir devletleri ile ticarî anlaşmalar yaparak ekonomik kalkınmaya önem verdi. Dimaşk'tan gelen davet üzerine Salâheddîn Eyyûbî, Haçlı tehlikesine rağmen beraberinde sadece yedi yüz süvârî olduğu Sıddîk b. Çavlı'nın idaresindeki Busrâ'ya gitti (İbnü'l-Esîr, 1991: XI, 333-334; Durant, t.y.: 220; Şeşen, 2013: 53, Aynı mlf., 1987: 69; Işık, 2018: 130).

Salâheddîn Eyyûbî, bu davetten önce kendisi de, Nûreddîn Mahmud'un ölümünden faydalanan Seyfeddîn Gâzî'nin el-Cezîre bölgesindeki saldırıları ve Haçlıların Banyas'ı muhasaralarına karşı el-Melik Salih İsmail'e yardım için hazır olduğunu bildirmişti. Üstelik Melik Salih İsmail'in idaresindeki topraklarda kötü bir emelinin olmadığını da eklemeyi ihmal etmemişti.

23 Ekim'de Busrâ'dan Dimaşk'a hareket eden Salâheddîn, 27 Kasım 1174'te Dimaşk'a vardı. Şehrin ileri gelenleri ve askerler ona itaatlerini bildirdiler. (İbnü'l-Esîr, 1963: 177; Aynı mlf., 1991: XI, 332; İbn Şeddâd, 1897: 69; Irwin, 2005: 83; Runciman, 2008: II, 338). Salâheddîn Eyyubî, Kemâleddîn b. Şehrîzorî'yi Dimaşk Kalesi'ni teslim alması için kale hâkimine gönderdi. Salâheddîn, Şehrîzorî ile gönderdiği mesajında, kendisinin Melik Salih İsmail'in memlûkü olduğunu, ona yardım ve hizmet maksadıyla geldiğini, ayrıca ondan alınan yerleri yine ona iade edeceğini belirterek Dimaşk Kalesi'ni Rebiyülevvel 570/ 29 Ekim 1174'te teslim aldı (Ebü'l-Fidâ, 1325: III, 56; İbnü'l-Esîr, 1963: 177; Aynı mlf., 1991: XI, 332; Durant, t.y. 220; Şeşen, 1987: 69-70).

Dimaşk'a girerken herhangi bir direnişle karşılaşmadan hâkimiyet sağlayan Salâheddîn, el-Melik Salih İsmail'in adına hutbe okutup para bastırarak bağlılığını gösterdi. Ayrıca Haleb'te bulunan el-Melikü's-Salih İsmail'e yazmış olduğu bir mektupla sadece kendisine hizmet amaçlı geldiğini, amacının Haçlılara karşı işbirliği yapmak olduğunu söyleyerek bağlılığını belirtmeyi de ihmal etmedi. El-Melik Salih İsmail Salâheddîn'in isteğine Haleb'te bulunan Musulluların tesirinde kalarak sert bir mektupla karşılık verdi (İbnü'l-Esîr, 1963: 177; Zehebî, 1999: 76; Işık, 2018: 130-131).

2. 3. El-Melik Salih İsmail'in Hıms ve Hama'yı Kaybetmesi

Dimaşk'ta kolayca hâkimiyet sağlayan Salâheddîn, kardeşi Tuğtekin'i burada nâibi olarak bırakarak Hıms üzerine yürüdü. 11 Cemaziyülevvel/8 Aralık 1174'te Hıms şehrinin önüne vardı. Teslim olmayı kabul etmeyen Hıms şehrini 9 Aralık 1174 tarihinde zorla aldı. İç kaleyi alamayan Salâheddîn burada bir miktar kuvvet bırakarak Hama'ya gitti (Zehebî, 1999: 76; Runciman, 2008: II, 341; Şeşen, 2013: 54). Hamalılara geliş sebebinin el-Melik Salih İsmail'in ülkesini Haçlıların saldırısından korumak ve Musul Atabegi Seyfeddîn'in el-Cezîre bölgesinde ele geçirmiş olduğu yerleri geri almak olduğunu ifade etti. Daha önceleri söylediği gibi el-Melik Salih İsmail'e itaatten ayrılmadığını da tekrarladı. Salâheddîn, 1 Cemaziyülâhir 570/28 Aralık 1174'te Hama'yı ele geçirdi (Zehebî, 1999: 76-77; Ebü'l-Fidâ, 1325: III, 56-57; İbnü'l-Esîr, 1991: XI, 334-335; Zehebî, 1999: 77).

2. 4. Salâheddîn'in I. Haleb Muharasası

Salâheddîn, Hama şehrini aldıktan sonra buradan Haleb'e hareket etti (Zehebî, 1999: 77). Haleb kuşatması sırasında Gümüştekin, Salâheddîn'e karşı Şeyhü'l-Cebel diye bilinen İsmailî şeyhi Sinan ile anlaştı. Salâheddîn, İsmailî fedailerin suikastinden kurtulmayı başardı. Suikast başarısız olunca Gümüştekin bu kez Franklardan yardım istedi. Gümüştekin'in çağrısına cevap veren Trablus Kontu III. Raimond (1152-1187) Hıms üzerine yürüyerek saldırıya geçti (1 Şubat 1175). Bu gelişme üzerine Salâheddîn, 1 Receb 570/ 26 Ocak 1175 tarihinde Haleb kuşatmasına son vermek zorunda kaldı (İbnü'l-Esîr, 1991: XI, 335; İbn Şeddâd, 1897: 70; Şeşen, 1987: 70; Aynı mlf., 2013: 55). Salâheddîn, Hıms'a yönelince Trablus Kontu III. Raimond da buradan ayrılmak zorunda kaldı. El-Melik Salih İsmail'in Haleb savunmasında başarılı olmasının en önemli sebeplerinden birisi de onun Salâheddîn'i zalim ve nankörlükle suçlayarak Haleb halkının desteğini almayı başarmasındandı.

2. 5. El-Melik Salih İsmail'in Hıms ve Baalbek'i Kaybetmesi

Trablus kontu III. Raimond de Saint Gilles, Haleblilerin başvuru ile Salâheddîn'i Haleb önünden çekilmeye zorlamak için onun hâkimiyet sahası içinde bulunan Hıms şehrini 7 Receb 570/1 Şubat 1175 tarihinde kuşattı. Raimond'un Hıms kuşatmasını haber alan Salâheddîn Haleb önünden ayrılarak 2 Şubat'ta Hama'ya vardı. Salâheddîn'in Hıms'a yaklaşması üzerine Franklar, Hıms önünden çekildiler. Kaleyi yaklaşık bir ay kadar sıkı bir kuşatma altında tutan Salâheddîn Receb 570 / 15 Şubat 1175 tarihinde Hıms Kalesi'ni ele geçirdi (İbnü'l-esîr, 1991: XI, 336; İbn Şeddâd, 1897: 70; Zehebî, 1999: 77; Runciman, 2008: II, 339, 341; Şeşen, 2013: 55). Hıms'ı zapt eden Salâheddîn buradan Baalbek'e giderek muhasara altına aldı. Baalbek, Ramazan 570 / 29 Mart 1175 tarihinde aman ile Salâheddîn'e teslim oldu (İbnü'l-esîr, 1991: XI, 336; Şeşen, 2013: 55).

2. 6. Kurûn-ı Hama Savaşı ve Salâheddîn'in İkinci Haleb Kuşatması

Salâheddîn'in Suriye'de giderek güçlenmesine karşı zor durumda kalan Haleb Atabegi el-Melik Salih İsmâîl, Musul hâkimi II. Seyfeddîn Gâzî'den yardım istemek zorunda kaldı. II. Seyfeddîn Gâzî'nin, kardeşi İzzeddîn Mes'ûd idaresinde gönderdiği büyük ordu Haleb askeri gücüyle birleşti. Bu ordunun büyüklüğü karşısında savaşmayı göze alamayan Salâheddîn, Hims, Hama ve Dımaşk'ı geri vermek şartıyla barışmak istediysen de II. Seyfeddîn Gâzî, bu teklifi reddetti (İbnü'l-esîr, 1991: XI, 337; Runciman, 2008: II, 337).

Salâheddîn, anlaşma teklifini ret eden ve Hama'yı kuşatan birleşik Musul ve Haleb ordusu üzerine yürüdü. Bu sırada Mısır'dan istediği yardım da ulaşmış bulunuyordu. Hama'nın kuzeyinde *Kurûn-ı Hama (Hama Boynuzları)*'da 19 Ramazan 570 / 13 Nisan 1175'te yapılan savaşı Salâheddîn kazandı (İbnü'l-esîr, 1991: XI, 337-338; İbn Şeddâd, 1897: 71; İbn Kesîr, 1995: XII, 512; Zehebî, 1999: 77; Merçil, 1991: 223; Şeşen, 2013: 56).

Savaşı kaybeden Musul ve Haleb ordusu Haleb'e sığındı. Burada Salâheddîn tarafından kuşatılan Halebliler, Salâheddîn ile anlaşmak zorunda kaldılar. Anlaşma gereği; her iki taraf ellerindeki yerleri muhafaza edeceklerdi. Salâheddîn varılan anlaşma sonrası Şevval ayının ilk on günü içinde 570 / 25 Nisan - 4 Mayıs 1175 Haleb'den ayrılarak Hama'ya gitti (İbnü'l-esîr, 1991: XI, 336-338; Runciman, 2008: II, 341; Şeşen, 2013: 56).

Salâheddîn Eyyübî, kazandığı başarılar nedeniyle Mısır, Şam ve Yemen'de sultanlığının tasdik edilmesi için Abbasî Halifesi el-Muktedî'den istekte bulundu. Salâheddîn, gerekçe olarak Selçukluların zayıflığını gösterdi. Ortaya çıkan otorite boşluğunu doldurup Bizans ve Sicilya (İbn Havkal, 1992: 113-125) Krallığı'na karşı cihat edeceğini söyledi. Bu durum onun kendisini Selçukluların mirasçısı kabul ettiğini ve onların daha önce gerçekleştirmek istedikleri projeleri devam ettirmek istediğini göstermektedir. Salâheddîn'in isteği, 6 Mayıs 1175'te Halife tarafından kabul gördü (Hitti, 1959: 184). Abbâsî Halifeliği'nden aldığı yetkiyle rakiplerine karşı güçlenen Salâheddîn, Haçlıların da korkulu rüyası haline geldi. Salâheddîn Hama yakınlarındaki Ba'rîn Kalesi'ni muhasara ettikten sonra Ba'rîn Kalesi hâkimi Fahreddîn Mes'ûd b. el-Za'ferânî (25 Nisan- 4 Mayıs 1175)'den âmânla teslim aldı. Salâheddîn, "ülke, hanedanın ortak malıdır" ilkesinden hareketle Ba'rîn Kalesi'ni dayısı Şihâbüddîn Mahmûd'a, Hims'i ise Şîrkûh'un oğlu Nasîrüddîn Muhammed'e iktâ olarak verdi. Salâheddîn, Şevval ayı sonlarında (14- 23 Mayıs 1175) Dımaşk'a döndü (İbnü'l-esîr, 1991: XI, 338; Zehebî, 1999: 77; Şeşen, 2013: 56).

2. 7. Tell-Sultan Savaşı

Kurûn-u Hama Savaşı'ndan sonra gerçekleşen mütareke çok uzun ömürlü olmadı (İbnü'l-esîr, 1991: XI, 337-338). Bundan sonra Sincâr emîri olan kardeşi ile anlaşmaya varan II. Seyfeddîn, Artuklular'dan ve kendisine yakın yerlerden topladığı kuvvetlerle Salâheddîn'in üzerine yürüdü (İbnü'l-esîr, 1991: XI, 343- 344; Şeşen, 1987: 71).

Kış Nisaybin'de geçiren II. Seyfeddîn, buradan Haleb'e hareket etti. Haleb'te el-Melik Salih İsmail'in ordusunun katılmasıyla güçlenen II. Seyfeddîn, Salâheddîn'i oyalayarak zaman kazanmak istedi. Ancak Salâheddîn'e göndermiş olduğu elçi yanlışlıkla II. Seyfeddîn'in Haleblilerle yaptığı anlaşma metnini takdim edince gerçek ortaya çıktı. Salâheddîn bu tehlikeli durumdan kurtulmak için Mısır'a gönderdiği birlikleri tekrar geri çağırdı. Rakiplerini oyalayan Salâheddîn, takviye güç alırmaz Dımaşk'tan Haleb'e doğru hareket etti. İki taraf Hama yakınlarındaki "Tell-Sultan" denilen mevkide karşı karşıya geldi (İbn Şeddâd, 1897: 72-73; Zehebî, 1999: 77). Musul ordu kumandanı Zülfendâr, yorgun ve susuz kalmış Salâheddîn'in ordusuna saldırıp yok etme fırsatı yakaladığı halde kendisine aşırı güveni nedeniyle bunu değerlendiremedi (İbnü'l-Esîr, 1991: XI, 342-343). Ertesi gün 10 Şevval 571/22 Nisan 1176'da Perşembe günü gerçekleşen savaşta Salâheddîn'in ordusu bir kez daha savaşı kazanan taraf oldu (İbn Şeddâd, 1897: 73; Ebü'l-Fidâ, 1325: III, 58; Şeşen, 1987: 71; Gök, 2013: 190-196; Şeşen, 2013: 57).

Tell-Sultan Savaşı'nda yenilen Musul ve Haleb orduları daha önce olduğu gibi yeniden Haleb'e sığındılar. Salâheddîn, Haleb ve Musul arasındaki bağı koparmak için önce stratejik öneme sahip

yerlerden Buzâa, Menbîc ve A'zâz gibi kaleleri aldı (İbn Şeddâd, 1897: 74; İbnü'l-Esîr, 1991: XI, 344; Şeşen, 2013: 56, 58). A'zâz kuşatması sırasında İsmâîlîlerin saldırısına uğrayan Salâheddîn, giydiği zırhı sayesinde yaralı olarak kurtulmayı başardı (İbnü'l-Esîr, 1991: XI, 344-345; İbn Şeddâd, 1897: 74; Şeşen, 2013: 58-59). Kuşatmaya devam eden Salâheddîn, 21 Haziran 1176'da A'zâz kalesini almayı başardı (İbn Şeddâd, 1897: 74-75). Bu yenilgi sonrası fazlasıyla korkuya kapılan II. Seyfeddîn, kardeşi İzzeddîn Mes'ûd'u bir miktar kuvvetle Haleb'de bırakıp Musul'a döndü (İbnü'l-esîr, 1991: XI, 345-346; Gök, 2013: 196-197).

3. EL-MELİK SÂLİH İSMÂÎL'İN ÖLÜMÜ VE HALEB ATABEGLİĞİ'NİN MUSUL ATABEYLİĞİ'NE BAĞLANMASI

Haleb Atabegi Melik Salih İsmâîl, yakalandığı hastalık nedeniyle 25 Recep 577 / 4 Aralık 1181'de yaklaşık on dokuz yaşında öldü (İbnü'l-Esîr, 1963: 181-182; İbn Şeddâd, 1897: 79; İbn Vâsıl, 1953-1960: II, 106; Demirkent, 1997: 129).

Melik Salih İsmail'in vasiyeti gereği Haleb, II. Seyfeddîn'in ölümünden sonra Musul Atabegi olan İzzeddîn Mes'ûd b. Mevdûd'a teslim edildi (İbn Şeddâd, 1897: 79). Melik Salih İsmail'in Haleb'i İzzeddîn Mes'ûd'a vermesinin nedeni onun Fırat Nehri'nden Hemedan'a kadar olan yerlere hâkim olması ve Salâheddîn'e karşı koyabilecek güce sahip olduğuna inanmasındandı (İbnü'l-Adîm, 1997: 379; İbnü'l-Esîr, 1991: XI, 377; İbnü'l-Esîr, 1963: 182).

Melik Salih İsmail ölünce İzzeddîn Mes'ud b. Mevdûd yanında Mücâhid ed-Dîn Kaymaz olduğu halde yola çıktı. Bire'de kendisine katılan Haleb emîrleri ile birlikte 20 Şaban 577/ 29 Aralık 1181 tarihinde Haleb'e giriş yaptı (İbnü'l-Adîm, 1997: 379-381; İbn Şeddâd, 1897: 80). Bu sırada Salâheddîn Mısır'da bulunuyordu. Salâheddîn'in Menbic'de bulunan yeğeni Takiyuddîn Ömer, İzzeddîn Mes'ud'un karşısına çıkmaktan korkup Hama'ya kaçtı. Bu durumdan cesaret alan Haleb ordusu İzzeddîn Mes'ud'dan Dimaşk ve diğer Suriye şehirlerini almasını istediler. İzzeddîn Mes'ûd: "*Onlarla aramızda bir anlaşma var. Bu anlaşmaya aykırı davranmam*" diyerek bu teklifi reddetti (İbnü'l-Esîr, 1963: 182). Salâheddîn'in Dimaşk'taki nâibi Ferruhsâh ise bu sırada Renaud de Chatillon üzerine yürüdüğünden müdahale edebilecek durumda değildi (Şeşen, 2013: 73).

İzzeddîn Mes'ûd'un Haleb'i alması karşısında Salâheddîn'in duyduğu üzüntü ve endişeyi şu sözlerle ifade ettiğini aktarmışlardır: "*Haleb'i elimizden kaçırdık. Orayı ele geçirme arzumuz boşa çıktı.*" (Ebü'l-Fidâ, 1325: III, 63; İbnü'l-Esîr, 1991: XI, 377; İbnü'l-Adîm, 1997: 381-382; İbn Şeddâd, 1897: 81).

4. SONUÇ VE TARTIŞMA

Salâheddîn Eyyûbî ile bağlı olduğu Haleb Zengî Atabegliği arasındaki ilişkilerin gerginleşmesinin başlangıcı Nüreddîn Mahmûd'un son dönemlerine rastlar. Nüreddîn Mahmûd'un Haçlılar üzerine gerçekleştirmeyi planladığı bazı seferlere Salâheddîn'in çeşitli sebeplerle katılmadığı kaynaklarca ifade edilmiştir. Nüreddîn Mahmûd ölmeden önce Salâheddîn Eyyûbî'yi te'dip etmek amacıyla Mısır üzerine bir sefere çıkma hazırlığındaydı. Ancak Nüreddîn Mahmûd'un beklenmedik ölümü buna mani olmuştur. Böylece bu önemli tehlikeyi atlatan Salâheddîn Eyyûbî, Haleb Zengî Atabegliği'nin başına geçen küçük yaştaki Melik Salih İsmail'in dönemindeki karışıklıklardan yararlanarak Zengîlerin hâkimiyetindeki topraklara egemen olma fırsatını yakalamıştır.

Salâheddîn'e karşı Musul Atabeyliği, Melik Salih İsmail'in idaresindeki Haleb'in yardımına koşmuş ise de Salâheddîn bu birleşik ordulara karşı *Kurûn-ı Hama ve Tell-Sultan Savaşları*'nda üstün gelmiştir. Melik Salih İsmâîl'in ölümü ile vasiyeti gereği Haleb Atabeyliği, Musul Atabeyliği'ne bağlanmıştır. Bu durum Salâheddîn'in Haleb'i aldığı 1183 yılına kadar devam etmiştir.

Haleb Atabeyliği ve Salâheddîn arasındaki mücadele esnasında dikkati çeken en önemli hususlardan birisi Salâheddîn'in hemen her fırsatta el-Melik Salih İsmail'e bağlılığını da ifade etmekten kaçınmamış olmasıdır. Gelişmeler, Salâheddîn Eyyûbî'nin siyaseten başvurduğu bu taktik sayesinde, rakibi olan diğer emîr ve kumandanları saf dışı bıraktığını göstermiştir.

KAYNAKLAR

- DEMİRKENT, I. (1997). *Haçlı Seferleri*. İstanbul: Dünya Yay.
- DURANT, W. (t.y.). *İslam Medeniyeti*. Terc. Orhan Bahaeddin, Tercüman 1001 Temel Eser, 29, Kervan Kitapçılık.
- EBÜ'L-FİDÂ, (H.1325). *Kitâbü'l-Muhtasar fî Ahbârî'l-Beşer*. Mısır: Matbaatı'l-Hüseyniyye.
- GÖK, H. İ. (2013). *Musul Atabegliği; Zengîler (Musul Kolu: 1146-1233)*, Ankara: TTK.
- İŞİK, A. (2018). *Zengî Atabegliği; Haleb Kolu (1146-1181)*. Doktora Tezi. Hatay: Mustafa Kemal Üniversitesi.
- İBN KESİR, (1995). *El-Bidâye ve'n-Nihâye, Mektebetü'l-Ma'ârif, Beyrut (t.y.); Büyük İslâm Tarihi*, Trkç. trc. Mehmet Keskin, I-XIV, İstanbul: Çağrı Yay.
- İBN ŞEDDÂD, Behâ ed-Dîn. (1897). *The Life of Saladin, Saladin; or What Befell Sultan Yûsuf (Salâh ad-Dîn: 1137-1193)*. London.
- İBN VÂSİL, (1953-1960/1972-1977). *Müferricü'l- Kürûb fî Ahbâr-i Ben-i Eyyûb (I-III. Ciltlerin tahkiki: Cemâleddîn eş-Şeyyâl), Kahire, (IV ve V. Ciltlerin tahkiki: Hasaneyn Muhammed er- Rabie), Kahire.*
- İBNÜ'L- ADÎM, Kemâleddîn Ömer b. Ahmed b. Ebî Cerâde (1997). *Zübdetü'l- Haleb min Târîh-i Haleb*. Nşr ve Thk: Süheyl Zekkar, I. Baskı, C. II, Dımaşk: Dar el-Kitâb el-Arabiyye.
- MERÇİL, E. (1991). *İlk Müslüman Türk Devletleri*, Ankara: TTK.
- İBNÜ'L-ESİR (1963). *El-Târîhu'l-Bâhir fî'd-Devlet el- Atâbekiyye bi'l-Mavsil*, nşr. Abdulkadir Ahmed Tilimât. Kahire.
- İBNÜ'L-ESİR, (1991). *El-Kâmil fî't-Târîh*, X-XI, Çev. Abdulkarim Özaydın. İslâm Tarihi, İstanbul: Bahar Yay.
- RUNCIMAN, S. (2008). *Haçlı Seferleri Tarihi II*, 3. Baskı, Çev. Fikret Işıltan. Ankara: TTK.
- ŞEŞEN, R. (1987). *Salâheddîn Eyyûbi ve Devlet*, İstanbul: Çağ Yay.
- ŞEŞEN, R. (2013). *Kudüs Fatihî Selâhaddin Eyyûbî*. I. Baskı, İstanbul: Yeditepe Yayınevi.
- ZEHEBÎ, Şemsü'd-Dîn Ebû Abdullâh Muhammed b. Ahmed b. Osman (1999). *Düvelü'l-İslâm*. C.II, Thk. Hasan İsmâil Merve, Beyrut: Dar-ı Sadr.

BÜROKRASİNİN DENETİMİNDE KAMU DENETÇİLİĞİ KURUMUNUN ETKİSİ**Doç. Dr. Tahsin GÜLER**Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü,
gulert1043@gmail.com**Özet**

Bürokrasi, binlerce yıllık geçmişi ve yerine getirdiği işlevler ile yönetsel yapıların vazgeçilmez aktörüdür. Devletin işlerliğini sağlayan, vatandaşlarına mal ve hizmet sunumunda görev alan bürokrasi, kamu politikalarının oluşturulmasında siyasetçileri önemli ölçüde etkileme potansiyeline sahiptir. Türkiye’de bürokrasi, zaman zaman, hizmet aygıtı olan asli pozisyonunun dışına çıkarak kendisini karar vericiler arasında konumlandırmaya çalışmıştır. Dolayısıyla yönetim literatüründe konumu öteden beri tartışılan bürokrasinin her şeyden önce iyi işleyen bir hizmet aygıtı olma sorumluluğu bulunmaktadır. Türkiye’de 2000’li yıllardan sonra, bürokrasinin etkinliğini, işlerliğini ve verimliliğini artırmaya yönelik önemli çalışmalar yapılmıştır. Bu çalışmaların temel felsefesi geleneksel kamu yönetimi anlayışında yalnızca siyasetçilerin denetiminde olan bürokrasinin halkın/vatandaşın denetimine de açılması üzerine oluşturulmuştur. Vatandaşların kamu kurum ve kuruluşlarından memnuniyetsizliklerinde haklarını arayabilecekleri kurumların birisi de Kamu Denetçiliği Kurumudur. Çalışmada, Kamu Denetçiliği Kurumu’nun işleyişi ve aldığı kararlarla; daha etkin, vatandaşın memnuniyetini daha fazla gözeten bir kurum olma yolunda bürokrasi üzerinde bir denetim ve baskı unsuru olma işlevi gördüğü değerlendirilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kamu Denetçiliği Kurumu, Bürokrasi, Denetim**IMPACT OF THE OMBUDSMAN INSTITUTION IN THE CONTROL OF BUREAUCRACY****Abstract**

Bureaucracy is an indispensable actor of administrative structures with its thousands of years of history and its functions. The bureaucracy, which ensures the functioning of the state and takes part in the provision of goods and services to its citizens, has the potential to significantly influence politicians in the formulation of public policies. bureaucracy in Turkey, from time to time, goes beyond the essential services position that the device has tried to position itself among decision makers. Therefore, the bureaucracy, whose position has been discussed in the management literature for a long time, has the responsibility of being a well-functioning service device. After the year 2000 in Turkey, the effectiveness of the bureaucracy, significant efforts have been made to improve the operability and efficiency. The basic philosophy of these studies is based on the opening of the bureaucracy, which is under the control of politicians only, under the control of the people / citizens in the traditional public administration approach. The Ombudsman Institution is one of the institutions where citizens can seek their rights without judicial dissatisfaction with public institutions and organizations. In this study, the functioning and decisions of the Ombudsman Institution; It is considered to serve as an element of control and pressure on the bureaucracy in order to become a more effective institution that respects the satisfaction of the citizens.

Keywords: Ombudsman Institution, Bureaucracy, Control**1. GİRİŞ**

Kamu bürokrasileri modern devletin ortaya çıkışından bu yana geçen sürede önemli ölçüde büyümüştür. Bürokraside olağanüstü olarak nitelendirilebilecek bu büyümeye; devletlerin ticaret ve vergiler yoluyla zenginleşerek büyümesini savunan merkantil gelenek, devlet işlerinin bu konuda yetiştirilmiş uzman memur ve yöneticilerce görülmesini amaçlayan Kameralizm ve 20. yüzyılın kamu hizmeti çağı olmasını sağlayan Keynezyen ekonomi politikaları başta olmak üzere pek çok unsurun katkıda bulunduğu söylenebilir.

Uzunca bir süre yönetim paradigmasında egemenliğini sürdürmüş olan geleneksel kamu yönetimi anlayışının dayandığı örgüt yapısı olan bürokratik örgütlenme modeli, bu süreçte devletin, vatandaşlarına, ihtiyaç duyduğu mal ve hizmetlerin sunumunda görev alan, bir anlamda soyut olan devlet kavramının somutlaştırılmasında ve işler hale gelmesinde payı olan en önemli aktör olmuştur. Diğer taraftan bürokrasi, süreklilik ve uzmanlık yeteneğiyle kamu politikalarının oluşturulmasında siyasetçileri önemli ölçüde etkileme potansiyeline sahiptir. Asli görevi kamu hizmetlerini sunmak ve kesintiye uğramasını önleyerek devletin sürekliliğini sağlamak olan bürokrasi bu özelliği ile her kim iktidara gelirse gelsin yakından çalışmak zorunda olduğu bir yapı özelliğini taşımaktadır.

20. yüzyılın son çeyreğine girerken, geleneksel kamu yönetimi ve dayandığı bürokratik yapıların devleti aşırı büyütürken onu, hantal, verimsiz ve sürdürülemez hale getirdiği gerekçesiyle kıyasıya sorgulandığı görülmektedir. Bu süreçte yeni kamu yönetimi anlayışı olarak gelişen yeni dönemde bürokratik yapıların küçültülmesi ve bürokrasilerin güç kaybetmesine yönelik yoğun çabalar göze çarpmaktadır. Bu çabaların önemli bir sonucu bireyin ve toplumun devlet ve bürokrasi karşısında güçlendirilerek sorgulayıcı/denetleyici kapasitelerinin artırılması olmuştur. Batıda yaşanan bu değişim Türkiye’de özellikle 2000’li yıllardan itibaren etkilerini göstermeye başlamış, geçmişten bu yana zaman zaman, hizmet aygıtı olan asli pozisyonunun dışına çıkarak kendisini karar vericiler arasında konumlandırmaya çalışan bürokrasinin aşkınlığı frenlenerek kontrol altına alınmıştır.

Bürokrasi üzerinde kontrolün sağlanarak daha etkin ve verimli şekilde işleyişini sağlama sürecinde özellikle bürokrasi üzerinde birey/vatandaş denetiminin sağlanması ve güçlendirilmesi yönteminin etkin bir biçimde kullanıldığı görülmektedir. Bu bağlamda Bilgi Edinme Kanunu kabul edilerek bireylerin bilgi alma hakkını yasal zemine oturtulmuş, vatandaşların bilgi, talep, istek, öneri ve şikayetlerinin alınmasını sağlayan CİMER uygulaması hayata geçirilmiş ve hak arama kültürünün yaygınlaştırılarak iyi yönetimin gerçekleştirilmesi için Kamu Denetçiliği Kurumu (ombudsman) kurulmuştur. Çalışmada Kamu Denetçiliği Kurumunun faaliyetleri incelenerek, aldığı kararlar daha iyi yönetimin gerçekleştirilmesinde bürokrasinin denetlenmesindeki rolü/etkisi değerlendirilmektedir.

2. BÜROKRASI VE DENETİMİ

Bürokrasi kavramı, örgütsel bir yapı olarak uygarlık tarihinin belirli bir aşamasında ortaya çıkmasına rağmen günümüz bürokrasilerinin şekillenmesinin daha çok modern devletin ortaya çıkışıyla başladığı kabul edilir. Nitekim bürokratik yapının ilk örneğinin ortaya çıktığı Eski Mısır’dan başka Çin, Antik Roma (Tortop ve diğ. 2007: 346) ve Türklerde bürokratik yapıların birkaç bin yıl önce var olduğu görülmektedir.³

Marksist Kuram, Liberal ve Neo-Liberal Kuram gibi bürokrasi kuramlarının son birkaç yüzyıla tarihlendiği süreçte bürokrasinin anlamı da çeşitlenmiş hatta bu süreçte, nefret edilen bir hastalıktan-ideal örgütlenme tipi olmaya kadar bürokrasiye atfedilen değerlerin son derece volatil olduğu görülmüştür.⁴ Günümüzde bürokrasinin genel itibarıyla:

- ✓ Rasyonel Bir Örgütlenme Şekli
- ✓ Verimsizlik, Kırtasiyecilik ve Kötü Yönetim
- ✓ Kamu Yönetimi
- ✓ Memurlar Tarafından Yönetim
- ✓ Büyük Yapılı Örgütler ve Modern Toplum
- ✓ Yönetimsel Otokrasi

³ Şahin, Çin kaynaklarının, çalışma şekilleri ve faaliyetleri net olarak aydınlatılamamış olmakla birlikte Göktürklerde, merkezde görev yapan yirmi dokuz ayrı memur sınıfından bahsettiğini belirtir (Şahin, 2005: 151). Diğer yandan Türk yönetim tarihinin önemli eserlerinden olan Kutadgu Bilig’de (1069), ilçi (elçi), tamgaçı (damgacı), mühürdar, yazman, kâtip), buyruk (rehber), bitigçi (katip, muhasebeci), savcı (haberci) ve tılmaç (tercüman) gibi bürokratik meslek ve unvan adlara yer verildiği görülmektedir (Güneş, 2016: 1534-1537).

⁴ Marx, “*The Eighteenth Brumaire of Louis Bonaparte*” adlı eserinde 19. Yüzyıl Fransa’sının bürokrasisini Fransız toplumunun gövdesini ağ gibi saran bir hastalık olarak görürken (Marx ve Engels, 2011: 348) Liberal Bürokrasi Kuramının önde gelen ismi Alman sosyolog ve düşünür Weber ise bürokrasiyi evrensel bir örgüt biçimi olarak görür.

anlamalarının sıkça kullanıldığı görülmektedir (Eryılmaz, 2008: 7-20; Tortop ve diğ. 2007: 343-344; Aydın, 2018: 110). Bu anlamlar içerisinde bir yönetsel aygıt olarak bürokrasi; yasalara dayalı olarak kamu gücünü kullanan ve yasama erkinin koyduğu kurallar ya da onlara dayanarak kendisinin koyduğu ikincil kurallar içinde toplumsal yaşamın bazı kesimlerini düzenleyen, yönlendiren ve denetleyen formel bir örgütü tanımlamaktadır (Bozkurt, 2008: 43).

20. yüzyılın geleneksel yönetim anlayışıyla tüm dünyada kamu bürokrasileri devasa büyüklüklere ulaşmıştır. Bu süreçte kamu bürokrasileri sahip oldukları bilgi ve uzmanlık, hızlı karar alabilme, daimi statü ve kurum ideolojisi (Eryılmaz, 2008: 97-99) gibi güç kaynaklarıyla siyaset kurumunu önemli ölçüde etkileme potansiyeline sahip olmuşlardır. Ancak 1970'lerden sonra geleneksel yönetim anlayışının ciddi şekilde sorgulanmaya başlanması kamu yönetiminde paradigma değişikliğine yol açmış ve yeni kamu yönetimi yaklaşımının hakimiyetini getirmiştir. Söz konusu yeni yaklaşımın bürokrasiye olan en önemli etkisi Weber'in katı, merkezîyetçi ve hiyerarşik bürokrasi modelinin esnek, adem-i merkezîyetçi ve yumuşak hiyerarşiyi içeren, küçülen bir bürokrasiye dönüşümünü zorunlu kılmış olmasıdır. Diğer taraftan bürokrasinin bu dönüşümünde gücünün azaltılması, yeniden asli işi olan kamu hizmeti aygıtı pozisyonuna çekilmesi süreci bürokrasi üzerindeki denetimin artırılması ve çeşitlendirilmesini gerektirmiş, bu bağlamda yeni denetim aktörü olarak birey ve sivil toplum öne çıkarılmıştır.

Türkiye özelinde özellikle 2000'li yıllardan itibaren kamu yönetiminin değişim ve dönüşümünü esas alan yoğun reform gündemi hemen her alanda temel hak ve hürriyetlerin geliştirilmesini içeren demokratikleşme reformlarıyla desteklenerek güçlü, haklarını bilen, bilinçli bir toplumun oluşturulmasına imkan sağlamıştır. Bu dönemde liberal politikalar ve teknolojik gelişmelerin etkisiyle küçülme sürecine giren kamu bürokrasisi değişen mevzuat ve oluşturulan hak arama mekanizmalarıyla vatandaş denetimi baskısını eskisinden çok daha fazla hissetmiştir.

Kamu bürokrasisini denetleme yolları *yönetim içi (idari) denetim* ve *yönetim dışı denetim* olarak ikiye ayrılabilir.

İdari denetim yolları literatürde genellikle hiyerarşik denetim ve idari teftiş olarak belirtilir. Ancak vesayet denetimi ve 5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu ile getirilen iç denetim mekanizması da iç denetim yolları olarak değerlendirilmektedir.

Yönetim dışı denetim, yönetim dışındaki bir veya birden çok otorite tarafından yapılan denetimi anlatmaktadır. Buna göre siyasi denetim, yargı denetimi, kamuoyu ve baskı gruplarının denetimi dış denetim yolu sayılmaktadır. Gerçek ve tüzel kişilerin şikayeti üzerine devreye giren Ombudsman denetimi de “yargı denetimi” benzeri bir denetim olup yönetim dışı denetim kapsamında değerlendirilmektedir (Aydın, 2018: 104-105). Söz konusu denetim mekanizmaları arasında Kamu Denetçiliği Kurumu, Batı'daki örneklerine göre geç bir tarihte kurulmuş olmasına rağmen son derece önemli bir işleve sahiptir.

3. TÜRKİYE'DE KAMU DENETÇİLİĞİ KURUMU (OMBUDSMAN)

Kökenini İsveççeden alan (*ombud*) Ombudsman sözcüğü bu dilde temsilci ya da görevli anlamına gelmektedir. Yönetimi yargı dışında denetleyen fakat yönetime bağlı olmayan bu kurumun kökeni 1709'da Ruslara yenilerek Osmanlıya sığınan İsveç kralı XII. Charles'ın ülkesinde kamu işlerinin sürekliliğini sağlamak üzere bir büro kurdurmasına dayanmaktadır. 1800'lü yılların başlarında İsveç'te başarıyla uygulanmasının ardından diğer İskandinav ülkelerine de yayılmıştır (Sezen, 2008: 185). Ombudsmanlık kurumu 1960'lardan itibaren dünya ülkeleri arasında hızlı bir yayılma göstermiştir (Robertson. 1998: 114). Ombudsmanın statüsü, yetki ve görevleri ülkeden ülkeye değişmekte olup söz konusu kurum, İngiltere'de “parlamento komiseri” (Parliamentary Commissioner of Administration), Fransa'da “arabulucu” (Mediateur) olarak adlandırılmaktadır (Eryılmaz, 2008: 198).

Ombudsman kamu yönetiminin faaliyetlerini izlemekte, bu faaliyetlerle ilgili vatandaşların şikayetlerini tarafsızlık bir şekilde değerlendirmektedir. Ombudsmanın temel işlevi kamu yönetiminin hesap verebilirliğini artırmak ve yönetimin performansını geliştirmektir. Yönetimin şeffaflığını artıran

bir mekanizma olan ombudsman bu yolla iyi yönetimin gerçekleştirilmesine yardımcı olmaktadır (Reif, 2004: 1-2). Diğer yandan ombudsmanlık kurumunun şeffaflık, dürüstlük, hesap verebilirlik ilkelerinin kamu yönetiminde yerleşmesini sağlayarak vatandaşların bilgi alma haklarını kullanarak politika karar ve işleyiş süreçlerini etkileyebilmesini ifade eden açık devlet ilkesini gerçekleştirmede önemli bir işlevi yerine getirdiği görülmektedir (Taraktaş, 2019: 176-177).

Türkiye’de Ombudsman karşılığı olarak “kamu denetçisi” ifadesi kullanılmakta olup ülkemizde Kamu Denetçiliği Kurumu, Batılı ülkelere göre geç denebilecek bir tarihte kurulmuştur. Kuruluşundan çok daha önce 7. (1996-2000) ve 8. Kalkınma Planlarında (2001-2005) “Kamu Hizmetlerinde Etkinliğin Artırılması Projesi” çerçevesinde; Kamu yönetimi-vatandaş ilişkilerinde karşılaşılan uyuşmazlıkların etkin ve hızlı bir şekilde çözümü amacıyla, halkın şikayetleriyle ilgili konularda, yönetimi denetleyen ancak yönetime bağlı olmayan bir Kamu Denetçisi sistemi kurulması öngörülmüş ancak uzun yıllar boyunca kuruluş gerçekleşmemiştir.

2012 yılında 6328 sayılı Kanunla, TBMM’ye bağlı kamu tüzel kişiliğine haiz ve özel bütçeye sahip olarak kurulan ve amacı; kamu hizmetlerinin işleyişinde bağımsız ve etkin bir şikâyet mekanizması oluşturmak suretiyle, idarenin her türlü eylem ve işlemleri ile tutum ve davranışlarını; insan haklarına dayalı adalet anlayışı içinde, hukuka ve hakkaniyete uygunluk yönlerinden incelemek, araştırmak ve önerilerde bulunmak olarak belirlenen Kamu Denetçiliği Kurumu, 29 Mart 2013 tarihinden itibaren şikâyet başvurularını almaya başlamıştır.

Yasama yetkisinin kullanılması, yargı yetkisinin kullanılması ve Türk Silahlı Kuvvetlerinin askeri faaliyetleri dışında idarenin eylem ve işlemleri ile tutum ve davranışı sonucu hak ve özgürlükleri ya da çıkarları ihlal edilen gerçek ve tüzel kişiler başvuru yapabilmektedir. Ayrıca yabancı uyruklularında başvuruları kabul edilmektedir. İnsan hakları, temel hak ve özgürlükler, kadın hakları, çocuk hakları ve kamuyu ilgilendiren genel konularda hak ve menfaatin ihlal edilme şartı aranmaksızın tüm gerçek ve tüzel kişiler de başvuruda bulunabilmektedirler. Şikâyet kanalları elden evrak verme, posta, e-posta, faks, elektronik başvuru sistemi ve e-devlet olmak üzere geniş bir yelpazede oluşturulmuştur (ombudsman.gov.tr).

Başdenetçi ve denetçilerin görev süreleri dört yıldır. Hiçbir organ, makam, merci veya kişi, Başdenetçiye ve denetçilere görevleriyle ilgili olarak emir ve talimat veremez, genelge gönderemez, tavsiye ve telkinde bulunamaz.

Başdenetçi ve denetçiler, görevlerini yerine getirirken tarafsızlık ilkesine uygun davranmak zorundadır. Görevlerine başlarken Başdenetçi Genel Kurulda, denetçiler ise Komisyonunda aşağıdaki şekilde andiçerler:

“Görevimi tam bir tarafsızlık, dürüstlük, hakkaniyet ve adalet anlayışı içinde yerine getireceğime, namusum ve şerefim üzerine andiçerim.”

Kurum kendisine yapılan şikâyet başvuruları hakkında aşağıda belirtilen başlıklarda karar almaktadır.

- ✓ Başvurunun Geçersiz Sayılması
- ✓ Birleştirme Kararı
- ✓ Gönderme Kararı
- ✓ İncelenemezlik Kararı
- ✓ Dostane Çözüm Kararı
- ✓ Karar Verilmesine Yer Olmadığına Dair Karar
- ✓ Ret Kararı
- ✓ Kısmen Tavsiye Kısmen Ret Kararı
- ✓ Tavsiye Kararı

Tablo 1. Kamu Denetçiliği Kurumu Karar Sayıları ve Türleri 2013-2018

Karar Türleri	YIL		YIL	
	2013	%	2018	%
Gönderme Kararı	2155	37	4812	30,9
İncelenemezlik Kararı	2240	35	6517	41,85
Birleştirme Kararı	522	7,1	2118	12,3
Ayırma Kararı			24	0,15
Dostane Çözüm Kararı			1916	12,3
Başvurunun Geçersiz Sayılması	329	5,9	187	1,2
Karar Verilmesine Yer Olmadığına İlişkin Karar	307	5,3	433	2,78
Tavsiye Kararı	64	1	677	4,35
Ret Kararı	37	0,6	662	4,25
Kısmen Tavsiye Kısmen Ret Kararı	11	0,2	269	1,73
Toplam	6097		17615	

Kaynak: Kamu Denetçiliği Kurumunun 2013 ve 2018 yılı faaliyet raporlarından yararlanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

Kurumun 2018 yılında aldığı kararlar değerlendirildiğinde Tablo 1’de görüleceği üzere 2018 yılında Kuruma yapılan toplam 17.615 şikâyet başvurusunun 6517’si (%41.85) hakkında “İncelenemezlik Kararı” verilmiştir. İncelenemezlik Kararı; şikâyet başvurusunda zorunlu olarak bulunması gereken kısımlar olmayan, ombudsmanın görev alanı dışında olan, yargıda olan veya yargının sonuçlandırdığı bir uyuşmazlıkta olan ve daha önce sonuçlandırılan başvurular için verilmektedir.

Sonuçlandırılan başvuruların 4812’si (%30.9) hakkında ise “Gönderme Kararı” verilmiştir. Gönderme kararı, Kurum Kanununda, Kuruma başvuruda bulunulabilmesi için gerekli olan 2577 sayılı İdari Yargılama Usulü Kanununda öngörülen idari başvuru yolları ile özel kanunlarda yer alan zorunlu idari başvuru yollarının tüketilmesi şartının sağlanmaması nedeniyle başvurunun ilgili kuruma gönderilmesidir.

Sonuçlandırılan başvuruların 187’si (%1.2) hakkında “Başvurunun Geçersiz Sayılması” kararı verilmiştir. Kuruma başvurular e-posta ve faks ile de yapılabilen ancak başvuranın dilekçe aslını 15 gün içinde kuruma göndermesi gerekmektedir. Aslı gönderilmeyen başvurular da geçersiz sayılmaktadır.

Sonuçlandırılan başvuruların 433’si (%2.78) hakkında “Karar Verilmesine Yer Olmadığına İlişkin Karar” verilmiştir. Söz konusu karar şikâyetçinin başvurusundan vazgeçmesi, şikâyetçi gerçek kişi ise ölümü veya tüzel kişi ise tüzel kişiliğinin sona ermesi, şikâyet konusu talebin ilgili idare tarafından yerine getirilmesi, inceleme ve araştırma devam ederken şikâyet konusu hakkında dava açılması durumlarında verilmektedir (ombudsman.gov.tr).

Yapılan inceleme ve araştırma sonucunda şikâyetin yerinde olduğu kanaatine varılarak başvuruların 677’si (%4.35) hakkında “tavsiye kararı” verilmiştir. Şikâyet başvurularının 662’si (%4.25) hakkında “Ret Kararı”, 269’u (%1.73) hakkında ise “Kısmen Tavsiye Kısmen Ret Kararı” verilmiştir.

Tablodan da görüleceği gibi Kuruma yapılan başvuruların yaklaşık %73’ü incelenemez ve başvuru yolları tüketilmediği için ilgili kuruma yönlendirilen/gönderilen kararlardan oluşmaktadır. Bunun yanı sıra “tavsiye”, “ret” veya “kısmen tavsiye kısmen ret” kararı verilen başvuruların toplam oranı ise %10.33 olarak gerçekleşmiş olup bu oranın 2013 yılında %1,8 olduğu göz önüne alındığında %574 artış kaydettiği görülmektedir.

Tablo 2. Kamu Denetçiliği Kurumuna Yapılan Başvuruların Sınıflandırması

Başvuru şekli	2017	2017 Yüzde %	2018	2018 Yüzde %	Değişim Oranı %
Kamu personel rejimi	4803	28,04%	4705	26,76%	-2,04%
Çalışma ve sosyal güvenlik	1953	11,40%	4319	24,56%	121,15%
Eğitim-öğretim, gençlik ve spor	4480	26,15%	2079	11,82%	-53,59%
Adalet, milli savunma ve güvenlik	1126	6,57%	1202	6,84%	6,75%
Mahalli idarelerce yürütülen hizmetler	926	5,41%	1122	6,38%	21,17%
Çocuk hakları	245	1,43%	786	4,47%	220,82%
Ekonomi, maliye ve vergi	707	4,13%	587	3,34%	-16,97%
Orman, su, çevre ve şehircilik	568	3,32%	427	2,43%	-24,82%
Mülkiyet hakkı	340	1,98%	364	2,07%	7,06%
İnsan hakları	353	2,06%	331	1,88%	-6,23%
Sağlık	285	1,66%	313	1,78%	9,82%
Ulaştırma, basın ve iletişim	457	2,67%	301	1,71%	-34,14%
Enerji, sanayi, gümrük ve ticaret	222	1,30%	274	1,56%	23,42%
Nüfus, vatandaşlık, mülteci ve sığınmacı hakları	99	0,58%	208	1,18%	110,10%
Diğer konu ve alanlar	131	0,76%	117	0,67%	-10,69%
Engelli hakları	130	0,76%	117	0,67%	-10,00%
Sosyal hizmetler	78	0,46%	106	0,60%	35,90%
Gıda, tarım ve hayvancılık	68	0,40%	78	0,44%	14,71%
Ailenin korunması	78	0,46%	59	0,34%	-24,36%
Bilim, sanat, kültür ve turizm	56	0,33%	59	0,34%	5,36%
Kadın hakları	26	0,15%	31	0,18%	19,23%
TOPLAM	17.131		17.585		%2,65

Kaynak: Kamu Denetçiliği Kurumu 2018 yılı Faaliyet Raporu

Tablo 2’de görüleceği üzere şikayet başvuruları çok çeşitli ve farklı konularda yapılmakta, bu bakımdan kurumun, kamu yönetiminin her alanına dokunacak kapsamda çalışmalar yaptığı anlaşılmaktadır. Diğer yandan başvuruların %65’lik kısmının kamu personel rejimi, çalışma ve sosyal güvenlik ile eğitim- öğretim, gençlik ve spor konularında yoğunlaştığı görülmektedir.

4. KURUMUN TAVSİYE KARARLARI

Kamu Denetçiliği Kurumunun kararları tavsiye niteliğindedir. Kurumun, tavsiye kararına uymayan ilgili idare üzerinde herhangi bir yaptırım uygulaması söz konusu değildir. Bu durum kurum yetkilileri tarafından zaman zaman bir eksiklik olarak dile getirilmekte, denetimin etkinliğini artırmak için bir yaptırım düzenlemesine ihtiyaç olduğu ifade edilmektedir. Benzer bir husus kurumun şikayet edilen idareden bilgi ve belge istemesinde de yaşanmaktadır. Nitekim ilgili idarenin kendisinden istenen bilgi ve belgeyi 30 gün içinde göndermesi gerekirken kurumun buna uymayan idare üzerinde bir yaptırımı öngörülmemiştir.

Kamu Denetçiliği Kurumu her ne kadar somut yaptırımlar konusunda mevzuatta yeterince desteklenmemişse de aldığı tavsiye kararlarının yazılı ve görsel medyada sıklıkla yer bulması, kamuoyunda çokça tartışılması önemlidir. Kurumun faaliyetlerinin ve aldığı kararların medyada yer alması kurumun görünürlüğüne ve saygınlığına katkıda bulunmaktadır. Bu konuda son zamanlarda kamuoyunda ses getiren iki örnek tavsiye kararına aşağıda değinilmiştir.

✓ *Çocuğun İcra Yoluyla Teslimi: (Tavsiye Kararı)*

Çocuk tesliminin icra sisteminden çıkarılması, çocuğun birlikte yaşamayacağı ebeveyni ile sürekli ve düzenli bir ilişki kurabileceği “aile buluşma noktaları/çocuk teslim merkezleri” benzeri birimlerin ihdas edilmesi için yürütülen mevzuat çalışmalarının ivedilikle tamamlanması noktasında Adalet Bakanlığı’na yönelik tavsiye kararına bakanlık duyarsız

kalmamış, Adalet Bakanlığı 2019 yılında hazırladığı Yargı Reformu Strateji Belgesinde bu konuya yer vermiş, Belgede yer alan düzenlemelerin paketler halinde TBMM’de kanunlaşması öngörülmüş ve sözü edilen yargı reformunun ilk paketi Ekim-2019 da TBMM’de kabul edilmiştir. “Çocuğun Tesliminin İcra Yolundan Çıkarılmasına” ilişkin düzenlemenin ikinci yada üçüncü pakette yasalaşması beklenmektedir.

✓ **ÖSYM Sınav Ücretleri Kararı: (Tavsiye Kararı)**

KDK, ÖSYM’nin başvuru ücretlerinin yüksekliğine ilişkin yapılan çok sayıda başvuruya ilişkin aldığı tavsiye kararında ÖSYM’nin, başvuru ücretleri sayesinde iş ve işlemlerini kaliteli yaptığını belirttiği savunmasına rağmen, henüz işsiz olan gençler ve öğrencilerin sınav başvuru ücretlerinde indirim yapılmasının hakkaniyetli olacağını, sınav başvuru ücretlerinin makul bir düzeye çekilmesini, sosyal devlet ilkesinin bir gereği olarak da işsiz gençlere ve öğrencilere başvuru ücretlerinde indirim tanıyacak bir düzenleme yapılmasını talep etti.

Bu kararlar dışında büyük kitleleri ilgilendirmesi bakımından kurumun ilgili idareyle görüşmesiyle dostane çözüm yolunun bulunduğu,

- ✓ Atatürk Üniversitesi öğrencilerine bütünleme sınavı haklarının geri verilmesi
 - ✓ LYS başvuru süresinin uzatılması
 - ✓ Diplomalardaki "uzaktan eğitim" ibaresinin kaldırılması
 - ✓ KPSS başvuru süresinin uzatılması
 - ✓ Astım hastası olan ve astım ilacı ile sınava giren öğrencinin sınavının geçerli kabul edilmesinin sağlanması
 - ✓ Şiddete uğrayan kadının kimlik bilgileri ile diğer bilgilerinin değiştirilmesinin sağlanması
- gibi dikkat çekici çözüm örnekleri bulunmaktadır (trthaber.com, 2018).

Türkiye Büyük Millet Meclisi adına denetim yapan Kamu Denetçiliği Kurumunun ilgili idareleri tavsiye kararlarına uymaya zorlayan bir diğer mekanizması da kararlara uymayan veya talep edilen bilgi ve belgeleri göndermeyen idarelerin üst yöneticilerini bu tavırlarının gerekçelerini dinlemek üzere TBMM’ne davet etmesidir (ombudsman.gov.tr, 2018). Bu uygulama somut bir yaptırım olmasa da ilgili kurumu TBMM’ye giderek izahta bulunma zorunluluğunda bırakarak ileride yapacağı iş ve işlemlerde daha hassas davranmaya yöneltebilecektir.

5. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Kamu Denetçiliği Kurumu, benzerlerinin Batı’da 1960’larda yaygınlaştığı göz önüne alındığında ülkemizde oldukça geç kurulmuş bir denetim kurumudur. Ancak kurulduğu 2013 yılından bugüne geçen altı yıllık sürede kurumun hakkaniyeti gözeten iyi bir yönetimin sağlanması konusunda önemli bir misyonu yerine getirdiği, bu konuda önemli bir ilerleme sağladığı görülmektedir. Kurumun bu başarıyı yakalamasında muhakkak ki kendisinden önce belirli bir altyapının oluşmasını sağlayan Bilgi Edinme Kanunu, Dilekçe Hakkı, BİMER (günümüzde CİMER), e-devlet uygulamaları gibi hak aramayı ve bilgiye ulaşmayı kolaylaştıran uygulamaların önemli katkısı olmuştur. Ancak bu konuda en büyük katkı ve destek bürokratik vesayetın dönüşümünü ve kamu yönetiminin asli görevi olan etkin bir hizmet aygıtına dönüşmesini sağlamaya çalışan siyasal iktidardan gelmiştir. Siyasal iktidarın özellikle insan hakları ve demokratikleşme alanında gerçekleştirdiği reformlar bireylerin bilinçlenmesine, hak arama, eleştirme ve kamu hizmetlerini sorgulama yeteneklerinin gelişmesinde etkili olmuş, yukarıda sözü edilen mekanizmalarla desteklendiğinde bürokrasiyi, eskisinden çok daha fazla denetlenebilen, şeffaf ve hesap verebilen bir yapıya dönüşmeye zorlamıştır.

Tüm dünyadaki Ombudsmanlık Kurumlarının en önemli özelliği kamu kurum ve kuruluşları ile kamuoyu nezdinde büyük bir saygınlığa sahip olmalarıdır. Ülkemiz de Kamu Denetçiliği Kurumunun faaliyete geçtiği 2013 yılında aldığı tavsiye kararlarına idarelerin uyma oranı %20 iken, bu oran 2017’de %65’e, 2018’de ise %70’e çıkarak önemli bir ilerleme sağlamıştır. Bu oranın Batı ülkelerinde %80’lerde olduğu göz önüne alındığında geline noktanın başarılı olduğu ve gelecek yıllarda daha da artacağı değerlendirilmektedir.

KAYNAKLAR

- AYDIN, A. H. (2018), *Yönetim Bilimi*, Ankara, Seçkin Yayınevi
- BOZKURT, Ö. (2008), *Kamu Yönetimi Sözlüğü*, 2. Baskı, Ankara: TODAİE Yayın No: 342
- ERYILMAZ, B. (2008), *Bürokrasi ve Siyaset*, İstanbul: Alfa Yayınları
- GÜNEŞ, B. (2016). Kutadgu Bilig'deki Meslek ve Unvan Adlarının Derleme Sözlüğü'ne Yansımaları. *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi*, 5(4), 1532-1543.
- Marx, K. ve Engels, F. (2011). *Politika ve Felsefe*, T. Ağaoğlu (çev.), İstanbul: Belge Yayınları.
- Kamu Denetçiliği Kurumu (2018) 2018 Yılı Raporu
- 08 Ekim 2019 tarihinde https://www.ombudsman.gov.tr/yillik-rapor/kdk_y%c4%b1llik_rapor2018/mobile/index.html adresinden alındı
- Köksal Şahin, (2005) “Eski Türklerde Merkezi İdare”, *Türk İdare Dergisi*, Yıl 77, Sayı: 445
- KDK'nın Verdiği Tavsiye Kararlarına Uymayan İdareler TBMM'ye Çağırıldı
- 08 Ekim 2019 tarihinde <https://www.ombudsman.gov.tr/kdknin-verdigi-tavsiye-kararlarina-uymayan-idareler-tbmmye-cagirildi/index.html> adresinden alındı.
- KDK'ya başvuru sayısı yüzde 210 arttı
- 14 Ekim 2019 tarihinde <https://www.trthaber.com/haber/turkiye/kdkya-basvuru-sayisi-yuzde-210-artti-350174.html> adresinden alındı.
- Reif, Linda C. (2004). *The Ombudsman, Good Governance and the International Human Rights System*, Springer, Netherlands
- Robertson, Sir John (1998). “*The Ombudsman Around the World*”, The International Ombudsman Yearbook (içinde), Linda C. Reif, (eds.) Volume 2, Kluwer Law International, Netherlands, 112-128
- Taraktas, Abdurrahman (2019) Açık Devlet Dönüşümü ve Ombudsman Kurumunun Artan Rolü, *Ombudsman Akademik*, Yıl:5, Sayı: 10, s. 157-188
- Tortop, N., E. G. İsbir, B. Aykaç, H. Yayman ve M. A. Özer (2007), *Yönetim Bilimi*, 7. Baskı, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım

YERELLEŞME VE MERKEZİLEŞME BAĞLAMINDA TÜRKİYE’DE YEREL YÖNETİMLER REFORMUNUN DEĞERLENDİRİLMESİ⁵

Doç. Dr. Tahsin GÜLER

Balıkesir Üniversitesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü
gulert1043@gmail.com

Uzm. Ayşenur ALAN

Kızılay Bandırma Şube Müdürlüğü

Özet

Türkiye’de 2000’li yıllardan itibaren kamu yönetimi alanında görüş, anlayış ve buna yönelik olarak yoğun bir mevzuat değişimi yaşanmıştır. Bu bağlamda söz konusu değişimlerin ortaya çıkardığı sonuçlar ve geleceğe yönelik etkileri sıkça tartışılan konular arasındadır. Diğer yandan, Osmanlı İmparatorluğu’ndan devralınan merkeziyetçi yönetim anlayışını pekiştiren Türk kamu yönetiminde hep ikincil önemde kalmış olan yerel yönetimler alanı 2000’li yıllardaki değişimin önemli bir parçasını teşkil etmiştir. Çalışmada, kamu yönetimindeki değişim ve dönüşüm süreci ile gerçekleştirilen reformların gerekçeleri irdelenirken söz konusu reformların yerel anlamda yönetsel yapı, mali yönetim, katılımcılık ve sosyal belediyeçilik, vb. alanlarda etkilerinin neler olduğu ortaya konulmuştur. Çalışmanın sonucunda bürokratik devletin hizmet devletine dönüşümünü sağlamada güçlü belediyeçilik anlayışıyla formüle edilen yerel yönetim reformları ile yerel kamu hizmetlerinin daha etkin, verimli ve halkın talebine uygun bir şekilde yerine getirilmesinin kolaylaştığı, yerel yönetimlerin siyasal, yönetsel, finansal yetki ve sorumluluklarının artırılarak yerelleşmede önemli bir ilerleme sağlandığı değerlendirilmektedir.

Anahtar kelimeler: Merkezileşme, Yerelleşme, Reform, Kamu Yönetimi

EVALUATION OF LOCAL GOVERNMENT REFORM IN THE CONTEXT OF DECENTRALIZATION AND CENTRALIZATION IN TURKEY

Abstract

Beginning in the 2000s in Turkey, opinion, insight and has experienced intense change in the relevant legislation in public administration. In this context, the results of these changes and their effects on the future are among the frequently discussed issues. On the other hand, the field of local administrations, which has always been of secondary importance in Turkish public administration, which reinforces the centralized management approach taken over from the Ottoman Empire, has been an important part of the change in the 2000s. In this study, while the reasons of the changes and transformations in public administration and the reasons of the reforms are examined, the local administrative structure, financial management, participation and social municipality, etc. What are the effects of these areas. As a result of the study, local government reforms formulated with a strong understanding of municipalism in the transformation of the bureaucratic state into a service state facilitated the implementation of local public services more effectively, efficiently and in accordance with the demand of the public. significant improvement in localization has been evaluated by increasing the political, administrative, financial powers and responsibilities of local governments.

Keywords: Centralization, Decentralization, Reform, Public Administration

1. GİRİŞ

Günümüz dünyasında küreselleşme olgusuyla birlikte siyasi, iktisadi, toplumsal ve kültürel alanlarda yaşanan değişimler, yönetsel yapıya; yerel ve bölgesel oluşumlar, üniter devlet yapısının dönüşümü, demokratik katılım, etkinlik ve verimlilik, şeffaflık ve yönetimin hesap verebilirliği ve iyi yönetim

⁵ Bu bildiri Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsünde, Dr. Öğr. Üyesi Tahsin GÜLER danışmanlığında Ayşenur ALAN tarafından yapılan “Yerelleşme ve Merkezileşme Bağlamında Türkiye’de Yerel Yönetimler Reformu (2002-2015 Yılları Arası Dönem)” başlıklı tez çalışmasından türetilmiştir.

(good governance) şeklinde yansımaktadır. Söz konusu değişimler kamu kuruluşlarının örgütlenmesi, görev ve yetkinin paylaşılması, insan kaynaklarının işleyişi ve iletişim yöntemleri gibi konularda güncel düzenlemelere gidilmesini gerektirmiştir. Türkiye’de yerel yönetimler reformu özellikle 2000’li yıllardan sonra gündemdeki yerini almaya başlamıştır. Nitekim yerel yönetim reformları bir anda olup biten bir olgu değil, çeşitli aşamalardan oluşan ve yıllara yayılmış bir süreç olarak gerçekleşmiştir.

Son çeyrek yüzyılda devletin küçük ve etkin hale getirilmesi, devletin yetki sınırlarının belirlenmesi, kamu harcamalarının minimize edilmesi, özelleştirme, demokratikleşme gibi kavramlar yönetimde çokça tartışılmaktadır. Ayrıca bu süreçte yerelleşme, yeni kamu yönetimi, idarenin yeniden yapılandırılması, birlikte yönetim, toplam kalite yönetimi gibi kavramlar da kamu yönetimini etkilemiş, kamu hizmetlerinin çeşitlenmesini ve kamu örgütlerinin yapısal/işlevsel olarak değişimini zorunlu kılmıştır. Bu bağlamda merkezi hükümetin üstlendiği birtakım kamusal hizmetlerin daha etkili ve verimli bir biçimde yerine getirilmesini sağlamak için, söz konusu hizmetlerin yerelleştirilmesi konuşulmaya başlanmıştır.

Geleneksel olarak katı kurallara dayalı yönetim anlayışı yerine daha esnek ve katılımcı bir yönetimi belirten yönetişim kavramı, yönetim alanında bir model olarak önerilmiştir. Türk kamu yönetiminde, 2000’li yıllardan sonra yapılan reformlar devletin/kamu yönetiminin rolünü değiştirmeye yönelik olup, kamu hizmetlerinin merkezi idare ve yerel yönetim birimleri arasında sağlıklı bir şekilde paylaşımı amaçlanmaktadır. Ülkemizdeki bürokrasi temelli yönetim yapısı, müşteri odaklı, hesap verilebilir, şeffaf ve vatandaş katılımını esas alan yeni kamu yönetimi anlayışına uygun bir şekilde değiştirilmeye çalışılmaktadır.

Bu bağlamda, yerel yönetim birimlerinin görev ve sorumluluklarını belirten çeşitli yasal düzenlemeler yapılmış, bu düzenlemelerin etkinliği ve kamuoyundaki karşılığının ölçülmesine özellikle önem verilmiştir. Bu çalışma ile Türk kamu yönetiminde yerel yönetimler reform süreci incelenecek olup, buna ilişkin 2002-2015 döneminde yürürlüğe konan yasal düzenlemelerin yerelleşme ve merkezileşme bağlamında etkileri değerlendirilecektir.

2. MERKEZİLEŞME VE YERELLEŞME TARTIŞMALARI

Merkezileşme: Kamu hizmetlerinin sunumuna ilişkin kararların tek bir merkez tarafından alınmasını ifade eden merkezileşme, merkezden yönetimin hâkimiyetine dayanarak, kaynak kullanımının ve karar verme yetkisinin bir merkezde toplanmasını ifade etmektedir. Coğrafi merkezileşme ve örgütsel merkezileşme olarak iki tür merkezileşmeden bahsedilmektedir. Coğrafi merkezileşme, yerinden yönetimin yetkilerinin sınırlandırıldığı ve başkent söz sahibi olmasına dayanan yönetim anlayışıdır. Örgütsel merkezileşme ise, kamu kurumlarında yetkinin en üst makama ait olması anlayışına dayanmaktadır (Eken: 135-136; Aktaran Parlak, Sobacı; 2008: 355). Merkezileşmenin odağı olan merkezden yönetimin tercih edilme nedenlerine bakıldığında faydası tüm ülkeye yayılan hizmetlerin tek elden yapılması zorunluluğu ve yönetimin bütünlüğünü sağlaması gibi gerekçelerin öne çıktığı görülmektedir. Ayrıca merkezden yönetimin tercih edilmesinde, tüm ülke çapında uygulanacak kamu hizmetlerinde belli standartların uygulanmasını kolaylaştıracağı düşünülmektedir (Eryılmaz, 2007: 68-76).

Yerelleşme: Merkezden yönetimin elinde bulundurduğu güç, yetki ve sorumlulukların yerel yönetim birimleri ile paylaşılması süreci olan yerelleşme, merkezden yönetim ile yerel yönetimler arasındaki iş paylaşımında yerel yönetim birimlerinin ağırlıkta olmasının yanı sıra bir nevi bölge halkının kendi kendini yönetebilmesine olanak tanınmasıdır. Bir diğer ifadeyle yerelleşme, ulusal devlet yapılanmasına fazla ihtiyaç duyulmadan vatandaşların ve yerel yönetim birimlerinin ihtiyaçlarını karşılamasına yöneliktir. Yerelleşme, yerel yönetimlerin merkezden yönetimin vesayetinden olabildiğince uzak olarak yerel özerkliğin sağlanması adına önemli ve gerekli görülmektedir (Koçak, 2009: 139).

Yerelleşmenin demokratik yönetimi sağlamak için merkezden yönetim yapılanmasına karşı esneklik ve farklılık sunan bir yönetim anlayışı olarak ortaya çıktığı vurgulanmakta (Al, 2002: 189-190) ve

kavramın farklı boyutlarda incelenebileceği belirtilmektedir. Rondinelli, yerelleşme kavramının politik, idari, mali ve ekonomik olmak üzere genel anlamda dört farklı şekilde ele alınabileceğini ileri sürmektedir. Politik yerelleşme, merkezi otoritenin aldığı kararlardan ziyade toplumun farklı kesimlerinin fikirleri alınarak vatandaşların karar alma sürecinde daha fazla yetkili olduğu ve yerelleşmeye demokratik değer katan bir kavram iken idari yerelleşme, yetki ve kaynakların etkin ve verimli kullanılması adına farklı yönetim birimleri arasında paylaşılması anlamına gelmektedir. Mali yerelleşme, yerel yönetimlerin yeterli kaynağa erişmesi ve harcama konusunda karar yetkisinin olması gerektiği; ekonomik yerelleşme ise, piyasalaşma olarak tanımlanabilen, kamu-özel sektör ortaklığını ve yetki-sorumluluk paylaşımlarını içinde barındıran bir kavram olarak ifade edilmektedir (Rondinelli, 1999:2-5).

Yerelleşme ve merkezileşme tartışmaları, kamu yönetiminin sorunları ve geleceğe yönelik olarak yapılması gerekenler üzerine odaklanmış fikirlerdir. Baguenard'a göre, merkezden yönetimin karşısı olarak ortaya çıkan yerinden yönetimin var olabilmesi için merkeziyetçilik ve merkezden yönetimin de var olması gerektiği düşünülmektedir. Yerinden yönetim, "teklik ve çokluk arasındaki diyalektiği düzenlemeyi amaçladığından; ulusun bölünmezliği ve tekliğine saygı göstermeli, aynı zamanda yerel farklılıkları özendirilmelidir." (Aktaran: Şengül, 2013: 5). Gözübüyük, kamu yönetiminde merkezden yönetim ve yerinden yönetimin birbirlerini tamamlar nitelikte olduğunu ifade etmekte, tüm iş ve işlemlerin yerine getirilmesi için her iki yönetiminde gerekli olduğunu vurgulamaktadır. Ayrıca ülkeler siyasal, toplumsal ve ekonomik yapılarına göre bu iki yönetimden herhangi birine ağırlık vererek yönetim yapılarını düzenlemektedirler (Gözübüyük, 2011: 41).

2000'li yıllardan itibaren kamu yönetimi alanında yeniden yapılanma adına çok sayıda ve çeşitlilikte reformlar yapılmıştır. Bu reformların ortak özelliği Avrupa Birliği'ne uyum sürecinin gereği olan şeffaf, etkin ve demokratik bir yönetim anlayışı hedeflemeleridir. Bu hedef doğrultusunda aşırı merkeziyetçi yönetim anlayışı, yerelleşme anlayışı doğrultusunda yumuşatılmaya çalışılmıştır. Bu süreçte reformların Türk kamu yönetimi üzerindeki etkilerini değerlendirmek amacıyla hazırlanan Avrupa Birliği ilerleme raporlarında önemli gelişmelerin vurgulandığı göze çarpmaktadır. 2002-2005 yılları arasında söz konusu raporlarda tespit edilen gelişmelerin 2005 yılı sonrasında yavaşlayarak sınırlı kaldığı, bu sınırlılığın sebebi olarak da siyasi ve yönetsel birtakım endişelerin varlığı ifade edilmiştir (Öztürk, 2015: 135-148).

Merkezileşme ve yerelleşme tartışmaları 2000'li yıllardan itibaren yoğunlaşmış olsa da öncesinde yönetim alanında yeniden yapılanma uygulamaları görülmüştür. Özellikle kalkınma planlarında belirli standartlara ulaşmanın hedeflendiği görülmektedir. Merkezi yönetime genel görev olarak standartları oluşturma, yerel yönetimlere ise bu standartları uygulama şeklinde görev dağılımı yapılması öngörülmüştür (İsbir ve diğerleri, 2015: 1131-1142).

3. 2000'Lİ YILLARDA YEREL YÖNETİM REFORMLARINA ETKİ EDEN MEVZUAT DÜZENLEMELERİ

Ülkemizde, 1990'lı yılların ortasına kadar gelişimlere kapalı ve geleneksel yönetim yapısının korunmasına yönelik bir anlayışın mevcut olduğu görülmektedir. Ancak 2000'li yıllara gelindiğinde, Türk kamu yönetimi yapısının dünya ölçeğindeki gelişimlere ayak uydurması kaçınılmaz olmuştur. Ancak merkeziyetçiliğe dayanan yönetim yapısının değişimlere ayak uydurabilmesi için, yeniden yapılandırılması, yönetim anlayışının değişimine yönelik düzenlemeler yapılması gündeme gelmiştir (Saran, 2004: 211-216).

Yasalaşmasa da 2003 yılında hazırlanan Kamu Yönetimi Temel Kanun Tasarısı ile yönetim alanında kapsamlı bir dönüşüm amaçlanmış ve söz konusu dönüşümde 21. yüzyılın yönetim anlayışındaki yönetişim kavramına uygun bir yönetim benimsenmeye çalışılmıştır. Kamu yönetiminde, özellikle yerel yönetimlerle ilgili reform alanında en önemli adım; 2004 yılında 5216 Sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu, 2005 yılında 5393 Sayılı Belediye Kanunu ve 5302 Sayılı İl Özel İdaresi Kanunu ile atılmıştır. Çıkarılan yasalarla yerel yönetim birimlerin daha güçlü bir şekilde yapılanmasına olanak tanınarak, özerklikleri açısından halkın katılımını esas alan belediyeçilik anlayışı hedeflenmiştir. 2012

yılında, 6360 sayılı kanun ile büyükşehir belediyeleri düzenlenerek, büyükşehirlerde il özel idarelerinin tüzel kişiliği kaldırılmıştır.

Kamu Yönetimi Temel Kanun Tasarısı ile yönetsel olarak devlet idaresinin fonksiyonları yeniden tanımlanarak, merkezi yönetimin görev alanları ve merkezi yönetim ile yerel yönetimler arasındaki ilişki düzenlenmek istenmiştir. Bu bağlamda, merkezi yönetimin sorumlulukları adalet, güvenlik, ulusal savunma ve maliye gibi temel kamusal hizmet alanlarında yasalarla sınırlandırılırken, yerel yönetim organlarının görev alanları genişletilmektedir. Her ne kadar söz konusu tasarı yasalaşmasa da siyasi otoritenin yerelleşme bağlamında bundan sonra uygulayacağı politikalar için bir yol haritası işlevi görmesi açısından önemi büyük olmuştur.

5018 sayılı kanun, mali saydamlık ilkesini ve hesap verilebilirliğin etkinliğini sağlamaktadır. Bütçe sürecini ve denetiminin strateji ve performansa bağlı olarak değerlendirmenin gerekliliğini ortaya koyarak iç kontrol mekanizmasının etkinliğini sağlayıcı nitelikte bir kanun olarak görülmektedir (Saraç, 2005: 162). Kanunda yapılan düzenlemelerin yerelleşmeyi sağlar nitelikte olmasının yanı sıra yönetişimin sağlanmak istendiği ve kamu hizmetlerinin sunumunda bir dönüşüm yaşanarak kamu-özel ortaklıklarının yaygınlaştırdığı, vatandaş odaklılığın ön planda olduğu ve performans esaslı bütçelemelerin uygulanmasına imkan sağladığını söylemek mümkündür.

5216 sayılı kanun doğrultusunda yapılan reformlarla, sosyal belediyeçilik anlayışının yerleştirilmeye çalışıldığını, kentlerin kalitesinin artırıldığını, idari vesayet yetkisinin hafifletilerek yerleşmenin sağlanması yönünde önemli adımların atıldığını söylemek mümkündür (Kayan, 2015: 199-224).

5302 sayılı İl Özel İdaresi kanunu demokrasiye dayalı, özerk, katılımcı bir yönetim anlayışı benimsenmiştir. 5227 sayılı kanun tasarısında ortaya konulan stratejik yönetim, performans değerlendirme ve sonuç odaklı bir yönetim anlayışının yansımalarına 5302 sayılı kanunda yer verilmektedir (Sobacı, 2005: 49).

5393 sayılı Belediye Kanunu'yla, Avrupa Yerel Yönetimler Özerklik Şartına uygun şekilde yerel özerklik ilkesinin dikkate alındığı göze çarpmakla birlikte çıkarılan kanun doğrultusunda belediyelerin daha demokratik ve özerk bir yapıya kavuşturulması amaçlanmıştır. Söz konusu kanunla yönetsel denetim ile özerklik arasında denge kurularak, hukuka uygunluk denetimi getirilmiştir (Çelik, 2013: 26).

6360 sayılı yasaya bakıldığında ise; yerelde merkezileşmenin sağlayıcısı olarak görülmekte ve geçmişten beri süregelen merkeziyetçi yapıya uygun bir yerel yönetim yapısının oluşturulmasına yönelik güçlü belediyeçilikle kaliteli hizmet sunumuna yönelik çıkarıldığı ifade edilebilir.

4. YERELLEŞME VE MERKEZİLEŞME AÇISINDAN TÜRKİYE'DE YEREL YÖNETİMLER REFORMLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

Yönetsel Yapı: Yönetsel yapının değişimine ilişkin beş yıllık kalkınma planlarında; kamu yönetiminin yeniden düzenlenmesi, dinamik bir kamu yönetimi sisteminin oluşturulması, katılım ve yetki aktarımının sağlanması ve hizmetlerin iyileştirilmesi konularına değinildiği görülmektedir (Uçar ve Karakaya; 2014: 152-169). Yönetim anlayışında var olan çok aktörlülük ve bu doğrultuda değişen anlayış yönetsel yapıya, kent konseylerinin kurulması ve yerel yönetimlerin kamu-özel ortaklığı ile hizmetleri yerine getirmesi şeklinde yansımıştır. Ayrıca kamu hizmetlerinin belirlenmesine ilişkin konularda sivil toplum örgütleri ve üniversitelerin fikirlerinin alınmasına da olanak tanınmıştır. Yönetişim kavramı açısından değerlendirildiğinde, merkezi hükümetin etkinliğinin azaltılarak, yerel yönetimlerin kaliteli hizmet sunumunda daha etkin hale getirildiği görülmektedir (Yıldırım ve Yüksel; 2016: 141-150).

2005 yılında çıkarılan 5302 sayılı İl Özel İdaresi Kanunu ile il özel idarelerinin özerklikleri arttırılmıştır. Konuyla ilgili olarak İl Genel Meclisinde; Eğitim, Kültür ve Sosyal Hizmetler, Çevre ve Sağlık, İmar ve Bayındırlık, Hukuk, Özel İdare, Tarım, Köy Hizmetleri, Sanayi ve Ticaret, Gençlik ve Spor, Su Kaynaklarını ve Kum Çakıl Ocakları Araştırma, Basın, Tanıtım ve Halkla İlişkiler, Araştırma, Planlama ve Koordinasyon, Kültür Varlıklarını Koruma ve Turizm gibi ihtisas

komisyonlarının kurulmaya başlanması dikkat çekici örnekler olmuştur (Bursa İl Özel İdaresi, 2009). Yönetmelik anlayışın değişiminde, 6360 sayılı kanunla kurulan Yatırım İzleme Koordinasyon Kurulu başkanlığına valinin getirilmesi kuralı önemlidir. Söz konusu yasayla büyükşehir belediyelerinin sayıları artırılmış ve yerel yönetimlerin gelirleri de artırılmıştır. Ancak başkanlığında valinin yer alması ve ildeki tüm yatırımların bu kurum onayından geçmesi zorunluluğu, yerel yönetimlerin merkeze bağlılığını devam ettirir nitelikte bir görüntü sunmakta ve bu durum da yerel yönetimlerin merkezin bir parçası olarak varlığını devam ettirdiği sonucunu ortaya çıkarmaktadır (Kesgin, 2016: 94-105).

Genel olarak yönetsel alanda yaşanan değişimlerle güçlü ve otoriter bürokratik yapının yumuşatılarak, daha etkin ve verimli bir yönetime dönüşmesi hedeflenmiştir. Bu süreçte, kamu aygıtı olarak görülen katı ve kapalı bürokrasi yerine çeşitli –e projelerle de desteklenen halkla etkileşimi mümkün kılan duyarlı olmaya yönelik şeffaf yönetim anlayışının benimsenmesi esas alınmıştır.

Mali Yerelleşme: 2000’li yıllarla birlikte Avrupa Birliği uyum süreci kapsamında mali yönetim ve kontrol sisteminde yapılan köklü değişikliklerin bir göstergesi olan 5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu ile kamuda; stratejik planlama, performans programı, iç kontrol, faaliyet raporları ve hesap verilebilirlik gibi sistemler uygulanmaya başlanmıştır. Mali anlamda yerelleşmenin sağlayıcısı olarak görülen 5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu ile birlikte, stratejik plan, etkinlik, verimlilik, misyon, vizyon, mali disiplin, şeffaflık sağlanmaya çalışılmıştır. Diğer yandan mali sistem içerisinde fayda-maliyet analizi, sistem analizi, performans kriterleri, sürdürülebilir kalkınma, çok yıllık bütçeleme gibi kavramlara yer verilmiştir.

5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu ile yeni kamu mali yönetim yaklaşımı ortaya çıkmıştır. Bu yaklaşıma göre; şeffaf ve hesap verebilir, kamu kaynaklarını amaca yönelik etkin ve verimli bir şekilde kullanan, stratejik yönetim anlayışına dayanan, performansa dayalı çalışma prensibini benimseyen bir yönetim oluşturulmaya çalışılmıştır. Katılımcı, esnek ve vatandaş odaklı bir kamu sektörünün oluşturulması hedeflenerek, hizmet sunumunda yerel yönetimlerin etkin hale gelmesi, yerelleşmenin sağlanmasına yönelik bir anlayışın benimsendiği sonucunu ortaya çıkarmaktadır.

Çevre Yönetimi: Türkiye’de çevre konusunda yaşanan gelişmelere bakıldığında; 1978 yılında, çevre politikalarının ilk kez oluşturulması amacıyla Başbakanlık Çevre Müsteşarlığı’nın yapılandırıldığı görülmektedir. 1984 yılında kamu yönetiminde yapılan düzenlemeler arasında söz konusu birimin Başbakanlığa bağlı Çevre Genel Müdürlüğü’ne dönüştürüldüğü göze çarpmaktadır. 1991 yılına gelindiğinde Çevre Bakanlığı kurulmuştur. 2003 yılında ise, “Kamu Yönetiminde Yeniden Yapılanma” çalışmaları kapsamında, Çevre ve Orman Bakanlığı kurularak söz konusu bakanlık 2011 yılında Çevre ve Şehircilik Bakanlığı’na dönüşmüştür. Türkiye’nin çevre yönetimi ve örgütlenmesi konularında karmaşık bir yapılanmaya sahip olması ve bu yapılanmanın işlevselliğinin artırılması gereği yapılan değişikliklerin gerekçesini oluşturmuştur (2011 tarihli, 27984 sayılı Resmî Gazete). Çevreyle ilgili olarak katı atıkların bertaraf edilmesi ve geri kazanımı konusunda son yıllarda belediyeler arasında iş birliklerinin arttığı görülmektedir. Söz konusu örneklerden birisi Trabzon ve Rize illeri Yerel Yönetim Katı Atık Tesisi Yapma ve İşletme Birliği’dir. Birliğe 86 belediye ve her iki ilin İl Özel İdareleri üyedir. Başlangıçta Çevre Bakanlığı tarafından pilot proje bölgesi olarak belirlenen şehir projesi, ÇED olumlu raporu sonrasında Dünya Bankası ve Alman Bankası tarafından desteklenmesi ile hayata geçirilmiştir. Atık su arıtımında belediyeler arası iş birliği örnekleri de ülkemizde mevcuttur. Bu alanda; Yalova İli Çınarcık ilçesinde kurulan Çınarcık, Teşvikiye ve Kocadere Belediyeleri Atıksu Arıtma ve Deşarj Tesislerini İşletme Birliği (MAVİ DENİZ), Afyonkarahisar İli Atıksu Arıtma Tesisi Kurma ve İşletme Birliği ve Çerkezköy Çevre Belediyeler Atıksu Arıtma Tesisi Yapma ve İşletme Birliği” gibi örnekler verilebilir (Orhan, 2014: 87-94). Bu örnekler incelendiğinde; çevre politikaları her ne kadar merkezi yönetim tarafından belirlenmiş olsa da çevre yönetiminde yerel yönetimlerin de son derece aktif olduğu görülmektedir. Bir başka deyişle, çevre koruma politikalarının şekillenmesinde yerel, ulusal, bölgesel ve küresel ölçekte tüm etkenler göz önünde bulundurularak çevre yönetimi konusundaki hedeflerin ve çevre politikalarının bu etkenlere göre belirlenmesi gerektiğine vurgu yapılmaktadır.

İmar ve Kentsel Dönüşüm: İmar planlaması, idarenin yerine getirmesi gereken bir görev olduğu için idare bu konuda; planların hazırlanması, planlar doğrultusunda uygulamaların yönetilmesi ve kural dışı davranışların önlenmesini sağlamakla yükümlüdür. Bu sebeple idarenin, imar planlaması sürecinde sahip olduğu doğal kaynakları kentleşme ihtiyacı doğrultusunda en verimli bir şekilde kullanması gerektiğine vurgu yapılmaktadır. Birpınar'a göre kentsel dönüşümün başlıca amacı, fazla yoğunluk artışına sebep olmadan, yöresel mimari özelliklere sahip, tekdüze yapılaşmadan uzak, kentin estetiğine uygun yaşam alanları oluşturmaktır. Kentsel dönüşümün bir kentsel yenileme modeli olarak en yaygın dönüşüm alanı, gecekondu bölgelerinin yeniden yapılandırılmasıdır (Birpınar, 2012:32-33). 5216 sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanununda; kentsel dönüşüm ve gelişim projelerinin hazırlanması ve gerçekleştirilmesinde Büyükşehir Belediyelerine proje yapım, bakım ve onarım işleri ile ilgili imar ve parselasyon planlarını yapabilme, uygulayabilme ve ruhsatlandırabilme yetkisi tanınmıştır. Bunun yanında belediyelerin büyükşehir sınırları dahilinde bu işlemleri yapabilmeleri için Büyükşehir Belediye Meclisinden yetki almaları gerekmektedir (Özdemir ve Meşhur, 2011: 171-183).

Kentin yeniden canlandırılması, daha modern bir kent oluşturma düşüncesine dayanan kentsel dönüşüm alanında büyükşehir belediyelerinin etkin çalışmalarının olduğu göze çarpmaktadır. Bu tür projelerde önemli olan, dönüşüme başlamadan önce halkın fikrinin alınması ve halka, yapılacaklar hakkında bilgi verilmesine hassasiyet gösterilmesidir (Ak ve Daşkıran; 2016: 468-480).

Yerel Demokratik Katılım: Yerel yönetimler demokrasiye en yakın kuruluşlar olduğundan demokrasinin temel değeri olan eşitlik, temsil ve katılımın sağlanmasında öncü bir rol oynamaktadır. Ayrıca yerel düzeyde katılımın, vatandaşın tüm toplumla bir araya gelerek bütünleşmesini, sosyal sorumluluk anlayışının geliştirilerek sosyal ilişkiler ağının kurulmasını, farklı düşüncelerin tartışılarak toplum yararının en üst seviyeye çıkartılmasını ve yaşam kalitesinin artırılmasına fayda sağladığı düşünülmektedir (Çukurçayır, 2000: 109).

Yerel anlamda demokratik katılımın özellikleri olarak; açıklık, saydamlık, çoğulculuk, halkın girişimi ve denetimi sayılabilir. Bu özelliklerin etkinliğinin sağlanması için merkezi yönetimin yerel yönetimleri daha etkin hale getirmesi gerektiğinden, yukarıdan aşağıya bir yönetim anlayışı yerine aşağıdan yukarıya bir yönetim anlayışının benimsendiği ve bu anlayış doğrultusunda, sivil toplum kuruluşlarına kurumsal bir nitelik kazandırılmaya çalışıldığı görülmektedir (Çevikbaş, 2008: 71-96). Nitekim katılımcı demokrasinin; gelişmeye yönelik, eğitici- tedavi edici ve bütünleştirici, meşrulaştırıcı ve özgürlükleri koruyucu, değişimde etkili ve gerçekçi etkilerinin olduğu göz ardı edilmemelidir (Roberts, 2004: 315- 353).

5393 sayılı Belediye Kanunu'nun 76. maddesi ile kent konseyleri kurulmuş ve 2006 yılında ise çıkarılan yönetmelik ile kuruluş ve işleyiş esasları belirlenmiştir. Bu bağlamda çeşitli kentlerde kent konseyleri kurulmuş ve farklı çalışmalar gerçekleştirilmektedir. Yerel anlamda demokrasinin sağlanması adına kurulan kent konseylerinin çalışma alanları genel olarak; iletişim ve paylaşım, sağlıklı çevre, kadın, engelliler, gençlik, spor, katı atık, sağlık, tüketici hakları, alternatif iş olanakları, emekliler, çocuk, arama kurtarma, dinlenme alanları, tarihi eserler, tanıtım, zararlı alışkanlıklar, şehircilik ve imar, turizmi geliştirme ve eğitim-öğretim faaliyetlerinden oluştuğu (Adıgüzel, 2003: 45-63), kent konseyleri bünyesinde Gençlik Meclisi, Kadın Meclisi, Engelliler Meclisi, Çevre Meclisi, Çocuk Meclisi ve çeşitli mahalle meclislerinin oluşturulduğu görülmektedir. Kent konseylerinde çalışma grupları; özgürce düşüncelerini ifade etme, birbirini dinleme, azınlıkta kalan görüşleri de dikkate alarak ortak bir fikir ortamının oluşturulmasına yönelik faaliyetlerde bulunmaktadır (Görün ve Kutlu; 2016: 383-395).

Sosyal Belediyecilik: Sunduğu toplumsal mal ve hizmetlerle hemşehrilere daha iyi bir yaşam standardı sunmayı hedefleyerek vatandaşın bütçesi üzerinde sosyal adaleti sağlayıcı biçimde faydalı olabilen belediyecilik anlayışıdır. Sosyal belediyecilik anlayışına göre belediyeler sosyal politika uygulamalarıyla kent halkının refah ve huzurunu sağlar, sosyal barış ve adaleti sağlarken diğer yandan da sosyal kalkınmayı sağlamayı amaçlar (Pektaş, 2010: 4-22).

Sosyal hizmetlerin sunumu konusunda 5216 sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu, 5302 sayılı İl Özel İdaresi Kanunu, 5393 sayılı Belediye Kanunu ile yerel yönetimlere görev ve yetki aktarımları yapılmıştır. 5393 sayılı Belediye Kanunu'yla büyükşehir belediyeleri ile nüfusu 50.000'i geçen belediyelere kadınlar ve çocukların faydalanmasına yönelik koruma evlerini açma sorumluluğu verilmiştir. Diğer yandan kanunla; belediyelerin isteğe bağlı olarak okul öncesi eğitim kurumları ile sağlıkla ilgili her türlü tesisi açabilecekleri ve işletebilecekleri, gıda bankacılığı yapabilecekleri, gerektiğinde öğrencilere destek sağlayabilecekleri düzenlenmiştir. Kanunda; belde halkının huzur ve refahı için gerekli önlemleri almak, yoksul ve ihtiyaç sahipleri için bütçede ayrılan ödeneği kullanmak, engellilere yönelik merkezler oluşturmak ve onlara yönelik hizmetler yürütmek belediye başkanının görevleri arasında sayılmıştır. Öte yandan 5216 sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanununda ise sosyal belediyeçilik konusunda; başta yaşlılar, çocuklar, kadınlar ve engelliler olmak üzere toplumun tüm kesimlerine yönelik her türlü sosyal ve kültürel hizmetleri yürütmek, geliştirmek ve bu amaçla sosyal tesisler kurmak, meslek ve beceri kazandırma kursları açmak, işletmek ve işletmek yetkisi verilmiştir. Ayrıca bütçede ihtiyaç sahibi vatandaşlar için ayrılan ödeneği kullanmak, özürllülerle ilgili faaliyetlere destek olmak üzere engelli merkezleri oluşturma sorumluluğu belirtilmiştir.

Sosyal belediyeçilik anlayışının bir yansıması olarak birçok belediyede Beyaz Masa uygulamalarının hayata geçirildiği görülmektedir. Beyaz masa uygulamalarına ilişkin; vatandaşların talep istek ve şikayetlerini dinleyerek yol gösterici olmak; halktan gelen sorunların çözümüne yönelik olarak belgeleri ilgili birimlere zaman kaybetmeden ulaştırmak, belediye başkanı adına taziye ziyaretlerinde bulunarak yemek dağıtımını yapmak, toplu sünnet müracaatlarını alarak sünnet şölenleri düzenlemek, yeni doğum yapan aile çocuklarına hoş geldin bebek projesi adı altında bebek seti hediye etmek, belediyenin toplantı ve etkinliklerini mahalle muhtarları ve sivil toplum kuruluşlarına sms aracılığıyla bildirmek, ramazan ayında vatandaşlara iftar organizasyonları düzenleme şeklindeki faaliyetlere sıkça rastlanmaktadır. Beyaz masa uygulamasının bir diğer önemli yanı kent kültürünün olumlu yönde gelişimine olan katkısıdır (Uyar ve Mecek; 2016: 143-157).

5. GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Kamu yönetiminde süreklilik arz eden reform çalışmalarının 2000'li yıllardan itibaren hız kazandığı, Yönetimde Yeniden Yapılanma başlığı altında, yasalasamamasına rağmen Kamu Yönetimi Temel İlkeleri ve Yeniden Yapılandırılması Hakkında Kanun Tasarısında vurgulanan hususların, 2003'de İl Özel İdaresi Kanunu ve 5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu, 2004'de 5216 sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu ve 2005'de 5393 sayılı Belediye Kanunu ile somut hale getirildiği ve belirgin etkilerinin görüldüğünü söylemek mümkündür.

2000'li yıllardan itibaren gerçekleştirilen kamu yönetimi reformlarının arka planında söz konusu dönemde iktidara gelen Ak Parti'nin seçim beyannamelerinde vurguladığı; statükonun değişimi, devletin bürokratik devletten hizmet devletine dönüşümü hedefinin yattığını söylemek mümkündür. Bu doğrultuda gerçekleştirilen reformlarla birlikte bürokrasinin vatandaş karşısındaki üstün, erişilmez, buyurgan konumu törpülenerek yönetsel yapıların vatandaşa karşı sorumluluk duyması/hesap verebilmesi sağlanmaya çalışılmıştır. Öte yandan gizlilik ve kapalılığa dayalı yönetimin şeffaf ve açık bir yönetime evrilmeye başladığı, demokratik bir yönetim tarzının benimsendiği, halkın da sivil toplum kuruluşları ve çeşitli katılım mekanizmaları aracılığıyla yönetime katılımının sağlanmaya başlandığı görülmektedir. Yaşanan bu gelişmeler ışığında yönetsel yapıdaki değişimlerle kamu yönetiminde bürokratik/merkeziyetçi bir yapıdan hizmet odaklı yerelde merkezileşmeye yönelik bir dönüşümün yaşandığı söylenebilir.

Tüm bu bilgiler ışığında, yerel yönetimler reformları ile yerelleşmenin sağlanmasına yönelik önemli adımlar atıldığını ve etkin, özerk, katılımcı yerel yönetim birimlerinin oluşturulmasında önemli gelişmeler kaydedildiğini söylemek isabetli olacaktır. Bu bağlamda, "küresel düşünme yerelde uygulama" düşüncesinin uygulanmaya başlandığı gelişim ve ilerlemelerin bu doğrultuda yaşandığı gözlemlenmiştir.

KAYNAKÇA

- ADIGÜZEL, Ş. (2003). Yerel Düzeyde Yönetime Katılım ve Yerel Yönetim Sürecindeki İşlevleri Açısından “Yerel Gündem 21”: Malatya Belediyesi Yerel Gündem 21 Örneği. *Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi*, Cilt 12, Sayı 1, s. 45-63.
- AL, H. (2002). *Bilgi Toplumu ve Kamu Yönetiminde Paradigma Değişimi*. Ankara: Bilimadamı Yayınları.
- AK, D., DAŞKIRAN, F. (2016). Belediye Kanunu Kapsamında Kentsel Dönüşüm: İzmir Büyükşehir Belediyesi Uygulamaları. *Yerelleşme ve Merkezileşme Tartışmaları, Edit; Karatepe vd*, Ankara, TODAİE Yayınları, s.468-480.
- BİRPINAR, M. E. (2012). Türkiye’de Kentsel Dönüşüm Olgusu ve 6306 Sayılı Yeni Yasa. *Müstakil Sanayici ve İş adamları Derneği Çerçeve Dergisi*, Sayı 59, s. 32-38.
- Bursa İl Özel İdaresi, 09.04.2009, İl Genel Meclisi Kararı No:131.
- ÇELİK, A. (2013). Yerel Özerklik Açısından 5393 Sayılı Belediye Kanunu’nun Genel Bir Değerlendirilmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi*, Cilt 18, Sayı 1, s. 17-28.
- ÇEVİKBAŞ, R. (2008). Yerel Yönetimlerde Siyasal Katılım. *Türk İdare Dergisi*, s. 71-96.
- ÇUKURÇAYIR, M. A. (2000). *Siyasal Katılma ve Yerel Demokrasi*. (1. Baskı), Konya: Yargı Kitabevi Yayınları.
- ERYILMAZ, B. (2007). *Kamu Yönetimi*. İstanbul: Okutman Yayıncılık.
- GÖRÜN, M.; KUTLU, S. Z. (2016). Çanakkale Kent Konseyi: Katılım Temelinde Bir Değerlendirme. *Yerelleşme ve Merkezileşme Tartışmaları, 9. Kamu Yönetimi Sempozyumu Bildiriler Kitabı*, TODAİE Yayınları, Ankara, s. 383-395.
- GÖZÜBÜYÜK, A.Ş. (2011). *Yönetim Hukuku*. Ankara: Turhan Kitabevi Yayınları.
- İSBİR, E. G: ALTUNOK, H., ÖZKAYA, Ö. (2015). Politika Metinlerinde Standart Arayışı. *Kayfor 13 Bildiriler Kitabı*, Konya, s. 1131-1142.
- KAYAN, K. (2015). Görev, Yetki ve Sorumluluklar Açısından 5216 Sayılı Büyükşehir Belediye Kanunu’nun Getirdiği Yenilikler ve Kocaeli Büyükşehir Belediyesi’nin Uygulamaları. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, Yıl 5, Sayı 9.
- KESGİN, S. S. (2016). Yerel Yönetimlerde Merkeziyetçi Yönetim Kültürü. *Yerelleşme/Merkezileşme Tartışmaları 9. Kamu Yönetimi Sempozyumu Bildiriler Kitabı*, TODAİE Yayınları, Ankara, s. 94-105.
- KOÇAK, H. (2009). Küreselleşme ve Yerelleşme Çağında Yerel Demokrasi ve Kentsel Yaşam. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 2, Sayı 10, s.133-143.
- ORHAN, G. (2014). *Türkiye’de Yerel Yönetimler ve Çevre*. Bursa: Ezgi Kitabevi Yayınları.
- ÖZDEMİR, S., MEŞHUR, M. Ç. (2011). 5216 Sayılı Büyükşehir Belediye Yasası’nın Belde Belediyelerinin Planlama Süreçleri Üzerinde Yarattığı Etkiler. *Megaron*, Cilt 6, Sayı 3, s. 171-183.
- ÖZTÜRK, K. (2015). AB Koşulluğunun Türkiye’de Kamu Yönetimi Reformlarına Yansıması. *Kayfor13 Bildiriler Kitabı*, Konya, s.135-148.
- PARLAK, B. ve SOBACI, Z. (2008). *Kuram ve Uygulamada Kamu Yönetimi*. Bursa: Alfa Aktüel Yayınları.
- PEKTAŞ, E. K. (2010). Türkiye’de Sosyal Belediyecilik Uygulamaları ve Temel Sorunlar. *Akademik İncelemeler Dergisi*, Cilt 5, Sayı 1, s. 4-22.
- ROBERTS, N. (2004). Public Deliberation in an Age of Direct Citizen Participation. *The American Review of Public Administration*, 34-4, 315-353.
- RONDİNELLİ, D. (1999). What is Decentralization?. *Decentralization Briefing Notes*, WBI Working Papers, s. 2-5.
- SARAÇ, O. (2005). Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu ile Yapılan Düzenlemelerin Değerlendirmesi. *Maliye Dergisi*, s. 122-163.
- SARAN, U. (2004). *Kamu Yönetiminde Yeniden Yapılanma- Kalite Odaklı Bir Yaklaşım*. Ankara: Atlas Yayınları.
- SOBACI, M. Z. (2005). Yeniden Yapılanma Sürecinde İl Özel İdarelerinin Dünyü, Bugünü ve Geleceği Üzerine Değerlendirmeler. *Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi*, Cilt 14, Sayı 4, s. 31-50.

- ŞENGÜL, R. (2013). *Yerel Yönetimler*. Kocaeli: Umuttepe Yayınları.
- UÇAR, M., KARAKAYA, A. (2014). Yönetmel Reformlar Perspektifinden Türkiye’de Yönetimin Gelişimi Üzerine Bir İnceleme. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 4, Sayı 2, s. 152-169.
- UYAR, A., MECEK, M. (2016). Kent Bilincinin Oluşturulması ile Hizmet Pazarlaması Aracı Olarak Beyaz Masa Uygulaması ve Hukuki Yapısı: Afyonkarahisar Belediyesi Örneği. *Paradoks Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi*, Cilt 11, Özel sayı, s. 143-157.
- YILDIRIM, C., YÜKSEL F. (2016). Küreselleşme Sürecinde Kamu Yönetimindeki Dönüşümün Yönetişim Göstergeleri Perspektifinden Değerlendirilmesi. *Yerelleşme ve Merkezileşme Tartışmaları, 9. Kamu Yönetimi Sempozyumu Bildiriler Kitabı*, TODAİE Yayınları, Ankara, s. 141-150.

SAĞLIK ÇALIŞANLARININ SAĞLIK OKURYAZARLIK DÜZEYİNİN BELİRLENMESİ

Suzan KALUÇ

Sakarya Üniversitesi, İşletme Enstitüsü, Sağlık Yönetimi Anabilim Dalı,
suzanakdemr@gmail.com

Doç. Dr. Harun KIRILMAZ

Sakarya Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü,
hkirilmaz@sakarya.edu.tr

Özet

Uluslararası literatürde yaygınlaşmış olan sağlık okuryazarlığı kavramının önemi ülkemizde de kavranmaya başlamıştır. Sağlık okuryazarlığı, sağlığın geliştirilmesi kavramı çerçevesinde tanımlanmakta olup, sağlık hizmetlerine erişim, anlama, değerlendirme ve uygulama sürecini kapsamaktadır. Yetersiz sağlık okuryazarlığı düzeyi bireysel sağlığı tehdit eden sonuçlara neden olabilmektedir. Aynı zamanda yetersiz sağlık okuryazarlığı düzeyi sağlık için ayrılan kaynakların etkin kullanılmamasına ve tedavi maliyetlerinin artmasına neden olarak toplumu ve ekonomiyi de etkilemektedir. Sağlık okuryazarlığı başta sağlık çalışanları olmak üzere tüm toplumu ilgilendiren bir konudur. Bu nedenle araştırmada sağlık personelinin sağlık okuryazarlığı konusuna ilişkin bilgi düzeyini tespit etmek amaçlanmış olup anket yöntemi uygulanmıştır. Araştırma evrenini İstanbul'da faaliyet gösteren bir Vakıf Hastanesinde görev yapan sağlık çalışanları oluşturmakta olup 209 kişiye ulaşılmıştır. Araştırmada iki bölümden oluşan veri toplama aracı kullanılmıştır. Veri toplama aracının birinci bölümünde demografik bilgiler ve kişisel bilgiler, ikinci bölümünde ise Türkiye Sağlık Okuryazarlık Ölçeği (TSOY-32) yer almaktadır. Araştırma sonucuna göre sağlık çalışanlarının sağlık okuryazarlığı düzeyi 34,74 bulunarak yeterli düzeyde sağlık okuryazarlığına sahip oldukları gözlemlenmiştir ancak bu düzey geliştirilebilir bir düzeydedir. Çalışmada sağlık okuryazarlığının çeşitli demografik özelliklerden de etkilendiği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Sağlık, Sağlık Okuryazarlığı, Sağlık Çalışanları

DETERMINATION OF HEALTH LITERACY LEVEL OF HEALTH WORKERS

Abstract

The importance of the concept of health literacy which has become widespread in the international literature has begun to be understood in our country. Health literacy which is described within framework the concept of health promotion includes accessing to health services, understanding, evaluation and implementation process. Having inadequate health literacy could bring about individual and social problems. At the same time, inadequate level of health literacy affects the society and economy by causing the inefficient use of the resources allocated for health and increasing treatment costs. Health literacy is an issue that concerns the whole society, especially health workers. For this reason, it was aimed to determine the level of knowledge of health personnel about health literacy and questionnaire method was applied. The population of the research consists of health personnel working in a private hospital operating in Istanbul and reached 209 people. Data collection tool consisting of two parts was used in the study. The first section of the data collection tool consists demographic information and personal information, the second section includes Turkey Health Literacy Scale (TSOY-32). According to the results of the study, it was observed that health literacy level of health workers was 34,74 and they had sufficient health literacy, but this level is at a level that can be improved. Health literacy was also affected by various demographic characteristics.

Keywords: Health, Health Literacy, Health Workers

1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

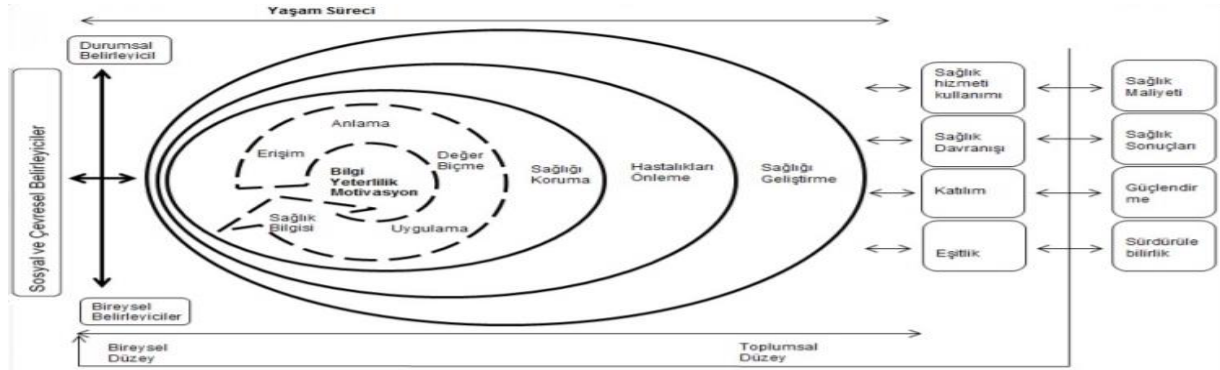
Sağlık okuryazarlığı kavramı bu alanda gerekli kavramsal temellerin elverişli şekilde bütünleşmesini sağlar ve bu anlamda sağlık okuryazarlığı 1974'te Scott Kittredge Simonds tarafından "Sosyal Politika Olarak Sağlık Eğitimi" başlıklı makalede ilk kez kullanılmıştır (Ratzan, 2001: 210). Sağlık okuryazarlığı kavramı literatürde yer almaya başlaması 1970'li yıllar olmasına rağmen son yıllarda önemi kavranmıştır (Nutbeam, 1998: 349). Sağlık okuryazarlığı, okuryazarlıkla bağlantılı olup bireylerin sağlık hizmetlerini, hastalıkları anlaması, sağlığın geliştirilmesi ve hastalıkların önlenmesiyle birlikte günlük yaşamında sağlık hizmetlerine erişme, anlama, değerlendirme ve uygulama becerisine denir (Sorenson vd., 2012: 3). Sağlık okuryazarlığı aynı zamanda kişisel yaşam koşullarını değiştirerek toplum sağlığı için hareket edebilecek bir bilgi düzeyi gerektirir. Bu nedenle sağlık okuryazarlığı randevu alma, ilaç prospektüslerini okuma gibi davranışlardan daha fazlasını ifade eder. İnsanların sağlık bilgisine erişimi, edinilen bilgiyi etkin bir şekilde kullanma ve sağlığı geliştirme açısından önemi büyüktür (Nutbeam, 1998: 357).

Kanj ve Mitic (2009: 4), sağlık okuryazarlığın üç farklı boyutu olduğunu belirtmiş ve bunları aşağıdaki gibi açıklamıştır;

-İşlevsel Okuryazarlık: Bu boyutta bireylerin onam formlarını, ilaç prospektüslerini ve sağlık bakım bilgilerini okumasıyla birlikte sağlık hizmeti sunucuları tarafından verilen yazılı ve sözlü bilgileri anlama, verilen talimatları alma ve randevu tarihlerine uyma boyutudur.

-Kavramsal Okuryazarlık: Bireylerin sağlıkları ile ilgili seçim yapmak, sağlık risklerini azaltabilecek durumların farkında olmak, yaşam kalitesini arttıracak sağlık bilgilerini araştırıp, anlama, değerlendirme ve uygulama boyutudur.

-Kritik Okuryazarlık: Hasta olarak haklarını ve sağlık sistemi içinde yaşananları anlama. Sağlık ürünleri ve sunulan hizmetin risklerini değerlendirebilme, sağlık hizmeti sunucularının seçenekleri arasında bilinçli bir tüketici olarak hareket etme, sosyal hakların savunulması veya siyasi aracılıkla sağlığı iyileştirmek için yapılan bireysel ve toplu hareket etme boyutudur.



Şekil 1. Sağlık Okuryazarlığı Modeli. Kaynak: Sorenson vd., 2012: 9

Sorenson vd., (2012: 9) Şekil 1 de, sağlık okuryazarlığın kavramsal boyutlarını belirterek, sağlık okuryazarlığını etkileyen faktörlerin mantıksal bir çerçevede sunulmasını amaçlamışlardır. Modelin özünde sağlıkla ilgili bilgilere ulaşma, anlama, değerlendirme ve uygulama süreci bulunmaktadır.

Modele göre sağlık okuryazarlığı dört tür yetkinlik gerektirir:

1. Sağlık hizmetine erişim yani arama, bulma ve elde etme,
2. Anlamak, erişilen bilginin doğru biçimde anlama yeteneği,
3. Değerlendirme, erişilen sağlık bilgilerini yorumlama ve yargılama kabiliyeti,
4. Uygulama, sağlığı korumak ve geliştirmek için bir karar verme ve bu kararı uygulama.

Sağlık okuryazarlığı bireylerin sağlıkla ilgili konulardaki bilgiyi anlamaları, edinilen bilgiyi değerlendirme, uygulamayla içinde bulunduğu sağlık sistemini anlamak ve buna yönelik geliştirici adımlar atmak açısından son derece önemlidir. Düşük sağlık okuryazarlığı sonucunda, bireylerin edinilen bilgiyi yanlış anlaması ve buna bağlı olarak tedavinin aksaması bireyin ve toplumun sağlığı

açısından dikkat edilmesi gereken bir konudur çünkü tedavinin aksamaması yalnızca bireyin sağlığını olumsuz etkilemeyecek aynı zamanda sağlık için ayrılan kaynakların etkin kullanılmamasına ve tedavi maliyetlerinin artmasına neden olarak toplumu ve ekonomiyi etkileyecektir (Sezgin, 2013: 89). Sağlık okuryazarlığının yetersiz olması, bireylerin koruyucu sağlık hizmetlerinden daha az yararlanma ve tedavi düzeyinde hizmet almalarına neden olarak gereksiz hastane yoğunluğuna, sağlık talebi ve buna bağlı olarak maliyetlerin artmasına neden olacaktır (Akbolat vd., 2016: 356). Aynı zamanda denilebilir yetersiz sağlık okuryazarlığı düzeyi durum semptomatik evrede sağlık arama davranışında gecikmelere neden olabilmektedir (Uğurlu ve Akgün, 2019: 104).

Sağlık okuryazarlığının neden önemli olduğunu belirlemeye yardımcı olan altı faktör aşağıdaki gibi sıralanmıştır (Kanj ve Mitic, 2009: 4-5);

-Etkilenen İnsan Sayısı: Sağlık okuryazarlık düzeyinin düşük olması gelişmiş ve gelişmekte olan tüm ülkeler için önemlidir ve sonuçları tüm ülkeleri etkiler. Aynı zamanda yapılan araştırmalar göstermiştir ki kadınların sağlık okuryazarlık düzeyi erkeklere oranla daha düşüktür.

-İstenmeyen, Olumsuz Sağlık Sonuçları: Sağlık okuryazarlığı ile sağlık hizmeti alma arasında ilişki vardır. Düşük sağlık okuryazarlığı sonucu ölüm oranlarının artışı arasında ilişki olduğu belirtilmektedir.

-Kronik Hastalık Oranlarındaki Artış: Sağlık okuryazarlığı ile kronik hastalıkların oranı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

-Yüksek Sağlık Bakım Maliyetleri: Sağlık okuryazarlık düzeyi ile sağlık bakım maliyetleri arasında ters yönlü bir ilişki vardır.

-Sağlık Bilgisi Talepleri: Sağlık talebinde bulunan bireylerdeki düşük okuma becerileri, teknik dilin kullanımının zorlaşmasına neden olur.

-Eşitlik: Düşük sağlık okuryazarlık becerisi sonucu bireylerin kendini ifade edemediği ve bu sayede etkin bir sağlık hizmetine ulaşamadığı görülmüştür.

Sorenson'a göre (2012: 7) sağlık okuryazarlık düzeyine; demografik, psikososyal ve kültürel faktörlerin yanı sıra, genel okuryazarlık düzeyi, kişisel özellikler ve sağlık sistemi ile ilgili önceki deneyimlerin etkisi bulunmaktadır. Sağlık okuryazarlık düzeyini etkileyen demografik faktörlerin içinde ise, sosyoekonomik durum, gelir, kültür, dil politik güçler ve medya gelirirken, kişisel özellikler açısından ise yaş, ırk, cinsiyetle birlikte kişilerin, fiziksel ve sosyal yetenekleri de sağlık okuryazarlığı düzeyine etki eder.

Sağlık okuryazarlığı düzeyine etki eden kültür; sosyal ve aile yaşantısına etki eder ve bireylerin tutumlarını şekillendirmede önemli bir rol oynar aynı zamanda bireylerin sağlık sistemiyle nasıl etkileşime girdiğini ve sağlık okuryazarlığı becerilerini etkiler. Kültürün yanı sıra ülkelerin uyguladığı eğitim sistemi ve sağlık sistemleri de sağlık okuryazarlığı düzeyine etki eder (Nielsen-Bohlman, Panzer, Kindig, 2004: 33-35). Giderek yaygınlaşan hayatımızın bir parçası olan teknoloji de sağlık okuryazarlığı düzeyine etki etmektedir ve teknoloji sağlık okuryazarlığı becerilerinin bir bileşeni olarak görülmeye başlanmıştır (Berkman, Davis ve McCormack, 2010: 16-17).

Yetersiz sağlık okuryazarlığı düzeyinin etkileri kişi toplum ve sağlık sistemini çeşitli yönlerden olumsuz etkilemektedir. Bu etkilere bakıldığında, bireylerin kendi sağlıkları ilgili süreci etkin yönetememe sonucu daha sağlıklı bir yaşam, genellikle kronik hastalıklarla ilgili bilgi eksikliği verilen eğitimleri anlama ve uygulamada güçlük, koruyucu sağlık hizmetlerinin kullanımında sorunlar yaşanması ve yanlış sağlık hizmeti kullanımı sonucu sağlık harcamalarında artma, acil servis kullanım oranlarının yükselmesi ve hastane yatış sürelerinin uzun olması, sağlık sunucuları tarafından verilen tedavi yöntemine uymada problem yaşama ve sağlık kontrollerinin aksamaması, ilaç uygulama hatalarının artması ve düzensiz ilaç kullanımı ve mortalite oranlarının artması şeklinde sıralanabilir. (Durusu Tanrıöver vd., 2014: 26);

Doktor, hemşire ve diğer sağlık çalışanlarının sağlık okuryazarlığı düzeyine etkisinin önemli olduğu düşünülmektedir. Bu doğrultuda sağlık çalışanları hastayı iyi dinlemeli, hastayı anlayacağı biçimde bilgilendirmelidir. Sağlık çalışanlarının sağlık okuryazarlığı problemlerini tespit edebilmeli ve sonrasında bu hastalarla doğru iletişimin yollarını bilmek durumundadır (Şahinöz, Şahinöz ve Kıvanç,

2018: 73). Sağlık okuryazarlığına hemşireler anlamlı bir katkıda bulunmaktadır ve hemşireler sağlık hizmeti sunucularının büyük bir kapsamını oluşturmaktadırlar. Hemşirelik mesleğinde temel olan hasta eğitimi ve sağlığın teşvikidir bu nedenle denilebilir ki sağlık okuryazarlığın geliştirilmesinde hemşireliğin etkisi vardır. Hemşirelerin sağlık okuryazarlık düzeylerinin düşük olması hasta iletişimini önemli bir biçimde etkiler (Mayer ve Villaire, 2011: 59-60).

Sağlık çalışanlarının rolü modern toplumda yalnızca sağlık hizmeti sunmakla kalmayıp aynı zamanda sağlığın geliştirilmesine katkı sağlayacak hale dönüşmüştür. Bu nedenle denilebilir ki düşük sağlık okuryazarlık düzeyine sahip olan hastaları bu yönde bilinçlendirmek, hemşirelerin ve diğer sağlık çalışanlarının görevidir. Doğru ilaç kullanımı, kronik hastalıkların yönetilmesi, sağlıklı yaşam tarzının benimsenmesi gibi sağlık eğitiminin hastalara verilmesinde hemşirelerin ve sağlık çalışanlarının önemi büyüktür. Bu kapsamda bakıldığında, hemşireler ve diğer sağlık çalışanları hastalara sağlığın teşviki ve geliştirilmesi alanında ilham olabilirler ve hastaların sağlık okuryazarlığının artmasına katkı sağlayabilirler. (Kolar, Kaucic ve Kolnik, 2017: 27). Çopurlar ve Kartal (2015: 45-46), Aile hekimlerinin de sağlık okuryazarlık düzeyinin geliştirilmesinde, hastaların sağlık hizmeti almaya başladıkları ilk giriş noktası olmaları nedeniyle önemli bir yer tuttıklarını belirtmiştir.

2. METODOLOJİ

2.1. Veri Toplama Aracı

Araştırmada veri toplama aracı olarak 2 bölümden oluşan bir anket formu kullanılmıştır. Anket formunun birinci bölümü “Demografik Bilgiler”, ikinci bölümü ise Okyay & Abacıgil (2016) tarafından Türkçeye uyarlanan HLS-EU çalışması temel alınarak “Türkiye Sağlık Okuryazarlığı Ölçeği-32 (TSOY-32)” oluşturmaktadır. Demografik Bilgiler; yaş, cinsiyet, eğitim, meslek, okuryazarlık düzeyi, çalışma süresi, sağlıkla ilgili konularda bilgi edinme kaynağını belirlemeye yönelik maddelerden oluşmaktadır. Türkiye Sağlık Okuryazarlığı Ölçeği 32 maddelik bir 4’lü likert ölçek olarak geliştirilmiştir. TSOY-32, Avrupa Sağlık Okuryazarlığı ölçeğinden farklı olarak, üç değil, iki temel boyut alınarak, 2X4’lük bir matris olarak düzenlenmiştir. Düzenlenen yeni matris, iki boyut (Tedavi ve hizmet ve Hastalıklardan korunma/sağlığın geliştirilmesi) ile dört süreç (Sağlıkla ilgili bilgiye ulaşma, sağlıkla ilgili bilgiyi anlama, sağlıkla ilgili bilgiyi değerlendirme, Sağlıkla ilgili bilgiyi kullanma/uygulama) olmak üzere toplam sekiz bileşenden oluşmaktadır. TSOY-32 ölçeği 32 ifadeden oluşup ve 0 ve 4 arasında puanlandırılarak değerlendirilmiştir. Bu süreçte ölçekten farklı fikrim yok seçeneği “5” yerine “0” ile ifade edilmiştir. Bunun nedeni daha önce yapılan çalışmalarda 5 şıkkının kolaylık derecesi olarak algılanma düşüncesidir. Puanlamada kullanılan (0= fikrim yok, 1= çok zor, 2= zor, 3= kolay, 4= çok kolay) sorularda davranışın kişiye göre zorluk ve kolaylık derecesi ölçülmeye çalışılmaktadır.

2.2. Analiz Yöntemi

Çalışma süresince görüşülen ve anketleri tamamlanan toplam katılımcı sayısı 209 kişidir. Verilerin analizinde, değişkenler arasındaki ilişkilerin ortaya konulması için Statistical Package for Social Sciences (SPSS) 25.0 programından yararlanılmıştır. Elde edilen verilerin normallik testine tabi tutulmuş ve dağılımları incelenmiştir. Demografik değişkenlere göre yapılan karşılaştırmalarda ikili gruplarda t testi, ikiden fazla gruplarda “Varyans Analizi” (ANOVA) kullanılmıştır. ANOVA testi sonucunda istatistiksel olarak anlamlı fark bulunan özellikler için farkın hangi gruplardan kaynaklandığını tespit etmek için ise Tukey HSD testi kullanılmıştır. Okyay & Abacıgil (2016: 74), kullanılan ölçeğin değerlendirilmesinde; indeksler 0 ile 50 arasında olacak şekilde standardize edilmiştir. İndeks hesaplamasında aşağıdaki formül kullanılmıştır.

$$\text{İndeks} = (\text{ortalama}-1) \times (50/3)$$

Kullanılan formülde, indeks, kişiye özgün hesaplanan indeksi ve ortalama da bir kişinin cevaplandığı her maddenin ortalamasını ifade etmektedir. Bu hesaplama sonrasında, 0 en düşük sağlık okuryazarlığını ve 50 de en yüksek sağlık okuryazarlığını göstermektedir.

TSOY-32 çalışmasında da olduğu gibi elde edilen indeks dört kategoriye göre sınıflandırılmıştır. Aşağıdaki puanlamaya göre sağlık okuryazarlığı;

- (0-25) puan yetersiz sağlık okuryazarlığı

- (>25-33) puan sorunlu – sınırlı sağlık okuryazarlığı
- (>33-42) puan yeterli sağlık okuryazarlığı
- (>42-50) puan mükemmel sağlık okuryazarlığı, olarak tanımlanmaktadır.

Çalışmamızda öncelikle araştırmaya katılan sağlık çalışanlarının sağlık okuryazarlık düzeyi hesaplanmıştır. Bu hesaplama yapılırken yukarıda anlatılan indeks hesaplama formülü kullanılmıştır.

3. BULGULAR

3.1. Araştırma Grubunun Temel Sosyo-Demografik Özelliklerine Ait Bulgular

Araştırma kapsamında 209 sağlık çalışanı ile anket yapılmıştır. Araştırmaya; 39 Hekim, 57 Hemşire, 52 Diğer Sağlık Çalışanı (Tekniker, Fizyoterapist, Diyetisyen vb.), 61 İdari Personel (Yönetici, Hasta Danışmanı, Yardımcı Personel vb.) katılmıştır. Araştırmaya katılımcıların 151 i kadın, 58 i erkektir. Demografik özelliklere ait tüm bilgiler Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Araştırma Grubunun Temel Sosyo-Demografik Özellikleri (n=209)

Cinsiyet	n	%	Yaş Grupları	n	%
Kadın	151	72,2	20-25 yaş arası	72	34,4
Erkek	58	27,8	26-35 yaş arası	80	38,3
Eğitim Durumu	n	%	36-45 yaş arası	26	12,5
Lise ve altı	40	19,1	46-55 yaş arası	12	5,8
Önlisans	73	34,9	56 yaş ve sonrası	2	1
Lisans	53	25,4			
Lisansüstü	43	20,6	Sağlıkla İlgili Bilgi Edinme Kaynağı	n	%
Görev	n	%	Yazılı Kaynaklar	62	29,7
Hekim	39	18,7	İnternet	102	48,8
Hemşire	57	27,3	Televizyon	3	1,4
Diğer Sağlık Çalışanı	52	24,9	Sağlık Çalışanı	42	20,1
İdari Personel	61	29,1			

3.2. Araştırma Grubunun Sağlık Okuryazarlığına İlişkin Bulgular

Ölçeğin güvenirliği; iç tutarlık (Cronbach Alfa) ile incelenmiştir. Ölçeğin genel iç tutarlık katsayısı; 0.931 olarak saptanmıştır. Bu da kabul edilebilir değer olan 0,80’inin oldukça üzerindedir. Yapılan çalışmada sağlık çalışanlarının TSOY-32 Ölçeği kullanılarak yapılan değerlendirmede, genel sağlık okuryazarlığı puanı 34,74 olarak bulunmuştur. Bu puan (>33-42) yeterli sağlık okuryazarlığına karşılık gelmektedir.

3.3. Temel Sosyo-Demografik Özelliklerin Sağlık Okuryazarlığına İlişkin Bulgular

Katılımcıların cinsiyetlerine göre sağlık okuryazarlığı ile ilgili boyutlar hakkındaki cevapları bağımsız örneklerde t testi kullanılarak analiz edilmiştir. Analiz sonuçları Tablo 2 de verilmiştir ve katılımcıların sağlık okuryazarlığı boyutları ile ilgili değerlendirmeleri cinsiyetlerine göre istatistiksel olarak anlamlı fark göstermemektedir (p>0,05)

Tablo 2: Katılımcıların SOY Boyutları ile İlgili Değerlendirmelerinin Cinsiyete Göre Dağılımı

Boyutlar	Cinsiyet	N.	Ort.	St. Sp.	f	p
Tedavi ve Hizmet	Kadın	151	3,11	0,41	-0,938	0,327
	Erkek	58	3,17	0,42		
Hastalıklardan korunma/sağlığın geliştirilmesi	Kadın	151	3,03	0,48	-0,388	0,698
	Erkek	58	3,06	0,46		

Katılımcıların sağlık okuryazarlığı boyutlarıyla ilgili cevaplarının eğitim durumlarına, yaşlarına, görevlerine göre fark gösterip göstermediği ANOVA testi (tek yönlü varyans analizi) kullanılarak değerlendirilmiştir. ANOVA testi sonucunda istatistiksel olarak anlamlı fark bulunan özellikler için farkın hangi gruplardan kaynaklandığını tespit etmek için ise Tukey HSD testi kullanılmıştır.

Tablo 3 incelendiğinde katılımcıların tedavi ve hizmet ile hastalıklardan korunma/sağlığın geliştirilmesi ile ilgili cevapların eğitim durumlarına göre anlamlı farklılık olduğu görülmektedir (p<0,05). Bu farklılıklar; Tedavi ve Hizmet Boyutunda Lise ve altı eğitilmiş grup için; Önlisans, Lisans

ve Lisansüstü ile arasında farklılık görülmüş. Önlisans eğitilmiş grup için; Lise ve altı ve Lisansüstü arasında farklılık olduğu görülmüş. Lisans eğitilmiş grup için; Lise ve altı ve Lisansüstü arasında fark olduğu görülmüş. Lisansüstü grup için ise; Lise ve altı, Önlisans ve Lisans ile arasında fark olduğu görülmüştür.

Hastalıklardan Korunma/Sağlığın Geliştirilmesi Boyutunda ise Lise ve altı eğitilmiş grup için; Önlisans, Lisans ve Lisansüstü ile arasında farklılık görülmüş. Önlisans eğitilmiş grup için; lise ve altı ile farklılık olduğu görülmüş. Lisans eğitilmiş grup için; Lise ve altı ile farklılık olduğu görülmüş. Lisansüstü eğitilmiş grup ile ise Lise ve altı eğitilmiş grup ile aralarında fark olduğu görülmüştür.

Tablo 3: Katılımcıların SOY Boyutları ile İlgili Değerlendirmelerinin Eğitime Göre Dağılımı

Boyutlar	Eğitim	N.	Ort.	St. Sp.	f	p	TUKEY HSD	
Tedavi ve Hizmet	Lise ve Altı (1)	40	2,88	0,397	10,440	0,000	1-2 (0,025)	3-4 (0,44)
	Önlisans (2)	73	3,1	0,377			1-3 (0,008)	2-1 (0,025)
	Lisans (3)	53	3,15	0,402			1-4 (0,000)	3-2 (0,910)
	Lisansüstü (4)	43	3,36	0,385			2-3 (0,910)	3-1 (0,008)
	Toplam	209	3,12	4,415			2-4 (0,004)	4-1 (0,000)
Hastalıklardan korunma/sağlığın geliştirilmesi	Lise ve Altı (1)	40	2,79	0,520	7,130	0,000	4-3 (0,44)	4-2 (0,004)
	Önlisans (2)	73	3,02	0,423			1-2 (0,046)	3-4 (0,270)
	Lisans (3)	53	3,07	0,460			1-3 (0,015)	3-2 (0,920)
	Lisansüstü (4)	43	3,24	0,437			1-4 (0,000)	2-1 (0,046)
	Toplam	209	3,04	0,475			2-3 (0,920)	3-1 (0,015)
							2-4 (0,058)	4-1 (0,000)
							4-2 (0,058)	4-3 (0,270)

Tablo 4 incelendiğinde katılımcıların tedavi ve hizmet ile hastalıklardan korunma/sağlığın geliştirilmesi ile ilgili cevapların görevlerine göre anlamlı farklılık olduğu görülmektedir ($p<0,05$). Bu farklılıklar; Tedavi ve Hizmet Boyutunda hekimler ile; hemşire, diğer sağlık çalışanları ve idari personel arasında farklılık olduğu görülmüş. Hemşireler ile hekimler arasında, diğer sağlık çalışanları ile hekimler arasında ve idari personeller ile hekimler arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Hastalıklardan Korunma/Sağlığın Geliştirilmesi Boyutunda ise hekimler ile; hemşireler ve idari personeller arasında, hemşireler ve hekimler arasında, idari personel ve hekimler arasında anlamlı farklılıkların olduğu görülmüştür.

Tablo 4: Katılımcıların SOY Boyutları ile İlgili Değerlendirmelerinin Göreve Göre Dağılımı

Boyutlar	Görev	N.	Ort.	St. Sp.	f	p	TUKEY HSD	
Tedavi ve Hizmet	Hekim (1)	39	3,39	0,369	8,713	0,000	1-2 (0,008)	3-4 (0,596)
	Hemşire (2)	57	3,13	0,381			1-3 (0,001)	2-1 (0,008)
	Diğer Sağlık Çalışanı (3)	52	3,08	0,422			1-4 (0,000)	3-1 (0,001)
	İdari Personel (4)	61	2,99	0,395			2-3 (0,924)	3-2 (0,924)
	Toplam	209	3,12	0,415			2-4 (0,219)	4-1 (0,000)
Hastalıklardan korunma/sağlığın geliştirilmesi	Hekim (1)	39	3,28	0,437	4,773	0,003	4-3 (0,596)	4-2 (0,219)
	Hemşire (2)	57	2,97	0,434			1-2 (0,009)	3-4 (0,647)
	Diğer Sağlık Çalışanı (3)	52	3,04	0,442			1-3 (0,084)	2-1 (0,009)
	İdari Personel (4)	61	2,94	0,514			1-4 (0,003)	3-1 (0,084)
	Toplam	209	3,04	0,475			2-3 (0,839)	3-2 (0,839)
							2-4 (0,987)	4-1 (0,003)
							4-3 (0,647)	4-2 (0,987)

Tablo 5 incelendiğinde katılımcıların tedavi ve hizmet ile hastalıklardan korunma/sağlığın geliştirilmesi ile ilgili cevapların sağlıkla ilgili bilgi edinme kaynaklarına göre anlamlı farklılık olduğu görülmektedir ($p<0,05$). Bu farklılıklar; Tedavi ve Hizmet Boyutunda yazılı kaynaklar ile; internet, televizyon ve sağlık çalışanları arasında, internet ile; yazılı kaynaklar ve televizyon arasında, televizyon ile; yazılı kaynaklar, internet ve sağlık çalışanları arasında, sağlık çalışanları ile; yazılı kaynaklar ve televizyon ile aralarında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Hastalıklardan

Korunma/Sağlığın Geliştirilmesi Boyutunda ise yazılı kaynaklar ile; internet, televizyon ve sağlık çalışanları arasında, internet ile; yazılı kaynaklar ve televizyon arasında, televizyon ile; yazılı kaynaklar, internet ve sağlık çalışanları arasında, sağlık çalışanları ile; yazılı kaynaklar ve televizyon arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir.

Tablo 5: Katılımcıların SOY Boyutları ile İlgili Değerlendirmelerinin Sağlıkla İlgili Bilgi Edinme Kaynaklarına Göre Değerlendirmeleri

Boyutlar	Bil. Edin. Kaynağı	N.	Ort.	St. Sp.	f	p	TUKEY HSD	
Tedavi ve Hizmet	Yazılı Kaynaklar (1)	62	3,35	0,362	14,58	0,000	1-2 (0,000)	3-4 (0,021)
	İnternet (2)	102	3,07	0,382			1-3 (0,000)	2-1 (0,000)
	Televizyon (3)	3	2,31	0,103			1-4 (0,000)	3-1 (0,000)
	Sağlık Çalışanları (4)	42	2,97	0,406			2-3 (0,004)	3-2 (0,004)
	Toplam	209	3,12	0,415			2-4 (0,467)	4-1 (0,000)
Hastalıklardan korunma/sağlığın geliştirilmesi	Yazılı Kaynaklar (1)	62	3,26	0,424	11,5	0,000	1-2 (0,001)	3-4 (0,018)
	İnternet (2)	102	2,98	0,405			1-3 (0,000)	2-1 (0,001)
	Televizyon (3)	3	2,12	0,286			1-4 (0,000)	3-1 (0,000)
	Sağlık Çalışanları (4)	42	2,90	0,511			2-3 (0,006)	3-2 (0,006)
	Toplam	209	3,04	0,475			2-4 (0,768)	4-1 (0,000)
							4-3 (0,018)	4-2 (0,768)

4. TARTIŞMA VE SONUÇ

Çalışmamızda sağlık çalışanlarının sağlık okuryazarlığı düzeyi 34,74 puan olarak bulunmuştur. Bu sonuçla sağlık çalışanlarının yeterli düzeyde sağlık okuryazarlığına sahip olduğu görülmüş ancak bu veri bir üst puanlama olan mükemmel sağlık okuryazarlık düzeyinin altındadır.

Araştırmaya katılan bireylerin sağlıkla ilgili bilgiye ulaşmak için yazılı kaynaklar, internet, televizyon ve sağlık çalışanlarını tercih etme sıklığının sağlık okuryazarlığı düzeyi üzerinde etkili olduğu; sağlık çalışanlarının görevlerinin sağlık okuryazarlığı üzerinde etkili olduğu, sağlık çalışanlarının eğitim düzeylerinin sağlık okuryazarlığı üzerinde etkili olduğu tespit edilirken kişilerin cinsiyetlerinin sağlık okuryazarlığı düzeyi üzerinde etkisi olmadığı görülmüştür.

Katılımcıların sağlık okuryazarlığı ile ilgili cevaplarına bakıldığında, “Tedavi ve hizmet” boyutunda, 1. Madde olan “Sağlığınızla ilgili bir şikayetiniz olduğunda, bunun bir hastalık belirtisi olup olmadığını araştırıp bulmak,” % 56,6 ile en yüksek oranda “zor”; 10. Madde olan “Sağlıkçıların (doktor, eczacı gibi) önerdikleri biçimde ilaçlarınızı kullanmak” 54,1 ile en yüksek oranda “kolay”, 11. Madde olan “İlaç kutusundaki ilacı kullanmanıza yönelik talimatları anlamak” %52,2 ile en yüksek oranda “çok kolay” yanıtı verilmiştir.

“Hastalıklardan korunma ve sağlığın geliştirilmesi” boyutunda ise 21. madde olan “Sigara içme, yetersiz fiziksel aktivite gibi sağlıksız davranışlarla nasıl başa çıkılacağıyla ilgili sağlık uyarılarını anlamak” %45,9 ile en yüksek oranda “çok kolay”, 18. madde olan “Fazla kilolu olma, yüksek tansiyon gibi sağlığınız için zararlı olabilecek durumlarla ilgili bilgiyi araştırıp bulmak” %58,4 ile en yüksek oranda “kolay”, 29. madde olan “Sağlığınız için yaşam tarzınızı (spor yapmak, sağlıklı beslenmek, sigara kullanmamak gibi) değiştirmek” ve 30. madde olan “Diyetisyen tarafından yazılı olarak verilen diyet listesini uygulayabilmek” %45,9 ile en yüksek oranda “zor”, 24. madde olan “İnternet, gazete, televizyon, radyo gibi kaynaklarda daha sağlıklı olmak için yapılması önerilen bilgilerin güvenilir olup olmadığına karar vermek” ve 32. madde olan “Sağlıkla ilgili politika değişikliklerini yorumlamak” %8,1 ile en yüksek oranda “çok zor” yanıtı verilmiştir.

Çalışmada sağlık çalışanlarının sağlık okuryazarlığı düzeyini tespit etmek amaçlanmış olup, Sağlık Okuryazarlığı düzeyini belirlemek için Türkiye Sağlık Okuryazarlığı Ölçeği (TSOY-32) kullanılmıştır. Bu ölçek kullanılarak sağlık çalışanlarının sağlık okuryazarlığını araştıran çalışma sayısı kısıtlıdır. Sağlık okuryazarlığını ölçmeye ilişkin çalışmalar zamanla artmaya başlamış ancak bu çalışmalar daha

çok sağlık kuruluşlarına başvuru yapan hastaların veya toplumun genel sağlık okuryazarlık düzeyini ölçmeye yönelik çalışmalardır. Bu açıdan bakıldığında sağlık çalışanlarının sağlık okuryazarlık düzeyini ölçmeye yönelik çalışma sayısı yurt içinde oldukça sınırlıdır. Sağlık çalışanlarının sağlık okuryazarlığı düzeyinin tespit edilmesi ve sonucunda sağlık okuryazarlığını geliştirmeye yönelik adımlar atılması açısından bu çalışmanın sonuçları önemlidir. Bu alanda araştırma evreni ve örneklemini arttırılarak yapılacak çalışmalarla sağlık çalışanlarının sağlık okuryazarlığına ilişkin daha geniş kapsamlı sonuçlar elde edilebilir.

KAYNAKÇA

- AKBOLAT, M., KAHRAMAN, G., ERİĞÜÇ, G. ve SAĞLAM, H. (2016), Sağlık Okuryazarlığı Hasta-Hekim İlişisini Etkiler Mi?: Sakarya İlinde Bir Araştırma, *TAF Preventive Medicine Bulletin*, 15(4): 354-362.
- BERKMAN, N.D., DAVIS, T.C. ve McCORMACK, L. (2010), “Health literacy: what is it?”, *Journal Of Health Communication*, 15(S2), 9-19.
- ÇOPURLAR, K.C., KARTAL, M. (2016), What is Health Literacy? How to measure it? Why is it important? *Turkish Journal of Family Medicine and Primary Care*, 10(1), 42-47.
- DURUSU TANRIÖVER, M., YILDIRIM, H.H., DEMİRAY READY, F.N., ÇAKIR, B. ve AKALIN, H.E., (2014), Türkiye Sağlık Okuryazarlığı Araştırması, Ankara, Sağlık-Sen Yayınları.
- KANJ, M., MITIC, W. (2009), *Health Literacy and Health Behaviour*, Eastern Mediterranean Region, World Health Organization.
- KOLAR, T.R., KAUCİC, B.M., KOLNİK, T.S. (2017), The Role Of The Nurse In Improving Health Literacy Among Older Adults, *Pielęgniarstwo XXI wieku*, 16(2), 23-28.
- MAYER, G., VILLARE, M. (2011), Health Literacy: An Opportunity For Nurses To Lead By Example. *Elsevier Inc*, 59(2), 59-60.
- NIELSEN-BOHLMAN, L., PANZER, A.M., & KINDIG, D.A. (2004), *Health literacy: A Prescription to End Confusion*. Washington: National Academies Press.
- NUTBEAM, D., (1998) Health Promotion Glossary, *Health Promotion International, World Health Organisation*. 13(4), 349-364.
- OKYAY, P., ve Abacıgil, F. (2016). Türkiye Sağlık Okuryazarlığı Ölçekleri Güvenilirlik ve Geçerlilik Çalışması. Avrupa Sağlık Okuryazarlığı Ölçeği Türkçe Uyarlaması (ASOY-TR), Sağlık Bakanlığı.
- RATZAN, S. C., (2001). Health Literacy: Communication for The Public Good. *Health Promotion International*, 16(2), 207-214.
- SEZGİN, D. (2013), Sağlık Okuryazarlığını Anlamak, *Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını Sağlık İletişimi Özel Sayı*, (3), 73-92.
- SORENSEN, K., VAN DEN BROUKE, S., FULLAM, J., DOYLE, G., PELİKAN, J., SLONKA, Z. & BRAND, H. (2012). Health Literacy And Public Health: A Systematic Review And İntegration Of Definitions And Models, *BMC Public Health*, 12(80), 1-13.
- ŞAHİNÖZ, T., ŞAHİNÖZ, S., ve KIVANÇ, A. (2018), Üniversite Son Sınıf Öğrencilerinin Sağlık Okuryazarlığı Düzeyleri Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 7(3), 71-79.
- UĞURLU, Z. ve AKGÜN, H.S. (2019), Sağlık Kurumlarına Başvuran Hastaların Sağlık Okuryazarlığının Ve Kullanılan Eğitim Materyallerinin Sağlık Okuryazarlığına Uygunluğunun Değerlendirilmesi, *Mersin Üniversitesi Sağlık Bilim Dergisi*, 12(1): 96-106.

ORTAOKUL MATEMATİK ÖĞRETMENİ ADAYLARININ “GEOMETRİ” KAVRAMINA İLİŞKİN METAFOR ALGILARININ İNCELENMESİ

Arş. Gör. Büşra KIRAL

İstanbul Aydın Üniversitesi / Eğitim Fakültesi / Matematik ve Fen Bilimleri Eğitimi Bölümü
busrakiral@aydin.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi Yasemin KATRANCI

Kocaeli Üniversitesi / Eğitim Fakültesi / Matematik ve Fen Bilimleri Eğitimi Bölümü
yasemin.katranCI@kocaeli.edu.tr

Özet

Bu çalışmada, ortaokul matematik öğretmeni adaylarının “geometri” kavramına ilişkin sahip oldukları algıların metaforlar aracılığıyla ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Betimsel nitelikte olan bu çalışmada katılımcılar elverişli örnekleme göre belirlenmiştir. Bu kapsamda çalışmaya 200 ortaokul matematik öğretmeni adayı katılmıştır. Çalışmada veriler; “Geometri, ... gibidir; çünkü” cümlesinin adaylar tarafından doldurulması ile elde edilmiştir. Öğretmen adaylarından ilk boşluğa geometri hakkında bir metafor yazmaları, ikinci boşluğa da bu metaforu neden yazdıklarını açıklamaları istenmiştir. Verilerin analizinde ve yorumlanmasında; a) Birinci aşama: Adlandırma, b) İkinci Aşama: Tasnif etme (eleme), c) Üçüncü Aşama: Kategori geliştirme, d) Dördüncü Aşama: Geçerlik ve güvenilirliği sağlama ve e) Beşinci Aşama: Verileri bilgisayara aktarma aşamaları takip edilmiştir. Elde edilen bulgular frekans (f) bazında sunulmuştur. Sonuçta, ortaokul matematik öğretmeni adayları geometri kavramına ilişkin toplam 117 farklı metafor üretmişlerdir. Öğretmen adaylarının geometriyi, bulmaca, hayat, evren, dünya, oyun ve uzay olarak gördükleri söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: Geometri, Metafor, Ortaokul Matematik Öğretmeni Adayı

INVESTIGATION OF METAPHORIC PERCEPTIONS OF PRE-SERVICE MIDDLE SCHOOL MATH TEACHERS ABOUT THE CONCEPT OF "GEOMETRY"

Abstract

The purpose of this study is to reveal the perceptions of pre-service math teachers regarding the concept of “geometry” through metaphors. In this descriptive study, the participants were determined according to convenient sampling. In this scope, 200 pre-service middle school math teachers participated in the study. The data of the research was obtained by completing the blanks in the sentence “Geometry is like; because “. The pre-service teachers were asked to write down a metaphor about the geometry to the first blank and to explain the reasons why they wrote this metaphor. In the analysis and interpretation of the data, some stages were followed. These stages are; a) First Stage: Naming, b) Second Stage: Sorting, c) Third Stage: Category development, d) Fourth Stage: Ensuring validity and reliability, and e) Fifth Stage: Transferring the data to the computer. The findings were presented on frequency (f) basis. As a result, pre-service middle school math teachers produced 117 different metaphors related to the concept of geometry. It could be said that pre-service math teachers see geometry as puzzle, life, universe, eternity, game, and space.

Keywords: Geometry, Metaphor, Pre-service Middle School Math Teacher

1. GİRİŞ

Matematik; sayı ve ölçüyü temel alan, cebir, aritmetik ve geometri öğrenme alanlarında niceliklerin özelliklerini inceleyen bilimlerin ortak adı (Türk Dil Kurumu [TDK], 2019a) olarak tanımlanmaktadır. Görüldüğü üzere geometri, matematiği oluşturan önemli alt dallardan biridir. Matematik dersi öğretim programına göre, ilkökul birinci sınıftan itibaren temel kavram ve sayıların öğretiminden sonra geometri konuları öğretilmektedir (Milli Eğitim Bakanlığı [MEB], 2018). Olkun ve Toluk (2003), geometrinin hem somut cisimler ve şekillerle uğraşması hem de matematik öğrenimine katkı sağlaması nedeniyle erken yaşlardan itibaren ele alınıp ayrı bir konu olarak okutulması yerine

matematik konularıyla entegre edilerek okutulmasının daha yararlı olacağını ifade etmektedir. Bu nedenle matematik ve geometri öğretimi birbirini tamamlayan bir bütün olarak ele alınıp öğrencilerin bu alanlardaki başarıları için birbirinden ayrılmadan öğretim yoluna gidilmelidir (Önal & Göloğlu-Demir, 2012). Geometri öğrenimi çocukların etraflarındaki dünyayı görerek bilmeye ve anlamaya başlamaları ile başlamaktadır.

Tümdengelimli ve tümevarımlı bir sistemin içerisinde gelişerek yüksek düzeyde geometriksel düşünme eylemiyle devam etmektedir (Ubuz, 1999). Doğadaki varlıkların geometrik şekillerde olması, günlük hayattaki eşyaların geometrik şekillere sahip olması, problem çözmede ve matematiksel model oluşturmada geometrik düşüncelere başvurulması, çeşitli bilim dallarında geometrik şekil ve cisimlerden yararlanılması sebepleriyle geometrinin eğitimdeki yeri oldukça büyüktür (Altun, 2004). Buradan hareketle matematik derslerinde geometri öğreniminin ilkokuldan itibaren önemli olduğu ve öğretmenlerin de bu duruma gereken önemi vermeleri gerektiği söylenebilir.

Bu bağlamda öğretmen adaylarının eğitiminde de bu konunun kavratılmasına özen gösterilmelidir denilebilir. Bu özenin sağlanabilmesi için de ilk olarak öğretmen adaylarının geometri hakkındaki algılarının ortaya çıkarılmasının gerektiği düşünülmektedir. Algıların ortaya çıkarılmasında da metaforlardan yararlanıldığı bilinmektedir. Metafor, bireyin karmaşık, soyut ve kuramsal bir olguyu anlayarak açıklamasında kullanabileceği güçlü zihinsel bir araç (Saban, Koçbeker, & Saban, 2006) olarak ifade edilmektedir. Ayrıca kişilerin kendi dünyalarını anlamalarını ve yapılandırmalarını sağlayan güçlü bir modelleme mekanizması ve zihinsel haritalama olarak belirtilmektedir (Arslan & Bayrakçı, 2006). Bireylerin, nesneleri, olayları, çevreyi ve dahası hayatı nasıl gördüklerini çeşitli benzetmeler yardımıyla ifade etmeye çalışırken kullandıkları bir araç olarak karşımıza çıkmaktadır (Cerit, 2008). Bu bağlamda metafor, bireylerin bir nesneyi ya da olguyu algıladığı şekilde, benzetmeler aracılığıyla ifade etmesidir diyebiliriz.

Bir algı aracı olan metaforlar, bilinen bir alandan genelde bilinmeyen ve yeni bir alana bilgi aktarımını sağlarlar (Tsoukas, 1991). Bireyin zihninin bir kavrama şeklinden başka kavrama şekline hareket etmesini sağlayarak yardımcı olurlar (Girmen, 2007; Saban, Koçbeker, & Saban, 2006). Bu sayede kavramların nasıl algılandığı ortaya çıkmakta ve anlaşılabilir yorumlanmaları kolaylaşmaktadır (Cerit, 2008; Rızvanoğlu, 2007). Metaforlar, iki durum arasındaki benzerliklere dikkate çekmeyi, bu iki durum arasında karşılaştırmalar yapmayı ya da bir durumun başka bir durum yerine konarak açıklanmasını sağlar (Şengül, Katrancı, & Gerez-Cantimer, 2014). Bu kapsamda; metaforların bildiğimiz kavramlardan hareketle bilmediğimiz kavramları açıklayabilmeyi sağladığını söyleyebiliriz.

Hayatımızın her alanında olmaları, bilimden siyasete, edebiyattan ekonomiye en karmaşık düşüncelerin anlaşılabilir hale gelmesini sağlamaları sebebiyle (Yıldırım & Şimşek, 2016) metaforların farklı örneklerle araştırılması yaygınlaşmıştır. Matematğin bir alt öğrenme alanı olan geometri ele alındığında, Bahadır (2016), çalışmada üstün yetenekli olan ve olmayan öğrencilerin geometriye yönelik oluşturdukları metafor algılarını incelemiştir. Horzum ve Yıldırım (2016) ise çalışmalarında lise öğrencilerinden “Geometri.....’ye/ya benzer, çünkü.....” cümlesini doldurmalarını istemiş ve öğrencilerin oluşturdukları metaforları 10 kategoride toplamışlardır. Ele alınan bu çalışmalarda geometri kavramına ilişkin birçok metafor ve kavramsal kategori elde edilmiştir.

Geometrinin hayatımızın vazgeçilmez bir parçası olduğu, dolayısıyla geometri ve geometrik kavramlara ilişkin metafor çalışmalarının daha çok yapılmasının gerekli olduğu düşünülmektedir. Bu çalışmada, alana katkı sağlayacağı düşüncesinden hareketle ortaokul matematik öğretmeni adaylarının geometri kavramına ilişkin metafor algılarının incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaca ulaşmak için araştırmanın alt problemleri aşağıdaki gibi belirlenmiştir:

- 1) Ortaokul matematik öğretmeni adaylarının geometri kavramıyla ilgili ürettikleri metaforlar nelerdir?
- 2) Ortaokul matematik öğretmeni adayları tarafından üretilen metaforlar hangi kategoriler altında toplanmaktadır?

- 3) Ortaokul matematik öğretmeni adayları tarafından üretilen metaforlar adayların öğrenim gördüğü sınıf seviyesine göre nasıl değişmektedir?

2. YÖNTEM

2.1. Araştırma Modeli

Ortaokul matematik öğretmeni adaylarının geometriye yönelik sahip oldukları algıları metaforlar aracılığıyla belirlemeyi amaçlayan bu nitel araştırma betimsel olarak tanımlanmıştır. Bu araştırmanın modelini nitel araştırma desenlerinden “olgu bilim” oluşturmuştur. Tamamen yabancı olmayan fakat tam anlamını kavrayamadığımız olguları araştırmayı hedefleyen çalışmalar için olgu bilim uygun bir araştırma modeli olarak karşımıza çıkmaktadır (Yıldırım & Şimşek, 2016).

2.2. Çalışma Grubu

Çalışma grubu elverişli örneklemeye göre belirlenmiştir. Bu örneklemede maksimum tasarruf sağlanırken en ulaşılabilir örnek ile çalışılmaktadır (Ravid, 1994). Bu çerçevede bu araştırmanın katılımcıları, 2019-2020 eğitim-öğretim yılı güz döneminde Kocaeli Üniversitesi İlköğretim Matematik Öğretmenliği Bölümünde öğrenim görmekte olan öğretmen adaylarından oluşmaktadır. Çalışmaya 158 kadın ve 42 erkek olmak üzere toplam 200 öğretmen adayı katılmıştır. Çalışmaya katılan öğretmen adayları hakkındaki bilgiler aşağıda Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Çalışma Grubunda Yer Alan Öğretmen Adayları Hakkında Bilgiler

Cinsiyet/Sınıf	1. Sınıf	2. Sınıf	3. Sınıf	4. Sınıf	Toplam
Kadın (K)	36	44	44	34	158
Erkek (E)	16	7	13	6	42
Toplam	52	51	57	40	200

Tablo 1 incelendiğinde 52 birinci sınıf öğretmen adayının 36’sı kadın 16’sı erkek; 51 ikinci sınıf öğretmen adayının 44’ü kadın 7’si erkek; 57 üçüncü sınıf öğretmen adayının 44’ü kadın 13’ü erkek ve 40 dördüncü sınıf öğretmen adayının 34’ü kadın 6’sı erkektir.

2.3. Veri Toplama Araçları ve Verilerin Toplanması

Yazarlar tarafından hazırlanan “Geometri Metaforları Anketi (GMA)” ile araştırmanın verileri elde edilmiştir. GMA iki bölümden oluşmaktadır. GMA’nın birinci bölümü öğretmen adaylarının kişisel bilgilerini (cinsiyet ve bulunulan sınıf düzeyi) içermektedirken ikinci bölümü ise “Geometri.....gibidir; çünkü, ...” ifadesini içermektedir.

Öğretmen adaylarından istenen ilk boşluğa geometri hakkında bir metafor yazmaları, ikinci boşluğa ise bu metaforu yazma nedenlerini açıklamalarıdır. Veri toplama aracı olarak metaforların kullanıldığı çalışmalarda, metaforun konusu ve kaynağı arasındaki bağıntıyı açığa çıkarmak amacıyla “gibidir” ifadesi, metaforun tanımlanması için mantıklı bir temelin veya nedenin sunulması için de “çünkü” ifadesi kullanılmaktadır (Saban, 2009). Bu kapsamda metaforları oluşturmaları için öğretmen adaylarına 15 dakika süre verilmiştir.

2.4. Verilerin Analizi

Verilerin analizinde Saban (2009) tarafından belirtilen sırasıyla; Birinci Aşama: Adlandırma, İkinci Aşama: Tasnif Etme (Eleme), Üçüncü Aşama: Kategori Geliştirme, Dördüncü Aşama: Geçerlik ve Güvenirliği Sağlama, Beşinci Aşama: Verileri Bilgisayara Aktarma aşamaları izlenmiştir.

Birinci Aşama: Adlandırma. Öğretmen adayları tarafından üretilen tüm metaforlar, bu aşamada, geçici olarak, geçerli ve geçersiz olup olmadıkları önemsenmeden listelenmiştir.

İkinci Aşama: Tasnif Etme (Eleme). Bu aşamada listelenen metaforlar; kaynak, konu ve kaynak ile konu arasındaki ilişki bakımından yeniden incelenmiştir. Metafor ve gerekçelerin geçersizliğine; geometrinin daha iyi algılanmasına bir katkısının olmaması ya da geometriyle ilgili yalnızca duyguların ifade edilmesi gibi sebepler göz önünde bulundurularak inceleme gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda metaforlar arasında geçersiz olarak görülen veya metaforun geçerli olup gerekçenin geçersiz

olduğu iki forma rastlanmıştır. İlk formda herhangi bir metafor üretilmediği belirlenmiştir. İkinci formda ise “Geometri geometridir” şeklinde bir ifadeye rastlanmış ve bu form da geçersiz formlar arasına alınmıştır. Bu iki formun elenmesinden sonra 198 metaforun üretildiği belirlenmiştir.

Üçüncü Aşama: Kategori Geliştirme. Elde edilen metaforlar “geometri” ile ilgili sahip oldukları ortak özellikler bakımından tekrar incelenmiş ve on farklı kavramsal kategoriye yerleştirilmişlerdir. Elde edilen bu kategoriler; “Eğlence Boyutu”, “Zeka Boyutu”, “Karmaşıklık Boyutu”, “Parça-Bütün İlişkisi Boyutu”, “Hayat Boyutu”, “Bakış Açısı Boyutu”, “Doğa Boyutu”, “Sonsuzluk Boyutu”, “Şekil Olma Boyutu” ve “Diğer” şeklinde belirlenmiştir.

Dördüncü Aşama: Geçerlik ve Güvenirliği Sağlama. Bu aşamada, bu aşamaya kadar olan aşamalar, araştırmacılar tarafından ayrı ayrı ele alınmış ve elde edilen sonuçlar karşılaştırılmıştır. Belirlenen farklar üzerine tartışılmış ve ortak bir karara varılmıştır. Daha sonra çalışma içerisinde verilerden sıklıkla yer verilerek güvenirliliğin sağlanmasına karar verilmiştir.

Beşinci Aşama: Verileri Bilgisayara Aktarma. Bu aşamada elde edilen veriler ayrıldıkları kategorilere göre bilgisayara aktarılmıştır. Daha sonra bulunan sınıf seviyesine göre katılımcı sayıları frekans (f) olarak hesaplanmıştır.

3. BULGULAR

Birinci araştırma problemi, “Ortaokul matematik öğretmeni adaylarının geometri kavramıyla ilgili ürettikleri metaforlar nelerdir?” olarak ele alınmıştır. Belirlenmiş geçerli 198 metaforun analiz edilmesi sonucunda çalışmaya katılan öğretmen adaylarının tamamının geometriye ilişkin 117 farklı metafor ürettikleri görülmüştür. Üretilen metaforlar aşağıda Tablo 2’de sunulmuştur.

Tablo 2. Öğretmen Adaylarının Geometri Kavramı İle İlgili Ürettikleri Tüm Metaforlar

Sıra No	Metafor	f	Sıra No	Metafor	f	Sıra No	Metafor	f
1	Bulmaca	20	41	Bisiklet	1	81	Coğrafya	1
2	Hayat	10	42	Slime	1	82	Mimari	1
3	Evren	8	43	İhtiyaç	1	83	Falcao Transferi	1
4	Dünya	7	44	Kader	1	84	Eski Sevgili	1
5	Oyun	6	45	Çevre	1	85	Göz	1
6	Uzay	6	46	İllüzyon	1	86	Sınıf	1
7	Yap-Boz	4	47	Can Kurtaran	1	87	Cami	1
8	Merdiven	3	48	Zeka Küpü	1	88	Bina	1
9	Su	3	49	Ruh	1	89	Cetvel	1
10	Okyanus	3	50	Bilgi Yarışması	1	90	Gezegen	1
11	Sonsuzluk	3	51	İnsan	1	91	Gözlük	1
12	Ev	3	52	Şehir	1	92	Anne	1
13	Labirent	3	53	Zebra	1	93	Fabrika	1
14	Matruşka	3	54	Rüya	1	94	İnşaat Temeli	1
15	Şekil	2	55	Aşk	1	95	Mona Lisa Tablosu	1
16	Sudoku	2	56	Doğa	1	96	Şah Damarı	1
17	Sanat	2	57	Karışım	1	97	Gökkuşağı	1
18	Hayal Gücü	2	58	Yemek Tarifi	1	98	Tripod	1
19	Beyin	2	59	Rubik Küp	1	99	Piramit	1
20	Bulut	2	60	Sebze	1	100	Kuaför	1
21	Gökyüzü	2	61	Müzik Aleti	1	101	Tuğla	1
22	Çocuk	2	62	Filmi Tekrar İzlemek	1	102	Kavşak	1
23	Kadın	2	63	Kalabalıkta Tanıdığını Bulmak	1	103	İnsan	1
24	Ağaç	2	64	Lunapark	1	104	Boş Beyaz Kağıt	1
25	Kalem	2	65	Sürpriz Kutusu	1	105	Filmler Cam	1
26	Resim	2	66	Algoritma	1	106	Yeryüzü	1
27	Nar	2	67	Görüntü	1	107	Mimari Yapı	1
28	Tavus Kuşu	1	68	Yazılım	1	108	Sihirbaz	1
29	Kuş	1	69	Görmek	1	109	Çizgisiz Defter	1
30	Kaktüs	1	70	Yaşamak	1	110	Saat	1
31	Servi Ağacı	1	71	Beşiktaş	1	111	Mimar	1
32	Gizli Bir Ağaç	1	72	Empati	1	112	Bahçe	1
33	Hayal	1	73	Gizem	1	113	Kutu	1
34	Zeka Oyunu	1	74	Çerez	1	114	Doğru	1
35	Hayal Dünyası	1	75	Lego	1	115	Kamera	1
36	Saklambaç	1	76	Nankör	1	116	Orman	1
37	Basketbol	1	77	Sembol	1	117	Çin Bambusu	1
38	Düzen	1	78	Örüntü	1			
39	Oran ve Uyum	1	79	Desen	1			
40	Kuzey Işıkları	1	80	Fizik	1			
Toplam								198

Tablo 2 incelendiğinde oluşturulan metaforların frekanslarının bir ile 20 arasında değiştiği görülmektedir. 20 öğretmen adayı tarafından üretilen “bulmaca” metaforu en sık tekrarlanan metafordur. Örneğin;

“Geometri bulmaca gibidir; çünkü hem uğraştırır hem eğlendirir.”

“Geometri bulmaca gibidir; çünkü bazen basit bazen karmaşık ama çözmesi çok zevkli.”

Bulmaca metaforunu on katılımcının ürettiği “hayat” metaforu, sekiz katılımcının ürettiği “evren” metaforu, yedi katılımcının ürettiği “dünya” metaforu, altışar katılımcının ürettiği “oyun” ve “uzay” metaforları, dört katılımcının ürettiği “yap-boz” metaforu takip etmektedir.

İkinci araştırma problemi, *“Ortaokul matematik öğretmeni adayları tarafından üretilen metaforlar hangi kategoriler altında toplanmaktadır?”* şeklinde belirlenmiştir. Kavramsal kategorilerin oluşturulması sürecinde dikkat edilen nokta; metaforun kaynağı ile kaynaktan konuya atfedilen düşüncenin hangi kategori altına alınmasıdır. Örneğin; “Geometri hayat gibidir; çünkü her yerde bulunur.” şeklinde üretilen metaforun kaynağı “hayat” ve kaynağından konusuna (geometriye) atfedilen düşünce ise “geometrinin her yerde olmasıdır”. Bu çerçevede bu metaforun geometrinin her yerde olmasını belirttiği düşünülmektedir. Bu örnekte gösterildiği şekilde bu çalışma kapsamında oluşturulan tüm metaforlar incelenmiş ve metaforlar dokuz farklı kavramsal kategoriye yerleştirilmişlerdir. Herhangi bir kategori altına alınamayan metaforlar ise “Diğer” kategorisine yerleştirilmiştir. Böylece toplamda on farklı kavramsal kategori elde edilmiştir. İlgili boyutlarla ilgili bulgular aşağıda sunulmuştur.

Eğlence Boyutu: Katılımcılardan 16’sının geometrinin eğlenceli yönüne odaklanan metaforlar ürettikleri görülmüştür. Geometrinin eğlenceli yönlerine odaklanan dokuz farklı metafor üretildiği belirlenmiştir. Bu metaforlar; bulmaca, oyun, çerez, labirent, lunapark, müzik aleti, bisiklet, gökkuşağı ve çocuktur. En sık tekrarlanan metafor ise bulmacadır. Metaforlar incelendiğinde şekil üzerinde bir şeyler elde etmenin eğlenceli olduğuna, hem düşündürüp hem de eğlendirdiğine vurgu yaptıkları belirlenmiştir. Örneğin;

“Geometri bulmaca gibidir; çünkü bir şeyleri bulmak ve görmek için kullanılır ve eğlencelidir.”

Zeka Boyutu: Katılımcılardan 16’sının geometrinin zihinsel işlem ve zeka yönüne odaklanan 13 farklı metafor ürettikleri görülmüştür. Bu metaforlar; bulmaca, hayal gücü, okyanus, su, sanat, gizem, yaşamak, rüya, coğrafya, bilgi yarışması, zeka oyunu, resim ve binadır. En yüksek frekansa sahip metaforlar “bulmaca” ve “hayal gücü” metaforlarıdır. Metaforlar incelendiğinde, geometrinin görüleni analiz edebilmekle ilgili olduğuna, hem düşünüp hem görmek gerektiğine, problemlere çözüm yolu üretme yetisini geliştirdiğine, var olmayan şeylerle uğraştığına odaklanıldığı görülebilmektedir. Örneğin;

“Geometri bulmaca gibidir; çünkü görüleni analiz edebilmekle ilgilidir ve problemlere çözüm yolu üretme yetisini geliştirir.”

“Geometri hayal gücü gibidir; çünkü düşünerek, hayal ederek ve aslında tam da var olmayan bir şeyler ile uğraşıyoruz.”

Karmaşıklık Boyutu: Katılımcılardan onunun geometrinin karmaşık ve zor yönüne vurgu yapan yedi farklı metafor ürettikleri görülmüştür. Bu metaforlar; hayat, sudoku, beyin, yap-boz, nankör, labirent ve kadındır. “Hayat” metaforunun en yüksek frekansa sahip olduğu belirlenmiştir. Metaforlar incelendiğinde, katılımcıların, geometrinin hayat kadar zor ve karmaşık olduğuna odaklanan metaforlar ürettikleri görülmüştür. Örneğin;

“Geometri hayat gibidir; çünkü hayatımız da zor ve karmaşıktır.”

Parça-Bütün İlişkisi Boyutu: Katılımcılardan 35’inin geometrinin parça-bütün ilişkisi yönüne vurgu yapan 25 farklı metafor ürettikleri görülmüştür. “Matruşka”, “merdiven”, “bulmaca” ve “yap-boz” metaforlarının en yüksek frekansa sahip oldukları belirlenmiştir. Metaforlara göre katılımcıların, geometrinin parçaları birleştirdiğine, içini açtıkça farklı bilgiler edinildiğine ve içerisinde sayılmayacak kadar çok özellik olduğuna odaklanan metaforlar ürettikleri görülmüştür. Örneğin;

“Geometri matruşka gibidir; çünkü içini açtıkça farklı bilgiler ediniriz.”

Hayat Boyutu: Katılımcılardan sekizinin geometrinin hayatta kaçınılmaz olma yönüne vurgu yapan yedi farklı metafor ürettikleri görülmüştür. Bu metaforlar; su, hayat, sebze, kader, ihtiyaç, şah damarı ve eski sevgilidir. “Su” metaforunun frekansının en yüksek olduğu belirlenmiştir. Metaforlara göre katılımcıların, geometrinin hayatın bir parçası olduğuna odaklanan metaforlar ürettikleri görülmüştür. Örneğin;

“Geometri su gibidir; çünkü onsuz yaşanılmaz.”

Bakış Açısı Boyutu: Katılımcılardan 34’ünün geometrinin bakış açısına göre değişebilir yönüne odaklanan 26 farklı metafor ürettikleri görülmüştür. “Bulmaca” metaforunun en sık tekrar eden metafor olduğu belirlenmiştir. Metaforlara göre katılımcıların, geometrinin bakış açısına göre değişebilir ve üzerinde durdukça yeni çözüm yolları üretilebilir olduğuna odaklanan metaforlar ürettikleri görülmüştür. Örneğin;

“Geometri bulmaca gibidir; çünkü ulaşılmak istenen sonucu görmek, bulmacanın geneline göz atmak gerekir.”

Doğa Boyutu: Katılımcılardan 13’ünün geometrinin doğada olma yönüne vurgu yapan on farklı metafor ürettikleri görülmüştür. Bu metaforlar; dünya, hayat, evren, algoritma, doğa, şehir, çevre, kuş, ev ve mimaridir. “Dünya” metaforunun en sık tekrarlanan metafor olduğu belirlenmiştir. Metaforlara göre katılımcıların, geometrinin insanda, çevrede olduğuna ve dünya gibi belli bir düzen içinde olduğuna odaklanan metaforlar ürettikleri görülmüştür. Örneğin;

“Geometri dünya gibidir; çünkü geometri insandadır, çevrededir yani her yerdedir.”

Sonsuzluk Boyutu: Katılımcılardan 18’inin geometrinin sonsuz olma yönüne vurgu yapan dokuz farklı metafor ürettikleri belirlenmiştir. Bu metaforlar; evren, uzay, sonsuzluk, aşk, gökyüzü, Falcao transferi, kalem, boş beyaz kağıt ve kutudur. “Evren” metaforunun en sık tekrar eden metafor olduğu belirlenmiştir. Metaforlar incelendiğinde, katılımcıların, geometrinin uçsuz bucaksız, sonsuz bilgi ve şekillere sahip olduğuna ve her şeyi kapsadığına odaklanan metaforlar ürettikleri görülmüştür. Örneğin;

“Geometri evren gibidir; çünkü içinde bulunduğumuz dünya ona aittir.”

Şekil Olma Boyutu: Katılımcılardan 29’unun geometrinin kural ve şekilleri içermeye yönüne odaklanan 23 farklı metafor ürettikleri görülmüştür. “Dünya” metaforunun en sık tekrarlanan metafor olduğu belirlenmiştir. Metaforlara göre, katılımcıların, dünyanın geometri gibi bütün şekilleri içerdiğine ve kendisinin de bir geometrik şekil olduğuna odaklanan metaforlar ürettikleri görülmüştür. Örneğin;

“Geometri dünya gibidir; çünkü kendisi bile bir geometrik şekildir.”

Diğer: Katılımcılardan 19’unun ürettiği metaforlar herhangi bir kategoriye yerleştirilememiştir. Metaforlar incelendiğinde katılımcıların, geometrinin çeşitli yönlerine odaklanan metaforlar ürettikleri görülmüştür. Örneğin;

“Geometri Beşiktaş gibidir; çünkü bazen üzer bazen sevindirir.”

“Geometri kaktüs gibidir; çünkü üstüne düştüğünde canınızı yakabilir ama yine de güzeldir.”

Üçüncü araştırma problemi, “Ortaokul matematik öğretmeni adayları tarafından üretilen metaforlar adayların öğrenim gördüğü sınıf seviyesine göre nasıl değişmektedir?” olarak belirlenmiştir. İlgili bulgular aşağıda Tablo 3’te sunulduğu gibidir.

Tablo 3. Geliştirilen Metaforların Sınıf Seviyesine Göre Dağılımı

Kavramsal Kategori	1.Sınıf	2.Sınıf	3.Sınıf	4.Sınıf
Eğlence Boyutu	Bulmaca (f:3), Oyun (f:3), Labirent (f:1), Lunapark (f:1), Gökkuşağı (f:1) Metafor: 6; f: 9	Bulmaca (f:2), Müzik Aleti (f:1) Metafor: 2; f: 3	Bulmaca (f:1), Çocuk (f:1) Metafor: 2; f: 2	Çerez (f:1), Bisiklet (f:1) Metafor: 2; f: 2
Zeka Boyutu	Hayal Gücü (f:2), Su (f:1), Resim (f:1), Gizem (f:1), Yaşamak (f:1) Metafor: 5; f: 6	Bulmaca (f:2), Okyanus (f:1), Zeka Oyunu (f:1) Metafor: 3; f: 4	Bina (f:1) Metafor: 1; f: 1	Bulmaca (f:1), Sanat (f:1), Rüya (f:1), Coğrafya (f:1), Bilgi Yarışması (f:1) Metafor: 5; f: 5
Karmaşıklık Boyutu	Hayat (f:4) Metafor: 1; f: 4	Beyin (f:1), Nankör (f:1) Metafor: 2; f: 2	Labirent (f:1), Kadın (f:1) Metafor: 2; f: 2	Sudoku (f:1), Yapboz (f:1) Metafor: 2; f: 2
Parça-Bütün İlişkisi Boyutu	Bulmaca (f:1), Hayat (f:1), Yazılım (f:1), Saklambaç (f:1) Metafor: 4; f: 4	Beyin (f:1), Örüntü (f:1), Zeka Küpü (f:1), Oran ve Uyum (f:1), Gizli Bir Ağaç (f:1) Metafor: 5; f: 5	Nar (f:2), Ağaç (f:2), Merdiven (f:1), Evren (f:1), Gezegen (f:1), İnşaat Temeli (f:1), Piramit (f:1), Tuğla (f:1), Yeryüzü (f:1), Matruşka (f:1), Saat (f:1), Okyanus (f:1), Bulmaca (f:1), Yapboz (f:1) Metafor: 14; f: 16	Matruşka (f:2), Yapboz (f:2), Merdiven (f:2), Sudoku (f:1), Karışım (f:1), Servi Ağacı (f:1), Bulmaca (f:1) Metafor: 7; f: 10
Hayat Boyutu	Su (f:1) Metafor: 1; f: 1	Hayat (f:1), Sebze (f:1), İhtiyaç (f:1), Eski Sevgili (f:1) Metafor: 4; f: 4	Su (f:1), Şah Damarı (f:1) Metafor: 2; f: 2	Kader (f:1) Metafor: 1; f: 1
Bakış Açısı Boyutu	Bulmaca (f:2), Hayat (f:2), Okyanus (f:1), Sanat (f:1), Empati (f:1), Sürpriz Kutusu (f:1), İnsan (f:1), Fizik (f:1), Basketbol (f:1) Metafor: 9; f: 11	Hayal Dünyası (f:1), Filmi Tekrar İzlemek (f:1), İlüzyon (f:1), Göz (f:1) Metafor: 4; f: 4	Mona Lisa (f:1), Bulmaca (f:1), Bulut (f:1), Labirent (f:1), Filmler Cam (f:1), Sihirbaz (f:1), Çizgisiz Defter (f:1), Kamera (f:1) Metafor: 8; f: 8	Bulmaca (f:4), Şekil (f:1), Kalabalıkta Tanındığını Bulmak (f:1), Slime (f:1), Gökyüzü (f:1), Bulut (f:1), Görmek (f:1) Metafor: 7; f: 10
Doğa Boyutu	Dünya (f:1), Algoritma (f:1), Çevre (f:1) Metafor: 3; f: 3	Hayat (f:2), Dünya (f:2), Doğa (f:1), Ev (f:1), Mimari (f:1), Evren (f:1) Metafor: 6; f: 8		Şehir (f:1), Kuş (f:1) Metafor: 2; f: 2
Sonsuzluk Boyutu	Evren (f:1), Uzay (f:1), Falcao Transferi (f:1) Metafor: 3; f: 3	Evren (f:5), Uzay (f:2), Sonsuzluk (f:2) Metafor: 3; f: 9	Gökyüzü (f:1), Kalem (f:1), Boş Beyaz Kağıt (f:1), Kutu (f:1) Metafor: 4; f: 4	Uzay (f:1), Aşk (f:1) Metafor: 2; f: 2
Şekil Olma Boyutu	Uzay (f:1), Sonsuzluk (f:1), Sembol	Oyun (f:1), Dünya (f:1), Şekil (f:1), Desenler (f:1), Doğru	Dünya (f:3), Ev (f:2), Uzay (f:1), Kavşak (f:1), Kalem (f:1),	Oyun (f:1), Resim (f:1), Yemek Tarifi (f:1)

	(f:1), Legolar (f:1), Zebra (f:1), Görüntü (f:1) Metafor: 6; f: 6	(f:1) Metafor: 5; f: 5	Mimari Yapı (f:1), Mimar (f:1), Bahçe (f:1), Orman (f:1), Sınıf (f:1), Cami (f:1), Cetvel (f:1) Metafor: 12; f: 15	Metafor: 3; f: 3
Diğer	Hayal (f:1), Beşiktaş (f:1), Çocuk (f:1), Gözlük (f:1) Metafor: 4; f: 4	Rubik Küp (f:1), Ruh (f:1), Cankurtaran (f:1), Düzen (f:1), Kadın (f:1) Metafor: 5; f: 5	Anne (f:1), Fabrika (f:1), Tripod (f:1), Kuaför (f:1), İnsan (f:1), Bulmaca (f:1), Çin Bambusu (f:1) Metafor: 7; f: 7	Kuzey Işıkları (f:1), Kaktüs (f:1), Tavuskuşu (f:1) Metafor: 3; f: 3

Tablo 3 incelendiğinde; geometrinin eğlence, zekâ, karmaşıklık ve bakış açısı boyutlarında birinci sınıfta öğrenim gören öğretmen adaylarının oranının ikinci, üçüncü ve dördüncü sınıf öğretmen adaylarının oranından yüksek olduğu görülmüştür. Geometrinin parça-bütün ilişkisi, şekil olma ve diğer boyutlarında üçüncü sınıf öğretmen adaylarının oranının, birinci, ikinci ve dördüncü sınıf öğretmen adaylarının oranından yüksek olduğu belirlenmiştir. Geometrinin hayat, doğa ve sonsuzluk boyutlarında ise ikinci sınıf öğretmen adaylarının birinci, üçüncü ve dördüncü sınıf öğretmen adaylarının oranından yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca geometrinin doğa boyutunda üçüncü sınıf öğretmen adaylarının herhangi bir metafor üretmedikleri tespit edilmiştir.

4. TARTIŞMA

Yürütülen bu çalışmada, ortaokul matematik öğretmeni adaylarının “geometri” kavramına ilişkin sahip oldukları algıları metaforlar aracılığıyla ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Üretilen metaforlar incelendiğinde geometri kavramına ilişkin 117 farklı geçerli metaforun elde edildiği belirlenmiştir. İlgili literatür incelendiğinde, Horzum ve Yıldırım (2016) lise öğrencilerinin geometri hakkında sahip oldukları metafor algılarını incelemiş ve 166 lise öğrencisinin 49 farklı geçerli metafor ürettiğini ortaya çıkarmıştır. Bahadır (2016) ise üstün yetenekli olan ve olmayan ortaokul öğrencilerinin geometri hakkında sahip oldukları metafor algılarını incelemiş ve 245 ortaokul öğrencisinin 142 farklı geçerli metafor ürettiğini belirlemiştir. Görüldüğü üzere yapılan çalışmalar paralellik göstermektedir. Geometri kavramını bir bütün olarak ifade etmek için birden çok metafora ihtiyaç duyulduğu söylenebilir. Bir kavrama yüklenen anlam bireyden bireye değişebildiği için yapılan bu çalışmanın, daha geniş örneklemelerle tekrarlanmasını da gerekli kılmaktadır. Böylece geometriye yüklenen anlamın daha anlaşılır hale gelebileceği düşünülmektedir.

Yob (2003) bir metafor çalışmasında, çeşitli metaforların çıkmasının önemli olduğunu ifade etmiştir. Bu çalışmada da geometriye ilişkin 117 farklı metafor elde edilmiştir. Elde edilen bulguları incelediğimizde geometri kavramına ilişkin en sık tercih edilen metaforların, bulmaca (f=20), hayat (f=10), evren (f=8), dünya (f=7), oyun (f=6), uzay (f=6), ve yap-boz (f=4) metaforları olduğu görülmüştür. En çok tercih edilen metaforların kaynağından konusuna atfedilen özellikleri incelendiğinde öğretmen adaylarının, geometriye yönelik çoğunlukla olumlu/nötr algıya sahip oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Bu durum da ilerde geometri öğretimi yaptıkları süreçte öğrencilerinde olumlu duyguların oluşmasında önemli olabilir. Çünkü öğretimi yapan kişilerin olumlu tutum ve düşüncelerinin olumlu olarak yansıtacağı düşünülmekte ve bu olumlu yaklaşımın başarıyı beraberinde getireceği ön görülmektedir.

Ortaokul matematik öğretmeni adayları tarafından geometri kavramının on farklı kavramsal kategori altında açıklandığı belirlenmiştir. Bu kategoriler;

1. Eğlence Boyutu,
2. Zeka Boyutu,
3. Karmaşıklık Boyutu,
4. Parça-Bütün İlişkisi Boyutu,
5. Hayat Boyutu,
6. Bakış Açısı Boyutu,
7. Doğa Boyutu,

8. Sonsuzluk Boyutu,
9. Şekil Olma Boyutu ve
10. Diğer şeklindedir.

Bahadır (2016) da çalışmasında geometri kavramının on farklı kavramsal kategori altında toplandığı sonucunu elde etmiştir. Benzer şekilde Horzum ve Yıldırım (2016) çalışmalarında geometri kavramının on farklı kategori altında toplandığı sonucuna ulaşmışlardır. Ulaştıkları kategoriler; geometrinin zeka ve zihin göstergesi olma yönü, geometrinin terimleri, şekilleri ve işlemleri içermeye yönü, geometrinin karmaşık olma yönü, geometrinin doğada olma yönü, geometrinin parça-bütün ilişkisine sahip olma yönü, geometrinin eğlenceli olma yönü, diğer, geometrinin zor olma yönü, geometrinin sıkıcı olma yönü ve geometrinin sınırsız olma yönü şeklindedir. Elde edilen sonuçlar karşılaştırıldığında paralellikler dikkat çekmektedir. Bu bağlamda geometrinin çeşitli kategoriler altında ifade edilebildiği ve bu kategorilerin hem olumlu hem de olumsuz oldukları söylenebilir. Bu da pek tabii, “var olmanın” doğal bir sonucudur denilebilir.

Öğretmen adaylarının öğrenim gördükleri sınıf seviyesine göre yapılan inceleme sonucunda ise birinci sınıfta öğrenim gören öğretmen adaylarının geometrinin eğlence ve bakış-açısı boyutlarına, ikinci sınıfta öğrenim gören öğretmen adaylarının ise geometrinin doğa ve sonsuzluk boyutlarına odaklandıkları belirlenmiştir. Üçüncü sınıfta öğrenim göre öğretmen adayları ise çoğunlukla geometrinin parça-bütün ilişkisine ve şekil boyutuna yönelik metaforlar üretmişlerdir. Dördüncü sınıfta öğrenim gören öğretmen adaylarının da üçüncü sınıfta öğrenim gören adaylar gibi geometrinin parça-bütün ilişkisine odaklandıkları ortaya çıkmıştır. Dördüncü sınıfta öğrenim gören öğretmen adayları ayrıca geometrinin bakış açısı boyutuna yönelik de metaforlar üretmişlerdir. Dikkat çeken ise üçüncü sınıfta öğrenim görmekte olan adayların geometrinin doğa boyutu ile ilgili metafor üretmemeleridir. Geometrinin çevremizi algılamamızı, onu anlamlandırmamızı sağlayan yönü ele alındığında bu boyutta metafor üretilmemiş olmasının araştırılması gerektiği düşünülmektedir. İlerleyen çalışmalarda, yarı-yapılandırılmış görüşmeler ile bu boyutta metafor üretilmemesinin sebepleri araştırılabilir.

Tüm kategoriler ile sınıf düzeyleri bir arada ele alındığında ise en çok geometrinin parça-bütün ilişkisi, bakış-açısı ve şekil olma boyutlarında metaforlar üretildiği sonucuna ulaşılmıştır. Geometrinin “nokta, çizgi, açı, yüzey ve cisimlerin birbirleriyle ilişkilerini, ölçümlerini, özelliklerini inceleyen matematik dalı” (TDK, 2019b) şeklindeki tanımı dikkate alındığında adayların geometri kavramı ile doğru bilgi yapılarına sahip oldukları söylenebilir.

Sonuç olarak, geometri kavramının öğretmen adayları tarafından nasıl algılandığını ortaya çıkarmak amacıyla metaforlar kullanılarak bir inceleme yapılmıştır. Öğretmen adayları tarafından üretilen metaforların daha çok olumlu/nötr anlamı oldukları görülmüştür. Hayatın her alanında karşımıza çıkabilen, farklı bakış açısıyla bakmayı sağlayabilen, çevremizi algılamamıza yardımcı olabilen geometrinin varlığı son derece önemlidir. Ayrıca geometri öğretimi yapan öğretmenlerin, olumlu/nötr ve olumsuz metaforları dikkate almasına önem verilmelidir. Çünkü olumsuz metaforlar çerçevesinde geometri öğretimine yönelik olumsuzluklar belirlenerek, geometride başarıyı artırıcı önlemler alınabilir. Olumlu metaforlar yardımı ile de geometri derslerinin daha pozitif nasıl işlenebileceği ortaya konmuş olur.

KAYNAKLAR

- Altun M. (2004). *Matematik öğretimi*. İstanbul: Alfa Yayıncılık
- Arslan, M. M., & Bayrakçı, M. (2006). Metaforik düşünme ve öğrenme yaklaşımının eğitim-öğretim açısından incelenmesi. *Milli Eğitim*, 35(171), 100-108.
- Bahadır, E. (2016). Metaphorical perceptions of geometrical concepts by secondary school students identified as gifted and identified as non-gifted. *International Online Journal of Educational Sciences*, 8(1), 118-137.
- Cerit, Y. (2008). Öğretmen kavramı ile ilgili metaforlara ilişkin öğrenci, öğretmen ve yöneticilerin görüşleri. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 6(4), 693-712.

- Girmen, P. (2007). İlköğretim öğrencilerinin konuşma yazma sürecinde metaforlardan yararlanma durumları. Yayımlanmamış doktora tezi, Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir.
- Horzum, T., & Yıldırım, G. (2016). Lise öğrencilerinin geometri hakkında oluşturdukları metaforlar. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 40, 357-374.
- Milli Eğitim Bakanlığı [MEB] (2018). *Matematik dersi öğretim programı (ilkokul ve ortaokul 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 ve 8. sınıflar)*. Ankara: Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı
- Olkun, S., & Toluk, Z. (2003). *İlköğretimde etkinlik temelli matematik öğretimi*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Önal, N., & Göloğlu-Demir, C. (2012). Yedinci sınıflarda bilgisayar destekli geometri öğretiminin öğrenci başarısına etkisi. *Turkish Journal of Education*, 2(1), 19-28.
- Ravid, R. (1994). *Practical statistics for educators*. New York: University Press in America
- Rızvanoğlu, K. (2007). Grafik kullanıcı ara yüzlerinde metaforların kültürlerarası kavranışı (Fransa ve Türkiye’de bir e-öğrenme sitesi üzerinden karşılaştırmalı bir çalışma). Yayımlanmamış doktora tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Saban, A. (2009). Öğretmen adaylarının öğrenci kavramına ilişkin sahip oldukları zihinsel imgeler. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 7(2), 281-326.
- Saban, A., Koçbeker, B. N., & Saban, A. (2006). Öğretmen adaylarının öğretmen kavramına ilişkin algılarının metafor analizi yoluyla incelenmesi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 6, 461-522.
- Şengül, S., Katrancı, Y., & Gerez-Cantimer, G. (2014). Ortaokul öğrencilerinin “matematik öğretmeni” kavramına ilişkin metafor algıları. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 25-I, 89-111.
- Türk Dil Kurumu [TDK] (2019a). Matematik. <https://sozluk.gov.tr/?kelime=TDK>. adresinden 10.10.2019 tarihinde edinilmiştir.
- TDK (2019b). Geometri. <https://sozluk.gov.tr/> adresinden 28.10.2019 tarihinde edinilmiştir.
- Tsoukas, H. (1991). The missing link: Atransformational view of metaphors in organizational science. *The Academy of Management Review*, 16(3), 566-585.
- Ubuz, B. (1999). 10. ve 11. sınıf öğrencilerinin temel geometri konularındaki hataları ve kavram yanılgıları. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 17(17), 95-104.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2016). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık
- Yob, I. M. (2003). Thinking constructively with metaphors. *Studies in Philosophy and Education*, 22, 127-138.

SPORDA ŞİDDET VE DÜZENSİZLİĞİN ÖNLENMESİNDE KURUMLAR ARASI KOORDİNASYON VE İŞ BİRLİĞİNİN ÖNEMİ VE BU ALANDAKİ SORUNLAR⁶**Cem Düzce**Hava Kuvvetleri Komutanlığı
cemduzce@gmail.com**Prof. Dr. Süleyman Sözen**Anadolu Üniversitesi, İktisat Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü
suleymansoze@anadolu.edu.tr**Özet**

Günümüzde sportif müsabakalar, özellikle futbol, oldukça geniş kitleleri bir araya getirebilmekte ve insanlar için eğlence amaçlı faaliyetler olarak cazibe oluşturmaktadır. Fakat ne yazık ki futbol müsabakaları başta olmak üzere sportif müsabakalarda şiddet olayları birçok ülkede olduğu gibi Türkiye’de de sıklıkla yaşanmaktadır. Bu nedenle, sporda şiddet olayları ciddi bir toplumsal sorun haline gelmiştir. Türkiye’de sporda şiddeti önlemeye yönelik ilk yasal düzenleme 28.04.2004 tarihli ve 5149 sayılı Spor Müsabakalarında Şiddet ve Düzensizliğin Önlenmesine Dair Kanun ile olmuştur. Daha sonra uygulamada yetersizlikleri görülen bu Kanun yürürlükten kaldırılmış ve 31.03.2011 tarihli 6222 sayılı Sporda Şiddet ve Düzensizliğin Önlenmesine Dair Kanun çıkarılmıştır. 6222 sayılı Kanun ve ilgili Yönetmelik ile sporda şiddeti ve düzensizliği önlemek amacıyla ilgili kurumlar arasında koordinasyon ve iş birliğini sağlamaya yönelik düzenlemeler yer almıştır. Bu bağlamda illerde Spor Güvenlik Kurulları oluşturulmuştur. Diğer toplumsal sorunların çözümünde olduğu gibi sporda şiddetin önlenmesinde ilgili kurumların koordinasyon ve iş birliği içinde hareket etmesi büyük önem arz etmektedir. Bu bildiride, nitel bir araştırmanın verilerinden yararlanılarak sporda şiddet ve düzensizliği önlemede kurumlar arası koordinasyonu ve iş birliğini sağlamak için oluşturulan Spor Güvenlik Kurullarının yapısı ve işleyişine ilişkin genel değerlendirmelerde bulunulacak ve mevcut sorun alanları ortaya konulacaktır.

Anahtar Kelimeler: Sporda şiddet, Kurumlar arası koordinasyon, Spor Güvenlik Kurulları**THE IMPORTANCE OF COORDINATION AND COLLABORATION IN PREVENTION OF VIOLENCE AND DISORDER IN SPORTS AND PROBLEMS IN THIS FIELD****Abstract**

In today’s world, sporting events, especially football, can bring together a wide audience and create attraction for people. But unfortunately, violence in sports competitions, football competitions in particular, take place frequently in many countries, including Turkey. Thus, violence in sports has become a serious social problem. In Turkey, the first legislation aimed at preventing violence in sport has been with the Law on the Prevention of Violence and Disorder in Sports Competition No. 5149 dated 28.04.2004. Later, this Law, which was found to be inadequate in practice, was abolished and the Law No. 6222 dated 31.03.2011 on the Prevention of Violence and Disorder in Sports was passed. Law No. 6222 and the related By-Law have included the arrangements for coordination and collaboration between the related organizations in order to prevent violence and irregularity in sports. In this context, Sports Security Boards have been established in the provinces. As in the solution of other social problems, it is of great importance that the relevant organizations act in coordination and collaboration in the prevention of violence in sports. In this paper, by making use of the data of a qualitative research, general evaluations regarding the structure and functioning of Sports Security Boards established to ensure coordination and collaboration between organizations in preventing violence and disorder in sports will be made and existing problem areas will be revealed.

⁶ Bu bildiri, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü’nde yüksek lisans tezi olarak kabul edilen “Sporda Şiddet ve Düzensizliğin Önlenmesinde Kurumlar Arası Koordinasyon Sağlayan Spor Güvenlik Kurullarının İncelenmesi: Eskişehir İli Örneği” başlıklı tezden üretilmiştir.

Key Words: Violence in sports, Interorganizational coordination, Sports Security Boards

1. GİRİŞ

Latince eğlenmek ve oyalanmak anlamlarına gelen “Desportare ve İsportus” sözcüklerinden türeyen spor, sözlükte “bedeni veya zihni geliştirmek amacıyla kişisel veya toplu olarak gerçekleştirilen, bazı kurallara göre uygulanan hareketlerin tümü” olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2019). Spor, en genel anlamda “insanın beden ve ruh sağlığını geliştirmeyi, iradesini güçlü kılmayı ve toplumda barış, kardeşlik ve dayanışma duygusunu yaygın hale getirmeyi” amaçlar (TBMM, 2010, s.2).

Günümüzde sportif müsabakalar, özellikle futbol, oldukça geniş kitleleri bir araya getirebilmekte ve insanlar için eğlence amaçlı faaliyetler olarak cazibe oluşturmaktadır. Örneğin, Türkiye’de futbol müsabakalarının oynandığı spor alanlarına izleyici olarak girebilmek için hazırlanan ve satışı gerçekleştirilen elektronik biletlerin tanımlandığı toplam passolig kart sayısı 9 Haziran 2019 tarihi itibarıyla 4.670.099’dur (<http-1>). Ayrıca, futbol, günümüzde büyük bir ekonomik endüstri haline gelmiştir. Fakat ne yazık ki futbol müsabakaları başta olmak üzere sportif müsabakalarda şiddet olayları birçok ülkede olduğu gibi Türkiye’de de sıklıkla yaşanmakta, hatta sonucu ölümlerle biten üzücü olaylar gerçekleşebilmektedir. Bu nedenle, sporda şiddet olayları ciddi bir toplumsal sorun haline gelmiştir.

Türkiye’de yaşanan bazı şiddete dayalı hareket ve olayları şu şekilde sıralamak mümkündür;

- 1949 yılında İstanbul Veliefendi Hipodromu, izleyiciler tarafından yarışlar sona erdikten hemen sonra yakılıp talan edilmiştir.
- 1967 yılı Eylül ayında Kayseri’de, Kayserispor-Sivasspor müsabakasında çıkan olaylar sonucunda 40 vatandaş ezilerek hayatını kaybetmiş ve 600 vatandaş yaralanmıştır.
- 1969 yılı Haziran ayında Kırıkkale’de, taraftarlar arasında çıkan bir kavgada ateşli silah kullanılmış, yaşanan kavganın sonucunda 10 vatandaş ölmüş ve 102 vatandaş yaralanmıştır.
- 1993 yılı Ekim ayında Kocaeli’de, Kocaelispor-Ankaragücü müsabakası öncesinde yer tartışması sonucu çıkan kavgada bir vatandaş hayatını kaybetmiştir.
- 2001 yılı Ocak ayında İstanbul’da, Fenerbahçe-Efes Pilsen basketbol müsabakası esnasında bir seyirci tribünden atlayarak hakemi tartaklamıştır.
- 2002 yılında İstanbul’da, Galatasaray-Leeds United müsabakası öncesinde çıkan olaylarda iki Leeds United takımı taraftarı hayatını kaybetmiştir.
- 2004 yılında İstanbul’da, Beşiktaş-Çaykur Rizespor müsabakasının devre arasında bir vatandaş bıçaklanarak öldürülmüştür (TBMM, 2005).
- 2006 yılında İstanbul’da, Fenerbahçe-Galatasaray müsabakası sırasında sahaya atılan bir cisim Galatasaray takımı teknik direktörü Erik Gerets’in alınıp yarılmış ve Galatasaray takımı kalecisi Mondragon’un yanında ses bombası patlamıştır.
- 2009 yılında İstanbul’da, Fenerbahçe Ülker-Efes Pilsen müsabakasının bitmesiyle birlikte Fenerbahçe takımı taraftarları sahaya yabancı maddeler atmış ve sahaya inerek Efes Pilsen takımı oyuncularına fiziki müdahalede bulunmuşlardır (<http-2>).
- 2013 yılında İstanbul’da, Beşiktaş-Galatasaray müsabakasının uzatma anlarında saha içinde oyuncular arasında gerginlik yaşanmış, tribünlerdeki yüzlerce taraftar sahaya inmiş ve maçın hakemi maçı tatil etmiştir (<http-3>).
- 2016 yılında Trabzon’da, Trabzonspor-Fenerbahçe müsabakasının sonlarına doğru bazı taraftarlar sahaya yabancı maddeler atmış ve tribündeki tel örgülerin direğini kırarak sahaya inmiştir. Ayrıca taraftarlardan biri yardımcı hakeme saldırmıştır (<http-4>).

Futbolda yaşanan şiddet olaylarına genellikle fanatik ve holiganlar sebep olurken, fanatik ve holiganların ateşlediği şiddet olaylarına şiddete eğilimli taraftarların da dâhil olmasıyla olaylar daha da büyüebilmektedir. Nitekim şiddet olayları bazen şehir sokaklarına dahi taşabilmekte; taraftarlar, polisle veya diğer takımın taraftarlarıyla çatışmaya girebilecek kadar aşırılaşabilmektedir (Üstünel ve Alkurt, 2015, s.146).

Bu bildirinin temel amcaı, sporda şiddet ve düzensizliği önlemede kurumlar arası koordinasyonu ve iş birliğini sağlamak için oluşturulan İl Spor Güvenlik Kurullarının yapısı ve işleyişine ilişkin genel değerlendirmelerde bulunmak ve mevcut sorun alanlarını ortaya koymaktır.

2. SPORDA ŞİDDET VE DÜZENSİZLİĞİ ÖNLEMENE YÖNELİK DÜZENLEMELER

Türkiye’de spor alanlarında yaşanan düzensizlik ve şiddet olaylarını önlemeye yönelik oluşturulan ilk mevzuat 28 Nisan 2004 tarihinde kabul edilen ve 7 Mayıs 2004 tarihinde yürürlüğe giren 5149 sayılı Spor Müsabakalarında Şiddet ve Düzensizliğin Önlenmesine Dair Kanun’dur. 5149 sayılı Kanun, spor alanlarında ortaya çıkan düzensizlik ve şiddet olaylarının önlenmesi için diğer basit asayiş sorunları için uygulanan genel ceza hükümlerinin yetersiz kalması ve bu konunun özel olarak ele alınması gerekliliği üzerine oluşturulmuş ve yürürlüğe konulmuştur.

Nitekim 5149 sayılı Kanun ilerleyen süreçte günün şartlarına uyumlu hale getirmek amacıyla 5 Mayıs 2005 tarihli 5340 sayılı Kanun ile ve 8 Şubat 2008 tarihli 5728 sayılı Kanun ile iki kez değişikliğe uğramıştır. Fakat söz konusu 5149 sayılı Kanun, spor müsabakalarında yaşanan şiddet ve düzensizlik olaylarını önleme konusunda ilerleyen süreçte beklentiye tam anlamıyla karşılayamamış, uygulamada bazı problemler ve eksiklikler ortaya çıkmıştır. Hatta bu eksiklik ve problemler giderilemediği gibi yaşanan şiddet olayları da nicelik ve nitelik olarak artış göstermiş, yaşanan olaylar kamuoyunda epey gündem olmuştur (TBMM, 2010, s.2). Bunun yanı sıra ulusal mevzuatların uluslararası spor örgütlerinin benimsediği ilke ve talimatlara uygun olması gerekliliği de göz önünde bulundurularak 5149 sayılı Kanun yürürlükten kaldırılmış, 31.03.2011 tarihli 6222 sayılı Sporda Şiddet ve Düzensizliğin Önlenmesine Dair Kanun yürürlüğe konulmuştur.

Türkiye’de sporda şiddet ve düzensizliği önlenmeye yönelik olarak alınacak tedbir ve düzenlemeler hali hazırda 6222 sayılı Sporda Şiddet ve Düzensizliğin Önlenmesine dair Kanun ve bu Kanun’un uygulanmasına ilişkin Yönetmelik ile belirlenmiştir.

Kanun genel olarak; spor alanlarının güvenlik ve düzenine ilişkin tedbirleri (K/m.5-6), müsabaka güvenliğine ilişkin tedbirleri (K/m.7), yasak fiil ve davranışlar ile bunlara uygulanacak cezai müeyyideleri (K/m.11-18, 21-23) kapsamaktadır. Yönetmelik ile ise ilgili kişi, kurum ve kuruluşların görev ve sorumlulukları detaylı olarak düzenlenmiş (Y/m.5-18), spor alanlarında teşkil edilecek güvenlik sistemleri (Y/m.20) belirtilmiş, biletlerin basılması ve satışa sunulması faaliyetinin usulleri (Y/m.21) ile seyirden yasaklama tedbirine ilişkin esaslar (Y/m.22) ayrıntılı bir şekilde ele alınmıştır. 6222 sayılı Kanun ve ilgili Yönetmelik ile sporda şiddeti ve düzensizliği önlemek amacıyla ilgili kurumlar arasında koordinasyon ve iş birliğini sağlamaya yönelik düzenlemeler de yer almıştır. Bu bağlamda illerde Spor Güvenlik Kurulları oluşturulmuştur.

3. KOORDİNASYON BİRİMİ OLARAK İL SPOR GÜVENLİK KURULLARI

Yerel düzeyde spor güvenliğinden sorumlu olan kişi, kurum ve kuruluşlar arasında koordinasyonu sağlama görevi Yönetmeliğin 5’inci maddesi beşinci fıkrasına göre açıkça spor güvenlik kurullarına verilmiştir. Bu Kurullarda yer alan kişi, kurum ve kuruluşların faaliyetlerini koordinasyon ve iş birliği içinde yürütmeleri ortak amaç olan sporda şiddetin önlenmesi konusunda büyük önem arz etmektedir. 6222 sayılı Kanun’un 4’üncü maddesinde ifade edildiği üzere spor güvenlik kurulu; “vali veya görevlendireceği vali yardımcısının başkanlığında, belediye başkanlığı, il jandarma komutanlığı, il emniyet müdürlüğü, gençlik hizmetleri ve spor il müdürlüğü, il sağlık müdürlüğü, il milli eğitim müdürlüğü, ilgili federasyon ve amatör spor kulüpleri konfederasyonu temsilcileri, vali tarafından belirlenecek bir hukukçu ile farklı spor kulüplerine mensup taraftardan sorumlu kulüp temsilcisi olan en az iki yönetici ile gerekli görüldüğünde davet edilecek basın kuruluşlarının ve ilgili kamu kuruluşlarının temsilcilerinden oluşmaktadır.”

İlgili Yönetmeliğin 5’inci maddesi dördüncü fıkrası uyarınca kurulların olağan hallerde ayda bir defa toplanacağı, kararların oy çoğunluğu ile alınacağı ve il ve ilçelerde icra edilecek tüm müsabakalar için gerekli güvenlik tedbirlerinin bu kurullarda belirleneceği ifade edilmiştir.

4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI VE DEĞERLENDİLMESİ

Araştırmanın bulguları, Eskişehir İl Spor Güvenlik Kurulu üyeleri ile Kurula katılmadığı halde sporda şiddetin önlenmesi konusunda etkin rolü olan kişilerle yapılan yarı yapılandırılmış görüşmelerden elde edilen verilere dayanmaktadır. Çalışmanın bulgularını Kurulun yapısı ve işleyişi ile uygulamada yaşanan aksaklıklar olarak iki başlıkta özetlemek mümkündür.

4.1. İl Spor Güvenlik Kurulu'nun Yapısı ve İşleyişine İlişkin Bulgular

Kurul toplantılarına kimlerin katılacağı Kanun ile belirlenmiş ve ilgili kişi, kurum ve kuruluşların hangi görev ve sorumlulukları yürüteceği Yönetmelik ile açıklanmıştır. Valinin başkanlık ettiği ve sekreteryasını İl Emniyet Müdürlüğü Spor Şube biriminin yaptığı Kurulda; ilgili kamu kurumlarının, ilgili federasyon temsilcilerinin, Eskişehir ilindeki spor kulüpleri temsilcilerinin ve yerel yönetim temsilcisinin yer aldığı görülmektedir.

Kurul toplantı kararlarına bakıldığında Kurula Kanun ile belirlenen tüm üyelerin katılım sağladığı ve alınan kararların Kurula katılan tüm üyeler tarafından imza altına alındığı ve bu konuda herhangi bir aksaklık yaşanmadığı görülmüştür.

Görüşmeciler, Kurulda yer alan kişi, kurum veya kuruluşların sayısının yeterli olduğunu ve üyelerin doğru belirlendiğini düşünürlerken, bazı görüşmeciler taraftar temsilcilerinin ve Özel Güvenlik Firması Müdürünün Kurula katılımlarının fayda sağlayacağını belirtmişlerdir.

Kurulun yapısı incelendiğinde, valinin il mülki idare amiri olması dolayısıyla Kurula katılan kamu kurumlarının yöneticileri ile arasında hiyerarşik bir ilişki söz konusudur. Fakat Kurulda aynı zamanda vali ile hiyerarşik bir bağı olmayan Belediye Başkanlığı temsilcisi, spor kulüpleri temsilcileri ve ilgili Federasyon temsilcileri de bulunmaktadır. Kurulun, vali ile aralarında hiyerarşik ilişki olan kurumlar ve aktörlerle daha etkin çalıştığı ve hiyerarşinin koordinasyon sağlamada önemli bir işlevi olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra Kurul Başkanı olan vali ile aralarında hiyerarşik ilişki olmayan üyelerin ise Kurul toplantılara katılımında düzensizlik yaşandığı görülmektedir.

Kurulun karar alma mekanizmasının işleyişinde bir sorun yaşanmadığı fakat Kurulda oldukça sınırlı sayıdaki konular üzerinde kararların alındığı görülmüştür. Kurul karar yazıları incelendiğinde Kurulda; müsabakalarda görevlendirilecek özel güvenlik ve genel kolluk görevlisi sayısına, müsabakaların risk grubuna, görevlilere kumanya verilmesi konusuna, ambulans, itfaiye ve zabıta görevlendirmesine, spor alanı girişinde toplatılmasına karar verilen materyallere, otoparkın durumuna, satışa kapatılacak koltuklar ve diğer güvenlik tedbirlerine ilişkin bazı hatırlatıcı ifadeler yer verildiği görülmüştür. Kurulda farklı zamanlarda benzer konuların tekrar ettiği görülmektedir.

Kurula katılan üyelerin Kurul toplantılarına ne derece hassasiyet ve önem gösterdiğini öğrenmek amacıyla sorulan soruda tüm görüşmeciler, Kurula herkes tarafından aynı derecede önem verilmediği konusunda ortak görüş bildirmiştir. Alınan cevaplar görüşmecilerin kamu kurumlarını katılım konusunda isteksiz, diğer üyeleri ise ilgisiz bulduğunu göstermektedir. Ayrıca, toplantılarda üyeler arasında etkin bir fikir alışveriş ortamının olmadığı görülmüştür. Toplantılarda sadece rutin faaliyetler üzerinde kararlar alınıp imzalanmakta ve ilgili kurum ve kuruluşlara tebliğ edilmektedir.

4.2. Uygulamada Yaşanan Aksaklıklar

Çalışmada, uygulamada bazı önemli aksaklıkların yaşandığı tespit edilmiştir. Bunlar;

- Kurula her zaman aynı kulüp temsilcilerinin katılmadığı ve bu durumun aynı konuların tekrar ele alınmasına sebep olduğu,
- Eşgüdüm toplantılarında müsabaka güvenliğine ilişkin konulardan ziyade ağırlıklı olarak federasyon kriterlerinin konuşulduğu,
- Görevli personele verilen kumanyanın yeterli olmadığı,
- Kurula her zaman aynı kulüp temsilcilerinin katılmadığı ve bu durumun aynı konuların tekrar ele alınmasına sebep olduğu,
- Eşgüdüm toplantılarında müsabaka güvenliğine ilişkin konulardan ziyade ağırlıklı olarak federasyon kriterlerinin konuşulduğu,

- Görevli personele verilen kumanyanın yeterli olmadığı,
- Taraftardan Sorumlu Kulüp Temsilcisinin ve Kulüp Güvenlik Sorumlusunun sahada muhatap olarak bulunmadığı,
- Spor alanı içerisinde satış yapan işletmecilerin satışları nakit ile gerçekleştirerek kural ihlalinde bulunduğu,
- Müsabakada görevlendirilen genel kolluk görevlisi sayısının, görevlendirilen özel güvenlik sayısının 1/3'ünden oldukça fazla olduğu,
- Kulüp tarafından, seyirciler için yasak eylemler ve yaptırımlara ilişkin bilgilendirici broşürlerin hazırlanmadığı ve dağıtılmadığı,
- Müsabakada görev alan tüm genel kolluk görevlisi personelinin harcırah almadığı,
- Gözlemci polisin görevli olarak gittiği yerler için aldığı yol ve yiyecek bedelinin gözlemci polisin ihtiyaçlarını karşılamaya yetmediği,
- Seyirden yasaklama tedbirinin uygulanmasına ilişkin passolig kartın aranmadığı spor dallarının müsabakalarında sorun yaşandığı,
- Spor alanı güvenlik planının olmadığı,
- Spor alanı güvenlik planında belirtilen görev tanımlarına uygun bir şekilde tatbikatlar yapılmadığı,
- Federasyon veya kulüp tarafından, taraftar derneklerine herhangi bir eğitim verilmediği,
- Özel güvenlik görevlilerine verilen spor güvenliği eğitiminin yeterli olmadığı,
- Özel güvenlik görevlilerinin seyircilerin biletlerinde belirtilen koltuk numaralarına göre oturmalarını sağlamadığı şeklinde özetlenebilir.

4. SONUÇ

Sporda şiddet ve düzensizlik önemli bir toplumsal sorundur. Bu tür sorunların çözümü birçok aktörün birlikte ortak amaç doğrultusunda çalışmasını zorunlu kılmaktadır. Bunu gerçekleştirmeye yönelik koordinasyon ve iş birliği mekanizmalarına ihtiyaç vardır. Türkiye’de sporda şiddet ve düzensizliğin önlenmesi amacıyla 6222 sayılı Sporda Şiddet ve Düzensizliğin Önlenmesine Dair Kanun ve Kanun’un Uygulanmasına İlişkin Yönetmelik ile önemli düzenlemeler ve yapılar oluşturulmuştur. İlgili Kanun ve Yönetmelik ile oluşturulan bu yapılardan belki de en önemlisi yerel düzeyde sporda şiddetin önlenmesi konusunda faaliyetler yürüten İl Spor Güvenlik Kurullarıdır.

Bu çalışma ile sporda şiddet ve düzensizliğin önlenmesi konusunda ilgili kurum ve kuruluşlar arasında oluşturulan koordinasyon süreci incelenmiş, bu sürece olumlu ve olumsuz katkı sunan etkenler ile mevcut yapıda aksayan ve başarılı bir şekilde işleyen uygulamalar Eskişehir ili örneğinde araştırılmıştır. En genel anlamda sporda şiddetin önlenmesi konusunda merkezi bir koordinasyon biriminin varlığı önemli bir ihtiyaç olarak görülmektedir. Bunun yanı sıra mevcut yapı ve bu yapının işleyişine ilişkin kuralları ortaya koyan mevzuatın uygulamada yaşanan eksiklikleri göz önünde bulundurarak güncellenmeli ve gerekirse koordinasyon sürecini güçlendirecek başkaca uygulamalara mevzuatta yer verilmelidir. Fakat mevcut yapıda da görüldüğü üzere mevzuatın uygulanabilirliğinin de sağlanmış olması son derece önemli bir gerekliliktir. Dolayısıyla, mevzuatta yer alan uygulamaların hayata geçirilmesi adına tüm ilgili kişi, kurum ve kuruluşların iş birliği ve koordinasyon içerisinde bu sürece dâhil olması gerekmektedir.

KAYNAKLAR

http-1: <http://passolig.com.tr/> (Erişim tarihi: 11.05.2018)

http-2: <https://www.fanatik.com.tr/tarihe-gecmis-siddet-olaylari-haber-fotograf-153208-13> (Erişim tarihi: 10.06.2018)

http-3: <https://www.fotomac.com.tr/galatasaray/2013/09/22/olimpiyat-karisti> (Erişim tarihi: 10.06.2018)

http-4: <https://www.cnnturk.com/spor/futbol/turk-futbolunda-bitmeyen-siddet> (Erişim tarihi: 10.06.2018)

TDK. <http://tdk.gov.tr/> (Erişim tarihi: 09.06.2019).

TBMM. (2005). *Türk Sporunda Şiddet, Şike, Rüşvet ve Haksız Rekabet İddialarının Araştırılarak Alınması Gereken Önlemlerin Belirlenmesi Amacıyla Kurulan (10/63,*

113, 138, 179, 228) *Esas Numaralı Meclis Araştırma Komisyonu Raporu*. TBMM

Başkanlığı Web Sayfası

<https://www.tbmm.gov.tr/sirasayi/donem22/yil01/ss956m.htm> (Erişim Tarihi:

09.06.2019).

TBMM. (2010). *Sporda Şiddet ve Düzensizliğin Önlenmesine Dair Kanun Tasarısı ile*

Adalet Komisyonu Raporu (1/990). TBMM. Ankara.

Üstünel, R. ve Alkurt, Z. (2015). *Futbolda Şiddet ve Düzensizliğin Önlenmesi İçin 6222*

Sayıllı Yasanın Getirdiği Yeni Bir Uygulama: Elektronik Bilet ve Yaşanan Sorunlar.

Kara Harp Okulu Bilim Dergisi, 25 (2), 141-175.

TÜRKİYE’DE DOĞRUDAN YABANCI YATIRIMLAR VE EKONOMİK BÜYÜME İLİŞKİSİ⁷

Araş. Gör. Hüseyin GÜVENOĞLU

Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü
hguvenoglu@bandirma.edu.tr

Doç. Dr. Celil AYDIN

Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü
caydin@bandirma.edu.tr

Özet

Küreselleşme sürecinin hız kazanması ve teknoloji alanında yaşanan gelişmeler sermaye hareketlerinin önemini artırmıştır. Türkiye gibi gelişmekte olan ekonomilerde üretim sürecinde sermayeye çok ihtiyaç duyulmaktadır. Çünkü sermaye, ekonomik büyümenin sağlanmasında önemli rol oynamaktadır. Sermaye birikiminin yetersiz olması yatırımların azalmasına ve üretimin düşmesine neden olabilmektedir. Bu durum ekonomik büyümeyi olumsuz etkileyebilmektedir. Bu nedenle gelişmekte olan ülkeler uluslararası sermayeyi ülkelerine çekebilmek için büyük çaba göstermektedirler. Literatürde birçok çalışmada ekonomik büyüme üzerinde uluslararası sermaye hareketlerinin etkisinin olduğuna vurgu yapılmıştır. Özellikle doğrudan yabancı yatırımlar, 1980’li yıllardan sonra ekonomik büyümenin belirleyicileri arasında gösterilmeye başlanmıştır. Bu çalışmada Türkiye’de doğrudan yabancı yatırımlar ve ekonomik büyüme ilişkisi 2009:01-2019:07 dönemine ilişkin aylık veriler kullanılarak ARDL yöntemiyle incelenmiştir. Analiz sonucunda uzun dönemde doğrudan yabancı yatırımların ekonomik büyümeyi pozitif etkilediği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Doğrudan Yabancı Yatırımlar, Ekonomik Büyüme, ARDL.

THE RELATIONSHIP BETWEEN FOREIGN DIRECT INVESTMENTS AND ECONOMIC GROWTH IN TURKEY

Abstract

The acceleration of the globalization process and the developments in technology have increased the importance of capital movements. Much capital is needed in the production process in emerging economies such as Turkey. Because capital plays an important role in achieving economic growth. Inadequate capital accumulation may lead to a decrease in investments and a decrease in production. This situation may adversely affect economic growth. Therefore, developing countries are making great efforts to attract international capital to their countries. In the literature, many studies emphasized the effect of international capital movements on economic growth. Foreign direct investments, in particular, have been shown to be among the determinants of economic growth after the 1980s. In this study, the relationship between FDI and economic growth in Turkey have been analyzed by ARDL method with monthly data for the period 2009:01-2019:07. As a result of the analysis, it was determined that foreign direct investments positively affected economic growth in the long run.

Keywords: Foreign Direct Investment, Economic Growth, ARDL.

1. GİRİŞ

Ekonomik büyüme genel olarak bir ekonomide zaman içinde üretimi yapılan mal ve hizmet miktarında yaşanan artış olarak ifade edilmektedir. Ekonomik büyüme ekonomilerin en önemli hedefleri arasında yer alan önemli bir makroekonomik göstergedir. Hükümetlerin en temel hedeflerinden biri de ekonomik büyümeyi sağlamak ve sürdürmektir. Nitekim bu doğrultuda da

⁷ Bu çalışma Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi tarafından desteklenmiştir. Proje No: BAP-19-1009-115

politikalar yürütmektedirler. Ekonomik büyümenin ekonomiler için son derece önemli olduğu bir ortamda ekonomik büyümeyi tetikleyen faktörlerinde belirlenmesi önem taşımaktadır. Ekonomik büyümenin sağlanması için üretim yapılması üretim yapılabilmesi içinde yatırımların yapılması gerekmektedir. Yatırımların yapılabilmesi içinde sermayeye ihtiyaç duyulmaktadır. Bu çerçevede sermaye birikiminin ekonomik büyümeyi etkilediği görülmektedir. Yurtiçinde yeterli düzeyde sermaye birikimine sahip olmayan ekonomiler yapacakları yatırımlar için dış kaynaklara yönelerek uluslararası sermayeyi kendi ülkelerine çekmeye çalışmaktadırlar. Uluslararası sermaye hareketlerinin bir türü de doğrudan yabancı yatırımlardır (DYY).

DYY, en genel tanımıyla bir yatırımcının kendi ülkesi dışında bir ülkede yeni bir işletme kurması, kurulu işletmeye ortak olması ya da kurulu işletmeyi satın alması şeklinde gerçekleşen sermaye hareketleridir. DYY yatırımcısına yönetime katılma hakkı vermektedir (Çinko, 2009: 118). 1980'ler den sonra küreselleşme sürecinin de etkisiyle hız kazanan DYY, 1990'lı yıllarla birlikte teknolojinin de etkisiyle dünya ekonomileri arasında hızla yayılmıştır. DYY, özellikle gelişmekte olan ülkelere büyümenin en önemli belirleyicileri arasında görülmektedir.

DYY, özellikle kaynakların kıt olduğu gelişmekte olan ülkelere ekonomik büyümenin sağlanmasında önemli rol oynamaktadır. DYY, yatırımın yapıldığı ev sahibi ülkede doğal kaynakların değerlendirilmesine, ekonomide istihdamın artırılmasına, yurtiçi tasarrufların artmasına, ekonomik büyümenin gerçekleşmesine, yönetim ve üretim bilgisinin gelişmesine, teknolojik gelişmeye, ödemeler dengesinde ve dış ticarete oluşan açığın kapatılmasına, döviz dar boğazından kurtulmaya, ihracatın ve rekabetin artmasına katkı sağlamaktadır (Taşdemir ve Erdaş, 2018: 141; Akinlo vd., 2013: 232).

Doğrudan yabancı yatırımlarla ekonomik büyüme arasındaki ilişki çok sayıda ekonomist tarafından araştırılmıştır. Literatürdeki çalışmalar incelendiğinde genel olarak doğrudan yabancı yatırımların ekonomik büyüme üzerinde pozitif yönde etkili olduğuna ilişkin bulgulara ulaşıldığı görülmektedir. Fakat bazı çalışmalarda ise değişkenler arasında herhangi bir ilişkinin olmadığı ya da ekonomik büyümenin sonucunda doğrudan yabancı yatırımların arttığına yönelik bulgulara ulaşılmıştır. Çalışmalarda farklı sonuçlara ulaşılmasında ekonomilerin farklı makroekonomik yapılara sahip olması, farklı yöntemlerle analizlerin yapılması, incelenen dönemlerin farklılık göstermesi gibi faktörlerin etkili olduğu öngörülmektedir. Bu doğrultuda doğrudan yabancı yatırımlar ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin araştırıldığı ulusal ve uluslararası alanda yapılan bazı önemli çalışmalar aşağıda özetlenmiştir.

Zhang (2001), çalışmasında Doğu Asya ve Latin Amerika ülkelerinde doğrudan yabancı sermaye yatırımları ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi 1960-1997 dönemi için araştırmış ve doğrudan yabancı yatırımların büyümeyi olumlu yönde etkilediğini tespit etmiştir. Lyroudi vd. (2004), çalışmalarında 17 geçiş ekonomisinde doğrudan yabancı yatırımların ekonomik büyüme üzerindeki etkisini 1995-1998 dönemi verilerini kullanarak panel veri analiziyle araştırmışlardır. Analiz sonucunda doğrudan yabancı yatırımların ekonomik büyüme üzerinde önemli bir etkisinin olmadığı bulgusuna ulaşmışlardır. Chowdhury ve Mavrotas (2005), çalışmalarında Şili, Malezya ve Tayland'da doğrudan yabancı yatırımların ekonomik büyüme üzerindeki etkisini 1969-2000 dönemi verilerini kullanarak nedensellik analiziyle incelemişlerdir. Analiz sonucunda Şili'de ekonomik büyümenin doğrudan yabancı yatırımların ülkeye girişinin nedeni olduğunu, ayrıca Malezya ve Tayland'da doğrudan yabancı yatırımların girişiyle ekonomik büyüme arasında karşılıklı bir nedensellik ilişkisi olduğunu gözlemlemişlerdir.

Khaliq ve Noy (2007), çalışmalarında Endonezya'da doğrudan yabancı yatırımların sektörler üzerinden ekonomik büyümeye etkisini 1997-2006 dönemi verilerini kullanarak analiz etmişlerdir. Analiz sonucunda doğrudan yabancı yatırımların ekonomik büyüme üzerinde pozitif yönde etkisinin olduğunu tespit etmişlerdir. Alagöz vd. (2008), çalışmalarında Türkiye'de doğrudan yabancı yatırımlar ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi 1992-2007 dönemine ilişkin verileri kullanarak Granger Nedensellik testi yöntemiyle analiz etmişlerdir. Analiz sonucunda değişkenler arasında herhangi bir nedensellik ilişkisi bulamamışlardır. Vu ve Noy (2009), çalışmalarında 6 OECD ülkesinde doğrudan

yabancı yatırımlar ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi 1980-2003 dönemine ilişkin verileri kullanarak analiz etmişlerdir. Analiz sonucunda doğrudan yabancı yatırımların hem doğrudan hem de işgücü üzerinden dolaylı olarak ekonomik büyümeyi pozitif yönde etkilediğini tespit etmişlerdir. Şen ve Saray (2010), çalışmalarında Türkiye’de doğrudan yabancı yatırımlar ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi panel veri yöntemiyle Çin, Arjantin, Polonya Bulgaristan, Brezilya ve Romanya ülkeleriyle karşılaştırma yaparak analiz etmişlerdir. Analiz sonucunda doğrudan yabancı yatırımların ekonomik büyüme üzerinde olumlu etki yaptığını bu etkinin diğer ülkelerdeki etkiden daha belirgin olduğunu tespit etmişlerdir. Ekinci (2011), çalışmasında Türkiye’de doğrudan yabancı yatırımlar ile ekonomik büyüme ve istihdam arasındaki ilişkiyi 1980-2010 dönemine ilişkin verileri kullanarak Johansen eşbütünleşme testi ve Granger Nedensellik testi yöntemleriyle analiz etmiştir. Analiz sonucunda doğrudan yabancı yatırımlarla ekonomik büyüme arasında karşılıklı bir nedensellik ilişkisi tespit etmiş fakat doğrudan yabancı yatırımlarla istihdam arasında bir ilişkiye rastlamamıştır.

Gui-Diby (2014), çalışmasında 50 Afrika ülkesinde doğrudan yabancı yatırımlar ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi 1980-2009 dönemine ilişkin verileri kullanarak panel veri ve GMM yöntemiyle analiz etmiştir. Analiz sonucunda doğrudan yabancı yatırımların ekonomik büyümeyi 1980-1994 döneminde negatif, 1995-2009 döneminde ise pozitif yönde etkilediğini tespit etmiştir. Şahin (2015), çalışmasında Türkiye’de doğrudan yabancı sermaye yatırımları ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi 1980-2013 dönemine ilişkin verileri kullanarak ARDL sınır testi yöntemiyle analiz etmiştir. Analiz sonucunda uzun dönemde doğrudan yabancı yatırımlarla ekonomik büyüme arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit etmiştir. Afşar vd. (2017), çalışmalarında Türkiye’de doğrudan yabancı sermaye yatırımları ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi 2008-2015 dönemine ait verileri kullanarak VAR modeliyle analiz etmişlerdir. Analiz sonucunda doğrudan yabancı yatırımların ekonomik büyümeyi pozitif yönde etkilediği sonucuna ulaşmışlardır.

Taşdemir ve Erdaş (2018), çalışmalarında Türkiye’de doğrudan yabancı sermaye yatırımları ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi 2006-2016 dönemine ait verileri kullanarak Granger Nedensellik testi, etki-tepki analizi ve varyans ayrıştırması analizi yöntemleriyle araştırmışlardır. Analiz sonucunda doğrudan yabancı yatırımların ekonomik büyümeye neden olduğu bulgusuna ulaşmışlardır. Akkaya (2019), çalışmasında 12 gelişmekte olan ülkede doğrudan yabancı sermaye yatırımları, ekonomik özgürlük ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi 1995-2016 dönemine ait verileri kullanarak Dinamik Panel Veri yöntemiyle analiz etmiştir. Analiz sonucunda doğrudan yabancı sermaye yatırımları ve ekonomik büyüme arasında anlamlı bir ilişki tespit etmiştir. Fakat doğrudan yabancı sermaye yatırımları ve ekonomik özgürlükler arasında bir ilişki bulamamıştır.

Bu çalışmada Türkiye’de doğrudan yabancı yatırımlar ile ekonomik büyüme arasındaki ilişki 2009:01-2019:07 dönemi için araştırılmıştır. Çalışma üç bölümden meydana gelmektedir. Çalışmanın birinci bölümünü oluşturan giriş kısmında, doğrudan yabancı yatırımlar ve ekonomik büyüme ilişkisine yönelik teorik bilgiler ve literatür çalışmaları yer almaktadır. İkinci bölümde, analizde yer alan değişkenlere ve uygulanan ampirik yöntemle ilişkin açıklamalar yapılmış ve analizden elde edilen bulgular değerlendirilmiştir. Üçüncü bölümde ise çalışmanın sonuç kısmı yer almaktadır.

2. MATERYAL VE METOD

Bu çalışmada doğrudan yabancı yatırımlar ile ekonomik büyüme arasındaki ilişki Türkiye ekonomisi açısından araştırılmıştır. Bu kapsamda 2009:01-2019:07 dönemine yönelik aylık veriler kullanılarak değişkenler arasındaki ilişki ARDL modeliyle analiz edilmiştir. Doğrudan yabancı yatırımlar (DYY) ve ekonomik büyüme verisi olarak çalışmada yer alan sanayi üretim endeksi (SUE) verileri Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası’nın Elektronik Veri Dağıtım Sisteminden (EVDS) elde edilmiştir. Çalışmada analize geçmeden önce DYY ve SUE değişkenleri logaritmik hale dönüştürülmüştür. Ayrıca çalışmada bağımlı değişken olarak yer alan SUE değişkenine mevsimsellik testi uygulanmıştır. Çalışmada kullanılan değişkenlere yönelik açıklayıcı bilgiler tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1. Değişkenlerin Tanımlanması

Değişkenler	Sembol	Kaynak
Sanayi Üretim Endeksi (2015=100)	lnSUE	TCMB
Doğrudan Yabancı Yatırımlar (Net yükümlülük oluşumu Milyon ABD \$)	lnDYY	TCMB

Çalışmanın modeli ve değişkenler arasındaki öngörülen ilişkinin yönü (1) numaralı denklemdeki gibi oluşturulmuştur.

$$\ln SUE_t = \alpha_0 + \alpha_1 \ln DYY_1 + \varepsilon_t \quad (1)$$

Analize geçmeden önce değişkenler arasında olası bir sahte regresyon ilişkisinin yaşanmaması ve buna bağlı olarak analizlerin sonuçlarının doğru ve güvenilir olması için değişkenlerin durağanlıkları sınanmaktadır. Bu doğrultuda da Dickey ve Fuller (1981)'in ve Phillips ve Perron (1988)'un geliştirdiği ve literatürde de sıkça kullanılan Augmented Dickey-Fuller (ADF) ve Phillips-Perron (PP) birim kök testleri kullanılarak değişkenlere yönelik durağanlık analizi yapılmıştır. Değişkenlere ilişkin durağanlık testi sonuçları tablo 2'de gösterilmiştir. ADF testine göre her iki değişkeninde birinci farkı alındığında sabitli ve sabitli & trendli modelde durağan hale geldikleri görülmektedir. PP testine göre ise DYY düzeyde durağan iken SUE değişkeninin birinci farkı alındığında durağan hale geldiği görülmektedir. Sonuç olarak iki değişkenin I(1) olduğuna karar verilmiştir.

Tablo 2. ADF ve PP Birim Kök Testi Sonuçları

ADF İstatistiği				
Değişkenler	Düzy		Birinci Fark	
	Sabit	Sabit & Trend	Sabit	Sabit & Trend
SUE	-3.1699 (2) [0.0242]**	-0.9119 (2) [0.9506]	-10.7065 (1) [0.0000]*	-11.4643 (1) [0.0000]*
DYY	-2.0219 (11) [0.2772]	-1.7884 (11) [0.7033]	-5.9492 (10) [0.0000]*	-6.0043 (10) [0.0000]*
PP İstatistiği				
Değişkenler	Düzy		Birinci Fark	
	Sabit	Sabit & Trend	Sabit	Sabit & Trend
SUE	-2.3670 (2) [0.1532]	-1.0704 (2) [0.9291]	-13.4316 (3) [0.0000]*	-14.0105 (2) [0.0000]*
DYY	-10.3008 (6) [0.0000]*	-10.6059 (6) [0.0000]*		

Not: t-istatistik değerlerinin yanındaki parantez içerisindeki değerler ADF testi için Akaike Bilgi Kriterine göre, PP testi için ise Newey-West tahmincisine göre hesaplanan gecikme uzunluklarını; t-istatistik değerlerinin altındaki köşeli parantez içerisindeki değerler olasılık değerlerini göstermektedir. *, ** ve *** sembolleri ise sırasıyla değişkenlerin %1, %5 ve %10 anlamlılık düzeylerinde durağan olduklarını ifade etmektedir.

Değişkenlere ilişkin yapılan durağanlık analizi sonucunda değişkenlerin I(1) dereceden durağan oldukları tespit edilmiştir. Bu sonuçlar değişkenler arasındaki ilişkinin ortaya konulması için dağıtılmış gecikmeli otoregresif (ARDL) modelinin kullanılabileceğini göstermektedir. Peseran ve Shin (1995) ile Peseran, Shin ve Smith (2001)'in geliştirdiği ARDL modelinde analizler üç aşamada gerçekleştirilmektedir (Karahan ve Güvenoğlu, 2019: 798).

-Birinci aşamada sınır testi (bound test) uygulanarak değişkenler arasındaki eşbütünleşme ilişkisinin olup olmadığı analiz edilmektedir. Sınır testi ile (2) numaralı denklemde yer alan "Kısıtlanmamış Hata Düzeltme Modeli (UECM) tahmin edilmektedir. Denklemde yer alan SUE bağımlı değişkeni, DYY ise bağımsız değişkeni ifade etmektedir. Ayrıca Δ sembolü değişkenlerin birinci farkını k sembolü ise değişkenlere ilişkin optimum gecikme uzunluğunu göstermektedir.

$$\Delta SUE_t = \alpha_0 + \sum_{i=1}^k \alpha_1 \Delta SUE_{t-i} + \sum_{i=0}^k \alpha_2 \Delta DYY_{t-i} + \alpha_3 SUE_{t-1} + \alpha_4 DYY_{t-1} + \varepsilon_t \quad (2)$$

-İkinci aşamada (3) numaralı denklemde yer alan ARDL modeli tahmin edilerek değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişki analiz edilmektedir. Denklemde yer alan m ve n sembolleri modeldeki gecikme değerlerini göstermektedir. (3) numaradaki denklem kullanılarak model tahmini yapıldıktan sonra her değişken için uzun dönem katsayısını hesaplamak için (4) numaralı denklemde yer alan formül kullanılmaktadır. Değişkenlere ilişkin uzun dönem katsayılarının işaretine ve istatistiki açıdan anlamlılık durumlarına göre değişkenlerin uzun dönemli ilişkilerine yönelik yorum yapılabilir.

$$SUE_t = \beta_0 + \sum_{i=1}^m \beta_{1i} SUE_{t-i} + \sum_{i=0}^n \beta_{2i} DYY_{t-i} + e_t \quad (3)$$

$$Uzun \ Dönem \ Katsayısı = \frac{\sum_{i=0}^p \beta_{2,i}}{1 - \sum_{i=1}^q \beta_{1,i}} \quad (4)$$

-Üçüncü ve son aşamada (5) numaralı denklemde yer alan koşullu hata düzeltme modeli tahmin edilerek değişkenler arasındaki kısa dönemli ilişki tespit edilmektedir. Denklemdeki β_3 hata terimi katsayısını (ECM) ifade etmektedir. Bu katsayı kısa dönemde dengeden sapmalara neden olabilecek bir şokun her bir dönem için hangi oranda uzun dönemde dengeye yöneleceğini göstermektedir.

$$SUE_t = \beta_0 + \sum_{i=1}^m \beta_{1i} SUE_{t-i} + \sum_{i=0}^n \beta_{2i} DYY_{t-i} + \beta_3 ECM_{t-1} + e_t \quad (5)$$

ARDL Sınır Testi analizi kapsamında Akaike Bilgi Kriterine göre en uygun gecikme uzunluğu (3,0) modelinde sağlanmıştır. Bu doğrultuda belirlenen gecikme uzunluğunda, (2) numaralı denklemde tahmin edilen hata düzeltme modelinden elde edilen sınır testi sonuçlarına tablo 3'te yer verilmiştir. Tablo 3'te hesaplanan F istatistik değeri ile %1, %5 ve %10 anlamlılık düzeylerinde kritik tablo değerlerinin alt ve üst sınırları gösterilmiştir. Analiz sonucunda F istatistik değeri (7.17) olarak tespit edilmiş ve bu değer %1, %5 ve %10 anlamlılık düzeylerindeki üst sınır değerlerinden yüksek bulunmuştur. Bu sonuçlar değişkenler arasında uzun dönemde bir eşbütünlüşme ilişkisinin olduğunu göstermektedir.

Tablo 3. Sınır Testi Sonuçları

k	F İstatistik Değeri	Kritik Tablo Değeri		
			Alt Sınır	Üst Sınır
1	7.171535	%1	4.81	6.02
		%5	3.15	4.11
		%10	2.44	3.28

Not: k denklemdeki bağımsız değişken sayısını göstermektedir. Tablo değerlerinin belirlenmesinde Pesaran, Shin ve Smith (2001)'in çalışması dikkate alınmıştır.

Çalışmada sınır testi sonucunda değişkenler arasında eşbütünlüşme ilişkisinin bulunmasından sonraki aşamada değişkenler arasındaki uzun ve kısa dönem ilişkileri belirlemek için ARDL modeli tahmin edilmiştir. Bu çerçevede de (3) ve (4) numaralı denklemler kullanılarak değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişki ortaya konulmuştur. Değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişkiye yönelik bulgulara tablo 4'te yer verilmiştir. Ekonomik büyüme verisi olarak kullanılan sanayi üretim endeksinin (SUE) bağımlı değişken olarak yer aldığı modelde uzun dönem katsayıları incelendiğinde doğrudan yabancı yatırım (DYY) değişkeninin %1 düzeyinde istatistiki olarak anlamlı olduğu ve DYY'nin SUE'yi pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir. Bu bulgular iktisadi teoriyi desteklemekte ve istatistiki olarak anlamlı bulunmaktadır.

Tablo 4'ün alt bölümünde ise değişkenler arasındaki uzun dönemli hesaplamalara yönelik tanısıl test sonuçları yer almaktadır. R^2 ve düzeltilmiş R^2 değerlerinin ikisi de %99 olarak belirlenmiş ve bu bulgular modelin açıklayıcılık gücünün yeterli olduğu şeklinde yorumlanabilmektedir. Ayrıca Breusch-Godfrey Testi ve Breusch-Pagan-Godfrey Testi sonucunda modelin tahmininde otokorelasyon ve değişen varyans sorunlarının olmadığı görülmüştür.

Tablo 4. ARDL (3,0) Modeli Regresyon Tahmin Sonuçları (SUE bağımlı değişken)

Değişkenler	Katsayı	Standart Hata	t istatistiği	p-değeri
SUE(-1)	0.814243	0.086412	9.422846	0.0000*
SUE(-2)	-0.0249963	0.113884	-0.219198	0.8269
SUE(-3)	0.205859	0.086649	2.375782	0.0191**
DYY	0.004103	0.003515	1.167208	0.2454
Hesaplanan Uzun Dönem Katsayıları				
Değişkenler	Katsayı	Standart Hata	t istatistiği	p-değeri
DYY	0.843994	0.221738	3.806272	0.0002*
Tanısal Test Sonuçları				
R ²			0.9911	
Adj R ²			0.9909	
Breusch-Godfrey Otokorelasyon Testi			0.1096	0.8963
Breusch-Pagan-Godfrey Değişen Varyans Testi			0.7601	0.5532

Not: Tabloda yer alan * ve ** işaretleri sırasıyla % 1 ve % 5 anlamlılık düzeylerini ifade etmektedir.

Değişkenler arasında uzun dönemli ilişkinin ortaya konulmasından sonra ARDL modeli kapsamında (5) numaralı denklemden faydalanılarak değişkenler arasında kısa dönemli ilişki araştırılmıştır. Bu doğrultuda hata düzeltme modeline dayalı olarak hesaplanan kısa dönem katsayılarıyla ilgili bulgular tablo 5'te gösterilmiştir.

Tahmin sonuçlarının istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir. Modelde bağımlı değişken olarak yer alan SUE değişkeni gecikmeli değerlerinden 2 dönem boyunca negatif olarak etkilenmiştir. Ayrıca hata düzeltme katsayısı (ECM) beklentilere uygun olarak negatif ve istatistiki olarak anlamlı bulunmuştur. Bu sonuç modelde hata düzeltme mekanizmasının çalıştığını ve sisteme gelen ve dengeden sapma oluşturacak bir şok sonucunda yaşanan dengesizliğin her aylık dönemde %0,48 oranında uzun dönemde yeniden dengeye yöneldiğini göstermektedir.

Tablo 5. Hata Düzeltme Modeli Tahmin Sonuçları (DTD Bağımlı Değişken)

Değişkenler	Katsayı	Standart Hata	t istatistiği	p-değeri
SUE(-1)	-0.180896	0.085491	-2.115956	0.0364**
SUE(-2)	-0.205859	0.086251	-2.386732	0.0185**
CointEq(-1)	-0.004861	0.001278	-3.802714	0.0002*

Tabloda yer alan * ve ** işaretleri sırasıyla % 1 ve % 5 anlamlılık düzeylerini ifade etmektedir.

3. SONUÇ

Ekonomik büyüme genel olarak bir ekonominin üretim gücünde veya gelir düzeyinde meydana gelen artışı gösteren ve ekonomilerin en önemli hedefleri arasında yer alan bir makroekonomik gösterge olarak görülmektedir. Ekonomik büyümenin sağlanması ve sürdürülmesi ekonomiler için son derece önem taşımaktadır. Bu doğrultuda da ekonomik büyüme sağlayacak dinamiklerin tespit edilmesi önem arz etmektedir. Ekonomik büyümeyi tetikleyecek en önemli dinamiklerden biri de yeterli düzeyde sermaye birikimine sahip olmaktır. Sermaye üretim sürecinde diğer üretim faktörlerini harekete geçiren önemli bir faktör olarak görülmektedir.

Yeterli sermaye birikimine sahip olmayan ekonomiler söz konusu sermayeyi dış kaynaklardan yani uluslararası sermaye hareketleri aracılığıyla temin etme yoluna gitmektedirler. Doğrudan yabancı yatırımlarda uluslararası sermaye hareketleri içerisinde önemli bir yere sahiptir ve ekonomilerin büyümesinde önemli rol oynamaktadır. Bu doğrultuda bu çalışmamızda Türkiye'de doğrudan yabancı yatırımlar ve ekonomik büyüme arasındaki ilişki 2009:01-2019:07 dönemine ilişkin aylık veriler kullanılarak ARDL yöntemiyle incelenmiştir. Analiz sonucunda değişkenler arasında eşbütünlük ilişkisi olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Uzun dönemde doğrudan yabancı yatırımların ekonomik büyümeyi pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir. Ayrıca hata düzeltme katsayısı beklendiği gibi negatif ve istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur.

Özellikle gelişmekte olan ülkeler ekonomik büyüme için gerekli olan sermayeyi yurtiçi tasarruflardan sağlayamadıkları için yurtdışı kaynaklara yönelmekte ve uluslararası sermayeyi kendi ülkelerine çekebilme çabası göstermektedirler. Uluslararası sermaye hareketleri kapsamında ülkeye gelen sermayenin borç yaratmaması ülke ekonomisi için son derece önem taşımaktadır. Nitekim bu doğrultuda da özellikle gelişmekte olan ülkeler uluslararası sermaye hareketleri içerisinde yer alan doğrudan yabancı yatırımların kendi ülkelerine yönelmesi için uğraşmakta, rekabet etmekte ve politikalar yürütmektedir.

Bu çerçevede Türkiye’de de daha çok miktarda doğrudan yabancı yatırımı çekebilmek için yabancı yatırımcıların arzu ettiği alt ve üst yapı hizmetleri yerine getirilmeli, yabancı yatırımcılara vergi muafiyeti sağlanmalı veya vergi indirimi yapılmalı, bu doğrultuda gerekli imtiyazlar tanınmalı, yabancı yatırımcının yatırımını ülkemizde yapması için özendirici ve teşvik edici eylemlerde bulunulmalıdır. Böylelikle ülkeye gelen doğrudan yabancı yatırımların artacağı bunun da ekonomik büyüme üzerinde pozitif etki yaratacağı öngörülmektedir.

KAYNAKLAR

- Afşar, B., Cura, F. ve Demirhan, F. (2017), Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları Ve Büyüme İlişkisi: 2008 Krizi Sonrası Türkiye Uygulaması, *International Journal of Academic Value Studies*, 3 (15), 270-288.
- Akinlo, T., Akinsokeji, R. ve Oziegbe, T. (2013), Determinant of Foreign Direct Investment in Ten African Countries: A Panel Data Analysis, *Asian Journal of Business and Management*, 1 (5): 232-237.
- Akkaya, M. (2019), Gelişen Piyasalarda Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımı, Ekonomik Özgürlük ve Ekonomik Büyüme İlişkisi, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 22 (1), 1-10.
- Alagöz, M., Erdoğan, E. ve Topallı, N. (2008), Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları ve Ekonomik Büyüme: Türkiye Deneyimi 1992-2007, *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (1), 79-89.
- Chowdhury, A. ve Mavrotas G. (2005), FDI and Growth: A Causal Relationship, United Nation University, *WIDER (World Institute For Development Economics Research) Research Paper*, No: 2005/25, 1-10.
- Çinko, L. (2009), Doğrudan Yabancı Sermaye Hareketlerinin Makro Ekonomik Etkileri, *Marmara Üniversitesi İİBF Dergisi*, 26 (1): 117- 131.
- Dickey, D.A. ve Fuller, W.A. (1981), Distribution of the Estimators for Autoregressive Time Series with a Unit Root, *Econometrica*, 49, 1057-1072.
- Ekinci, A. (2011), Doğrudan Yabancı Yatırımların Ekonomik Büyüme ve İstihdama Etkisi: Türkiye Uygulaması (1980-2010), *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 6 (2), 71-96.
- Gui-Diby, S.L. (2014), Impact of Foreign Direct Investments on Economic Growth in Africa: Evidence from Three Decades of Panel Data Analyses, *Research in Economics*, 68, 248-256.
- Karahan, Ö. ve Güvenoğlu, H. (2019), Türkiye’de Milli Gelir ve Döviz Kurundaki Değişimlerin Dış Ticaret Dengesi Üzerine Etkisi, *Full Paper Proceeding, II. International Conference on Empirical Economics and Social Sciences (ICEESS’ 19)*, June 20-21-22.
- Khaliq A. ve Ilan N. (2007), Foreign Direct Investment And Economic Growth: Empirical Evidence From Sectoral Data İn Indonesia, *EconPapers*, No: 2007/26, 1-27.
- Lyrouti K., Papanastasiou J. ve Vamvakidis A. (2004), Foreign Direct Investment And Economic Growth İn Transition Economies, *South Eastern Europe Journal Of Economics*, 1, 97-110.
- Pesaran, M.H., Shin, Y. ve Smith, R.J. (2001), Bounds Testing Approaches to the Analysis of Level Relationships, *Journal of Applied Econometrics*, 16 (3), 289-326.
- Phillips, P.C.B. ve Perron, P. (1988), Testing for a Unit Root in Time Series Regression, *Biometrika*, 75 (2), 235-346.
- Şahin, D. (2015), Türkiye’de Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: ARDL Sınır Testi Yaklaşımı, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3 (19): 159-172.
- Şen, A. ve Saray, M.O. (2010), Türkiye’de Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Ekonomik Büyümeye Etkisi: Panel Veri Analizi, *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, Özel Sayı, 22-30.

- Taşdemir, F.D. ve Erdaş, H. (2018), Doğrudan Yabancı Yatırım Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye Örneği, *Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7 (1), 140-152.
- Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB), (2019), <https://www.tcmb.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 10.08.2019).
- Vu, T.B. ve I. Noy (2009), Sectoral Analysis of Foreign Direct Investment and Growth in the Developed Countries, *Journal of International Financial Markets, Institution & Money*, 19 (2), 402-413.
- Zhang, K.H. (2001), Does Foreign Investment Promote Economic Growth? Evidence From East Asia And Latin America, *Contemporary Economic Policy*, 19 (2), 175-185.

TÜKETİCİ KREDİLERİ İLE ENFLASYON İLİŞKİSİ: TÜRKİYE ÖRNEĞİ⁸**Araş. Gör. Dr. Musa BAYIR**Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü
musa.bayir@gmail.com**Araş. Gör. Hüseyin GÜVENOĞLU**Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü
hguvenoglu@bandirma.edu.tr**Özet**

Bankacılık kesiminin açmış olduğu krediler ekonomik birimlerin karar alma sürecini etkileyebilmektedir. Örneğin bankaların açacakları tüketici kredileri, bireylerin yapacakları tüketim harcamaları için finansman olacaktır. Tüketim harcamaları için gerekli finansmanı bankalardan tedarik eden bireylerin tüketim harcamalarını artıracığı öngörülmektedir. Ekonomide artan tüketim harcamaları ise iç talebin artmasına neden olmaktadır. İç talepteki artışın da enflasyonu etkileyeceği düşünülmektedir. Bu çalışmada, Türkiye ekonomisinde tüketici kredileri ile enflasyon arasındaki ilişkinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu çerçevede, tüketici kredileri ile enflasyon arasındaki ilişki 2009:01-2019:07 dönemine ilişkin aylık veriler kullanılarak Johansen Eşbütünleşme Testi ve Vektör Hata Düzeltme Modeli yöntemiyle analiz edilmiştir. Analiz sonucunda değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisi bulunmuş ve tüketici kredilerinin enflasyon üzerinde pozitif etkiye sahip olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Ayrıca hata düzeltme modeline dayalı nedensellik testi sonucunda hem kısa dönemde hem de uzun dönemde değişkenler arasında karşılıklı bir nedensellik ilişkisi olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Tüketici Kredisi, Enflasyon, Johansen Eşbütünleşme Testi ve Vektör Hata Düzeltme Modeli.

THE RELATIONSHIP BETWEEN CONSUMER LOANS AND INFLATION: THE CASE OF TURKEY**Abstract**

The loans extended by the banking sector may affect the decision-making process of economic units. For example, consumer loans which are opened by banks will finance the consumption expenditures of individuals. It is foreseen that individuals who procure the necessary financing for consumption expenditures from banks will increase their consumption expenditures. Increasing consumption expenditures in the economy cause domestic demand to increase. The increase in domestic demand is expected to affect inflation. In this study, the aim is to investigate the relationship between consumer loans and inflation in Turkey's economy. In this framework, the relationship between consumer loans and inflation has been analyzed by Johansen Cointegration Test and Vector Error Correction Model with monthly data for the period 2009:01-2019:07. As a result of the analysis, cointegration relationship was found between the variables and it was found that consumer loans had a positive effect on inflation. As a result of the analysis, cointegration relationship was found between the variables and it was found that consumer loans had a positive effect on inflation. In addition, as a result of the causality test based on error correction model, it has been determined a causality relationship both in the short term and long term between the variables.

Keywords: Consumer Loans, Inflation, Johansen Cointegration Test, Vector Error Correction Model.

⁸ Bu çalışma Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi tarafından desteklenmiştir. Proje No: BAP-19-1009-111

1.GİRİŞ

Yüksek üretim gücüne, yatırım ve gelir düzeyine sahip olan ülkelerde buna paralel olarak toplum refahı da yükselmektedir. Bu çerçevede toplumsal refahın yükseltilmesi için tasarrufların artırılması ve aynı zamanda bu tasarrufların yatırımlarda, üretimde, istihdam artışında ve dolayısıyla ekonomik büyüme sürecinde kullanılmasına aracılık edecek bir sisteme ihtiyaç duyulmaktadır. Bu sistem de farklı kaynaklardan temin ettiği fonları ekonomik faaliyetlerin gerçekleştirilmesi için reel ekonomide farklı alanlara aktararak aracılık hizmetini yapan bankalarca oluşturulmaktadır. Bankalar, finansal sistem içinde fon hareketlerinin gerçekleştirilmesinde aracı rolü üstlenen en önemli kuruluşlardır ve söz konusu aracılık faaliyetlerini kredi yoluyla yerine getirmektedirler. Bankaların kullandıkları krediler genel olarak işletmeler için ticari krediler, hane halkı için ise tüketici kredileri şeklinde ikiye ayrılabilir. Bir ekonomide tasarrufların verimli ve etkin bir şekilde kullanılabilmesi için bankaların sağlıklı ve etkin bir şekilde faaliyette bulunması gerekmektedir. Bu doğrultuda bankaları, temin ettiği tasarrufları reel ekonomide ihtiyacı olan ekonomik birimlere aktararak ekonomik faaliyetlerin gerçekleşmesine katkı sağlayan ve piyasa mekanizmasında merkezi rol oynayan kuruluşlar olarak nitelendirebiliriz (Çetiner ve Taşdelen, 2017: 277-278).

Sanayi Devriminden sonra hız kazanan teknolojik gelişmeler ve artan nüfus sonucunda bir taraftan bireylerin temel ihtiyaçlarını karşılamaya diğer taraftan ise farklı mal ve hizmet üretimine gereksinim duyulmuştur. Fakat bireylerin sahip oldukları gelir düzeyinin yetersiz olması teknolojiye yaşanan gelişmelerden ve üretilen mal ve hizmetlerden bireylerin yeteri kadar faydalanamamasına yol açmıştır. Ayrıca bazı şirketler pazar alanını genişletmek istemişler ve bu doğrultuda taksitli satışlara yönelmişlerdir. Bu ve benzeri nedenlerden dolayı gereksinimlerin karşılanması için gerekli finansmanın bankalardan kredi yoluyla temin edilmeye başlanmasıyla tüketici kredileri hayatımıza girmiştir (Aras, 1996: 7). Tüketici kredileri, herhangi bir ticari amaç gütmeyen bireylerin, mal ve hizmetlerden faydalanmak diğer bir ifadeyle tüketim ihtiyaçlarını karşılamak için gerekli olan nakit ihtiyacını sağlamak adına bankalardan almış oldukları kredilerdir. Tüketici kredileri; taşıt, konut, ihtiyaç ve diğer kredileri kapsamaktadır (Begeç, 2015: 9-11).

Bankacılık sektörü açmış olduğu kredilerle ekonomik birimlerin yapacağı yatırımlar ve harcamalar için gerekli olan finansman ihtiyaçlarını karşılamaktadırlar. Böylelikle bankalar reel ekonomide ekonomik birimlerin karar alma süreci etkilemekte ayrıca ekonomik faaliyetlerin aksamadan sürdürülmesini sağlamaktadırlar. Bankaların tüketici kredisini artırması sonucunda bireyler yapacakları tüketim harcamaları için gerekli olan finansmanı bankalardan tedarik ederek tüketim harcamalarını artıracaklardır. Bu doğrultuda da mal ve hizmetlere olan talep artacak ve ekonomide hareketlilik yaşanacaktır. Ekonomideki bu hareketlilik yatırımların ve dolayısıyla üretimin artmasını tetikleyerek istihdamın artmasını ve ekonomik büyümenin gerçekleşmesini sağlayabilmektedir.

Bankaların açmış olduğu tüketici kredilerinin ekonomi üzerinde yukarıda belirtildiği gibi sadece olumlu etkileri yoktur. Ayrıca bir takım olumsuz etkileri de vardır. Kredilerdeki artış sonucu yaşanan yüksek enflasyon oranları bu olumsuzluklardan biri olarak görülmektedir (Arsene ve Guy-Paulin, 2013: 41). Tüketici kredilerindeki artış ekonomide tüketim harcamalarının artmasına yol açarak mal ve hizmetlere talebi artırmaktadır. Bu durum söz konusu mal ve hizmetlerin fiyatının artmasına dolayısıyla enflasyona neden olmaktadır (Yüksel ve Özşarı, 2016: 3). Tüketici kredilerindeki artışın bir diğer olumsuz etkisi ise dış ticaret dengesini bozarak dış ticaret açığının artmasına neden olmasıdır. Tüketici kredilerindeki artışa bağlı olarak tüketicilerin ithal edilen mallara özellikle de lüks olan ithal mallarına talebi artırmaktadır. Tüketici kredilerinin ithalat giderlerini artırması sonucunda da dış ticaret dengesinde bozulmalar yaşanabilmekte ve dış ticaret açığı meydana gelebilmektedir (Kılıç ve Torun, 2018: 19). Kredi büyümesi, gelişmekte olan ülkelerde özellikle 2008 finansal krizinden sonra en önemli problemlerden biri haline gelmiştir. Kredi arzındaki aşırı genişleme hem finansal istikrarı hem de fiyat istikrarını olumsuz etkilemektedir. Kredi arzındaki artış tüketici kredileri üzerinden ekonomide hareketlilik oluşturarak talep baskısına yol açmakta ve dolayısıyla enflasyonu doğrudan etkileyebilmektedir (Korkmaz, 2019: 101-102). Genel olarak fiyatlar genel düzeyinde yaşanan sürekli artış şeklinde tanımlanan enflasyon, aynı zamanda ekonomideki istikrarı simgeleyen, ekonominin geleceğine ilişkin sinyaller veren, ekonominin gelişiminde belirleyici olan, ekonomik refahı ve toplum düzenini etkileyen önemli bir makroekonomik göstergedir (Korkmaz, 2017: 110-111). Kredi

büyümesinin ekonomiler için olumlu etkilerinin yanında enflasyon gibi ekonomide önemli bir yere sahip olan makroekonomik gösterge üzerinde olumsuz etkilerinin de olması ekonomistleri konuyla ilgili araştırmalar yapmaya yönlendirmiştir. Bu çerçevede banka kredileri ile enflasyon oranı arasındaki ilişkinin incelendiği ulusal ve uluslararası alanda yapılan bazı önemli çalışmalar aşağıda özetlenmiştir.

Boyd vd. (2001), çalışmalarında 65 ülkede enflasyonun banka kredileri üzerindeki etkisini 1960-1995 dönemine ait verileri kullanarak panel regresyon ve dinamik panel analizi (GMM) yöntemiyle analiz etmişlerdir. Analiz sonucunda enflasyonun banka kredi arzını azalttığı bulgusuna ulaşmışlardır. Bikker (2004), çalışmasında 26 OECD ülkesinde 1979-1999 dönemi için kredilerle konjonktür değişkenleri arasındaki ilişkiyi panel veri yöntemiyle araştırmış ve kredilerle enflasyon arasında güçlü bir ilişki tespit etmiştir. Calza ve Sousa (2006), çalışmalarında AB ülkelerinde kredi şoklarının çıktı ve enflasyon üzerindeki etkisini 1981-2002 dönemine ilişkin verileri kullanarak analiz etmişler ve kredi şoklarının enflasyon üzerinde etkili olduğunu bulmuşlardır. Eslamloueyan ve Darvishi (2007), çalışmalarında banka kredileri ile enflasyon arasındaki ilişkiyi 1959-2002 dönemi için İran ekonomisinde sınır testi yöntemiyle araştırmışlardır. Analiz sonucunda banka kredileri ile enflasyonun uzun dönemde eşbütünleşik olduklarını fakat kısa dönemde banka kredilerinin enflasyonu etkilemediğini tespit etmişlerdir. Arslan ve Yapraklı (2008), Türkiye'ye yönelik yapmış oldukları çalışmalarında banka kredileriyle enflasyon ilişkisini 1983-2007 dönemine ilişkin verilerle Johansen eş-bütünleşme testi ve hata düzeltme modeliyle incelemişlerdir. Analiz sonucunda uzun dönemde kredilerin enflasyonu pozitif yönde, enflasyonun ise kredileri negatif yönde etkilediği bulgusuna ulaşmışlardır. Ayrıca değişkenler arasında karşılıklı bir nedensellik ilişkisi bulmuşlardır. Huy Vu (2010), çalışmasında Danimarka, Norveç ve İsveç ülkelerinde kredi büyümesi ile enflasyon oranı arasındaki ilişkiyi 1998-2008 dönemi için panel veri analizi yöntemiyle araştırmış ve kredi büyümesinin enflasyon üzerinde istatistiki olarak anlamlı etkilerinin olduğu bulgusuna ulaşmıştır. Akçacı ve Yöntem (2011), çalışmalarında Türkiye'de tüketici kredileri ile enflasyon arasındaki ilişkiyi 2005-2010 dönemi için nedensellik analiziyle araştırmışlar ve analiz sonucunda ihtiyaç kredilerinden enflasyona doğru tek taraflı bir ilişki tespit etmişlerdir. Moinescu (2012), çalışmasında AB ülkelerinde banka kredileri ile enflasyon arasındaki ilişkiyi 2000-2011 dönemi verilerini kullanarak Panel Regresyon modeliyle araştırmış ve bireysel kredilerdeki artışın enflasyonu yükselttiğini tespit etmiştir. Yiğitbaş (2014), çalışmasında banka kredileri ile konjonktür dalgalanmaları arasındaki ilişkiyi Türkiye ekonomisinde 1987-2013 dönemi için Johansen Eşbütünleşme Testini ve Vektör Hata Düzeltme Modelini kullanarak incelemiştir. Analiz sonucunda enflasyonun uzun dönemde reel banka kredileri üzerinde azaltıcı bir etkisinin olduğu bulgusuna ulaşmıştır. Korkmaz (2015), çalışmasında 10 Avrupa ülkesinde kredilerin ekonomik büyüme ve enflasyon üzerindeki etkisini 2006-2012 dönemi için Panel Regresyon Analiziyle araştırmıştır.

Analiz sonucunda kredilerle enflasyon arasında bir ilişki olmadığına yönelik bulgulara ulaşmıştır. Karahan ve Gürbüz (2017) çalışmalarında Türkiye'de bireysel banka kredileri ile enflasyon arasındaki ilişkiyi 2002-2016 dönemine ilişkin verileri kullanarak Johansen Eşbütünleşme Testi ve Hata Düzeltme Modeli yöntemiyle araştırmışlardır. Analiz sonucunda enflasyonun banka kredileri üzerindeki etkisinin daha güçlü olduğunu tespit etmişlerdir. Kılıç ve Torun (2018), çalışmalarında Türkiye'de bireysel kredilerin enflasyon üzerindeki etkisini 2004-2015 dönemi için Granger Nedensellik testiyle araştırmışlardır. Analiz sonucunda bireysel kredi kartları ile enflasyon arasında karşılıklı, enflasyondan taşıt kredilerine tek taraflı bir nedensellik ilişkisi tespit etmişler fakat enflasyonla ihtiyaç kredisi arasında ise herhangi bir nedensellik ilişkisi bulamamışlardır. Korkmaz (2019), çalışmasında Türkiye'de kredi kullanım oranı ile enflasyon oranı arasındaki ilişkiyi 2005-2018 dönemine ilişkin verileri kullanarak simetrik ve asimetrik koşullu değişen varyans modelleriyle incelemiş ve tüketici kredi kullanım oranlarındaki artışın enflasyon oranlarındaki volatilitiyi arttırdığını tespit etmiştir. Bu çalışmada Türkiye'de tüketici kredileri ile enflasyon arasındaki ilişki 2009-2019 dönemi için araştırılmıştır. Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın birinci bölümünü oluşturan giriş kısmında, tüketici kredileri ve enflasyon ilişkisine yönelik teorik bilgilere ve literatür araştırmalarına yer verilmiştir. İkinci bölümde, çalışmada kullanılan verilere ve uygulanan ampirik yöntemle ilişkin açıklamalara yer verilmiş ve yapılan analiz sonucunda elde edilen bulgular değerlendirilmiştir. Üçüncü ve son bölüm ise çalışmanın sonuç kısmını oluşturmaktadır.

2. MATERYAL VE METOD

Türkiye’de tüketici kredileri ile enflasyon arasındaki ilişkinin araştırıldığı bu çalışmada 2009:01-2019:07 dönemine ait aylık veriler kullanılmıştır. Değişkenler arasındaki ilişkinin ortaya konulmasında Johansen Eşbütünleşme Testi ve Vektör Hata Düzeltme Modeli kullanılarak analizler yapılmıştır. Çalışmada kullanılan değişkenler analize dahil edilmeden önce ilk olarak logaritmik hale dönüştürülmüş daha sonra ise mevsimsellikten arındırılmıştır. Tablo 1’de analizde kullanılan değişkenlerin sembollerine, değişkenlere ilişkin açıklamalara ve değişkenlerin elde edildiği kaynağa yönelik bilgiler gösterilmektedir.

Tablo 1. Değişkenlere İlişkin Semboller, Açıklamalar ve Kaynaklar

Değişkenler	Açıklama	Kaynak
lnTUF _E	Tüketici Fiyat Endeksi (2003=100)	TCMB
lnTK	Mevduat Bankalarının Açmış Olduğu Tüketici Kredileri	TCMB

Çalışmada kullanılacak model, teorik olarak enflasyon fonksiyonu (1) numaralı denklemde gösterilmiştir.

$$TUF E_t = f(TK_t) \quad (1)$$

(1) numaralı denklemden yola çıkarak çalışmamızda kullanacağımız ampirik modelimizi aşağıdaki gibi yazabiliriz.

$$\ln TUF E_t = \alpha_0 + \alpha_1 \ln TK_1 + \varepsilon_t \quad (2)$$

(2) numaralı denklemde $\ln$ doğal logaritmayı, $\ln TUF E$ log enflasyon oranını, $\ln TK$ log tüketici kredi miktarını ve ε_t hata terimini ifade etmektedir. Ampirik analizlere geçmeden önce değişkenler arasındaki regresyon ilişkisinin anlamlı olup olmadığının test edilmesi önem taşımaktadır. Bu ilişkinin anlamlı olmaması durumunda değişkenler arasında sahte regresyon ilişkisi olacak ve bu durum yapılan analizlerin güvenilir ve doğru sonuçlar vermesini engelleyecektir. Bu nedenle analize geçmeden önce değişkenler durağanlık analizine tabi tutulmaktadır. Çalışmada değişkenlere yönelik durağanlık sınavının yapılmasında literatürde sıkça kullanılan Genişletilmiş Dickey Fuller (ADF) ve Philips-Perron (PP) birim kök testleri kullanılmıştır. Tablo 2’de çalışmada kullanılan değişkenlere yönelik yapılan durağanlık testi sonuçlarına yer verilmiştir. Değişkenlerin birinci farkları alındıktan sonra sabitli model ile sabitli ve trendli modelde durağan hale geldikleri görülmektedir.

Tablo 2. Birim Kök Test Sonuçları

ADF Birim Kök Test Sonuçları				
	Düzy		Birinci Fark	
Değişkenler	Sabit	Sabit & Trend	Sabit	Sabit & Trend
lnTUF _E	2.4156 (4) [1.0000]	0.0414 (2) [0.9964]	-8.1013 (0) [0.0000] ^a	-8.1195 (1) [0.000] ^a
lnTK	-3.0162 (1) [0.0361] ^a	-0.884016 (1) [0.9537]	-3.0499 (0) [0.0331] ^b	-4.1966 (0) [0.0061] ^a
PP ADF Birim Kök Test Sonuçları				
	Düzy		Birinci Fark	
Değişkenler	Sabit	Sabit & Trend	Sabit	Sabit & Trend
lnTUF _E	2.4895 (3) [1.0000]	-0.1320 (2) [0.9938]	-8.1737 (1) [0.0000] ^a	-8.2451 (5) [0.0000] ^a
lnTK	-3.0038 (8) [0.0372] ^b	-0.0678 (8) [0.9967]	-2.8393 (1) [0.0557] ^c	-4.1966 (0) [0.0061] ^a

Not: t-istatistik değerlerinin yanındaki () içerisindeki değerler ADF testi için Schwarz Bilgi Kriterine göre, PP testi için ise Newey-West tahmincisine göre hesaplanan gecikme uzunluklarını

göstermektedir. t-İstatistik değerlerinin altındaki köşeli parantez [] içerisindeki değerler olasılık değerlerini; ^a, ^b ve ^c sembolleri ise sırasıyla değişkenlerin %1, %5 ve %10 anlamlılık düzeylerinde durağan olduklarını göstermektedir.

Değişkenler birinci farkları alındıktan sonra durağan hale gelmiştir. Bu durum serilerin analize dahil edilmesinde bir sorun olmadığına işaret etmektedir. Analize geçmeden önce gecikme uzunluğunun belirlenmesi gerekmektedir. Bu çerçevede de; Olabilirlik Oran Testi (LR), Son Tahmin Hatası (FPE), Akaike Bilgi Kriteri (AIC), Schwarz Bilgi Kriteri (SIC) ve Hannan-Quinn Bilgi Kriteri (HQ) gibi ölçütler baz alınarak gecikme uzunluğunun belirlenmesi için test yapılmıştır. Söz konusu ölçütlere göre yapılan test sonucunda elde edilen gecikme uzunlukları tablo 3'te gösterilmiştir. LR, FPE, AIC, SIC, HQ kriterleri baz alınarak yapılan testte uygun gecikme uzunluğunun 2 olduğu tablo 3'te görülmektedir.

Tablo 3. Gecikme Uzunlukları Test Sonuçları

Gecikme Uzunluğu	LogL	LR	FPE	AIC	SIC	HQ
0	1051.951	NA	2.26e-10	-16.53466	-16.48986	-16.51646
1	1147.577	186.7351	5.34e-11	-17.97759	-17.84322	-17.92300
2	1158.734*	21.43634*	4.77e-11*	-18.09031*	-17.86636*	-17.99932*
3	1162.534	7.180771	4.79e-11	-18.08715	-17.77362	-17.95977
4	1166.002	6.443221	4.83e-11	-18.07877	-17.67565	-17.91499
5	1166.297	0.538789	5.12e-11	-18.02042	-17.52772	-17.82024
6	1168.396	3.769757	5.28e-11	-17.99049	-17.40822	-17.75392
7	1170.013	2.851426	5.48e-11	-17.95296	-17.28111	-17.67999
8	1171.577	2.708444	5.70e-11	-17.91459	-17.15316	-17.60523

Birim kök testi sonucunda her iki serinin de birinci farkı alındığında aynı düzeyde durağanlaştığı tespit edilmiştir. Bu sonuç değişkenler arasında uzun dönemde olası bir ilişkinin belirlenmesi için Johansen eşbütünleşme testi analizinin yapılabileceğini göstermektedir. Johansen eşbütünleşme analizinde eşbütünleşik vektör sayısının belirlenmesi için İz (trace) ve maksimum özdeğer (max-eigenvalue) istatistikleri kullanılmaktadır. Bu testlere ilişkin hipotezler (3) ve (4) numaralı denklemlerde gösterilmiştir (Johansen ve Juselius, 1990: 177–178).

$$\lambda_{\text{trace}}(r) = -T \sum_{i=r+1}^p \ln(1 - \lambda_i) \quad (3)$$

$$\lambda_{\text{max}}(r, r + 1) = -T \ln(1 - \lambda_{r+1}) \quad (4)$$

(3) numaralı denklemdeki formül kullanılarak iz istatistiği hesaplanmaktadır. İz istatistiğinde eşbütünleşik vektör ilişkisi yoktur şeklinde kurulan H_0 hipotezine karşılık eşbütünleşik vektör ilişkisinin olduğu şeklinde kurulan alternatif hipotez test edilmektedir. Eğer H_0 hipotezi reddedilirse bu durumda bir tane eşbütünleşik vektör ilişkisinin olduğu H_0 hipoteziyle test edilmektedir. (4) numaralı denklemdeki formül kullanılarak ise Maksimum özdeğer istatistiği hesaplanmaktadır. Maksimum özdeğer istatistiğinde eşbütünleşik vektör ilişkisi yoktur şeklinde kurulan H_0 hipotezine karşılık bir tane eşbütünleşik vektör ilişkisinin olduğunu ifade eden hipotez test edilmektedir.

Tablo 4'te Johansen eşbütünleşme testinde kullanılan iz ve maksimum öz değer istatistiklerinin sonuçlarına yer verilmiştir. %5 anlamlılık düzeyinde iz istatistik ve maksimum öz değer test istatistik değerleri kritik değerlerden daha büyük bulunmuştur. Bu sonuçlar değişkenlerin uzun dönemde ilişkili olduğunu göstermektedir.

Tablo 4. Johansen Eşbütünleşme Test Sonuçları

Hipotezler	İz İstatistik Değeri	Kritik Değer (%5)	Olasılık Değeri	Max-Özdeğer İstatistik Değeri	Kritik Değer (%5)	Olasılık Değeri
None	52.14408	25.87211	0.0000	36.79787	19.38704	0.0001
At most 1	15.34620	12.51798	0.0164	15.34620	12.51798	0.0164

Johansen eşbütünleşme testi sonrasında değişkenlerin uzun dönemde ilişkili olduğunu tespit edilmiş ve daha sonra söz konusu değişkenlerin kısa dönemli hareketlerinin ortaya konulması için de vektör hata düzeltme yöntemi kullanılmıştır. Her bir değişkenin bağımlı değişken olarak ele alınarak oluşturulan vektör hata düzeltme modeli (VECM) (5) ve (6) numaralı denklemlerde gösterilmiştir (Lebe ve Akbaş, 2014: 66-67).

$$\Delta \ln TUF E_t = \alpha_1 + \sum_{i=1}^n \beta_1 \Delta \ln TUF E_{t-i} + \sum_{i=1}^n \theta_1 \Delta \ln TK_{t-i} + \varphi ECT_{t-1} + \varepsilon_{1t} \quad (5)$$

$$\Delta \ln TK_t = \alpha_2 + \sum_{i=1}^n \beta_2 \Delta \ln TUF E_{t-i} + \sum_{i=1}^n \theta_2 \Delta \ln TK_{t-i} + \varphi ECT_{t-1} + \varepsilon_{2t} \quad (6)$$

(5) ve (6) numaralı denklemlerde bulunan n gecikme sayısını; Δ fark terimini, t zamanı; ε_t hata terimini; ECT , hata düzeltme terimini ifade etmektedir. φ sembolü ise bir şok sonrasında denge seviyesine uyum hızını gösteren katsayıdır ve bu katsayının negatif ve istatistiki olarak da anlamlı olması gerekmektedir.

Türkiye ekonomisi için tüketici kredilerinin enflasyon üzerindeki etkisinin ortaya konulması adına oluşturulan hata düzeltme modelleri tahmin sonuçlarına tablo 5'te yer verilmiştir. Hata düzeltme katsayısı (ECT) beklenen doğrultuda negatif ve istatistiki olarak anlamlı bulunmuştur. Bu sonuca göre modelde hata düzeltme mekanizmasının çalıştığını ve sisteme gelen bir şokun yol açtığı dengesizlik durumunun her aylık dönemde %54,24 oranında uzun dönemde dengeye doğru yöneleceğini ifade edebiliriz. Bu bulgular söz konusu dönem için kurulan modelde uzun dönem ilişkisinin tutarlı olduğunu, dengeden sapma durumunda uzun dönemde tekrardan dengeye gelineceğini göstermektedir. Kısa dönemde, $TUFE$ 'nin 2 dönem sonra kendisi üzerinde negatif olarak bir etki oluşturduğu ve bu etkinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir. Kredilerde ortaya çıkan bir şok ise, yine 2 dönem sonra $TUFE$ üzerinde pozitif bir etki oluşturmaktadır ve bu etki de istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur.

Tablo 5. Vektör Hata Düzeltme Modeli Tahmin Sonuçları

	Katsayı	Standart Hata	t istatistiği
ECT _{t-1}	-0.5424	0.1359	-3.9888 ^a
ΔlnTUF E(-1)	-0.0115	0.1090	-0.1061
ΔlnTUF E(-2)	-0.1988	0.0950	-2.1021 ^b
ΔlnTK(-1)	0.1303	0.1341	0.9721
ΔlnTK(-2)	0.2900	0.1272	2.2798 ^b
C	7.10E-05	0.0002	0.2425
R ² = 0.38		DW= 1.933313	
Düzeltilmiş R ² = 0.35		F İstatistik Değeri= 14.9000 (0.000)	
LM Testi= 1.2732 (0.2812)			

Not: ^a ve ^b sembolleri %1 ve %5 anlamlılık düzeylerini ifade etmektedir.

Eşbütünleşme analizi sonucunda değişkenler arasında uzun dönemde ilişki tespit edilmiştir. Fakat bu analiz değişkenler arasındaki nedensellik ilişkisinin yönü hakkında bir bilgi sunmamaktadır (Turan, 2018: 206). Çalışmamızda VECM tahmini yapıldıktan sonra son olarak değişkenler arasında nedensellik ilişkisinin tespit edilmesi için VECM'e dayalı nedensellik testi yapılmıştır. Analiz sonuçları tablo 6'da gösterilmiştir. Tablo 6'da ki bulgular tüketici kredileriyle enflasyon arasında kısa ve uzun dönemde karşılıklı nedensellik ilişkisi olduğunu göstermektedir.

Tablo 6. VECM'e Dayalı Granger Nedensellik Testi Sonuçları

	Kısa Dönem		Uzun Dönem
	$\Delta \ln TUFE$	$\Delta \ln TK$	ECT
$\Delta \ln TUFE$	-	9.6724 (0.007) ^a	-0.5424 (0.0001) ^a
$\Delta \ln TK$	5.4594 (0.065) ^b	-	-0.2964 (0.0013) ^a

Not: Kısa dönemde yer alan değerler Ki-kare (χ^2) istatistik değerini; χ^2 değerinin altındaki parantez içindeki değerler olasılık değerlerini; uzun dönemde yer alan değerler hata düzeltme katsayısı (ECT) değerini; ^a ve ^b sembolleri sırasıyla %1 ve %10 anlamlılık düzeyini göstermektedir.

3. SONUÇ

Bankacılık kesiminin açmış olduğu krediler ekonomik birimlerin karar alma sürecini etkileyerek reel ekonomik faaliyetler üzerinde etkisini gösterebilmektedir. Nitekim ekonomik birimler yapacakları harcamalar için finansman ihtiyacı duymaktadırlar ve bu finansmanı da bankalardan kredi yoluyla karşılamaya çalışmaktadırlar. Ekonomik birimler, bankalardan sağlamış oldukları kredileri hem tüketim hem de yatırım harcamalarında kullanarak ekonomide toplam harcamaların ve toplam talebin artmasına dolayısıyla üretimin artmasına yol açmaktadırlar. Bu çerçevede banka kredilerinin hem ekonomik birimlerin ihtiyaçlarını karşıladığı hem de ekonomide canlılık oluşturduğu için istihdam ve büyüme gibi önemli makroekonomik göstergeler üzerinde olumlu etkiler oluşturacağı öngörülmektedir. Fakat banka kredilerinin bu olumlu etkilerinin yanında bazı olumsuz etkilerinin de olduğunu söyleyebiliriz. Örneğin artan krediler sonucunda ekonomik birimler yapacakları harcamalar için gerekli finansmanı tedarik ettiği için mal ve hizmetlere olan talebi artıracaktır.

Talebi artan mal ve hizmetlerin fiyatlarındaki artış ise enflasyona neden olabilmektedir. Banka kredilerinin ekonomik birimler için bir finansman kaynağı olduğu, kredilerin yol açtığı enflasyonun ise ekonomik birimleri olumsuz etkilediği düşünüldüğünde banka kredileri ile enflasyon arasındaki ilişkinin ortaya konulması önem arz etmektedir. Bu bilgiler doğrultusunda bu çalışmada Türkiye ekonomisinde tüketici kredileri ile enflasyon arasındaki ilişki 2009:01-2019:07 dönemine ilişkin aylık veriler kullanılarak araştırılmıştır. Analizde Johansen Eşbütünleşme Testi ve Vektör Hata Düzeltme Modeli yöntemleri kullanılmıştır. Analiz sonucunda tüketici kredileriyle enflasyonun eşbütünleşik oldukları bulgusuna ulaşılmış ve tüketici kredilerinin enflasyon üzerinde pozitif etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca hata düzeltme modeline dayalı nedensellik testi sonucunda tüketici kredileriyle enflasyonun kısa ve uzun dönemde karşılıklı bir nedensellik ilişkisi içinde olduğu görülmüştür.

KAYNAKLAR

- Akçacı, T. ve Yöntem, T. (2011), Tüketici Kredisi Çeşitlerinin Enflasyona Etkisi: (2005-2010), *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, 48 (558), 61-69.
- Aras, G. (1996), *Ticari Bankalarda Kredi Portföyünün Yönetimi*, Ankara: Sermaye Piyasası Kurulu. Yayın No: 30.
- Arsène, M.F. ve Guy-Paulin, D.D. (2013), An Econometric Analysis of the Nexus between Credit to the Private Sector, Inflation and Economic Growth: Case of Cameroon 1965–2010, *Global Journal of Management and Business Research Interdisciplinary*, 13 (7), 40-53.
- Arslan, İ. ve Yapraklı S. (2008), Banka Kredileri Ve Enflasyon Arasındaki İlişki: Türkiye Üzerine Ekonometrik Bir Analiz (1983-2007), *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Ekonometri ve İstatistik Dergisi*, 7, 88-103.
- Begeç, E. (2015), *Yurtiçi Kredi Hacmindeki Değişmelerin Makroekonomik Büyüklüklere Etkisi: Türkiye Örneği*, Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- Bikker, J. (2004), *Competition and Efficiency in a Unified European Banking Market*, Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Boyd, J. H., Levine, R., ve Smith, B. D. (2001), The Impact of Inflation on Financial Sector Performance. *Journal of Monetary Economics*, 47 (2), 221-248.

- Calza, A., ve Sousa, J. (2006), Output and Inflation Responses to Credit Shocks: Are There Threshold Effects in the Euro Area?. *Studies in Nonlinear Dynamics & Econometrics*, 10 (2), 1-30.
- Çetiner, M. ve Taşdelen, S. (2017), Türk Bankacılık Sektörü'nde Türkiye'deki Kredi Değişimlerinin Analitik Değerlemesi: 2005-2017 Dönemi, *International Journal of Academic Value Studies*, 3 (17), 277-290.
- Eslamloueyan, K. ve Darvishi, A. (2007), Credit Expansion and Inflation in Iran: An Unrestricted Error Correction Model, *Iranian Economic Review*, 12 (19), 105-126.
- Huy Vu, N. (2010), *What Credit Growth Tells About Ination? An Empirical Study of Denmark, Norway and Sweden*, Master Thesis, Sweden.
- Johansen S., ve Juselius K. (1990), Maximum Likelihood Estimation and Inference on Cointegration: With Applications to the Demand for Money, *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 52, 169-120.
- Karahan, Ö. ve Gürbüz, Y.E. (2017), Türkiye'de Bireysel Banka Kredileri Ve Enflasyon İlişkisi, *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, ICMEB17 Özel Sayısı, 410-416.
- Kılıç, F. ve Torun, M. (2018), Bireysel Kredilerin Enflasyon Üzerindeki Etkisi: Türkiye Örneği. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 16 (1), 18-40.
- Korkmaz, S. (2015), Impact of Bank Credits on Economic Growth and Inflation, *Journal of Applied Finance and Banking*, 5 (1), 57-69.
- Korkmaz, Ö. (2017), Enflasyon Oranını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi: Türkiye Üzerine Bir Uygulama, *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 32 (2), 109-142.
- Korkmaz, Ö. (2019), Kredi Kullanım Oranları ile Enflasyon Oranları Arasındaki İlişki: Türkiye Üzerine Bir İnceleme, *Maliye Dergisi*, 176, 98-127.
- Lebe, F. ve Akbaş, Y.E. (2014), Türkiye'nin Konut Talebinin Analizi: 1970-2011. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 28 (1), 57-83.
- Moinescu, B.G. (2012), Credit Flow, Output Gap and Inflation: Nominal Covergence Challenges Fort the EU New Member States, *Journal of Applied Quantitative Methods*, 7 (4), 1-10.
- Turan, Z. (2018), Türkiye'de Tarımsal Mal Ticaretinin Ve Hayvancılığın Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkisi (1990-2014), *International Journal of Disciplines Economics & Administrative Sciences Studies*, 4 (8), 200-209.
- Yiğitbaş, Ş.B. (2014), Türkiye'de Banka Kredileri ve Konjonktür Dalgalanmaları Arasındaki İlişkinin Analizi, *Bankacılar Dergisi*, 90, 19-32.
- Yüksel, S. ve Özşarı, M. (2016), Türkiye'deki Bireysel Krediler ile Enflasyon ve Cari İşlemler Açığı Arasındaki Nedensellik İlişkisinin İncelenmesi, *Econworld*, 1-13.

GRUP ÇALIŞMASININ ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN (BİRİNCİ SINIF) UYUM VE YILMAZLIK DÜZEYLERİNE ETKİSİ

Dr. Öğretim Üyesi. Hilal Karabulut

Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi / Fen-Edebiyat Fakültesi / Psikoloji Bölümü
sim.hilal@gmail.com

Özet

Bu çalışma, üniversite birinci sınıf öğrencilerinin grup çalışmasına katılmaları halinde üniversite yaşamına uyum düzeylerinin ve yılmazlık düzeylerinin farklılaşıp farklılaşmadığını incelemeyi hedeflemektedir. Bu amaçla grup çalışmasına katılmaya gönüllü olan 15 öğrenci çalışmaya dahil edilmiştir. Grup çalışmasına başlamadan önce katılımcılar “Kişisel Bilgi Formu”, “Üniversite Yaşamı Ölçeği” ve “Yılmazlık Ölçeği”ni doldurmuşlardır. Ardından öğrencilere, psikodrama ısınma oyunlarından ve 12 oturumdan oluşan grup çalışmaları uygulanmıştır. Son oturumda katılımcılardan “Kişisel Bilgi Formu”, “Üniversite Yaşamı Ölçeği” ve “Yılmazlık Ölçeği”ni yeniden doldurmaları istenmiştir. Buna ek olarak, son oturum haftasında aynı ölçekler grup çalışmasına katılmamış olan, gönüllü 15 öğrenciye de uygulanmıştır. Böylece hem grup çalışmasına katılan öğrencilerin ön-test son test puanlarının karşılaştırması yapılmış hem de grup çalışmasına katılan ve grup çalışmasına katılmayan öğrencilerin puanları karşılaştırılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Grup çalışmaları, üniversiteye uyum, yılmazlık

THE EFFECT OF GROUP WORK ON THE UNIVERSITY STUDENTS' (FIRST GRADER) ADJUSTMENT AND RESILIENCE

Abstract

This study aims to examine whether university adjustment and resilience of students in first year at university differ when the students participate to the group work. For this purpose 15 students who were volunteered to participate to the group work include to this study. Before beginning group work, participants fill “Personal Information Form”, “University Life Scale” and “Resilience Scale”. Afterward the group works which consist of psychodrama warm-up games and 12 sessions applied to the student group. In last session participants were asked to fill “Personal Information Form”, “University Life Scale” and “Resilience Scale” again. In addition to this, in last session week these scales applied also to 15 volunteer students who were students in first year at university and never participate to group work. Thus, both pretest-posttest scores of the students who were participated to the group works were compared with each other, and scores of the students who were participated to the group works and students who were never participated to the group works were compared with each other.

Keywords: Group works, university adjustment, resilience

1. GİRİŞ

Üniversite öğrencilerinin gelişim özelliklerinin bilinmesi, sorunlarının kökenlerinin belirlenmesi ve üniversite yaşamına uyumlarını arttırmaya yönelik çabalar üzerinde önemle durulması gereken konulardır (Güngörmüş, Okanlı ve Kocabeyoğlu, 2015). Çünkü üniversite öğrencilerinden pek çok konuyu (akademik uyum, sorunlarla baş edebilmek, iyi iletişim kurabilmek, psikolojik sağlığı koruyan faktörlerin farkında olmak vb.) başarmış bireyler olmaları istenmektedir (Gürkan, 2014; Sertelin-Mercan ve Yıldız, 2011). Gerek barındırdığı güçlüklerle gerekse sağladığı olanaklarla, yetişkinliğe geçiş aşamasında önemli bir dönüm noktası olan üniversite yaşamı, bu güçlükler ve olanaklar arasında denge kurulmasını gerektirmektedir. Üniversite öğrencileri sağladıkları bu denge ile potansiyellerini keşfederek psikososyal gelişimlerini gerçekleştirmektedir. Üniversiteye yeni başlayan öğrencilerden özellikle akademik yaşantı ile sosyal ve kişilerarası alanları kapsayan üniversite yaşamına uyum göstermeleri beklenmektedir. İşte bu süreçte birbiriyle ilişkili olan üniversite

yaşamına uyum kavramı ile yılmazlık/psikolojik dayanıklılık kavramı karşımıza çıkmaktadır (Kaba ve Keklik, 2016). Psikolojik dayanıklılık da, artırılması için kendisini etkileyen faktörlerin belirlenmesi ve bu konuda çalışmaların yapılmasına değer bir konudur (Güngörmüş, Okanlı ve Kocabeyoğlu, 2015). Çünkü birbirinden farklı düzeyde yılmazlığa sahip öğrenciler üniversite yaşamına dahil olmaktadır (Gürkan, 2014).

Bu çalışmada ele alınan kavramlardan biri olan yılmazlığın, farklı araştırmacılar tarafından farklı şekillerde tanımlandığı dikkat çekmektedir. Bununla birlikte bu kavramın temelinde, herhangi bir koşulda bireyin başarılı bir değişim ve uyum kapasitesinin olduğuna inanmak yer almaktadır (Gürkan, 2014). Diğer yandan çalışmalarda, psikolojik dayanıklılık ve psikolojik sağlık kelimelerinin de yılmazlık gibi aynı İngilizce kavramın (resilience) karşılığı olarak kullanıldığı görülmektedir (Güloğlu ve Kararımak, 2010; Güngörmüş, Okanlı ve Kocabeyoğlu, 2015; Gürkan, 2014). Örneğin Kaba ve Keklik (2016), psikolojik dayanıklılığı değerlendirmek için Gürkan'ın (2006a) geliştirmiş olduğu yılmazlık düzeyini ölçen Yılmazlık Ölçeği'ni (YÖ) kullanmıştır. Bu nedenle bu çalışmada yılmazlık kavramı temel alınsa da, literatürde araştırmacılar kendi çalışmalarında hangi ifadeye yer vermişlerse o ifadeler aynen aktarılacaktır. Üniversite yaşamına uyum konusunun yanında yılmazlığı, psikolojik dayanıklılığı ya da sağlamlığı ele almak da önemlidir. Bu kavramlar hem birbiriyle yakından ilişkili bulunmuştur (Kaba ve Keklik, 2016) hem de üniversite yaşamı psikolojik sağlamlık düzeyine etki eden bireysel ve ailesel faktörlere ek olarak çevresel faktörler arasında yer alabilir. Çünkü çevresel risk ya da çevresel koruyucu faktörler, okul ilişkileri ve arkadaş desteği gibi unsurları kapsamaktadır. Bu faktörlerin uygun şekilde düzenlenmesi, öğrencilerin olumlu gelişim göstermelerine yardımcı olacaktır (Öz ve Bahadır-Yılmaz, 2009).

Kaba ve Keklik (2016) üniversiteye yeni başlayan öğrencilerle (hazırlık okuyan ve hazırlık okumayan birinci sınıf) yürüttükleri çalışmada, psikolojik dayanıklılık düzeyi ne kadar yükseğe uyum düzeylerinin de o kadar yüksek olduğunu tespit etmişlerdir. Grup çalışmalarının, kişilerin güçlü ve sınırlı yönleriyle kendilerini tanımalarında, gelişimlerine (kişisel, sosyal) olumlu katkı sağlamada önemli bir yere sahip olduğu görülmektedir (Demirtaş-Zorbaz, Kızıldağ ve Voltan-Acar, 2016). Gürkan (2006b), yılmazlıkla ilgili 11 oturumluk grupla psikolojik danışmanın, gruba katılan üniversite öğrencilerinin yılmazlık düzeylerini arttırdığını saptamıştır. Bu nedenle üniversiteye yeni başlayan öğrencilerin grup çalışmalarıyla desteklenmelerinin, onların uyum ve yılmazlıkları üzerinde olumlu etkiye sahip olabileceği düşünülmektedir. Bu amaçla grup çalışmasına katılan birinci sınıf öğrencilerinin grup çalışmasından önce aldıkları test puanları (uyum ve yılmazlık ön-test puanları) ile grup çalışması bittikten sonra aldıkları test puanları (uyum ve yılmazlık son-test puanları) arasında farklılık olup olmadığı; grup çalışmasına katılan birinci sınıf öğrencilerinin son-test puanları (uyum ve yılmazlık son-test) ile grup çalışmasına katılmamış birinci sınıf öğrencilerinin puanları arasında farklılık olup olmadığı; ayrıca uyum ve yılmazlık arasındaki ilişkinin incelenmesi hedeflenmiştir.

2. MATERYAL VE METOD

Çalışmanın örneklemini, 2018-2019 güz döneminde bir devlet üniversitesine kayıt olmuş, grup çalışmasına katılmaya gönüllü olan 15 üniversite birinci sınıf öğrencisinden oluşmaktadır. Öğrencilerin yaş ortalaması 20'dir (SS=2.10).

2.1. Materyal

Bu araştırmada, araştırmacı tarafından oluşturulan kişisel bilgi formu ile izinleri alınmış Üniversite Yaşamı Ölçeği (ÜYÖ) ve Yılmazlık Ölçeği (YÖ) kullanılmıştır. Kişisel Bilgi Formu: Araştırmacı tarafından oluşturulan bu form ile katılımcıların demografik bilgilerinin alınması hedeflenmiştir (örn., yaş, cinsiyet, bölüm vb). Üniversite Yaşamı Ölçeği (ÜYÖ): Aladağ, Kağnıcı, Tuna ve Tezer (2003) tarafından geliştirilen bu ölçek, üniversiteye yeni başlayan öğrencilerin üniversite yaşamına uyum düzeylerini ölçmektedir. Toplam 48 madden oluşan bu ölçek, altı alt ölçekten oluşmaktadır (üniversite ortamına uyum, duygusal uyum, kişisel uyum, karşı cinsle ilişkiler, akademik uyum, sosyal uyum). Ölçeğin maddeleri “bana hiç uygun değil (1 puan)” – “bana tamamen uygun (7 puan)” aralığında derecelendirilmektedir. Uyum düzeyleri hem toplam puan üzerinden hem de alt ölçekler üzerinden değerlendirilebilmektedir. Ancak bu çalışmada sadece toplam uyum düzeyine göre değerlendirme yapılmıştır. Ölçekte ters puanlanan maddeler bulunmaktadır. Ölçekten en düşük 48, en yüksek 336

puan alınabilmektedir. Ölçekten alınan yüksek puanlar uyuma işaret ederken, alınan düşük puanlar uyumsuzluğu göstermektedir. Ölçeğin orijinalinde iç tutarlık Cronbach Alpha katsayısı toplam ölçek puanı için .91'dir. Yılmazlık Ölçeği (YÖ): Gürgan (2006a) tarafından geliştirilen bu ölçek, üniversite öğrencilerinin yılmazlık düzeylerini ölçmektedir. Toplam 50 maddeden oluşan bu ölçek, sekiz alt ölçekten oluşmaktadır (güçlü olma, girişimci olma, iyimser olma/yaşama bağlı olma, iletişim/ilişki kurma, öngörü, amaca ulaşma, lider olma, araştırmacı olma). Ölçeğin maddeleri "hiç tanımlamıyor (1 puan)"-"çok iyi tanımlıyor (5 puan)" aralığında derecelendirilmektedir. Yılmazlık düzeyleri hem toplam puan üzerinden hem de alt ölçekler üzerinden değerlendirilebilmektedir. Ancak bu çalışmada sadece toplam yılmazlık düzeyine göre değerlendirme yapılmıştır. Ölçekte ters puanlanan maddeler bulunmaktadır. Ölçekten en düşük 50, en yüksek 250 puan alınabilmektedir. Ölçekten alınan yüksek puanlar yılmazlık düzeyinin yüksek oluşuna işaret ederken, alınan düşük puanlar ise yılmazlık düzeyinin düşük olduğunu göstermektedir. Ölçeğin orijinalinde iç tutarlık Cronbach Alpha katsayısı .80'dir.

2.2. Metod

Öncelikle çalışmayla ilgili etik kurul onayı ve üniversitede uygulama izni alınmıştır. Ardından bir bölümün birinci sınıf öğrencilerine, birinci sınıf öğrencilerinin uyum ve yılmazlık düzeylerini arttırmaya yönelik 12 hafta boyunca haftada 2 saat gerçekleştirilmesi planlanan grup çalışması hakkında bilgi verilmiştir. Grup çalışmasına katılmak isteyen öğrencilerin ön görüşme için belirlenen gün ve saatte, belirlenen salonda bulunmaları istenmiştir. Toplam 15 öğrenci grup çalışmasına katılmak için başvuruda bulunmuş ve bu öğrenciler grup çalışmasına dahil edilmiştir. Gönüllü olan bu birinci sınıf öğrencileriyle bir sonraki hafta ilk oturum gerçekleştirilmiş, grup kuralları ve kişisel hedefler belirlenmiş ve kendilerinden ilgili ölçekleri doldurmaları istenmiştir. Her hafta iki saat olmak üzere, toplam 12 hafta süren oturumlarda gruptakilerin tanışması, kaynaşması, paylaşımlarda bulunması için psikodrama ısınma oyunlarından, materyallerden (resim kartları, hikaye küpleri vb) yararlanılmıştır. Her hafta hangi etkinliklerin gerçekleştirileceği önceden yapılandırılmıştır. Bununla birlikte öğrencilerin her hafta ne tür ihtiyaçlarla geldikleri kendilerinden alınan geribildirimlerle belirlenmiş ve bunlar göz önünde bulundurularak oturumlar şekillendirilmiştir. Sınav haftaları ile ara tatilde oturumlara ara verilmiş, dolayısıyla oturumlar 2018-2019 bahar dönemine uzamıştır. Son oturumda öğrencilerden, ilk oturumda doldurdıkları ölçekleri tekrar doldurmaları istenmiştir. Son oturum tarihinde aynı bölümden grup çalışmasına katılmamış 15 gönüllü öğrenciden de aynı ölçekleri doldurmaları istenmiştir.

2.3. Verilerin Analizi

Öğrencilerin üniversite yaşamına uyum düzeyleri ile yılmazlık düzeyleri arasında ilişki olup olmadığını saptayabilmek için Spearman'ın sıralı korelasyonu kullanılmıştır. Grup çalışmasına katılan öğrencilerin ön-test ve son-test uyum ve yılmazlık puanları arasında farklılık olup olmadığının belirlenmesi için Wilcoxon işaretli sıralar testi gerçekleştirilmiştir. Grup çalışmasına katılan öğrencilerin uyum ve yılmazlık son-test puanları ile grup çalışmasına katılmayan öğrencilerin uyum ve yılmazlık puanları arasında farklılık olup olmadığının ortaya konması için Mann Whitney U testi kullanılmıştır.

3. SONUÇ

Grup çalışmasına katılan öğrencilerin son oturumdaki verileriyle yapılan korelasyon analizi sonucunda, öğrencilerin üniversiteye uyum düzeyi ile yılmazlık düzeyi arasında pozitif yönde bir ilişki olduğu saptanmıştır ($r=.763$, $p<.01$). Grup çalışmasına katılan öğrencilerin uyum düzeylerine yönelik ön-test ve son-test puanları arasında anlamlı bir fark olmadığı görülmüştür ($p>.05$). Öğrencilerin ön-test uyum puan ortalaması 239.32 iken ($SS=42.59$), son-test uyum puan ortalaması 231.31 olarak bulunmuştur ($SS=35.09$). Benzer şekilde grup çalışmasına katılan öğrencilerin yılmazlık düzeylerine yönelik ön-test ve son-test puanları arasında da anlamlı bir fark olmadığı görülmüştür ($p>.05$). Öğrencilerin ön-test yılmazlık puan ortalaması 178.24 iken ($SS=27.39$), son-test yılmazlık puan ortalaması 179.39'dur ($SS=32.09$). Grup çalışmasına katılan öğrencilerin uyum düzeylerine yönelik son-test puan ortalamaları ile grup çalışmasına katılmayan öğrencilerin uyum düzeylerine yönelik puan ortalamaları arasında anlamlı bir fark olduğu görülmüştür ($p<.05$). Grup çalışmasına katılan öğrencilerin uyum düzeylerine yönelik puan ortalamaları 230.29 iken ($SS=34.60$), grup çalışmasına

katılmayan öğrencilerin uyum düzeylerine yönelik puan ortalamaları 194.00'dır (SS=34.86). Benzer şekilde grup çalışmasına katılan öğrencilerin yılmazlık düzeylerine yönelik son-test puan ortalamaları ile grup çalışmasına katılmayan öğrencilerin yılmazlık düzeylerine yönelik puan ortalamaları arasında da anlamlı bir fark olduğu görülmüştür ($p<.05$). Grup çalışmasına katılan öğrencilerin yılmazlık düzeylerine yönelik puan ortalamaları 179.24 iken (SS=32.19), grup çalışmasına katılmayan öğrencilerin yılmazlık düzeylerine yönelik puan ortalamaları 153.21'dir (SS=25.08).

4. TARTIŞMA

Grup çalışmasına katılan öğrencilerin verileriyle yapılan korelasyon analizi sonucunda, öğrencilerin üniversiteye uyum düzeyi ile yılmazlık düzeyi arasında pozitif yönde bir ilişki olduğu saptanmıştır. Bu sonuç, Kaba ve Keklik'in (2016) bulgularıyla tutarlıdır. Bu araştırmacılar da üniversiteye yeni başlayan öğrencilerle (hazırlık okuyan ve hazırlık okumayan birinci sınıf) yürüttükleri çalışmada, psikolojik dayanıklılık düzeyi ne kadar yüksekse uyum düzeylerinin de o kadar yüksek olduğunu tespit etmişlerdir.

Grup çalışmasına katılan öğrencilerin uyum ve yılmazlık ön-test ve son-test puan ortalamaları arasında anlamlı fark olmayışı, buna rağmen grup çalışmasına katılan ve katılmayan öğrenciler arasında uyum ve yılmazlık düzeyleri puan ortalamaları arasında anlamlı fark oluşu, grup çalışmasına katılan öğrencilerin uyum ve yılmazlık düzeylerinin grup çalışmasına katılmayanlara göre daha yüksek oluşu, grup çalışmasına katılan öğrencilerin zaten belirli bir uyum, yılmazlık ve farkındalık seviyesinde olduklarına işaret ediyor olabilir. Grup çalışmasına katılmak için gönüllü olan toplam öğrenci sayısı 15 olduğu için, başvuru yapan tüm öğrenciler grup çalışmasına dahil edilmiştir. Yani grup çalışmasına katılacak öğrenciler seçilirken, sadece uyum ve yılmazlık düzeyleri düşük olan öğrenciler seçilmemiştir. Dolayısıyla bu durumun böyle bir farkın ortaya çıkmasında etkili olabileceği düşünülmektedir. Daha sonra bu konuda yapılacak çalışmalarda özellikle uyum ve yılmazlık düzeyi düşük olan öğrencilerin tespit edilmesi ve müdahale programlarına alınmasının faydalı olacağı öngörülmektedir.

Müdahale programlarının ve grup çalışmalarının etkisinin düşük düzeyde çıkmasının sebebi olarak, bu programların süresinin kısa olması, içeriklerinin yüzeysel kalması öne sürülmektedir (Kurtoğlu ve Doğan, 2017). Benzer olarak grup çalışmasındaki oturum sayısının yetersizliği ve grup üyelerinin birbirini tanımasından kaynaklı olarak paylaşım yapma konusundaki eksikliğinin, grup çalışmasına yönelik anlamlı farklılıkların bulunamamasında önemli bir faktör olabileceği belirtilmektedir (Bakalım, Yörük ve Şensoy, 2018). Bu çalışmada da grup çalışmasına katılan kişilerin kendi ön test-son test puanlarında farklılık görülmemesinin sebebi olarak, öğrencilerin aynı sınıftan olması dolayısıyla ve grup yöneticisinin aynı zamanda kendilerine ders veren öğretim üyesi olması dolayısıyla öğrencilerin paylaşımlarının ve çalışmanın yüzeysel kalmış olabileceğinden bahsedilebilir.

Yanı sıra bahsedilen bu sebeplerle birlikte grup sürecinin 12 haftayla sınırlı olmasının da, bu çalışmanın yetersiz kalmasında bir etken olabileceği düşünülmektedir. Esasen üniversite öğrencileriyle yapılan grup çalışmalarının 8-12 hafta arasında değiştiği ortaya konmuştur (Demirtaş-Zorbaz, Kızıldağ ve Voltan-Acar, 2016). Hatta Gürkan (2006b), yılmazlıkla ilgili 11 oturumluk grupla psikolojik danışmanın, gruba katılan üniversite öğrencilerinin yılmazlık düzeylerini arttırdığını saptamıştır. Ancak bahsedilen çalışma içerik olarak yarı yapılandırılmış etkinliklerden oluşan, eğitici yönü olan bir çalışmadır. Bu çalışmada da literatürdeki çalışmalar dikkate alınarak hafta sayısı belirlenmiştir. Ancak sınav haftalarında ve ara tatilde oturumlara ara verilmesi ve grup çalışmalarının bahar dönemine sarkması oturumların verimliliğini etkilemiş olabilmektedir. Dolayısıyla grup çalışmalarının içerik ve derinliğinin devamı için oturum sayısının daha fazla olması ya da tek bir dönemi kapsayacak şekilde ve yoğun bir içerikle çalışmanın gerçekleştirilmesi daha uygun olabilir. Duygu ve düşüncelerdeki değişimle ilgili olarak daha uzun sürenin gerekli olabileceği, bu tarz çalışmaların daha uzun sürmesinin daha faydalı olabileceği de literatürde önerilenler arasındadır (Bakalım, Yörük ve Şensoy, 2018).

Üniversiteye yeni başlayan öğrenciler için, üniversiteye uyuma yönelik seminerlerin/konferansların/çalışmaların düzenlenmesi, bu konularda broşür gibi bilgilendirici materyallerin

verilmesi, bireysel ya da grupla psikolojik danışma hizmetlerinin sağlanmasının faydalı olacağı ileri sürülmektedir. Bu konuda ayrıca boylamsal çalışmalara ve nitel araştırma yöntemlerinin kullanıldığı çalışmalara ihtiyaç duyulduğu belirtilmektedir (Kaba ve Keklik, 2016). Yine öğrencilerin üniversiteye uyum sağlamasını destekleme konusunda rehberlik ve psikolojik danışmanlık birimlerinin oldukça kritik bir öneme sahip olduğu ve öğrencilerin kişilerarası ilişkilerini kolaylaştıracak ve etkili hale getirecek sosyal aktivitelerin üniversite tarafından desteklenmesinin gerekliliği vurgulanmaktadır (Kyalo ve Chumba, 2011). Psikolojik dayanıklılık düzeyleri açısından üniversite birinci sınıf öğrencileri ile son sınıf öğrencileri arasında anlamlı fark olmadığını gösteren bulgular göz önüne alındığında (Güngörmüş, Okanlı ve Kocabeyoğlu, 2015), gerek uyum gerekse psikolojik dayanıklılık, yılmazlık konularında yapılacak çalışmaların sadece birinci sınıf öğrencileriyle sınırlandırılmaması gerektiği, tüm üniversite öğrencilerine yönelik olması gerektiği önerilebilir.

Araştırmaların, özellikle üniversiteye yeni başlayan öğrencilerin bu geçiş aşamalarını kolaylaştırmak yönünde üniversitelerin desteğinin ne kadar gerekli olduğunu vurguladığı belirtilmektedir. Üniversitelerin kurum olarak sağlayacakları desteğin hem akademik hem de kişisel uyum temelinde ele alınıp düzenlenmesi daha faydalı olacaktır (Sertelin-Mercan ve Yıldız, 2011). Bunlara ek olarak psikolojik dayanıklılık kavramının geliştirilebilir özelliklere sahip olduğu, dolayısıyla bunun artırılmasına yönelik programlar için deneysel çalışmalara ihtiyaç olabileceği öne sürülmektedir (Göksel-Oflas ve Yüksel-Şahin, 2019).

KAYNAKLAR

- ALADAĞ, M., KAĞNİCİ, Y., TUNA, E. ve TEZER, E. (2003). Üniversite Yaşamı Ölçeği: Ölçek Geliştirme ve Yapı Geçerliliği Üzerine Bir Çalışma, *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 2(20), 41-47.
- GÖKSEL-OFLAS, S. ve YÜKSEL-ŞAHİN, F. (2019). Predicting the Psychological Resilience Levels of University Students According to Some Variables, *Pegem Eğitim ve Öğretim Dergisi*, 9(3), 819-848.
- GÜLOĞLU, B. ve KARAIMAK, Ö. (2010). Üniversite Öğrencilerinde Yalnızlığın Yordayıcısı Olarak Benlik Saygısı ve Psikolojik Sağlamlık, *Ege Eğitim Dergisi*, 2(11), 73-88.
- GÜNGÖRMÜŞ, K., OKANLI, A. ve KOCABEYOĞLU, T. (2015). Hemşirelik Öğrencilerinin Psikolojik Dayanıklılıkları ve Etkileyen Faktörler, *Psikiyatri Hemşireliği Dergisi*, 6(1), 9-14.
- GÜRGAN, U. (2006a). Yılmazlık Ölçeği (YÖ): Ölçek Geliştirme, Güvenirlilik ve Geçerlik Çalışması, *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 39(2), 45-74.
- GÜRGAN, U. (2006b). *Grupla Psikolojik Danışmanın Üniversite Öğrencilerinin Yılmazlık Düzeylerine Etkisi*, Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- GÜRGAN, U. (2014). Üniversite Öğrencilerinin Yılmazlık ve İyilik Halinin Bazı Değişkenlere Göre İncelenmesi, *NWSA-Education Sciences*, 9(1), 18-35.
- KABA, İ. ve KEKLİK, İ. (2016). Öğrencilerin Üniversite Yaşamına Uyumlarında Psikolojik Dayanıklılık ve Psikolojik Belirtiler, *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 98-113.
- KURTOĞLU, G. ve DOĞAN, S. (2017). Bilişsel Davranışçı Yaklaşım Dayalı Psiko-Eğitim Programının Beşinci Sınıf Öğrencilerinin Duygusal Yılmazlık Düzeylerine Etkisi, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(60), 249-268.
- KYALO, P. M. ve CHUMBA, R. J. (2011). Selected Factors Influencing Social and Academic Adjustment of Undergraduate Students of Egerton University; Njoro Campus, *International Journal of Business and Social Science*, 2(18), 274-290.
- ÖZ, F. ve BAHADIR-YILMAZ, E. (2009). Ruh Sağlığının Korunmasında Önemli Bir Kavram: Psikolojik Sağlamlık, *Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Hemşirelik Dergisi*, 82-89.
- SERTELİN-MERCAN, Ç. ve YILDIZ, S. A. (2011). Eğitim Fakültesi Birinci Sınıf Öğrencilerinin Üniversiteye Uyum Düzeylerinin Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi, *Hasan Ali Yücel Eğitim Fakültesi Dergisi*, 16, 135-154.

ANNE-ÇOCUK ETKİLEŞİMİNİN GERİYE DÖNÜK OLARAK İNCELENMESİ

Dr. Öğretim Üyesi. Hilal Karabulut

Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi / Fen-Edebiyat Fakültesi / Psikoloji Bölümü
sim.hilal@gmail.com

Özet

Bu çalışma, üniversite öğrencilerinin geçmişte anneleriyle olan ilişki kalitelerini, anneleriyle geçirdikleri süre ve anneleriyle paylaştıkları etkinlikleri incelemeyi hedeflemiştir. Bu amaçla 41 kadın, 17 erkek olmak üzere toplam 58 üniversite öğrencisi çalışmanın katılımcılarını oluşturmuştur. Katılımcıların yaş aralığı 18-24 ve yaş ortalaması ise 19.83'tür. Katılımcılara sınıf ortamında kişisel bilgi formu ile yarı-yapılandırılmış form verilerek, kendilerinden bunları doldurmaları istenmiştir. Böylece katılımcılar, anneleriyle olan ilişki kalitelerini, anneleriyle geçirdikleri süre ve anneleriyle paylaştıkları etkinlikleri, hem 0-12 yaş aralıkları için hem de 12-18 yaş aralıkları için değerlendirmişlerdir. Veriler içerik analizi kapsamında frekans analizi ile incelenmiştir. Çalışmanın sonuçları, katılımcıların 0-12 yaş aralığı ve 12-18 yaş aralığı için ayrı ayrı sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Anne, çocuk, etkileşim, geriye dönük çalışma

EXAMINATION OF MOTHER-CHILD INTERACTION RETROSPECTIVELY

Abstract

This study aims to examine quality of mother-child relationship, time period spending with mother and shared activities with mother in the past. For this purpose participants of the study consist of 58 university student (41 girls, 17 boys). Participants were 18-24 age range and the mean age of participants was 19.83 years. Participants were asked to fill personal information form and semi-structured form in classroom. Thus, they evaluated quality of their relationships with their mothers, time period which they spent with their mothers and shared activities with their mothers for 0-12 age range and 12-18 age range in the past. The data were examined through frequency analysis within content analysis. Results of the study were presented separately for both 0-12 age range and 12-18 age range of participants.

Keywords: Mother, child, interaction, retrospective study

1. GİRİŞ

Çocukların doğum öncesinden itibaren etkileşimde olduğu aile, ilişkilerin niteliği yönünden çocuğun diğer kişilerle olan ilişkileriyle kıyaslandığında çok büyük bir öneme sahiptir (Kök ve Ünal, 2018). Ebeveyn-çocuk arasındaki paylaşımların ve nitelikli ilişkinin, ailede oyun içerikli ve duygusal tepkilerin, çocukların gelişimini desteklediği (Özyürek ve Gürleyik, 2016), ebeveyn-çocuk arasındaki ilişkinin, çocuğun sosyal davranışı ve kişiliği açısından da çok değerli olduğu bilinmektedir (Wu, Tseng, Wu ve Chen, 2016). Oyun aynı zamanda ebeveyn ve çocukların nitelikli vakit geçirmesine yönelik etkili bir tekniktir (Özyürek ve Gürleyik, 2016). Nitelikli zamandan kastedilen, çocukların ilgi ve gelişimlerine uygun şekilde, tek ya da sevdiği kişilerle birlikte gerçekleştireceği aktivitelere işaret etmektedir. Bu nitelikli zaman, okul dönemindeki çocuğun okul yaşantısına da olumlu katkı sağlamaktadır (Aydoğdu ve Dilekmen, 2018).

Annelerin babalara kıyasla halen daha çok sorumluluk aldığı göz önünde tutulduğunda (Kalil ve Mayer, 2015; akt. Aydoğdu ve Dilekmen, 2018), anne ve çocuk ikililerinin nitelik zaman geçirip geçirmediğinin sunulması ve gerekli noktalarda bilgilendirici programların geliştirilmesi oldukça gerekli durmaktadır. Çünkü anne ve çocuk arasındaki paylaşımın yetersiz oluşu, aradaki ilişkinin güçlü olmayışı, çocuğun sosyo-duygusal gelişiminde sıkıntılara sebep olabilmektedir. Dolayısıyla anne-çocuk ikilisinin birlikte geçirdiği zamanın niteliği ile süresinin arttırılması, çocukların gelişimi için ciddi öneme sahip gözükmemektedir (Aydoğdu ve Dilekmen, 2018).

Annelerden alınan bilgiler doğrultusunda okul öncesi dönemde annelerin ev ortamında çocuklarıyla oyun oynadıklarını, etkinlik ve ders yaptıklarını, TV izlediklerini bildirdikleri ortaya konmuştur (Özyürek ve Gürleyik, 2016). Anne ve ilkokul dönemindeki çocuk ikilisinin boş zaman etkinliklerine yönelik incelemeler yapan bir çalışmada, annelerin ve çocukların birlikte en çok TV izledikleri, oyun oynadıkları, ödev yaptıkları, kitap okudukları, parka gittikleri, sohbet ettikleri ortaya konmuştur. Buna ek olarak diğer etkinlikler kadar çok görülme de anne-çocuk ikilisinin birlikte yürüyüş yaptığı, akraba ziyaretine gittiği, pikniğe gittiği, sinemaya gittiği ve alışveriş yaptığı şeklinde etkinlikler de görülmüştür. Birlikte geçirilen mekan olarak da en çok ev, ardından oyun parkı ve alışveriş merkezi bildirilmiştir (Aydoğdu ve Dilekmen, 2018).

Özellikle de okul öncesi ya da ilkokul döneminde anne ve çocukların paylaştıkları etkinliklere yönelik bilgilerin annelerden alınan bildirimlerle sunulduğu dikkat çekmektedir (Özyürek ve Gürleyik, 2016; Aydoğdu ve Dilekmen, 2018). Ancak hem çocukluk döneminin yanında ergenlik döneminde anne-çocuk ikilisinin paylaşımlarını görmek hem de bu paylaşımları çocukların geriye dönük algısından edinebilmek için, bu çalışmada 18 yaş üstü üniversite öğrencilerinin, çocukluk ve ergenlik döneminde anneleriyle paylaştıkları etkinliklere yönelik bildirimlerinin alınması hedeflenmiştir. Böylece üniversite öğrencilerinin hem 0-12 yaş hem de 12-18 yaş aralığında anneleriyle olan ilişki kalitelerine, anneleriyle geçirdikleri süreye ve anneleriyle paylaştıkları etkinliklere yönelik sorulara yanıt aranmıştır.

2. MATERYAL VE METOD

Bu çalışmanın örneklemini, parçalanmamış ailelerden gelen ve çalışmaya katılmaya gönüllü olan, 41 kadın 17 erkek olmak üzere toplam 58 üniversite öğrencisi oluşturmaktadır. Üniversite öğrencilerinin yaş aralığı 18-24, yaş ortalaması ise 19.83'tür. Bu çalışmada, ilk kısmı demografik bilgi formundan, ikinci kısmı ise katılımcıların 0-12 yaş ve 12-18 yaş aralığında katılımcılar ile anneleri arasındaki ilişki kalitesi, anneleriyle geçirdikleri süre ve anneleriyle paylaştıkları etkinlikler hakkında bilgi edinmeyi amaçlayan açık uçlu sorulardan oluşan, araştırmacı tarafından oluşturulmuş yarı yapılandırılmış soru formu kullanılmıştır. Üniversite öğrencilerine sınıf ortamında çalışma hakkında bilgi verilmiş, gönüllü olan öğrencilere soru formları dağıtılmıştır. Uygulama yaklaşık olarak 15-20 dk sürmüştür. 71 öğrenci form doldurmuş, ancak parçalanmamış aile kriterine uymayan 13 öğrencinin formu çalışmadan çıkarılmıştır. Böylece 58 öğrencinin verileri içerik analizine tabi tutulmuş, verilen cevaplardan yola çıkılarak kodlar oluşturulmuş ve frekanslarına bakılmıştır.

3. SONUÇ

Öncelikle 0-12 yaş arasındaki anne-çocuk etkileşimine yönelik sonuçlara yer verilecek, ardından 12-18 yaş arasındaki anne-çocuk etkileşimine yönelik sonuçlar ele alınacaktır.

Üniversite öğrencilerinin “0-12 yaş aralığında annenizle aranızdaki ilişki nasıldı?” sorusuna verdikleri yanıtlara bakıldığında, üniversite öğrencilerinin 33’ünün annesiyle arasındaki ilişkiyi “çok iyi” şeklinde, 23’ünün “iyi” şeklinde, 1’inin “çok kötü” şeklinde ifade ettiği saptanmıştır. Sonuçlar Tablo 1’de görülebilir.

Tablo 1. “0-12 yaş aralığında annenizle aranızdaki ilişki nasıldı?” Sorusuna Verilen Yanıtların Dağılımı

İlişki kalitesi	f
Çok iyi	33
İyi	23
Kötü	0
Çok kötü	1

Üniversite öğrencilerinin “0-12 yaş aralığında annenizle ne kadar vakit geçiriyordunuz?” sorusuna verdikleri yanıtlara bakıldığında, üniversite öğrencilerinin 13’ünün anneleriyle geçirdikleri süreyi “bütün gün”, 32’sinin “günün çoğunda”, 13’ünün “az” şeklinde ifade ettiği saptanmıştır. Sonuçlar Tablo 2’de görülebilir.

Tablo 2. “0-12 yaş aralığında annenizle ne kadar vakit geçiriyordunuz?” Sorusuna Verilen Yanıtların

Dağılımı	
Birlikte geçirilen süre	f
Bütün gün	13
Günün çoğunda	32
Az	13

Üniversite öğrencilerinin “0-12 yaş aralığında annenizle birlikteyken paylaştığınız etkinlikler nelerdi?” sorusuna verdikleri yanıtlara bakıldığında, üniversite öğrencilerinin en fazla “gezmek” (f=15), “sohbet etmek” (f=14), “oyun oynamak” (f=12), “TV izlemek” (f=11) yanıtını verdikleri saptanmıştır. Bu ve diğer etkinliklerin dağılımları Tablo 3’te görülebilir.

Tablo 3. “0-12 yaş aralığında annenizle birlikteyken paylaştığınız etkinlikler nelerdi?” Sorusuna Verilen Yanıtların Dağılımı

Etkinlikler	f	Etkinlikler	f
Gezmek	15	Dışarı çıkmak	3
Sohbet etmek	14	Sinemaya gitmek	3
Oyun oynamak	12	Piknik yapmak	3
TV izlemek	11	Temizlik yapmak	3
Alışveriş yapmak	9	Ev işleri	3
Yemek yemek	7	Misafirliğe gitmek	2
Yemek yapmak	7	Herşey/Bütün etkinlikler	2
Ders/Ödev yapmak	7	İşe yardım etmek	2
Parka gitmek	4	Hatırlamıyorum	2
Yap-boz yapmak	4	Kitap okumak	1
Paylaşım yok	4	Yürüyüş yapmak	1
Film izlemek	3		

Üniversite öğrencilerinin “12-18 yaş aralığında annenizle aranızdaki ilişki nasıldı?” sorusuna verdikleri yanıtlara bakıldığında, üniversite öğrencilerinin 37’sinin annesiyle arasındaki ilişkiyi “çok iyi” şeklinde, 14’ünün “iyi” şeklinde, 7’sinin “kötü” şeklinde ifade ettiği saptanmıştır. Sonuçlar Tablo 4’te görülebilir.

Tablo 4. “12-18 yaş aralığında annenizle aranızdaki ilişki nasıldı?” Sorusuna Verilen Yanıtların Dağılımı

İlişki kalitesi	f
Çok iyi	37
İyi	14
Kötü	7
Çok kötü	0

Üniversite öğrencilerinin “12-18 yaş aralığında annenizle ne kadar vakit geçiriyordunuz?” sorusuna verdikleri yanıtlara bakıldığında, üniversite öğrencilerinin 6’sının anneleriyle geçirdikleri süreyi “her zaman”, 24’ünün “çok sık”, 25’inin “az”, 1’inin “değişir”, 3’ünün “hiç” şeklinde ifade ettiği saptanmıştır. Sonuçlar Tablo 5’te görülebilir.

Tablo 5. “12-18 yaş aralığında annenizle ne kadar vakit geçiriyordunuz?” Sorusuna Verilen Yanıtların Dağılımı

Birlikte geçirilen süre	f
Her zaman	6
Çok sık	24
Az	25
Değişir	1
Hiç	3

Üniversite öğrencilerinin “12-18 yaş aralığında annenizle birlikteyken paylaştığınız etkinlikler nelerdi?” sorusuna verdikleri yanıtlara bakıldığında, üniversite öğrencilerinin en fazla “gezmek” (f=19), “sohbet etmek” (f=18), “alışveriş yapmak” (f=16) yanıtını verdikleri saptanmıştır. Bu ve diğer etkinliklerin dağılımları Tablo 6’da görülebilir.

Tablo 6. “12-18 yaş aralığında annenizle birlikteyken paylaştığınız etkinlikler nelerdi?” Sorusuna Verilen Yanıtların Dağılımı

Etkinlikler	f	Etkinlikler	f
Gezmek	19	Temizlik yapmak	3
Sohbet etmek	18	Dışarı çıkmak	3
Alışveriş yapmak	16	Puzzle yapmak	2
Yemek yapmak	8	Ev işleri	2
Sinemaya gitmek	7	Yemek yapmak	2
TV izlemek	7	Spor yapmak	1
Paylaşım yok	4	Çay bahçesine gitmek	1
Film izlemek	4	Misafirlğe gitmek	1
Kitap okumak	4	Tiyatroya gitmek	1
Yemek yemek	4	Sahile gitmek	1
Yürüyüş yapmak	3	Spor yapmak	1
Piknik yapmak	3	Oyun oynamak	1

4. TARTIŞMA

Çalışmanın sonuçlarında anne-çocuk etkinliklerine bakıldığında özellikle de 0-12 yaş aralığı için ilk sıralarda yer alan sohbet etmek, oyun oynamak ve TV izlemek literatürdeki bulgularla tutarlılık göstermektedir (Aydoğdu ve Dilekmen, 2018; Özyürek ve Gürleyik, 2016).

0-12 yaşta annelerle en fazla paylaşılan etkinliklere bakıldığında, sıklıkları farklı olsa da Karabulut’un (2019) çalışmasında yer alan baba-çocuk arası etkinliklerle benzerlik gösterdiği saptanmıştır. Karabulut (2019) yine 12-18 yaş aralığı için baba-çocuk etkinliklerinde ilk sıralarda sohbet etmek, TV vb izlemek, gezmek gibi etkinlikleri ortaya koymuştur. Bununla birlikte anneyle kıyaslandığında babasıyla herhangi bir etkinlik paylaşmayanların sayısı hem 0-12 yaş aralığı için (f=11) hem de 12-18 yaş aralığı için (f=8) oldukça fazla bulunmuştur. Anne-çocuk arası paylaşım belirtmeyenlerin sayısı ise hem 0-12 yaş hem de 12-18 yaş aralığı için 4’tür. Bu noktada uzmanların hem annelerin hem de babaların çocuklarıyla birlikte paylaşımlarda bulunmasına yönelik teşvikte bulunmasının önem arz ettiği düşünülmektedir.

Alışveriş yapmak, yemek yapmak, temizlik yapmak, ev işleri yapmak gibi gündelik işler, hem 0-12 yaş hem de 12-18 yaş arası anneyle paylaşılan etkinlikler temasında yer almıştır. Yani evle ilgili meselelerin, annelerin çocuklarıyla birlikte vakit geçirmelerinde de yer bulduğu dikkat çekmektedir. Anne-çocuk arasındaki ilişki kalitesine bakıldığında 12-18 yaşla birlikte anne-çocuk ikilisinin ilişki kalitesindeki bozulmanın daha çok olduğu görülmektedir. Benzer şekilde 0-12 yaşla kıyaslandığında 12-18 yaş aralığında annesiyle daha az vakit geçirdiğini bildirenlerin sayısı artmıştır. Bu sonuçlar üzerinde ergenlik döneminin getirdiği kendine has özelliklerin etkili olduğu düşünülmektedir.

Ebeveynlere çocukla birlikte nitelikli vakit geçirme, birlikte yapılabilecek etkinlikler ve oyun oynamanın önemi konularında bilgilendirmeler yapılması, hatta eğitim çalışmalarının düzenlenmesi (Özyürek ve Gürleyik, 2016), öğretmenler ve TV programlarının da ebeveynleri bilgilendirmede etkin rol alması (Aydoğdu ve Dilekmen, 2018) çocukların gelişimine yönelik önemli katkılar sunacaktır. Ayrıca annelerin çocuklarıyla nitelikli zaman geçirebilmek için iş saatlerinin azaltılması, teknolojik araç kullanımının sınırlandırılması, tüm aile bireylerinin birlikte zaman geçirmesinin vurgulanması gibi konuları bildirmişlerdir (Aydoğdu ve Dilekmen, 2018). Bu noktada kurumlara ve tüm aile bireylerine de önemli sorumluluklar düşmektedir.

KAYNAKLAR

- AYDOĞDU, F. ve DİLEKMEN, M. (2018). İlkokul Öğrencilerinin Anneleriyle Geçirdikleri Boş Zamanların Annelerin Görüşlerine Göre İncelenmesi, *Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 35, 49-63.
- Karabulut, H. (2019, Haziran). Çocukluk ve Ergenlik Döneminde Babayla Paylaşılan Etkinlikler: Geriye Dönük Bir Çalışma. Sözlü sunum. 2nd International Congress on New Horizons in Education and Social Sciences (ICES - 2019), İstanbul.
- KÖK, E. E. ve ÜNAL, F. (2018). Ebeveynlerin Çocukları ile İlişkilerinin Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi, *Kastamonu Education Journal*, 26(5), 1437-1446.
- ÖZYÜREK, A. ve GÜRLEYİK, S. (2016). Anne Babaların Okul Öncesi Dönem Çocukları ile Etkileşimlerinde Oyunun Yeri, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(42), 1283-1289.
- WU, H. T., TSENG, S. F., WU, P. L. ve CHEN, C. M. (2016). The Relationship between Parent-Child Interactions and Prosocial Behavior among Fifth-and Sixth-grade Students: Gratitude as a Mediating Variable, *Universal Journal of Educational Research*, 4(10), 2373-2385.

LİBERAL AYDINLANMANIN AKIL, BİREY VE ÖZGÜRLÜK ÜZERİNE DÜŞÜNCESEL YANSIMASI OLARAK HEIDI VE VIKINGLER ÇİZGİ FİLMLERİ ÖRNEĞİ

Dr.Öğr.Gör.Özlem KÜÇÜK⁹

Özet

Liberalizm, özgürlük, birey ve akıl kavramları üzerine şekillenmiş, bireysel özgürlük, çoğulculuk, demokrasi ve hoşgörü ilkeleri üzerine kurulmuş bir siyasi sistemdir. Liberaller için bireysel özgürlük üstün siyasi değerdir. Klasik liberaller, bireyin özgürlüğü kavramını kişinin kendi başına bırakılması, müdahaleden bağımsız bir şekilde kendi tercihlerini gerçekleştirebilmesi ile serbestçe hareket edebilmesi esasında değerlendirilir. Liberalizm, bireyin kişisel, ekonomik, siyasal ve sosyal özgürlüğünü savunur. Zira birey toplumdan öncede vardır ve toplumdan öndedir. Locke, “herkes, kendisinin yargıcısıdır” sözüyle bireyin otoriteden bağımsız kendi istek ve talepleri doğrultusunda kararını vermesini ve kendi hayatını kendi kurmasının gereğini vurgular. Liberal düşüncenin siyasal alana yansıdığı 18.yüzyıl aynı zamanda bir “merak çağı”dır ve bütün gözler, doğanın, toplumun ve bireyin taşıdığı sırlara çevrilmiştir. Zira bu sırları açığa çıkaracak olan akıldır ve egemenlik artık gökyüzünde değil yeryüzündedir. Böylece, insanoğlu hem kendi geleceğine hem de doğaya hâkim olacaktır. Liberal düşüncenin ışığında aklın önemini vurgulayan önemli bir yapıt Vikingler çizgi filmidir. Vicky isimli küçük bir çocuğun, akli sayesinde kaba kuvvet kullanan korsanlardan Vikinglerin lideri babasını ve tayfasını nasıl koruduğu ve her seferinde nasıl mutlu sona ulaştıklarını anlatır. Akıl yaşta değil baştadır. Akıl akıldan üstündür gibi atasözlerimizi destekler nitelikteki çizgi filmde Vikinglerin lideri ve Vicky’nin babası Halvar, her defasında oğluna danışır ve bir bölümde “*Sen öyle diyorsan, Vicky*” diyerek onun aklını över. Johanna Spyri’nin Heidi kitabından uyarlanan ve aynı adı taşıyan çizgi film serisinin de ise, annesi ve babasını bir yaşında kaybetmiş küçük kızın (Heidi) büyük babası ile birlikte Alplerde yaşamasını konu alır. Büyük babası tarafından özgürce doğada büyütülen bu küçük kız çocuğu aynı zamanda bize bireyin özgür seçimlerinin önemini ve nerede kendini özgür hissediyorsa orada mutlu olacağını anlatır.

Anahtar Kelimeler: Akıl, Birey, Özgürlük, Liberalizm, Vicky, Heidi.

The Liberal Thoughts of Vikings And Heidi Cartoons: Understanding Individual Reason And Liberty

Abstract

The concept of liberalism is based on individual liberty and reason. Also, It is a political system based on individual liberty, pluralism, democracy and tolerance. From a liberal point of view, individual liberty is a superior political value and is a unifying element in many respects. By using human reason, man will be able to dominate nature and his future. This paper reviews the spread of liberal thought via Heidi and Viking's cartoons. The viking cartoon shows public that the human mind is better giving result than physical power or brute force. Adapted from Johanna Spyri's book Heidi, that emphasizes the vital importance of an individual's free decision-making.

Keywords: Reason, Individual, Liberty, Liberalism, Vicky, Heidi.

1- GİRİŞ

Belli ki, liberalizmi siyasal düşünce tarihinin en güçlü akımlarından birisi yapan; birey, özgürlük, hoşgörü, demokrasi ve çoğulculuk ile hukukun üstünlüğü prensiplerine dayalı olmasıdır. Fransızca kökenli ‘libre’ kelimesinden türetilmiş olan ‘liberalizm’; özgürlük, serbestlik ve hürriyet anlamlarını taşır. İngilizce ‘liberty’ ile Yunanca ‘liber’ kelimeleri de aynı anlama gelir. Esasen, liberalizm birey, devlet ve toplum sarmalında bireyi ilk sıraya yerleştirirken, bireyi devlete karşı koruyan bir hukuk sistemi ile demokrasiyi ön plana alır (Erçoškun, 2019: 105-106).

⁹ Kocaeli Üniversitesi, Hukuk Fakültesi, Adalet Meslek Yüksekokulu, ozlem.kucuk@kocaeli.edu.tr.

Liberaller için bireysel özgürlük (burada hem özgürlük “freedom” hem de serbesti “liberty” kelimesi birbiri yerine kullanılabilir) üstün siyasi değerdir ve liberal ideolojide birçok açıdan birleştirici bir öğedir. Klasik liberaller bireyin özgürlüğü kavramını, kişinin kendi başına bırakılması, müdahaleden bağımsız bir şekilde kendi tercihlerini gerçekleştirebilmesi ve serbestçe hareket edebilme esasında değerlendirirler. Şayet, birey üzerinde herhangi bir kısıtlama ve zorlama olmazsa, özgür olabilir. Bu nedenle bu tip özgürlük “negatiftir”. Daha sonra modern liberalizmle birlikte “pozitif” özgürlük kavramı gündeme gelmiştir (Heywood, 2013: 45).

Tarihte, sosyalizm ne kadar “eşitlik”, “sömürsüz ve sınıfsız toplum” kavramları ile iç içeyse, liberalizm de, “birey” ve “özgürlük” kavramları ile sıkı bağlara sahiptir. Zira herkesin özgürlük hakkının, doğuştan varlığını iddia eden liberalizmdir (Heywood, 2013). Karl Marx, 1844’te Paris Elyazmaları’nda insan doğasını ana hatlarıyla çizer ve 21. Yüzyılda da geçerli olan şu tespiti yapar: İnsanlar kendilerini özgür kılmak isterler. Neredeyse yüzyıl boyunca arşivlerde tutulan bu yazınlar, ortaya çıktığında Sovyet komünistleri, “Bu yazılar arşive geri götürülmeli” demişti. Zira o yazılarda “Komünizmin nihai hedefi bireysel özgürlüktür” diyordu (BBC, 2018).

Liberalizm, akıl çağının ürünüdür. Liberalizmin temel fikirleri ise, birey- bireysel özgürlük, hoşgörü, özerklik, çoğulculuk ve tarafsızlıktır. İlk olarak liberalizm, metodolojik ve normatif açıdan bireycidir. Zira toplumun temel birimi bireydir ve bireyin davranışları anlaşılmadan toplumsal düzenin korunması mümkün gözükmemektedir. Normatif (ahlaki) açıdan ise, her bir birey değerlidir ve kendi kararlarını özgür bir şekilde verebilmelidir. Bireyin kendisi için değerli olana karar verebilmesi ve kendini gerçekleştirebilmesi için özgür gelişimin önündeki sınırlamaların kaldırılması gerekir. Bu bağlamda özgürlük ile birey sanki birbiriyle yapışık gibidir. Zira birey özgürlüğün öznesidir. Hiçbir baskı altında kalmadan kendi seçimlerini yapabilmelidir. Bu bağlamda politik özgürlüğün sağlanması ve bireyin siyasal baskıdan arındırılması şartı vardır. Bir diğer unsur ise özgürlüğün negatif bir unsur olmasıdır. Lakin herhangi bir keyfi uygulama yâda sınırlama olmaksızın bireyler özgür olabilmelidir. Liberalizm de özerklik ise temel olarak bireyin kendi yaşantısını kendisi kurabilmesidir. İlâveten, özerkliğin ise ortak iyiye yönelik olması ise arzu edilen bir durumdur (Erdoğan, 2009: 5-16).

2- LİBERALİZMDE AKIL, BİREY VE ÖZGÜRLÜK

2.1. Liberalizm ve Bireysel Özgürlük

Liberalizm dendiğinde pek çok insanın aklına John Locke gelir. Birçok makalenin, araştırmanın hatta filmin bile konusu olan John Locke, esasen, liberalizmin gelişimine çok önemli katkıda bulunmuştur. Zira liberalizm bireyin özgürlüğü ve insan haklarının güvence altına alınmasında çok önemli bir rol oynadı. Keza, toplumu oluşturan temel unsur olan bireyin korunması ve özgürlüğü birinci derece önemlidir, böylece bireyi devlete karşı korumak üzere hukuk sistemi ve demokrasi geliştirilmiştir (Ekmekçi, 2013: 207).

Müttefikler (İtilaf Devletleri), İkinci Dünya Savaşı sırasında, başarısız olan Milletler Cemiyeti’nin yerini alabilecek yenedünya düzeninin yollarını aramaya başladı. ABD, Almanya ve onun müttefiklerine karşı savaşa katılmadan önce, Britanya ile “Atlantik Şartı” hususunda anlaşmaya varmıştı. Ağustos 1941’de (SSCB, Haziran 1941’de Müttefik Devletlere katıldı) ABD ve Birleşik Krallık “Atlantik Şartı” üzerinde anlaştı. Atlantik Şartı’nın temelini, Amerikan Başkanı Roosevelt’in “Dört Özgürlük” prensibi oluşturuyordu. Bunlar, “konuşma özgürlüğü”(freedom of speech), “korkmadan yaşama özgürlüğü” (freedom from fear), “ibadet özgürlüğü”(freedom of worship), “yoksulluktan kurtulma özgürlüğü” (freedom from want). Zaferin kesinleşmesiyle birlikte, Müttefik Devletler, San Francisco Konferansı sonrası 1945’de Atlantik Şartı’nı esas alan Birleşmiş Milletler Teşkilatı’nı kurdular (KPDS İlkbahar, 2009: 9).

Freedom from ilkesi Locke’un liberalizm anlayışının temelini oluşturur. Bu ilke ile özgürlük, her türlü otoriteden bağımsız olma durumudur. Böylece, Locke’un Liberalizm Kuramı’nın temel taşı olan özgürlük, bireyin dışarıdan gelen bir baskı yâda müdahale olmadan istediği gibi davranabilmesinin önünü açan “negatif özgürlük”tür. Zira negatif özgürlüğün temel ilkesi olan “bir şeyden özgürlük”, devlete yâda otoriteye, insan haklarının uygulanması hususunda kısıtlayıcı eylem, müdahale ve baskıların kaldırılması yani birey ve bireysel özgürlüklerin korunması yönünde bir yükümlülük getirir.

Pozitif özgürlük ise, Rousseau tarafından ortaya atıldı. Zira pozitif özgürlük, bireylerin temel hak ve özgürlüklerinin devlet eli ile korunacağını ve uygulama alanının genişletilebileceğini savunur. Rousseau'ya göre devlet, özgürlüğü yerine getirmekte bir araçtır. Zira devletin bireylerin ve toplumun özgürlükleri ve haklarının temin edilmesinde olumlu yönleri vardır (Ekmekçi, 2013: 207-208).

2.2. Liberalizm ve Akıl

Aydınlatma ve modernite beraberinde ahlaki, toplumsal ve siyasi tüm olguların referanslarının kaynağı olarak 'akıl sahibi birey'i önceledi. Liberalizmin akıl anlayışı, esasında 'akıl sahibi insan'ı biricik meşru özne olarak ele alır. Bu anlayışta; birey, bilinç ve bilme kapasitesine sahiptir, dolayısıyla birey, kendi kararlarını kendisi alabilmekte özgür ve müdahaleden bağımsız olmalı anlayışı vardır. Tarihsel açıdan, aydınlanma çağının akıl anlayışı liberalizmi yeni bir evreye yönelten olgudur.

Bu anlayış ile doğa akıl ile açıklanırken, tanrı gökyüzünden yeryüzüne inmiş, yönetimin meşruiyetini ise bireysel aklın üzerinde kurulması gereği ortaya çıkmıştır (Ekmekci, 2014: 1-10). Avrupa'da 18.yüzyıl, bir "merak çağı"dır ve bilim ön plana çıkmıştır. İnsanın, doğanın ve toplumun taşıdığı sırlar araştırılmaya başlanmıştır. Bu sırları açığa çıkaracak olan "akıl"dır. İnsan, aklını kullanarak doğaya ve kendi geleceğine egemen olabilecektir. İnsana ve insan aklına duyulan bu güven, insanı evrende olup bitenler karşısında edilgen, izleyen ve olduğu gibi kabul eden bir konumdan, izlemek yerine katılan, düşünen, sorgulayan ve değiştiren konuma taşıyan önemli bir aşamadır (Sezen, 1999). Böylece, 17 ile 18. Yüzyılların Avrupası'nda akıl tüm insanlık için ortak paylaşımdır, doğru herkes için aynıdır ve akıl yürütmenin evrensel kuralları vardır şeklinde düşünceler liberal anlayışı tetiklemiştir (Ekmekci, 2014).

3. LIBERAL ANLAYIŞIN BİREY, ÖZGÜRLÜK VE AKIL ÜZERİNE DÜŞÜNCESEL YAYIMI ARACI OLARAK ÇİZGİ FİMLER

Sanayi devrimi ile artan teknoloji hayatımızı kolaylaştırırken diğer taraftan popüler kültürün bir yansıması olarak televizyon tüm insanlığın güncel hayatında yerini aldı. Günümüzde hala önemini koruyan televizyon, bireyi etkileme, yön verme, harekete geçirme, pozitif yâda negatif yönden geliştirme şansına sahiptir. Televizyon, sadece popüler kültürün yaygınlaşmasında ve yükselmesinde değil kapitalizmin üretim ve tüketim arasındaki sosyal ağının oluşmasında da çok önemli katkıda bulundu. Belli ki, karar verme ve kendisi için neyin doğru neyin yanlış olduğu bilincine ulaşmamış erişkin olmayan bireyler yani çocukları etkilemek üzere zihin altı mesajların televizyon kanalı ile çizgi film serileri şeklinde sunulmasında çok önemli bir araçtır. Hangi niyet ve amaçla bu mesajların verildiği önemlidir zira etkilerinin uzun dönemde olumlu yâda olumsuz olması bu iki unsura bağlıdır (Gündüz, 2015: 387).

3.1. Birey ve Akıl Üzerine Zihinsel Bir İmge Olarak Vikingler Çizgi Filmi

Çizgi film teknolojisi ile yayımlanan pek çok çizgi film serisi, günümüzde çocukların ve yetişkinlerin hayatında önemli bir yere sahiptir. Zira rol model olarak örnek alınan yâda benimsenen kahramanların çocukların hayatını nasıl etkilediği her zaman araştırma konusu oldu. Ancak, ben burada, gerek Vikingler gerekse Heidi çizgi filmlerindeki sırasıyla Viki ve Heidi karakterinin çocukların davranışları üzerindeki etkisini değil, hangi amaç ve araçları içinde barındırdığı ve esas itibarıyla nasıl bir düşünsel proje üzerine kurgulandıkları noktasında analiz yapmaya çalışacağım.

TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu) tarafından 2013 yılı verilerine göre hazırlanan bir araştırmanın sonucu bizleri bilgilendirir niteliktedir. Yapılan araştırmaya göre Türkiye'de 2013 yılında "5-17 yaş grubu" 16.6 milyon iken "0-17 yaş grubu" çocukların sayısı ise 22.8 milyondur. Elde edilen veriler, Türkiye'de çocukların % 92,5'i hemen hemen her gün televizyon izlediğini ve oranların aşağıdaki gibi olduğunu gösteriyor: 6-10 yaş grubundaki çocuklarda televizyon izleme oranı % 94,8 iken, bu oran 11-15 yaş grubundaki çocuklarda ise % 90,2'dir. Belirtilen yaş grubunda haftada en az bir gün televizyon izleyenlerin oranı ise % 7,5'dir. Çocukların bilgisayar kullanmaya başladıkları ortalama yaş 8, internet kullanmaya başlama yaşı 9 ve cep telefonu kullanmaya başlama yaşı 10'dur. İlâveten bireysel kullanımına ait bilgisayarı olan çocuk oranı %24,4 iken cep telefonu olan çocuk oranı %13,1'dir (TÜİK, 01.07.2014)

İnsanı, diğer canlılardan ayıran noktalardan birisi idrak etme (görüneni görünmeyi) yeteneği ve benliğidir. Zira insan başkalarının duygularını anlayabilme yani empati yeteneğine sahip bir varlıktır. Günümüzde öğrenen makinelerin benlik duygusuna kavuşup kavuşamayacağı, otonom karar mekanizmalarının varlığının olup olmadığının tartışıldığı bir ortamda, Tesla CEO'su Allen Musk, yapay zekânın çok uzak sayılmayan bir gelecekte kendi kendini kodlayabileceğini söylüyor (Tarhan, 2019).

Kant'a göre; insan kendi başına bir amaçtır ve hiçbir şekilde ve ne suretle olursa olsun bir araç değildir. İnsanın akıl sahibi olması onun bir araç olmasının önündeki engeldir. Yeryüzünde akıl sahibi yegâne varlık insandır ve bu yönüyle diğerlerinden ayrılmaktadır (Yiğit, 2014: 9-10).

İnsan ve İnsan aklının ön plana çıktığı, Aydınlanma Çağı'nı oluşturan etkenler yalnızca 18.yüzyılın merak ve öğrenme bilinciyle yanıp kavrulan düşünsel yapısıyla sınırlı değildir. Bilhassa, rönesans, reform hareketleri ve coğrafi keşiflerle başlayıp 1789 Fransız İhtilali'yle doruğa ulaşan uzun bir süreci içine alır. Kilisenin, her türlü maddi varlığa ve tebaaya hükmettiği, toprak, köle, ticaret ve hatta uluslararası anlaşmalarda imza yetkisine bile sahip olduğu korku düzeni Rönesans ve reform hareketleri ile sonlandırılmış ve yeni bir dönem başlamıştır. Avrupa da otuz yıl ve seksen yıl savaşlarından sonra birkaç antlaşmayı içeren Ekim ve Mayıs 1648'de Westphalia Barış Antlaşması imzalandı. Westphalia Barış Antlaşması ile ilk kez Papa ve temsilcisi görüşmelere davet edilmediği gibi Antlaşmayı tasvip amaçlı imzaları da alınmadı. Böylece kilise bir onay mercii olmaktan çıkarıldı. Westphalia ile 'ulus devlet' siyasi hayatta yerini aldı. Egemenliğin ve tüm yetkilerin devlet elinde toplandığı, din ve devlet işlerinin birbirinden ayrıldığı, kilisenin ve imparatorun gücünü kaybettiği bir yeni dönem açıldı (Uygun, 2003: 250-251). Martin Luther, Calvin ve birçok düşünürün öncülüğünde kilisenin dogmatik (skolastik) düşünce kalıplarının birey ve toplum üzerindeki zararları da ortaya çıkar. 16. y.y.'da, Rabelais ve Montaigne gibi iki büyük usta yapıtlarında, Ortaçağ'ın bütün kurumlarına başta eğitim olmak üzere haksızlıklara karşı dolaylı bir karşı tutum alırlar. Bilakis, ezberci (skolastik) eğitim anlayışına karşı, gözlem ve deney (yaparak öğrenme) ile düşünerek öğrenme metotlarının gerekliliğini savunurlar. 17. y.y.'da Descartes'in ortaya koyduğu yeni düşünce yaklaşımı Us (akıl) ön plana çıkar (İşler, 1999: 79). Tam bu çerçevede,

Çağdaş bir siyasi doktrin olarak liberalizm, adalet ve barışın, seçme-seçilme hakkının var olduğu bir toplumsal düzen içinde bireysel özgürlükleri garanti eden bir siyasi ve ekonomik sistemin var edilmesidir. Liberalizm, tıpkı diğer doktrinler gibi 'akıl ve bilim' devrinin ürünüdür. Böylece, Ortaçağ'ın Tanrı-merkezli toplum ve kâinat düşüncesi terk edilmeye, geleneksel toplumsal bağların zayıflamaya ve "doğru"nun (hakikatin) akıl yoluyla bulunabileceğine olan inancın yayılmaya başladığı dönem ile birlikte liberal düşünce de iyiden iyiye köklenir (Erdoğan, 2009 : Liberalizme Yeniden Bakış, 7).

Doğrunun iyinin akıl yoluyla bulunabileceği noktasında Viking Vicky çizgi filmi bize güzel bir örnek sunar. Zira savaşın bile akılcı yöntemler kullanarak kazanılabileceği, aklın üstün olduğu ve iyilik getirdiği şeklinde mesajlar veren çizgi filmde, kahramanımız Vicky, her sorunu akli sayesinde çözebilmektedir. Hele ki, ülkemizde televizyon seyretme oranlarının bu kadar yüksek olduğu ülkemizde TRT çocuk ekranlarında yayınlanan bu iki çizgi film, liberalizmin temel düşünce felsefesinin işlenmesinde önemli bir yer eder.

Türkiye'de çocuklar, zamanının büyük bir çoğunluğunu evde televizyon izleyerek yâda bilgisayar oynayarak geçiriyor. Her yedi çocuktan biri, gün içerisinde hiç dışarıda oynamıyor. Daha da vahimi ise, çocukların büyük bir çoğunluğu (%74) bir saatten daha az bir zamanı açık havada geçiriyor. Fiziksel ve bilişsel gelişimleri için açık havada oyun oynamaları gereken çocuklar zamanlarının çoğunu kitle iletişim araçlarının karşısında ve kapalı ortamda geçiriyor (Hürriyet, ty).

Bu bağlamda, çizgi filmler ve çizgi film kahramanları çocuklarının oyunlarını, duygularını, davranışlarını, ahlaki yapılarını ve hayal dünyalarını etkilemektedir. Çizgi filmler, genellikle geçmişte yaşanan olayları günümüze aktaran görsellerdir. Ancak çizgi film serilerinin amaçları vardır, önemli

olan bu amacın yâda niyetin iyi-kötü olumlu-olumsuz tesirleri üzerinde kafa yormaktır (Kamacioğlu, 2017).

Hayek, sosyal düzenin bilinçli ve belli bir amaca yönelik bütünüyle insan aklı tarafından üretildiğini söyler. Böylece, liberalizm insan ve insan aklının tüm sorunların cevabı olduğunu da iddia etmektedir (Yiğit, 2014: 43). Çizgi film kahramanları, çocukların zihinlerinde önemli yer tutar. Bu kahramanların olumlu ve olumsuz tutum ve tavırları örnek alırlar. Bu bağlamda, TRT tarafından düzenli olarak gösterilen gerek Vikingler çizgi dizisinin kahramanı Vicky, gerekse Heidi çizgi dizisinin kahramanı Heidi, olumlu davranış ve tutumları ile büyük küçük herkesin her zaman izleyebileceği tadına doyum olmayan animasyon filmlerdir. Vicky çizgi kahramanı bize, kaba kuvvet ve gücün yerine akıl ve mantık ile hareket etmenin problemlerin çözümünde daha faydalı, daha sağlıklı ve daha iyi sonuçlar getirdiğini anlatır. Viking Vicky olarak bilinen çizgi dizi, Almanya ve Avusturya’da (Wickie und die starken Männer) ve Japonya’da Chiisana Viking Bikke (小さなバイキング ビッケ) ismi ile yayımlandı. Vicky, Viking arkadaşlarına yardım etmek için ince zekâsını kullanan genç bir Viking çocuğu. İsveçli yazar Runer Jonsson tarafından kaleme alınan Vicky Viking (1963) adlı romanından alıntılanmıştır. 31 Ocak 1974’te Alman TV kanalı ZDF’de ilk kez yayınlandı ve hızlı bir şekilde çeşitli ülkelerde yayına alındı. 2013-2014 arasında, Viking dizisinin 3D animasyonu Studio 100 tarafından üretildi (Vicky the Viking, Wikipedia).

Canavar bölümünde bir gemi dolusu erzağı kötü korsan Swan’dan kaçıran Vikingler ’in dönüş yolunda Vicky’nin sorusu üzerine Urok henüz kimsenin görmediği ancak açık denizlerde yaşayan koca ağızlı doymak bilmeyen, doğaüstü güçlere sahip, sürekli aç bir ismi Bessi olan canavardan bahseder. Bir fırtına çıkar. Fırtına sonrası uyanan Türe, ilerde gördüğü karartıyı bu canavara benzetir ve tüm tayfa (Vicky ve Halvar hariç) gemideki bir ton yiyeceği denize atar. Sabah uyandıklarında gördükleri ve canavar sandıkları karartının virane bir gemi olduğunu gören Vicky tüm tayfayı uyandırır ancak erzakını atan tayfa açtır. O sırada Swan gelir ve tüm tayfayı bağlayarak açlığa terk eder. Ancak, Vicky, ben iplerin altından kayacağım hepiniz aynı anda nefes verin der ve iplerden kurtulur. Aldıkları her şeyi geri almak için her zamanki gibi Vicky, düşünür burnunu kaşır ve buldum der canavar sandıkları geminin yanına geri dönerler.

Bu virane gemiden aldıkları ile kendi gemilerini koca ağızlı Bessiye dönüştürürler. Homurtu çıkaran boruları kullanarak Swan’ın gemisine yanaşırlar. Swan her ne kadar batıl inanç bunlar inanmayın dese de, küreklere sarılır kaçmaya kalkarlar. Açım diye bağırarak ve ağız açık şekilde yaklaşan koca ağızlı Bessi gibi donatılan gemiye, Swan’ın tayfası tüm yiyeceklerini atar (TRT Çocuk, Vikingler)

3.2. Özgürlük, Özerklik ve Çalışma Ahlakı Üzerine Liberal Düşünce Yansıması Olarak Heidi Film

Çizgi filmlerin etkileme gücü zihinde yarattığı imgeler ile esas olarak satın alma ve/veya davranış yönelimlerinde ki bir takım değişimlerle gözlemek mümkündür. Çok sevilen ve seyredilen çizgi film karakterlerinin imgeleri, bebekler, kıyafetler, çantalar, suluklar ve türlü türlü eşyalarla canlandırılır ve satışa sunulur. Aynı zamanda çizgi diziler vasıtasıyla çocukların ve yeni gençlerin zihnine hangi fikirlerin ve değer yargılarının tohumlarının ekildiği de önemlidir (Güngör ve Çolak, 2019: 929).

İsviçreli yazar Johanna Spyri (1880) tarafından kaleme alınan Heidi’nin Doğal Yaşamda Öğrenme Dönemi adlı kitabından 1974’de Japon Zuiyo Eizio (şu anda Nippon Animasyon) tarafından çizgi film serisine dönüştürüldü. Heidi (Adelheid’in kısaltması), dört yıl önce ailesinin ölümünden sonra Teyzesi Dete tarafından bakılmıştır Ancak, beş yaşına geldiğinde Heidi’yi Frankfurt’da iş bulan teyzesi ayak bağı olmaması için İsviçre Alplerindeki büyük dedesiyle birlikte yaşamaya götürür. Dörfli kasabasında gençliğinde bir adam öldürdüğüne dair çok kötü bir üne sahip olan Büyükbaba, sert mizaçlı biridir. Köpeği Joseph ile birlikte dağın eteklerinde tek başına bir yaşam süren Alp Dede’nin yaşamına coşkusu ve kıvrak zekâsı ile çok hızlı adapte olan Heidi, yaz günlerini dağın tepesinde, görevi köylülerin keçilerini mera için yüksek dağlara götürmek olan keçi çobanı Peter ile birlikte geçirir. Teyzesi Dete Frankfurt’dan dönene kadar dağlarda özgür, mutlu bir hayat süren ve çok hızlı öğrenen Heidi, neşesi, gücü, azmi ve doğaya tutkusu ile izleyenleri büyüler adeta (Wikipedia, Heidi Girls of the Alps).

Heidi çizgi film serisinde “bireyin kendi kararını kendi vermesi gereği ve özgür seçimlerin önemi üzerine” yorumlanabilecek olan bölümünde ise, Dörfli’de bir bayanın Heidi’ye senin baban Tobias’ı, amca öldürdü (Alp dede-Heidi’nin büyük babası) itirafı üzerine yapılan yüzleşmede görürüz. Eski bir marangoz olan büyükbaba, Heidi’ye Tobias’ın Frankfurt’a ailesiyle birlikte gitmek istediği söylemesi sonrası çıkan hararetli tartışmaların ve gitmemesi için yaptığı baskının onun dalgınlaşmasını ve yapımında çalıştığı köprüden gözü önünde kazara düşüp ölmesi sonrası duyduğu acı ve pişmanlığı anlatır. “Ben gitmesine izin verseydim böyle olmazdı, sürekli tartışıyorduk” sözleri pişmanlığının ifadesidir. Burada bireyin özgürlüğü, kendi seçimini yapma ve kararını verme ile özerklik kavramları çok güzel bir şekilde aktarılmaktadır (TRT Çocuk, Heidi)

Başka bir bölümde ise Alp dede, şöyle der : “Ancak çalışan insan, dinlenmenin tadına varabilir”. Weber’e göre Protestan inancı ve kapitalizmin yükselişi arasında bir ilişki bulunmaktadır. Protestan inancı, sıkı çalışmanın ve değer yaratmanın önemini ve dünyevi zevkten kaçınarak tutumlu olmanın gerekliliğini vurgulamaktadır (Ünal, 2011: 125-145).

SONUÇ

Çizgi filmler, çocuklara doğruyu göstermek, iyi alışkanlıklar kazandırmak, eğlendirmek, yerel kültürü unutturmamak (örn.Maysa: Trt çocuk) ve eğlendirirken öğretmek gibi amaçlarla bezenir. Ancak tüm bu amaçların yanı sıra, bilinçaltına mesaj göndermeyi de hedefleyen çizgi diziler azımsanmayacak kadar çoktur. TRT çocuk ekranlarında yayımlanan Vikingler ve Heidi çizgi filmleri pek çok olumlu etkisi beraberinde liberal düşüncenin zihinsel yayılımını da hedefler. Vicky Viking, kıvrak zekâ ile kaba kuvvetin nasıl yenildiğini anlatırken, aynı zamanda aklın önemini vurgular. Akıl akıldan üstündür. Akılsız baştan ne çeker ayaklar gibi atasözlerimizi kanıtlar niteliktedir. Fleykli Vikinglerin yaşadığı köy ise, pek çok güzel örnekle doludur ve eşitlik, yardımlaşma, dayanışma ve aklın hâkim olduğu baskıcı olmayan demokratik bir düzeni yansıtır. Heidi çizgi serisinde ise neşe dolu, mücadeleci, pozitif ve hayat dolu Heidi’nin insanların hayatlarına ne kadar güzel dokunduğunu görürüz. Dörfli kasabasında yaşananlar Teresa adlı küçük kızın yalan söylemek gibi kötü huyları karşısında Heidi’nin kıvrak zekâsı ve hoşgörüsü sayesinde nasıl mutlu sona ulaşıldığına tanık oluruz. İlâveten, çalışkanlık, dayanışma ve dostluğun önemi ve kişisel seçimler ile kararlara saygı gösterilmesi gereğinin ne kadar hayati öneme sahip olduğunu görürüz. Oğlu Tobias’ın ölümünden kendisi sorumlu tutan Alp Dede’nin, Heidi’nin, teyzesi Dete tarafından Frankfurt’a iyi bir eğitim almak üzere gitmesine karşı çıkmayışı bize bireysel özgürlüklerin önemine dair çok önemli öğretiler bulunur. Hürriyet’in (25.12.2013) Viking ilham verdi “temiz” kazandı adlı haberinde dönemin çok sevilen çizgi film kahramanı ‘Vikingler’den esinlenen, Necmettin, Nurettin, Hayrettin ve Muhittin Avcı kardeşlerin İzmir’de semt pazarlarında açık deterjan satarak başladıkları ticarete 1992’de kurdukları Viking Ltd temizlik ürünleriyle 2013 yılında 80 milyon lira ciroya ulaştıkları başarı öyküsünü anlatıyor (Özdemir, 2013).

REFERANSLAR

- BBC Türkçe. (2018). Karl Marx doğumundan 200 sonra neden hâlâ güncel? www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-44012778/02.12.2018.
- Erçoşkun, B.(2019). “Tarihsel Perspektiften Türkiye’de Liberalizm” Akademik Bakış Dergisi, (72), 105-122.
- Erdoğan, M.(2009). “Liberalizmin tarihi ve felsefi temelleri” Eski Yeni Dergisi, (15), 5-17.
- Erdoğan, M.(2009). “**Liberalizme Yeniden Bakış: Tarihi ve Felsefi Temelleri**”, *Liberal Düşünce*, 56 (Güz), 7-31.
- Ekmekci, A.(2014). “Liberal Birey, Toplum ve Siyaset Anlayışlarının Eleştirisi Olarak Komüniteryen Düşüncenin Temel Argümanları”, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Bilgi Üniversitesi, SBE, İstanbul.
- Ekmekçi, İ.S.(2013). “John Locke’un Liberalizm Kuramı Üzerine”, TBB Dergisi, (106) : 205-214.
- Gündüz, Y.(2015). “Popüler Kültürün Görsel Sanatlar Dersine Olası Yansımaları” The Journal of Academic Social Science Studies, 31, 387-401.

- Heywood, Andrew (2013). Siyasi ideolojiler (Çev. A. K. Bayram vd). Ankara: Liberte yayınları.
- Güngör, A.C. ve Çolak, A.(2019). Popüler Kültür Bağlamında Çizgi Filmlerin Kültür Aktarımındaki Yeri Ve Önemi: “İstanbul Muhafızları” İncelemesi. İdil, 59, 923-931.
- Hürriyet (ty). Çocukların Açık Havada Daha Çok Vakit Geçirmesi İçin 5 Bilimsel Neden.<http://www.hurriyet.com.tr/kesfet/cocuklarin-acik-havada-daha-cok-vakit-gecirmesi-icin-5-bilimsel-neden-40829993>
- İşler, E.(1999). Voltaire ve Rousseau Etrafında Aydınlanma Çağı Fransız Yazını'na Bir Bakış. PAÜ. Eğitim Fak.Dergisi, 5, 48-54.
- Kamacıoğlu, B. (2017). Çizgi Filmlerin Kültür Aktarımındaki Rolü ve Hayao Miyazaki Çizgi Filmleri. Anadolu Üniv.Sanat Tasarım Dergisi, 1-18.
- KPDS. (03.05.2009). 2009 KPDS İlkbahar/İng. <https://www.osym.gov.tr/Eklenti/2389,kpds2009ilkbaharingilizcepdf.pdf?0>
- Özdemir, S.(2013). Viking ilham verdi 'temiz' kazandı. www.hurriyet.com.tr/ekonomi/kobi2/viking-ilham-verdi-temiz-kazandi/25438101
- Sezen, Seriye (1999). Devletçilikten özelleştirmeye Türkiye'de planlama. Ankara: İlksan matbaası.
- Tarhan, N. (31.09.2019). Yapay Zekâ sayesinde daha az çalışacağız. Sözcü Gazetesi, Ekonomi Sayfası.
- Temizyürek, F. ve Acar, Ü.(2014). Çizgi Filmlerdeki Subliminal Mesajların Çocuklar Üzerindeki Etkisi. Cumhuriyet International Journal of Education, 3 (3), 25 – 39
- Trt Çocuk (ty) Vikingler. <https://www.izlesene.com/video/vikingler-canavar/10198917>
- Trt Çocuk (ty) Heidi. <https://www.youtube.com/watch?v=-LDxt1OjzBE>
- TÜİK. (01.07.2014). Tük: “Çocuklar Az Okuyor, Çok Televizyon İzliyor”, <http://www.milliyet.com.tr/tuik-cocuklar-az-okuyor-cok-televizyon-konya-yerelhaber-271718/>
- Uygun, Oktay (2003). “Küreselleşme ve değişen egemenlik anlayışının sosyal haklara etkisi.” Anayasa Yargısı Dergisi, 20(1), 250-284.
- Ünal, Aylin, (2011). “Çalışma ahlakı kavramına kültürel bir bakış ve Türkiye’de Çalışma ahlakı.” İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, 1(44), 125-145.
- Wikipedia (ty). Vicky the Viking. https://en.wikipedia.org/wiki/Vic_the_Viking
- Wikipedia (ty). Heidi, Girl of the Alps. https://en.wikipedia.org/wiki/Heidi,_Girl_of_the_Alps
- Yiğit, G.(2014). Siyaset Felsefesinde Hak, Adalet Ve Özgürlük Üzerine: Locke Ve Hayek Örnekleri. Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Ün., SBE, Isparta.

BATI BALKANLARDA BARIŞ VE İSTİKRARIN TESİSİNDE AB'NİN ROLÜ

Prof. Dr. İrfan Kaya Ülger *

Giriş

Avrupa Birliği'nin (AB) ne olduğu ve ne olmadığını hakkında günümüzde bir düzineye yakın tanım yapılmaktadır. AB'yi öncelikle bir ütopyanın pratiğe aktarılması olarak görmek gerekmektedir. Yüzyıllar boyunca devlet adamları, filozoflar, generaller ve din adamları Avrupa bütünleşmesi düşüncesini savunmuşlardır. Bu proje hep canlı kalmış ve ancak uygun ortam ve konjonktür oluştuğunda pratiğe aktarılmıştır. İkinci Dünya Savaşı sonunda Alman işgal bölgelerinin birleştirilmesi düşüncesi gündeme geldiğinde, Fransa, yeni kurulacak Alman devletinin kömür ve çelik kaynaklarına sahip olmasını istememiştir. Fransa'yı ikna etmek için söz konusu kaynakların ortak yönetimi amacıyla yapılan toplantıların neticesinde AB'nin nüvesi kabul edilen Avrupa Kömür ve Çelik Topluluğu (AKÇT) 1951 yılında kurulmuştur. Bir diğer şekilde ifade etmek gerekirse, AB ütopyası Almanya sorununa çözüm arayışları çerçevesinde gerçekliğe dönüşmüştür.

AB, bir başka perspektiften bir bölgesel bütünleşme hareketidir. Batı Avrupa'da 6 ülkenin işbirliği ile başlayan mekanizma, derinleşme ve genişlemelerle Avrupa kıtasının iktisadi bütünleşmesini hedeflemiştir. Avrupa bütünleşmesinde 1968 yılında gümrük birliği, 1992 yılında ortak pazar aşamalarına ulaşan iktisadi işbirliğinin seviyesi, 2002 yılından bugüne ekonomik ve parasal birlik düzeyine yükselmiştir. Bugüne kadar birbiri peşine gerçekleşen genişlemelerle üye sayısı da 28'e yükselmiştir. İngiltere'nin 23 Haziran 2016'da yapılan referandumun ardından AB'den ayrılma kararı alması ve müzakereler sonunda ayrılma anlaşması imzalanmasına rağmen bu ülke AB'den hukuken ayrılmış değildir. Öte yandan AB, aralarında Türkiye'nin de bulunduğu birçok ülke ile halen katılım müzakerelerini sürdürmektedir. Nihai hedefin Federasyon mu, Birleşik Devletler mi olduğu üye devletlerin kararı ile şekillenecektir.

Avrupa bütünleşmesinin bir diğer özelliği, ulusüstü (*supranational*) özellik taşımasıdır. Dünya tarihinde ilk kez yetki devrine dayanan bütünleşme AB örneğinde gündeme gelmiştir. Üye devletler, ulusal egemenlik yetkilerinin bir kısmını oluşturulan ulusüstü örgüte kendi rızaları ile devretmişlerdir. Günümüzde AB'nin hem uluslararası ve ulusüstü boyutu bulunmaktadır. Ulusüstü boyut gereği olarak örgütün yetkili organlarının bazı kararları tüm üye devletlerde doğrudan yürürlüğe girmektedir. Bu özellikleriyle AB, uluslararası siyasal sistemde biricik örgüt olma özellikleri taşımaktadır.

AB hakkında çeşitli platformlarda ileri sürülen Yeni Roma İmparatorluğu projesi, ABD destekli işbirliği hareketi gibi tanımlamaların da gerçeği başka görünümüleri olduğu açıktır. Konumuz bakımından önem taşıyan husus ise AB'nin aynı zamanda bir barış projesi olduğudur. Üye devletler arasında İkinci Dünya Savaşından bugüne silahlı çatışma yaşanmamıştır. Anlaşmazlıklara barışçı yöntemlerle ve müzakerelerle sonucu çözümler bulunmuştur. Üye devletler için geçerli olan bu değerlendirmenin kısmen aday devletler bakımından da söz konusu olabileceğini gösteren örnekler vardır. AB, 1990'lı yıllarda Balkanlarda meydana gelen çatışmaları önlemekte yeterli olamamış ise de günümüzde bu eksikliğini yumuşak güç unsurları ile büyük ölçüde doldurmuş vaziyettedir.

Bu çalışmanın konusu AB'nin Batı Balkanlarda barış ve güvenliğe ne ölçüde katkı sağladığının ortaya konulması ve analiz edilmesidir. Çalışmanın ilk bölümünde, Batı Balkanların temel sorunları, özellikle azınlıklardan kaynaklanan problemler ve aşırı milliyetçilik üzerinde durulacaktır. İkinci bölümde ise AB'nin Batı Balkanlar Politikası incelenecektir. Güneydoğu Avrupa İstikrar Paktından tam üyelik müzakerelerine, bölge ülkeleri ile AB arasındaki ilişkiler incelenecek ve Batı Balkanların nereye gittiği, geleceğinin nasıl şekilleneceği ortaya konulacaktır.

1. Batı Balkanların Temel Sorunları

Öncelikle çalışmanın üzerinde yoğunlaştığı Batı Balkanlar kavramının tanımlanması gerekmektedir. Balkan Yarımadasının bir parçasını oluşturan Batı Balkanlar, Slovenya dışında kalan Eski Yugoslavya

* Kocaeli Üniversitesi İİBF Uluslararası İlişkiler Bölümü. E posta: ikulger@gmail.com

Cumhuriyetleri ile Arnavutluk'tan oluşmaktadır. Bu kavramın kapsadığı ülkeleri tek tek saymak gerekirse Arnavutluk, Hırvatistan, Sırbistan, Bosna Hersek, Kuzey Makedonya, Kosova ve Karadağ devletlerini içine alan coğrafya Batı Balkanlardır.

1946 yılında Tito tarafından kurulan Yugoslavya Federasyonu, 1990'ların başında federal temelde parçalanmıştır. Slovenya ve Hırvatistan'ın 1991 Temmuz ayında bağımsızlık ilanı ile başlayan süreç, bir yandan etnik çatışmalara kapı aralarken öte yandan da diğer federe devletler için model oluşturmuştur. Hırvatistan ve Slovenya'nın bağımsızlık kararları, bu ülkelerin devlet olmanın asgari koşullarını sağlayıp sağlamadıklarının tespit edildiği Badinter Komisyonu raporunun Ocak 1992 tarihli kararının ardından AB tarafından tanınmıştır (Radan, 1997). 1991 Kasım ayında Makedonya bağımsızlık ilan etmiştir. Bosna Hersek Devleti'nin 1992 bahar ayında bağımsızlık kararı ise iç savaşa neden olmuş ve çatışmalar 1995 Sonbaharına kadar sürmüştür (Ulger, 2015:125:134). Çatışmalara son veren Dayton anlaşması ile Bosna Hersek devletinin temel esasları ve uluslararası toplumun desteği ile siyasal istikrarı tesis edilmiştir.

Bakiye kalan Sırbistan ve Karadağ Cumhuriyetlerinden oluşan Yeni Yugoslavya ise 2006 yılında Karadağ'ın referandum neticesi ayrılması ile ortadan kalkmıştır. Böylece Yugoslavya Federasyonunu oluşturan federe devletlerin her biri uluslararası siyasal sistemde bağımsız devlet haline gelmişlerdir. Sırbistan'a bağlı Kosova Özerk Bölgesi ise NATO ve BM şemsiyesi altında 8 yıl süren yönetimin ardından, 17 Şubat 2008'de bağımsız devlet haline gelmiştir. Bu bölümde Batı Balkanlardaki azınlık sorunları ve irredentist/hegemonyacı milliyetçilik üzerinde durulacaktır.

1.1. Azınlık Sorunları

Balkanların tamamında olduğu gibi Batı Balkanlarda bir azınlık sorunları günlük hayatı ve uluslararası ilişkileri derin biçimde etkilemektedir. Azınlık kavramının sınırlarının nerede başlayıp nerede bittiği konusunda devletler arasında görüş birliği sağlamak kolay olmamıştır. BM tarafından yapılan tanıma göre, azınlık, egemen bir devlette, etnisite, dil, din, mezhep bakımından çoğunluktan farklı olan, bulunduğu ülkenin vatandaşı konumunda bulunan, kendi içerisinde dayanışma ve özelliklerini sürdürme iradesi gösteren gruptur (UN, 2010). Ne var ki, bu tanımları tüm devletler kabul etmemektedir. Zira buradaki tanım esas alındığında bir ülke sınırları içerisinde sıralanan özelliklerden asgari bir tanesinin farklılık göstermesi, azınlık olmak için yeterli kabul edilmektedir. Devletlerin bu konudaki yaklaşımı, farklılıkları öne çıkarma yerine, farklı özellik gösterenleri asimile etme şeklinde somutlaşmaktadır. Batı Balkan coğrafyasındaki ülkelerde de azınlık sorunları siyaseti ve günlük hayatı derin biçimde etkilemektedir.

Eski Yugoslavya coğrafyası bakımından azınlık ve çoğunluk ayrımı bazen salt bir ögeye dayanabilmektedir. Sırlar, Hırvatlar ve Boşnaklar aynı etnik kökenden gelmelerine rağmen farklı ulus kimlikleri oluşturmuşlardır. Eski Yugoslavya'da bu üç grup mensuplarınca konuşulan ortak dilin resmi adı Sırpça Hırvatça'dır. Bu dile Sırlar Sırpça, Hırvatlar Hırvatça ve Boşnaklar da Boşnakça adını vermektedirler. Dilin yazıya aktarılmasında Sırlar, Rusların kullandığı Kiril alfabesini, Hırvatlar ve Boşnaklar ise Latin alfabesini kullanırlar. Aynı dili konuşan ve aynı etnik kökenden gelen Sırp, Hırvat ve Boşnakları birbirinden ayıran faktörlere gelince, Boşnakları diğerlerinden din farklılığı ayırır. Daha önce hem Ortodokslar hem de Katolikler tarafından dışlanan Boşnaklar, Bogomil adı verilen bir mezhebi benimsiyorlardı. Bu mezhebe mensup Boşnaklar 15'nci yüzyılın ortalarında topluca Müslüman olmuşlardır. Din farklılığı, Boşnakları diğer Slav haklarından ayırmakta ve onların ayrı bir kimlik oluşturmalarına zemin teşkil etmektedir. Sırlarla Hırvatları birbirinden ayıran mezhep farklılığıdır. Sırlar Ortodoks, Hırvatlar da Katolik mezhebine mensuptur (Ulger, 2015:14-15).

Slav kökenli olan Makedonları diğerlerinden farklılaştıran ise ayrı dilleridir. Bu anlamda Makedonca, ülkede ulusal kimliğin oluşumunu yönlendiren en önemli unsurdur. Kosova'da, Makedonya'da ve Arnavutluk'da yaşayan Arnavutları diğerlerinden ayıran unsurlar ise en başta etnisite farklılığıdır. Arnavutların kökeni, Batı Balkanlarda etnik bakımdan çoğunluk oluşturan Slav haklarından farklılık göstermektedir. Arnavutların kökeni, etnik bakımdan İlliryalılara dayanmaktadır. Arnavutların Balkan coğrafyasındaki varlıkları 7'nci yüzyılda Karpat dağlarını aşarak gelen Slav halklarından daha geriye gitmektedir.

Azınlıkların Batı Balkan ülkelerindeki dağılımı incelendiğinde en başta şu husus dikkat çekmektedir: Eski Yugoslavya ardılı devletlerde devlete adını verenler çoğunluktadır. Bununla birlikte içeride azınlıklar dışarıda ise diaspora grupları bulunmaktadır. Bir başka ifadeyle Sırbistan'da Sırlar, Makedonya'da Makedonlar, Hırvatistan'da Hırvatlar dominant pozisyonadadırlar. Ancak ülke sınırları dışında da hatırı sayılır ölçüde akraba gruplar vardır. Buradaki akrabalık dar anlamda kullanılmıştır. Etnik bakımdan aynı kökenden olan Slav halklarının birbirleri ile akraba olma durumu kastedilmemiştir. Arnavutluk ve Eski Yugoslavya ardılı Batı Balkan devletlerini azınlık sorunları açısından inceleyelim.

Günümüzde Hırvatistan'da nüfusun % 90.4'ünü Hırvatlar oluşturmaktadır. Ülkede bir zamanlar en kalabalık azınlık grubunu oluşturan Sırların büyük bölümü 1995 yılı ortasında Dayton antlaşması öncesinde Franjo Tuğman tarafından sürülüp çıkarılmıştır. Günümüzde Sırların nüfus içerisindeki oranı % 4.4 seviyesinde seyretmekte ve çoğunlukla Krajina bölgesinde ve Adriyatik sahilinin iç kısımlarında yaşamaktadırlar. Ülkedeki diğer etnik gruplardan Boşnak, Hırvat, Sloven, Çek ve Romanların oranı genel nüfusun % 4'ü seviyesindedir. Dil esas alındığında halkın % 95.6'sı Hırvatça, % 1.2'si Sırpça ve geriye kalanlar da diğer dilleri konuşmaktadır. Din bakımından yapılan ayırmda ise Katoliklerin oranı % 86.6, Ortodokslar % 4.4, Müslümanlar % 1.5, diğerleri % 1.5, beyan etmeyen % 2.5 ve ateist % 3.8 şeklindedir. (Worldfactbook, 2019)

Bosna Hersek devletinde azınlıkların durumu daha karmaşıktır. Zira bu ülkede eskiden beri göreceli olarak çoğunluk oluşturan Boşnakların nüfus içerisindeki oranları toplamın yarısından daha az seviyede seyrediyordu. 1995 yılında imzalanan Dayton Barış Antlaşmasının kurduğu karmaşık idari yapılanmaya göre, Bosna Hersek Cumhuriyeti iki birimden oluşmaktadır. Bunlardan ilki Boşnak – Hırvat Federasyonu, ikincisi de Bosna Sırp Cumhuriyetidir. Bosna Hersek Cumhuriyeti geneli dikkate alındığında nüfusun bileşiminin heterojen olması dikkat çekmektedir. Savaşın önce Boşnakların nüfus içerisindeki oranları % 44 seviyesinde bulunuyordu. Günümüzde bu rakam % 50'ye ulaşmıştır. Sırların oranı % 30.8, Hırvatların % 15.4 ve geriye kalanlar % 1 şeklindedir. Bosna Hersek Cumhuriyetinin Sırp Bölgesi yönetimi bu sayımın dini esaslar dikkate alınarak yapıldığını ileri sürmekte ve ülkede yaşayan her Müslümanın Boşnak kabul edildiğini, bu durumun da Boşnak nüfusunun yüksek çıkmasına neden olduğunu iddia etmektedir. Din esasına göre yapılan ayırmda ise Müslümanların oranı % 50.7, Katoliklerin oranı % 15.2 , Ateist/agnostik % 1.1, diğerleri % 1.2 ve herhangi bir beyanda bulunmayanlar da % 1.1 şeklindedir. (Worldfactbook, 2019).

Sırbistan'a gelince, Kosova haricinde kalan Sırbistan'da Sırların oranı % 83.3 seviyesindedir. Ülkenin Vojvodina bölgesinde yaşayan Macarların oranı % 3.5, heterojen/ dağınık yaşayan Romanlar % 2.1, Sancak bölgesinde yaşayan Boşnaklar % 2, diğer azınlıklar ve etnik grupların toplamı % 5.7, ve kimliğini deklare etmeyenlerin oranı da % 3.4 şeklindedir. Dini inanış esas alındığında ise rakamlar Ortodoks % 84.6, Katolik % 5, Müslüman % 3.1, Protestan % 1, ateist % 1.1, diğerleri % 0.8 ve bildirimde bulunmayanlar % 4.5 şeklinde dağılmaktadır. (Worldfactbook, 2019).

2006 yılında bağımsızlık elan eden ve toplam nüfusu 614 bin kişiden oluşan Karadağ Cumhuriyetinde ise nüfusun dağılımı şu şekildedir: Karadağlılar % 45, Sırlar % 28.7, Boşnaklar % 8.7, Arnavutlar % 4.9, Müslümanlar % 3.3, Romanlar % 1, Hırvatlar % 1, diğerleri % 2.6 ve bildirimde bulunmayanlar ise % 4.9 . Din esas alındığında Ortodokslar % 72.1, Müslümanlar % 19, Katolikler % 3.4, ateistler % 1.2, diğerleri % 1.5 ve beyanda bulunmayanlar % 2.6 şeklinde dağılmaktadır. Görüleceği üzere, Karadağ Cumhuriyetinde tarih boyunca kendilerini Sırlardan farklı görmeyen Karadağlılar ayrı ulusal kimlik oluştururken, ülkede yaşayan Boşnakların bir kısmının kimliğini Müslüman, bir kısmı da Boşnak olarak deklare etmişlerdir. Karadağ'ın bağımsızlığı Sancak bölgesinin ikiye bölünmesine neden olmuştur. Novi Pazar bölgesi Sırbistan'da, diğer bölgeler ise Karadağ sınırları içerisinde kalmıştır.

Arnavutluk devletinde ise nüfusun dağılımı şu şekildedir. Arnavutlar % 82.6, Yunanlılar % 0.9, diğerleri % 1 ve kimliğini deklare etmeyenler % 15.4. Dil bakımından yapılan ayırmda ise nüfusun % 98.8'inin Arnavutça'nın Tosk diyalekti kullandığı, Yunanca konuşanların oranı % 0.6 ve geriye kalanlar ise Makedon, Ulah, Roman, İtalyanca, Türkçe ve Sırpça-Hırvatça dillerini konuştukları

görülmektedir. Dine göre sınıflandırma yapıldığında ise Müslümanların oranı % 56,7, Katoliklerin oranı % 10, Ortodokslar % 68, ateistler % 2.5, Bektaşiler % 2, diğerleri % 5.7 ve dini inancını belirtmeyenler ise % 16.2 şeklinde sıralanmaktadır. Ülkede 1967 yılında tüm dini ibadet kurumları yönetimin kararı ile kapatılmıştı. Bunların yeniden faaliyete başlaması Enver Hoca'nın ölümü sonrasında da mümkün olmamış, bu konudaki kısıtlamalar ancak 1990 sonrasında kaldırılmıştır.

Eski Yugoslavya'nın en genç Cumhuriyeti olarak 2008 yılında bağımsızlık ilan eden Kosova'da ise Arnavutlar nüfusun % 92.9'unu oluşturmaktadır. Diğer grupların nüfus içerisindeki ağırlıkları ise Boşnaklar % 1.6, Sırlar % 1.5, Türkler % 1, Aşkali % 0.9, Mısırlı % 0.7, Gorani % 0.6 ve Roman % 0.5 şeklinde sıralanmaktadır. Dil ve din bakımından yapılan sınıflandırma da ise nüans farklılıklar ortaya çıkmaktadır. Ülkede resmi dil Arnavutça'dır. Nüfusun % 95.6'sı Müslüman, % 2.2'si Katolik, % 1.5'i Ortodoks'tur. (Worldfactbook, 2019).

Görüldüğü üzere Batı Balkan devletleri azınlıklar bakımından birbirinden farklı özellikler taşımaktadır. Hırvatistan ve Kosova gibi ülkelerde nüfusun bileşimi homojene yakın bir seyir takip ederken diğerlerinde daha komplike bir görünüm taşımaktadır. Tüm devletleri doğrudan etkileyen bir başka sorun ise ülke sınırları dışında akraba toplulukların bulunmasıdır.

1.2. Hegemonyacı /İrredentist Milliyetçilik Düşüncesi

Batı Balkanlarda günümüzde de siyasal yapıyı ve dış politikayı önemli biçimde etkileyen temel düşünce milliyetçiliktir. Fransız devriminden bugüne kadar milliyetçilik düşüncesi Balkan coğrafyasındaki halkları değişik dönemlerde doğrudan /dolaylı biçimde yönlendirmiştir. Osmanlı ve Avusturya Macaristan İmparatorluğuna karşı ayaklanan bölge halklarında milliyetçilik düşüncesi, zaman içinde farklılaşan ama varlığını hep koruyan bir ideoloji olmuştur. Soğuk savaş sonrası dönemde ise milliyetçiliğin hâlâ güçlü olduğunu 1990'lı yıllarda Balkan coğrafyasındaki çatışmalar göstermiştir. Burada günümüzde gücü azalmış olmasına rağmen etkisini sürdüren Balkan milliyetçiliği analiz edilecektir.

Balkanlarda barış ve istikrarın tesisi büyük ölçüde milliyetçilik düşüncesinin kontrol altında tutulmasına bağlı olarak şekillenecektir. Gerçekten de günümüzde derin toplumsal kökenleri olan birbiriyle çelişen iddiaları gündeme getiren irredentist/ yayılmacı Balkan milliyetçiliği düşüncesi ideolojik olarak zayıflamış olsa da gücünü korumaktadır. Batı Balkanları ve bir bütün olarak coğrafyayı derin biçimde etkileyen milliyetçi ideolojilerin başında Sırp milliyetçiliği gelmektedir. Vojislav Šešelj tarafından hazırlanan doktora çalışmasında Sırp milliyetçiliğinin ideolojik argümanları ve perspektifini ortaya konulmuştur (Šešelj, 2011). Hegemonyacı milliyetçilik anlayışını savunan eserde Slav kökenli halkların Sırbistan çatısı altında toplanması ve eski Yugoslavya topraklarında "Büyük Sırbistan" kurulması büyük ülkü olarak kabul edilmekte ve tüm Sırlara empoze edilmektedir. Büyük Sırbistan'ın sınırlarının nereden başlayıp nerede bittiğini belirleyecek unsur Sırp nüfusun yaşadığı bölgelerdir. Sırp nerede yaşıyorsa orası Sırbistan'dır, bugün değilse bile gelecekte öyle olacaktır. Miloseviç'in bu düşünce ile 1980'lerin ortalarında ortaya koyduğu uygulamalar Yugoslavya'nın dağılmasına yüzbinlerce insanın çatışmalarda hayatını kaybetmesine neden olmuştur (Pesić, 1996). Miloseviç bununla da yetinmemiş, 20'nci yüzyılın sonunda Kosova'da etnik temizlik için harekete geçmiştir. Sırbistan, 1999 Mart ayındaki NATO müdahalesinin ardından uzun bir süre uluslararası toplumdan tecrit edilmiş ve ancak 2010'lu yıllarda milliyetçilikten uzaklaştıktan sonra Batı ile işbirliğinin kapıları aralanmıştır.

Hegemonyacı/ yayılmacı milliyetçilik düşüncesi Sırlarla sınırlı değildir. Batı Balkanlarda yaşayan diğer halkların ve etnik grupların da benzer veya türevi niteliğinde projeleri vardır. Hırvat milliyetçiliğinin büyük ülküsü "Ustaşa Hırvat Devleti" hedefini gerçekleştirmektir. İkinci Dünya Savaşı döneminde bugünkü Hırvatistan ve Bosna Hersek topraklarında Almanya ve İtalya himayesi altında kurulan Ustaşa Hırvat Devleti ancak 4 yıl ayakta kalabilmiş, savaşın sonunda Mihver güçlerinin yenilmesiyle bu devlet de ortadan kalkmıştır. Günümüzde Hırvat milliyetçilerinin hayali tüm Hırvatların tek çatı altında toplanması, Bosna Hersek'in Hırvat bölgesi ve mümkün olması halinde tamamı üzerinde denetim sağlamaktır (Sahara, 1989)

Eski Yugoslavya coğrafyasında milliyetçiliğin güçlü olması her şeyden önce bölgenin tarihsel geçmişiyle yakından ilgilidir. Bu anlamda milliyetçilik Balkan coğrafyasında tarihin bir mirasıdır. Yugoslavya siyasal yaşamının ilk döneminde (1918-1941) ulusların eşitliği prensibine riayet edilmemesi nedeniyle, Slovenler ve Hırvatlar devletin kuruluşundan kısa bir süre sonra ayrılıkçı arayışlar içerisine girmişlerdir. Sırp, devletin kuruluşundaki ilkelerle çelişme pahasına diğerleri üzerinde tahakküm kurmuşlardır. 1929'dan sonra Sırplastırma, devletin resmi politikası olmuş, Sloven ve Hırvatların dışında kalan ulusların varlığı dahi kabul edilmemiştir. Sırpın tahakkümü karşısında 1920'lerden itibaren eşitlik ve hak arama mücadelesi başlatan Hırvatlar, illegal teşkilatlar kanalıyla ülke içinde ve dışında örgütlenmişlerdir. Uzun bir mücadele döneminin ardından 1939 yılında Hırvatistan'a özerklik verilmesi, Hırvat milliyetçiliğinin başarısı olarak kabul edilmiştir.

Eski Yugoslavya'nın İkinci Dünya Savaşı yıllarında yaşadığı deneyimler de günümüzdeki milliyetçi düşüncüyü etkilemektedir. Alman işgalinin başladığı 1941'den savaşın sona erdiği 1945'e kadar geçen 4 yıl içerisinde Yugoslavya sınırları içerisinde yaşayan uluslar birbirleriyle kıyasıya mücadele etmişlerdir. Savaş yıllarındaki bu katliam ve barbarlıkların gölgesi, 1946 sonrasında da canlı kalmış, Yugoslav ulusları belleklerinde savaş yıllarına ait anıları hep korumuşlardır. İkinci Dünya Savaşı yıllarında Yugoslavya topraklarında hayatını kaybedenlerin sayısı 1 milyon 700 bin kişidir. Kayıpların önemli bir bölümü, Yugoslav uluslarının birbirlerine karşı yürüttükleri mücadelede meydana gelmiştir (Ulger, 2015:43-48)

Batı Balkanlarda milliyetçiliği canlı tutan bir diğer faktör de, Yugoslav Komünist Partisi'nin ulus sorununa yaklaşımındaki çelişkiden kaynaklanmıştır. Partinin kuruluş yıllarında, sağ kanat Sırp, Hırvat ve Slovenleri tek bir ulusun kabileleri olarak kabul ederken; sol kanat ulusal sorunun ancak, ulusların ayrı kimliği ve kendi kaderini tayin hakkı çerçevesinde çözüme kavuşacağı görüşünü savunmuştur. Parti, sonraki yıllarda sol kanadın görüşünü benimsemiştir. (Wucinich, 1967: 237)

Batı Balkanlarda günümüzde gücünü hâlâ koruyan diğer milliyetçi ideolojiler ise tarihsel Makedonya'da hak iddia eden Makedon Milliyetçiliği ve tüm Arnavutları tek çatı altında toplamak isteyen Büyük Arnavutluk Projesidir. Makedon milliyetçiliği, Makedonya'da Sırp Hırvat Sloven Krallığından beri güçlü bir siyasal akımdır. Tito döneminde yönetime meydan okuyan siyasal akımların başında İç Makedonya Devrimci Örgütü (VDMK) gelmiştir. Günümüzde bu akım Makedonya'da güçlü toplumsal desteğe sahiptir. Ne var ki, ülkenin nüfusunun dörtte birini Arnavutların oluşturması, Sırpın Makedonya'yı Güney Sırbistan olarak nitelendirmeleri ve Yunanistan'ın bu ülkenin Batı ile yakın ilişkilerini engelleme çabaları gibi sebeplerle Makedon milliyetçiliğinin argümanları gündeme gelememektedir. Makedon milliyetçiliği, günümüzde adı Kuzey Makedonya olarak değiştirilen devletin tarihsel Makedonya coğrafyasının sadece bir bölümünü oluşturduğunu görüşünü savunmaktadır. Bugünkü Kuzey Makedonya Devletinin toprakları gerçekte tarihsel Makedonya'nın bir bölümü olan Vardar Makedonyası'dır. Büyük Makedonya'nın diğer parçaları olan Ege Makedonyası'nı Balkan Savaşları döneminde Yunanistan, Pirin Makedonyası'nı da Bulgaristan işgal etmiştir. Dolayısıyla Makedon milliyetçiliği tarihsel Makedonyanın diğer parçaları olan Yunanistan ve Bulgaristan toprakları üzerinde hak iddia etmektedir.

Büyük Arnavutluk projesi ise Balkan coğrafyasında yaşayan Arnavut nüfusun bulunduğu toprakların tek çatı altında toplanmasını öngörmektedir. Arnavutluk devletinin dışında Kosova'da Arnavutlar nüfusun ezici çoğunluğunu oluşturmaktadır. Kosova üstelik 2008 yılında bağımsız olmuştur. Öte yandan Makedonya'da Arnavut nüfusun yaşadığı toprakların hem Kosova ve Arnavutluk sınırında yoğunlaşması bu projenin coğrafi bakımdan uygulamaya aktarılmasına uygun zemin teşkil etmektedir. Ne var ki, bu projenin günümüz koşullarında gerçekleşmesi mümkün gözükmemektedir. Arnavutluk devletinde milliyetçi hegemonyacı bir ideolojik akımın bulunmaması ve ülke içerisinde dini veya bölgesel sebeplerle ayrılıkların belirmesi bu proje için negatif bir durum oluşturmaktadır. (Ardolich, 2009) Diğer faktörler ise Arnavutluk ve Kosova Devletinin AB ile ilişkilerinde kaydedilen ilerlemelerdir. Son olarak, Kosova'nın bağımsızlık kazandığı Martti Ahtisaari tarafından hazırlanan planda birleşme yasaklanmaktadır. Planda, Kosova'da Sırbistan'ın özerk bölgesi konumundaki fiili durumun sürdürülemeyeceği, Kosova'nın bölünmeyeceği ve bir başka devletle bir araya gelemeyeceği anayasal zemin olarak ortaya konulmuş ve Kosova bu koşulları kabul ettiği için bağımsız olmuştur.

2. AB'nin Batı Balkanlar Politikası

Varşova Paketi'nin ortadan kalktığı, SSCB'nin dağıldığı ve Yugoslavya Federasyonunun federe birimler temelinde birbirinden ayrılarak bağımsız devletler haline geldiği Soğuk Savaş sonrası dönemde Batı Balkanlar, büyük güçlerin arasında tampon bölge olarak kalmıştır. Gerçekten de günümüzde büyük güçler arasında bölgede bulunan devletler üzerinde nüfuz tesis etme, etki yaratma amacıyla büyük bir çekişme yaşanmaktadır. Bu bölümde Balkanların tampon bölge statüsü ve AB'nin Balkanlara yönelik politikaları incelenecektir.

2.1. Büyük Güçlerin Arasında Tampon Bölge

Batı Balkan coğrafyası üzerinde nüfuz/etki yaratma potansiyeli taşıyan güçleri ABD, Rusya, AB ve Türkiye olarak sıralamak mümkündür. ABD'nin bölge ülkeleri içerisinde ilişkileri en iyi seviyede olan ülkeler Kosova ve Makedonya'dır. Her iki ülkenin de bağımsızlığına ABD büyük destek vermiştir. Kosova'ya BM kararıyla müdahale kararı alınamayınca ABD'nin inisiyatifi ile Mart 1999'daki NATO müdahalesi yapılmış, bu durum bağımsız Kosova devletine giden kapıyı aralamıştır. Müdahalenin ardından Kosova'yı 8 yıl süren uluslararası toplum yönetmiş ve en sonunda da Ahtisaari Planı çerçevesinde 17 Şubat 2008'de bağımsızlık ilan edilmiştir. Günümüzde Priştina'nın en büyük caddesinin adı Bill Clinton caddesidir.

Benzer şekilde 1991 Kasım ayında Makedonya'nın bağımsızlık kararı alması da ABD katkıları ile olmuştur. 1991 Temmuz ayında Hırvatistan ve Slovenya'nın bağımsızlık kararından sonra Sırp – Hırvat çatışmasının tüm hızıyla sürdüğü bir dönemde Makedonya, bu ülkeye ABD tarafından gönderilen ve çatışma önleme gücü olarak adlandırılan deniz piyadelerinin varlığına güvenerek bağımsızlık ilan etmiştir. Sırbistan yönetimi, ABD ile bir çatışmayı göze alamadığı için bağımsızlık kararına müdahale edememiştir. Bu olay nedeniyle Makedonya'da da ABD'nin itibarı yüksektir. ABD'nin bölgeye yönelik genel yaklaşımı ise bölge ülkelerinin Batı güvenlik sistemine dahil edilmesini öngörmektedir. ABD'ye göre Batı Balkan ülkelerinin tedricen NATO'ya katılması, bölge üzerindeki Rusya nüfuzunu kıracaktır. Büyük Balkan fotoğrafına bakıldığında bu yönde önemli bir mesafe kat edildiği görülmektedir.

Kuruluşundan üç yıl sonra her ikisi de Balkan ülkesi olan Türkiye ve Yunanistan NATO'ya katılmışlardır. Bulgaristan, Romanya ve Slovenya'nın katılım 2004, Arnavutluk ve Hırvatistan'ın katılımı ise 2009 yılında tamamlanmıştır. 2017 yılında Karadağ da NATO'ya katılmıştır (NATO, 2019). Balkanlarda NATO üyesi olmayan ülkeler Sırbistan, Kosova ve Bosna Hersek'tir. Bu üç ülkeden Sırbistan'ın NATO'ya karşı mesafeli tutum içerisinde olmasının gerisinde 1999 müdahalesi rol oynamaktadır. Kosova ve Bosna Hersek'de ise bu konuda adım atılması, idari ve siyasi reformlar ve yasal düzenlemeler yapılmasına bağlıdır. Kosova'nın NATO üyeliği, teşkilata üye bazı ülkelerin Kosova'yı resmi olarak tanımamaları nedeniyle zaman alacağı anlaşılmaktadır. Bosna Hersek'de ise Bosna Sırp Cumhuriyeti yasama sürecini engellemesi nedeniyle bu ülkenin mesafe alınamamaktadır. Batı Balkanlara Rusya'nın ilgisi ise temelde Slav ve Ortodoks bağlantılarından kaynaklanmaktadır. Rusya, Çarlık döneminde bölgedeki Slav halkların hamiliğine soyunmuş, Balkan halklarını Osmanlı Devleti ve Avusturya Macaristan İmparatorluğuna karşı isyana teşvik etmişti. Soğuk Savaş döneminde Balkanların kuzeyindeki ülkeleri Varşova Paketi kanalıyla denetim altında tutan Rusya, 1990 sonrasında ise yeniden Slav kartını kullanmaya başlamıştır.

SSCB sonrası dönemde Rusya'nın Balkanlara ilgisini ortaya koyan örneklerden biri eski Yugoslavya'ya uygulanan ambargo kararını Sırlara destek sağlamak suretiyle delinmesi olmuştur. 1999'da ise Rusya NATO'nun Kosova müdahalesine karşı çıkmış, BM Güvenlik Konseyi'ni de bu amaçla kullanmış ve Kosova'nın bağımsızlığını engellemeye çalışmıştır. Rusya günümüzde ise bağımsız Kosova'nın Sırların yaşadığı Mitroviça bölgesinin Sırbistan tarafından ilhak edilmesi görüşünü savunmaktadır (ETH Zurich, 2015). Nitekim Rusya, benzer özellikler taşıyan Kırım bölgesini 2014 yılında işgal ve ilhak etmiştir. Rusya'nın günümüzde Batı Balkanlarda en yakın ilişki içerisinde olduğu devlet Sırbistan'dır. İki taraf arasındaki ilişkinin seviyesi stratejik ortaklık olarak tanımlanmıştır, askeri ve istihbarat alanlarında işbirliği yapılmaktadır. Sırbistan, Rusya'nın öncülüğünde kurulan Kollektif Güvenlik Teşkilatına 2013 yılında gözlemci üye olmuştur. Bu durumun AB üyeliği ile ne derece bağdaştığı tartışmaya açıktır. Rusya aynı zamanda Bosna Hersek'in Sırp

bölgesi ile de yakından ilgilenmektedir. Bosna Sırp Cumhuriyetinde bağımsızlık ilan edilmesi halinde bunun Rusya tarafından tanınacağı görüşü yaygındır. Rusya'nın ayrıca Makedonya ve Karadağ üzerindeki enerji bağımlılığı nedeniyle nüfuz tesis etmeye çalışmaktadır.

Batı Balkanlar üzerinde sınırlı ölçüde de olsa Çin nüfuzu vardır. Çin, özellikle ekonomik gücünü bu amaçla kullanmaktadır. Belgrad ve Budapeşte'yi Yunanistan'ın Pire limanına bağlayan tren yolu inşaatı için 2.5 milyar dolar kredi vermiştir. Pekin yönetimi ayrıca Sırbistan, Bosna Hersek ve Karadağ'da enerji santralleri yapılmasını finanse etmektedir.

Balkanların Batı bölümünü 200 yıl Doğu bölümünü 400 yıl yönetmiş olan Osmanlı devletinin ardılı olan Türkiye'nin bölge üzerindeki nüfuzu ise yıldan yıla artmaktadır. Türkiye'nin 1990'ların başında Batı Balkanlarda iyi ilişki içerisinde olduğu ülkeler Bosna Hersek, Arnavutluk ve Makedonya ile sınırlı iken günümüzde bu durum değişmiş, bölge devletlerinin tamamını kapsayacak şekilde genişlemiştir. Türk İşbirliği ve Kalkınma Ajansı (TİKA) bölgedeki tüm ülkelerde resmi olarak faaliyet göstermektedir. TİKA kanalıyla bölge ülkelere ekonomik, kültürel ve teknik konularda destek sağlanmaktadır. Bosna savaşı esnasında ilişkilerin bozuk olduğu Sırbistan ile Türkiye arasında son yıllarda çok yakın siyasi ve ekonomik ilişki kurulmuştur. Günümüzde Türkiye'nin bölge ülkeleri ile iktisadi ilişkileri günden güne canlanmaktadır. Ayrıca Türkiye'nin kamu diplomasisi ve yumuşak güç unsurları, bölge halklarında Türkiye sempatisini arttırmıştır.

2.2. AB'nin Bölgeye Bakışı: Balkanlar Yerine Güneydoğu Avrupa

AB'nin Batı Balkan Devletlerine yönelik politikası 1995'li yıllarda ilan edilen Rayaumont Sürecine dayanmaktadır. Bölgedeki çatışmaları önlemekte ve iç savaşı sonlandırmakta başarısız olan AB, 13 Aralık 1995'de Fransa'nın Rayaumont kentinde kabul ettiği deklarasyon ile Rayaumont sürecini başlatmıştır. Rayaumont Sürecinin bir diğer adı da Güneydoğu Avrupa'da İstikrar ve İyi Komşuluk İlişkileri Sürecidir. (Erhart, 1999). Bu arada AB'nin Balkanlar kavramı yerine Güneydoğu Avrupa'yı tercih ettiği buradaki isimlendirmeden de açık biçimde görülmektedir. Deklarasyonun ardından AB Konseyi tarafından Kasım ayında Panagiotis Roumeliotis, Rayaumont sürecine koordinatör olarak atanmıştır. Sürecin temel amacı, Dayton Barış Anlaşmasına işlerlik kazandırmaktır. Bu bağlamda Bosna Hersek'in komşuları ile ilişkilerinin normalleştirilmesi, serbest dolaşım ve ifade özgürlüğünün ulusal düzeyde uygulamaya aktarılması öngörülmüştür. Bölgede sivil toplum kuruluşları yoluyla ekonomik, sosyal ve kültürel etkinlikler teşvik edilecek, böylece bölgesel işbirliğine uygun zemin kurulmuş olacaktır.

Rayaumont sürecinin başarısının sınırlı olması üzerine 1999 yılındaki Kosova müdahalesinin ardından Güneydoğu Avrupa İstikrar Paketi gündeme gelmiştir. Pakta taraf olan bölge ülkeleri Arnavutluk, Bosna Hersek, Hırvatistan, Makedonya, Bulgaristan, Romanya, Sırbistan, Moldovya ve Karadağ'dan oluşmaktadır. Balkanlarda yeni bir Marshall Planı olarak da nitelendirilen pakt ile bölgede demokratikleşme, insan hakları, güvenlik ve ekonomik alanda işbirliği canlandırılması planlanmıştır. Bu Paktın dış destekleyicileri ise ABD, Rusya, Türkiye, Kanada, İsviçre, Norveç, Japonya, Dünya Bankası ve Karadeniz Ekonomik İşbirliği Örgütünden meydana gelmektedir. Bu paktın imzalanmasından kısa bir süre sonra bölge ülkeleri ile İstikrar ve Ortaklık Süreci adı verilen mekanizma başlatılmıştır.

Tüm bu faaliyetlerin amacı bir yandan Balkan coğrafyasında siyasi istikrarı sağlamak öte yandan da Avrupa'nın bir parçası kabul edilen bu bölgeyi AB'ye tam üye olarak almaktır. Nitekim 2000 yılında AB Devlet ve Hükümet Başkanlarının Fiera Zirvesinde Batı Balkan ülkelerinin AB'ye katılımı gündeme gelmiştir. 2003 yılındaki Selanik Zirvesinde ise Batı Balkanların tamamının AB'ye katılımı konusunda görüş birliğine varılmıştır. Zirvede Balkanların gelecekte AB'ye tam üye olarak katılmalarının öngörüldüğü açık biçimde ifade edilmiş ve bu amaçla ülkeler teşvik edilmiştir. Zirve kararında Hırvatistan'ın tam üyelik başvurusunun Komisyon tarafından incelendiği ifadesine de yer verilmiştir. Zirve kararında dikkat çeken bir başka ifade de İstikrar ve İşbirliği Sürecinin AB'nin Batı Balkan politikasını yönlendireceğinin dile getirilmesidir. Ayrıca, AB'nin Dayton Anlaşması ve Kosova'daki barış gücü faaliyetlerini desteklediğine vurgu yapılmıştır. (The Council of the European Union, 2003).

Batı Balkan ülkeleri kısa bir süre sonra AB'ye katılım için asgari koşullar olarak belirlenen Kopenhag Kriterleri ile karşı karşıya gelmişlerdir. Katılım koşullarını yeniden düzenleyen mekanizmaya göre, bir devletin AB'ye katılımı için siyasi, ekonomik kriterlere ilave olarak tam üyelik yükümlülüklerini yerine getirme kapasitesine sahip olup olunmadığına bakılacaktır. Siyasi kriterler, aday devletin demokrasi, hukuk devleti, insan hakları ve azınlıkların korunması konusunda istikrarlı yapılanmaya gitmesini öngörmektedir. Ekonomik kritere göre, aday ülkenin piyasa ekonomisini benimsemesi ve AB içerisindeki piyasa aktörleri ile rekabet edebilecek seviyeye gelmesi esastır. Tam üyelik yükümlülüklerini üstlenme kapasitesi ise temelde AB müktesebatının aday ülke tarafından benimsenmesi ve iç hukuku aktarılması anlamındadır. AB tarafından aday ülkeden istenen ekonomik ve parasal birlik aşamasına kadar olan tüm mevzuatı benimsemesidir. Sonradan bu yükümlülüklerle bir ekleme daha yapılmış ve AB'nin hazmetme kapasitesinin esas olduğu vurgulanmıştır. (Conclusions of the Presidency, 1993).

AB'nin Batı Balkanlar Politikası esas itibarıyla bölgenin önemli ölçüde değişimini öngörmekte ve bu sürecin sonunda bölgedeki devletlerin AB'ye katılımını amaçlamaktadır. Bu genel politika çerçevesinde AB tarafından bölge ülkelerinde demokratikleşme teşvik edilmiş, Avrupa Konseyi ve AGİT gibi uluslararası örgütlerle işbirliği yapılarak, birbirinden farklı özellikler taşıyan bölge ülkelerinde demokratikleşme yolunda ilerleme sağlanması amaçlanmıştır. AB'nin Batı Balkanlara katkısı, milliyetçilik düşüncesinin aşılması ile sınırlı kalmamış, devletlerarasında anlaşmalarla kesinleşen sınırlara riayet edilmesi, devlet inşa süreçlerinin güçlendirilmesine de hedeflenmiştir. Ekonomi alanında ise AB'nin desteği beklentileri karşılamaktan uzak kalmıştır. Çatışmalar nedeniyle yerlerinden ayrılan kişilerin geri dönmesi konusunda da kaydedilen ilerlemeler de yetersiz kalmıştır (Demirtaş, 2018). Özellikle etnik temizlik uygulaması yapılan yerlerde hayatın normalleşmesi için gösterilen onca çabaya rağmen ilerleme sınırlı kalmıştır. Tüm eksikliklerine rağmen, AB'nin bölgeye yönelik politikasında bütüncül bakış açısının hakim olduğu görülmektedir. AB, gelecekte kendisinin bir parçası olarak düşündüğü Batı Balkan ülkelerini tam üyelik hedefiyle işbirliğine, siyasi, ekonomik ve idari reformlara yönlendirmektedir. Bu genel politika nedeniyle bölgede en elverişsiz konumda olan ülkeler kabul edilen Kosova ve Bosna Hersek de bile günün birinde AB'ye tam üye olarak katılma hedefi topluma dinamizm vermekte ve iyimserliği güçlendirmektedir.

2.3. AB'nin Balkan Barışına Sağladığı Katkı

Batı Balkan devletlerinden bugüne kadar sadece Hırvatistan, 2013 yılında AB'ye tam üye olarak katılmıştır. Halen müzakerelere devam eden ülkelerden Sırbistan ve Karadağ'ın 2025'de AB'ye katılımı öngörülmektedir. Bakiye kalan ülkelerin AB ile ilişkilerini negatif yönde etkileyen veya yavaşlatan siyasal, ekonomik faktörler söz konusudur. 2005 yılında aday ilan edilen Makedonya'nın AB ile ilişkilerinde bugüne kadar öngörülen ilerleme sağlanamamasının temel nedeni Yunanistan'ın bu ülkenin ismine itiraz etmesidir. Makedonya AB ilişkilerinde bu nedenle uzun bir süre boyunca ilerleme sağlanamamıştır. 2019 yılında ülkenin adı Kuzey Makedonya olarak değiştirilmiştir. Yeni dönemde AB ile ilişkilerde canlanma beklenmektedir (Sorovic, 2019).

AB adayı ilan edilen Arnavutluk ise henüz müzakerelere başlamamıştır. Bu ülkenin ekonomik bakımdan yoksul olması, idari kapasitesinin sınırlı olması AB sürecinin daha da uzamasına yol açacaktır. Bosna Hersek'in hem AB hem de NATO ile ilişkilerinde mesafe kaydedilmesi büyük ölçüde Dayton Antlaşmasının revize edilmesine bağlı olacaktır. Bosna Sırp Cumhuriyeti bugüne kadar Dayton Antlaşması mucibince yasama sürecinin iki aktöründen biri konumunda bulunduğu için, Bosna Hersek Devletinin hayati ehemmiyet taşıyan kararlarının alınmasını engellemiş ve geciktirmiştir. Bosnalı Sırpların anavatan kabul ettikleri Sırbistan'dan gereken desteği bulamamaları sebebiyle politika değişikliğine gitme emareleri ortaya çıkmıştır.

Bu durumun doğal yansıması olarak önümüzdeki yıllarda Bosna Hersek siyasal sisteminde değişim beklenmektedir ve değişiklik AB ile ilişkileri de doğrudan etkileyecektir. Kosova Cumhuriyetinin AB ile ilişkilerinde ilerleme sağlanmasını engelleyen husus ise 5 AB üyesinin bu devleti tanımamış olmalarıdır (Karluk, 2015).

Tüm bu eksikliklere ve sorunlara rağmen günümüzde Batı Balkan Devletleri kendi geleceklerini AB içerisinde görmekte-dirler. Bir başka şekilde ifade etmek gerekirse, AB üyeliği Batı Balkanlar bakımından ne kadar uzun bir yol olursa olsun, cazibesini korumaktadır. Bölge ülkelerinin başka aktörlerle işbirliğine gitmeleri ve bazı alanlarda ilerleme sağlanmış olması bile ana istikameti değiştirmemektedir (Vurmo, 2018)

AB'nin Balkan barışına en büyük katkısı Balkan halkları arasında gücünü günümüzde de koruyan yayılmacı/irredentist milliyetçilik anlayışlarının güç kaybetmesini sağlamak olmuştur. Gerçekten de başta Sırp milliyetçiliği olmak üzere Batı Balkan halklarını etkileyen siyasal ideolojiler toptancı anlayışları ve uzlaşmaz karakterleri ile bölgede barış ve istikrarı tehdit eden özellikler taşımaktadırlar. Balkanlarda milliyetçiliğin aşılması AB'nin büyük ölçüde AB'nin çabaları sonucunda mümkün olmuştur. 2014 yılında Sırbistan ile müzakerelerin başlaması, sadece bu ülkede değil diğer ülkelerdeki Sırp-lar arasında bile milliyetçilik sonrası dönemin kapısını aralamıştır. Bosnalı Hırvatların anavatan kabul ettikleri Hırvatistan'a katılma yönündeki eğilimler, 2013 yılında Hırvatistan'ın AB'ye katılması ve Bosna Hersek'in Batılı uluslararası örgütlerle ilişkilerini sıkılaştırması sonucunda ivme kaybetmiştir.

Makedonya milliyetçiliği bakımından dönüm noktası ise yine AB katkısı ile imzalanan Ohrid Anlaşması olmuştur (Framework Treaty, 2001). Bu anlaşma ile ülke içerisinde yaşayan Arnavutların yönetime katılmaları, bir yandan Arnavut ayrılıkçı eğilimleri zayıflatmış, öte yandan Makedon milliyetçiliğini daha rasyonel bir yaklaşım içerisine girmesine neden olmuştur. Kosova Arnavutları arasında yaygın olan Büyük Arnavutluk düşüncesi ise Ohrid Anlaşması ve Ahtisaari Planı nedeniyle cezbedici etkisini yitirmiştir. Netice olarak AB'nin Batı Balkanlara yönelik olarak ortaya koyduğu politikalar ve bölge ülkeleri bakımından ayırım yapmadan AB stratejsinin ortaya konulması, etnik ve hegemonyacı milliyetçiliğin güç kaybetmesi ile sonuçlanmıştır. AB'nin kendi içerisinde gelecek perspektifinin belirsizliği, ekonomik sıkıntılar, Schengen bölgesindeki problemler, mülteci sorunu, yabancı düşmanlığı ve İslamofobinin güçlenmesi, marjinal veya aşırı milliyetçi siyasal partilerin kamuoyu desteğini arttırması gibi bir düzineye yakın sorun ile karşı karşıya kaldığı bir dönemde Batı Balkanlarda 1990'lı yıllardan beri takip ettiği “sopa ve havuç politikası”, en azından bölgenin gelecek hedefine yönelmesi ve siyasal istikrar bakımından olumlu netice vermiştir. Bu sebeple AB sadece üyeleri bakımından değil, aynı zamanda Batı Balkan Devletleri için de barış projesi işlevi gördüğünü söylemek abartı sayılmamalıdır.

Sonuç

Batı Balkan coğrafyasında Yugoslavya'nın dağılmasından sonra çatışmaların yayılmasına uygun bir zemin bulunuyordu. Zira Yugoslavya'yı oluşturan federe birimlerin sınırlarının uluslararası sınır haline gelmesi ile sorun çözüme kavuşturulmuş olmuyordu. Bir yanda ulus oluşturma öte yandan devlet oluşturma projelerinin devam ettiği koşullarda, sınırlar içerisinde yaşayan azınlıklar ve dış dünyadaki akraba topluluklar yeni çatışmalara kaynak teşkil ediyordu. Bu genel çerçeve içerisinde bölgede siyasal istikrarı ve barışı tehdit eden en önemli ideoloji milliyetçilik akımı olmuştur. Sırp-lar, hegemonyacı Sırp milliyetçiliği ve Hırvatlar ayrılıkçı milliyetçilik düşüncesinin peşine düşmüşlerdir. Arnavutları ve Makedonları heyecanlandıran projeler ise Büyük Arnavutluk ütopyası ve Tarihsel Makedonya olmuştur.

1990'lı yıllarda bir yandan kendi aralarında çatışma yaşayan, öte yandan yeni dünya koşullarına kendini uyarlamaya çalışan Batı Balkan devletlerini çatışmalardan uzaklaştıran ve tek bir hedefe yönlendiren proje AB üyeliği olmuştur. Batı Balkan devletleri için AB perspektifi, tam üyelik hedefi ortaya konulmuştur. Batı Balkan ülkelerinde demokrasi teşviki, sınırların değişmezliği, hukuk devleti ve piyasa ekonomisini güçlendiren reformlara destek sağlanmıştır. Özellikle Batı Balkanlarda barış antlaşmaları ile kurulan sistemin desteklenmesi, Güneydoğu Avrupa İstikrar Paktı, Selanik zirvesi kararları, bölge ülkelerinin AB ile ilişkilerinde önemli dönüm noktaları olmuştur. Batı Balkan devletleri geleceklerini AB'de gördükleri için, çatışma potansiyelini tırmandıran milliyetçi ütopyaları geri planda bırakmışlardır. AB'nin Batı Balkanlara yaptığı en büyük katkı, barış ve istikrarın takviye edilmesi ve kalıcı hale getirilmesi olmuştur.

Bugüne kadar Batı Balkan ülkelerinden sadece Hırvatistan 2013 yılında AB'ye katılmıştır. Halen müzakerelere sürdüren ülkeler olan Karadağ ve Sırbistan'ın 2025 yılında AB'ye katılması beklenmektedir. Yunanistan'ın engellemeleri nedeniyle AB sürecinde ilerleme sağlayamayan Makedonya'nın isminin Kuzey Makedonya olarak değiştirilmesi nedeniyle bu ülkenin AB ile ilişkilerinde önümüzdeki dönemde hızlanma beklenmektedir. Arnavutluk aday ülke konumundadır ve henüz müzakerelere başlamamıştır. Bosna Hersek ve Kosova'nın AB ile ilişkileri ise içeriden ve dışarıdan kaynaklanan sebeplerle istenen seviyede değildir. Bununla birlikte adı geçen ülkelerde AB perspektifi topluma ve ekonomiye ve cazibe merkezi olma özelliğini korumaktadır. Netice olarak, AB bütünleşme hareketinin sadece Batı Avrupa ülkeleri bakımından değil, aynı zamanda Batı Balkanlar için de barış projesi işlevi görmüştür. Batı Balkan ülkeleri milliyetçi ideolojileri geri planda bırakarak AB üyeliği hedefine yönelmişlerdir. Bu durum da Balkan coğrafyasında barış ve istikrarı güçlendirmiştir.

BİBLİYOGRAFYA

Ardolic, Mimoza (2009), *Greater Albania- The Next Crisis in the Balkans?*, Vaxjö University Publication, Sweden.

Conclusions of the Presidency (1993), European Council in Copenhagen, June 21-22 1993

Council of the European Union (2003), Presidency Conclusions – Thessaloniki European Council: 19 – 20 June, Brussels: Council of the European Union.

Demirtaş, Birgül (2018), “AB'nin Dönüştürücü gücü ve Batı Balkanlarda Demokratikleşme Süreci: Başarılanlar ve Başarılamayanlar”, *Hukuki, siyasi ve İktisadi Yönleriyle Avrupa Bütünleşmesinde Son Gelişmeler ve Türkiye-AB İlişkileri*, , Senem Baykal ve diğerleri (eds), ATAUM Yayınları, Ankara 2018.

EHT Zurich, “The Western Balkan Between Europa and Asia”, *CSS Analysis in Security Policy*. Zürich.

Erhart, Hans-Georg (1999), “ Prevention and Regional Security: The Royaumont Process and the Stabilization of South-Eastern Europe”, OSCE Yearbook 1998, <https://ifsh.de/file-CORE/documents/yearbook/english/98/Ehrhart.pdf> (Erişim: 28 Ekim 2019).

Framework Treaty (2001), Ohrid Framework Treaty https://peacemaker.un.org/sites/peacemaker.un.org/files/MK_010813_Framework%20Agreement%20%28Orhid%20Agreement%29.pdf

Karlık, Rıdvan (2015), Avrupa Birliği'nin Balkanlara Genişlemesi: Balkan Ülkelerine Üyelik Perspektifi, <http://avekon.org/papers/1163.pdf>. (Erişim: 16 Eylül 2019).

NATO Information (2019), Montenegro Joins NATO as 29th Ally, https://www.nato.int/cps/en/natohq/news_144647.htm (Erişim: 30 Ekim 2019).

Pesic, Vesna (1996), *The Serbian Nationalism and the Origins of Yugoslav Crisis*, United States Institute of Peace Publication, New York.

Radan, Peter (1997), “The Badinter Arbitration Commission and the Partition of Yugoslavia”, *Nationalities Paper*, Vol.25, Issue 3, pp. 537-557

Sorovic, Mira, (2019), “Republic of North Macedonia- A New Country in the Western Balkans”, *RCS*, Vol. 11, Issue 3, pp. 87-107.

Şeşelj, Vojislav (2011), *The Ideology of Serbian Nationalism*, Serbian Radical Party Publication, Beograd

Ulger, İrfan Kaya (2015), *Yugoslavya Neden Parçalandı*, Umuttepe Yayınları, Kocaeli

UN, *Minority Rights- International Standards and Guidance for Implementation*, New York, 2010.

Vurmo, Gjergji, (2018) “The Western Balkans' EU Dream: Ambition Call for a New Process”, *CEPS Paper*, Brussels.

Wayne S. Wucinich, “Nationalism and Communism”, *Contemporary Yugoslavia*, Wayne S. Wucinich (ed), University of California Press, 1969, s. 237

Worldfactbook (2019), Countries and International Organisations, <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/> (Erişim: 15 Ekim 2019).

OECD ÜLKELERİNİN KÜMELEME ANALİZİ İLE SAĞLIK DURUM GÖSTERGELERİNE GÖRE SINIFLANDIRILMASI

Şah Aslı Karataş

Gebze Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 41400, Gebze/Kocaeli
sakaratas2018@gtu.edu.tr

Doç. Dr. Mümtaz Karataş

Milli Savunma Üniversitesi, Deniz Harp Okulu, Endüstri Mühendisliği Bölümü, 34940, Tuzla/İstanbul
mkaratas@dho.edu.tr

Doç. Dr. Mehmet Şahin Gök

Gebze Teknik Üniversitesi, İşletme Fakültesi, 41400, Gebze/Kocaeli
sahingok@gtu.edu.tr

Özet

Bu çalışmada Türkiye'nin de dahil olduğu Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (Organisation for Economic Co-operation and Development-OECD) ülkelerinin 2017 yılı temel sağlık göstergeleri değerlerine göre göreceli performans analizi yapılması amaçlanmıştır. Bu maksatla, öncelikle 36 OECD ülkesine ait 15 farklı sağlık göstergesi belirlenmiş ve 2017 yılına ait istatistiki veri toplanmıştır. Değerlendirmeye alınan göstergeler arasında; beklenen yaşam süresi, anne ve bebek ölümleri sayısı, morbidite sayısı, algılanan sağlık durumu (yaşa ve cinsiyete göre, sosyo-ekonomik duruma göre), bebek sağlığı, aşılanma, sağlık harcamaları, sağlık çalışan sayısı, vb. kriterler bulunmaktadır. Daha sonra, k-ortalama kümeleme algoritması kullanılarak ülkeler kümeleme analizine tabi tutulmuştur. Yapılan analiz kapsamında, OECD ülkeleri arasında Türkiye'nin bulunduğu grup belirlenmiş, detaylı performans değerlendirmesi yapılmış ve performansı artırmaya yönelik tavsiyelerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: OECD, sağlık göstergesi, kümeleme analizi.

CLASSIFICATION OF OECD COUNTRIES WITH RESPECT TO HEALTH STATUS INDICATORS VIA CLUSTER ANALYSIS

Abstract

In this study, we aim to compare the performances of the Economic Cooperation and Development Organization (OECD) countries, of which Turkey is a member of, with respect to their basic health indicators for year 2017. For this purpose, we first define 15 different health indicators for the 36 OECD countries and collect and organize relevant statistical data. Some of the indicators we incorporate into our analyses include life expectancy, maternal and infant mortality, morbidity, perceived health status (by age and gender, socio-economic status), infant status, immunization, health expenditures, number of health workers, etc. Next, using the k-means cluster algorithm, we perform a cluster analysis of countries in scope. In light of this, we identify the cluster that Turkey falls into and carry out additional detailed performance assessment of Turkey. Finally, we discuss possible recommendations for future improvements.

Keywords: OECD, health indicator, cluster analysis.

1. GİRİŞ

Ülkelerin kalkınmışlık ve sosyo-ekonomik gelişmişlik seviyelerinin belirlenmesinde, sağlık alanında gösterilen performansın en az ekonomik, sosyal ve kültürel etmenler kadar önemi bulunmaktadır (Temür ve Bakırcı, 2008). Ülkelerin kullanmakta oldukları sağlık yönetim sistemleri ve bahse konu sistemlerin özellikleri, sağlık sektöründe yapılan harcamaların büyük kısmını oluşturmakta ve dolayısıyla sağlıkla ilgili birçok çıktıyı etkilemektedir. Ülkelerin sağlık performans göstergelerinde kullandıkları sağlık sistem ve hizmet modellerine bağlı olarak önemli farklılıklar ortaya çıkabilmektedir (Daştan ve Çetinkaya, 2015).

Ersöz (2008)'e göre, sağlıklı birey ve sağlıklı bireylerden oluşan bir toplum oluşturmak dünyadaki tüm demokratik sistem ve organizasyonların temel hedeflerindendir. Toplumlardaki gücün, istikrarın, refahın ve mutluluğun temelinde sağlıklı birey ve toplumlar bulunmaktadır. Çetin ve Ecevit (2010)'e göre, sağlık ve eğitim sermayenin iki ana unsurudur ve bu alanlara yapılan yatırımın bireylerin beşeri sermayelerini arttırmada önemli etkisi olduğu söylenebilir. Bu nedenle, insanlara yapılacak olan her türlü yardım kısa ve uzun vade de ekonomiye katkısı olacağı bir gerçektir. Bu nedenle ekonomik olarak gelişmişlik gösteren ülkelere bakıldığında, genelde bu ülkelerin sağlık ve eğitim düzeylerinin yüksek olduğu görülür. Pacáková ve Papoušková (2016)'ya göre, sağlıklı olma bireylerin iş gücü piyasasına katılarak, istihdam ve ekonomik artışından faydalanma fırsatlarını arttırır.

Ülkelerin sağlık göstergeleri ile toplumların sağlık düzeyi, sağlıkta karşılaşılan problemleri ve sağlık yönetim hizmetlerinin etkinliği hakkında yapılacak analizler, bahse konu ülkelerin belirli zaman dilimleri içerisinde göstermiş oldukları değişimlerin ölçülmesi ve karşılaştırmaların yapılmasına olanak sağlamaktadır. Bir başka deyişle, sağlık göstergeleri, bir ülkenin mevcut durumun ortaya konmasına yardımcı olduğu gibi belirli bir periyot içerisindeki değişimleri ve trendleri belirlemek için de kullanılabilir (Alptekin ve Yeşilaydın, 2015). Bu çalışmanın amacı, Türkiye'nin içinde olduğu 36 Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (Organisation for Economic Co-operation and Development-OECD) üyesi ülkenin 2017 yılı performans ölçümünü temel sağlık göstergeleri açısından yapmaktır. Bu maksatla 15 farklı performans ölçütü kullanılarak ülkeler *k*-ortalamalar kümeleme algoritması yardımı ile gruplara ayrılmış ve performansları hakkında çeşitli çıkarımlar yapılmıştır.

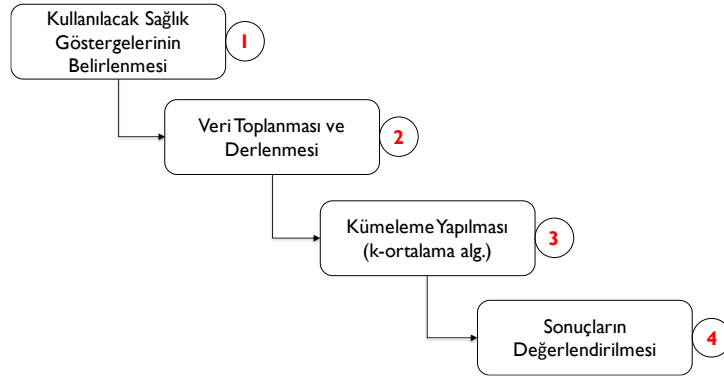
Literatürde, OECD ülkelerinin sağlık performanslarını inceleyen çeşitli çalışmalar bulunmaktadır. Bu çalışmalardan birisi olan Ersöz (2008), OECD ülkelerini seçilmiş sağlık göstergelerini esas alarak kümeleme analizine tabi tutmuştur. Bu kapsamda, ülkelerin 2004 yılı sağlık göstergelerini kullanarak *k*-ortalamalar ve Medoid yöntemleri ile kümeleme yapmıştır. Canser ve Önder (2017) Veri Zarflama Analizi (VZA) ile OECD ülkelerinin 2000 ve 2013 yılı verilerine göre etkinlik analizi gerçekleştirilmiştir. Benzer şekilde, Songur ve ark. (2017), VZA ile OECD ülkelerinin sağlık göstergeleri açısından etkinliklerini değerlendirmiştir. Varabyova ve Müller (2016), OECD ülkelerinin sağlık sistemlerinin karşılaştırılması maksadıyla yapılmış olan çalışmaları içeren bir derleme sunmuştur. Yaptıkları çalışmanın sonucu olarak uluslararası veri tabanlarında yayımlanmak üzere sağlıklı ve güvenilir veri ihtiyacı olduğunu ve bu veri kullanılarak yapılacak karşılaştırma/analizlerin gelecekte önemli rol oynayacağını belirtmiştir. Yukarıda bahsedilen çalışmalardan farklı olarak bu çalışmada OECD ülkelerinin sağlık durum performans göstergelerine göre kümelemeleri önceki çalışmalarda kullanılmamış göstergelerden faydalanılarak 2017 yılına göre yapılacak ve ülkelerin durumları incelenecektir. Çalışmanın ikinci bölümünde analiz metodolojisi, üçüncü bölümde elde edilen sayısal sonuçlar, son bölümde ise sonuçlar ve gelecekte yapılması planlanan çalışmalar özetlenmiştir.

2. METODOLOJİ

Çalışmada kullanılan metodoloji temel olarak 4 adımdan oluşmaktadır (Bkz. Şekil 1). İlk adımda, ülkelerin sağlık performanslarını ölçmede kullanılacak sağlık göstergeleri belirlenmiştir. Bu kapsamda değerlendirmeye alınan 15 gösterge aşağıda verilmiştir:

- Alkol Tüketimi
- Doğurganlık
- Sağlık Harcamaları
- Toplam Hastane Sayısı
- Bağışıklık Seviyesi (Kızamık, Difteri, Tetanoz, Boğmaca)
- Toplam Doğum Sayısı
- Canlı Doğum Oranı (1000 kişi başına)
- Toplam Ölüm Sayısı
- Ortalama Yaşam Süresi
- Yenidoğan Bebek Ölüm Oranı
- Doktor Sayısı

- Doktor Sayısı (1000 kişi başına)
- Nüfus: 65 yaş ve üstü
- Nüfus: 80 yaş ve üstü
- Tüm ölüm nedenleri



Şekil 1. Kullanılan metodoloji adımları

Çalışmanın kapsamında Türkiye'nin de 1961 yılından itibaren kurucu üyesi olarak içinde bulunduğu toplam 36 OECD ülkesi bulunmaktadır. Bu ülkeler: Almanya, Amerika, Avustralya, Avusturya, Belçika, Çek Cumhuriyeti, Danimarka, Estonya, Finlandiya, Fransa, Hollanda, İngiltere, İrlanda, İspanya, İsraill, İsveç, İsviçre, İtalya, İzlanda, Japonya, Kanada, Kore, Letonya, Lüksemburg, Macaristan, Meksika, Norveç, Polonya, Portekiz, Slovak, Slovenya, Şili, Türkiye, Yeni Zelanda ve Yunanistan'dır. Ülkelerin sağlık göstere verilerine, "https://stats.oecd.org/" sayfasında bulunan istatistiki veri tabanına (bkz. Şekil 2) gerekli filtrelemelerin yapılması sonucu ulaşılmış. Çalışmanın üçüncü adımı olarak ülkeler *k*-ortalama kümeleme algoritması kullanılarak kümeleme analizine tabi tutulmuştur. Kümeleme (clustering) bir veri setinde benzer özellik gösteren verilerin gruplara ayrılmasıdır. Aynı grupta yer alan veriler benzer özellik gösterirken, kümeler arası benzerlikler azdır. Dhanachandra ve ark. (2015)'a göre en çok kullanılan kümeleme algoritmasında biri *k*-ortalamlar kümeleme algoritmasıdır. Bahse konu algoritma hiyerarşik kümelemeden daha basit ve sayısal hesaplamada daha hızlıdır. Birden fazla değişken için çalışabilir.



Şekil 2. OECD ülkelerine ait veri tabanı arayüzü ekran görüntüsü

k-ortalamlar kümeleme algoritmasındaki *k* değeri küme sayısını belirler. Bu yöntemde daha başlangıçta belli sayıdaki küme için toplam ortalama hatayı minimize etmek amaçlanır. Bu algoritma

için k tamsayısı ve n noktadan oluşan $X \in \mathbb{R}^d$ veri setinin elimizde olduğunu varsayalım. Aşağıdaki ifadeyi en küçükleyen k elemanlı $C = \{c_1, c_2, \dots, c_k\}$ setini bulmak istiyoruz.

$$\phi = \sum_{x \in X} \min_{c \in C} \|x - c\|^2 \quad (0.1)$$

Algoritma ilk adımda rastgele k adet merkez seçer. Her veri ile merkez noktaları arasındaki uzaklığı hesaplayarak veriyi en yakın merkez noktasına göre bir kümeye atar. Daha sonra her küme için yeniden bir merkez kümesi seçilir ve yeni merkez noktalarına göre kümeleme işlemi yapılır. Bu durum sistem kararlı hale gelene kadar devam eder. Son olarak kümeleme analizi ile elde edilen sonuçlar incelenir ve değerlendirme yapılır.

3. ANALİZ SONUÇLARI

k -ortalamalar kümeleme analizi sonucunda elde edilen sınıflandırmalar sırasıyla $k=2, 3$ ve 4 için Tablo 1, 2 ve 3'te sunulmuştur. Tabloların sol sütunlarında grup numarası, sağ sütunlarında ise o grupta yer alan ülke isimleri yer almaktadır. Gruplar ayrıca farklı renkler ile işaretlenmiştir.

$k=2$ için iki ülke (A.B.D ve Japonya) bir küme, kalan 34 ülke ise ayrı bir küme oluşturmuştur. $k=3$ için A.B.D tek başına bir küme, Türkiye'nin de içinde bulunduğu 9 ülke bir küme ve kalan 24 ülke ise ayrı bir küme oluşturmuştur. Son olarak $k=4$ için yine A.B.D tek başına bir küme, Japonya ve Almanya ikilisi bir küme, Türkiye'nin de içinde bulunduğu 14 ülke bir küme ve kalan 19 ülke ise ayrı bir küme oluşturmuştur.

Tablo 1. $k=2$ için kümeleme sonuçları

Grup	Ülke	Grup	Ülke	Grup	Ülke
2	A.B.D	1	İngiltere	1	Litvanya
2	Japonya	1	İrlanda	1	Lüksemburg
1	Almanya	1	İspanya	1	Macaristan
1	Avustralya	1	İsrail	1	Meksika
1	Avusturya	1	İsveç	1	Norveç
1	Belçika	1	İsviçre	1	Polonya
1	Çek Cum.	1	İtalya	1	Portekiz
1	Danimarka	1	İzlanda	1	Slovakya
1	Estonya	1	Kanada	1	Şili
1	Finlandiya	1	Kore	1	Türkiye
1	Fransa	1	Letonya	1	Yunanistan
1	Hollanda	1	Slovenya	1	Yeni Zelanda

Tablo 2. $k=3$ için kümeleme sonuçları

Grup	Ülke	Grup	Ülke	Grup	Ülke
2	A.B.D	1	Belçika	1	Kore
3	Almanya	1	Çek Cum.	1	Letonya
3	Fransa	1	Danimarka	1	Litvanya
3	İngiltere	1	Estonya	1	Slovenya
3	İtalya	1	Finlandiya	1	Lüksemburg
3	Japonya	1	Hollanda	1	Macaristan
3	Meksika	1	İrlanda	1	Norveç
3	Polonya	1	İsrail	1	Portekiz
3	İspanya	1	İsveç	1	Slovakya
3	Türkiye	1	İsviçre	1	Şili
1	Avusturya	1	İzlanda	1	Yunanistan
1	Avustralya	1	Kanada	1	Yeni Zelanda

Tablo 3. $k=4$ için kümeleme sonuçları

Grup	Ülke	Grup	Ülke	Grup	Ülke
2	A.B.D	1	Hollanda	4	İsveç
3	Almanya	1	Letonya	4	İsviçre
3	Japonya	1	Slovenya	4	İzlanda
1	Fransa	1	Norveç	4	Kanada
1	İngiltere	1	Slovakya	4	İsveç
1	İspanya	4	Avusturya	4	Litvanya
1	İsrail	4	Avustralya	4	Lüksemburg
1	İtalya	4	Belçika	4	Macaristan
1	Meksika	4	Çek Cum.	4	Portekiz
1	Polonya	4	Estonya	4	Şili
1	Türkiye	4	Finlandiya	4	Yunanistan
1	Danimarka	4	İrlanda	4	Yeni Zelanda

4. SONUÇ

Bu çalışmada Türkiye'nin de içinde bulunduğu OECD ülkelerin gruplara göre göstermiş oldukları değişikliklerin belirlenmesi ve mevcut durumun yorumlanması amaçlanmıştır. $k=2$ için; sağlık, eğitim, ekonomik unsurlar başta olmak üzere gelişmişlik gösteren A.B.D. ve Japonya bir küme diğer 34 ülke ise ayrı bir küme oluşturmuştur. $k=3$ için A.B.D. tek başına bir küme iken, Türkiye, Almanya, Fransa, İngiltere, Japonya, Meksika, Polonya, İspanya ile bir küme, diğer 26 ülke ayrı bir küme oluşturmuştur. Son olarak, $k=4$ için yine A.B.D. tek başına bir küme iken çoğu kriter açısından üst seviyede olan Almanya ve Japonya bir küme, Türkiye ise Fransa, Danimarka gibi ülkelerle aynı kümede yer almıştır. Türkiye'nin içinde yer aldığı gruplara bakıldığında orta seviyede bir eğilim göstermesine rağmen, sosyal devlet anlayışı kapsamında yatırımlara önem veren bir ülke olması nedeniyle gelişmiş ülkelerle zaman zaman aynı grupta yer almıştır. Türkiye içerisinde bulunduğu reform sürecinde toplumun eğitim seviyesinin yükseltilmesi, ekonomik istikrarın sağlanması ve sağlık alanında yapmayı öngördüğü mevzuat ve uygulama değişiklikleri ile gelişmiş ülkeler seviyesine ulaşması gerektiği düşünülmektedir. Gelecekte yapılması planlanan çalışmalar kapsamında, bu çalışmanın ülkelerin 1997-2018 arası kümelerdeki değişimini analiz edecek şekilde geliştirilmesi, performansla olumlu ve olumsuz yönde en çok etkisi olan kriterlerin tespit edilmesi ve faktör analizi yardımı ile sadeleştirilmesi hedeflenmektedir.

KAYNAKLAR

- Alptekin, N., & Yeşilaydın, G. (2015). OECD ülkelerinin sağlık göstergelerine göre bulanık kümeleme analizi ile sınıflandırılması. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 7(4), 137-155.
- Canser, B.O.Z., & Önder, E. (2017). Ülkelerinin Sağlık Sistemi Performanslarının Değerlendirilmesi. *Sosyal Güvence*, (11), 24-61.
- Çetin, M., & Ecevit, E. (2010). Sağlık harcamalarının ekonomik büyüme üzerindeki etkisi: OECD ülkeleri üzerine bir panel regresyon analizi.
- Daştan, İ., & Çetinkaya, V. (2015). OECD Ülkeleri ve Türkiye'nin Sağlık Sistemleri, Sağlık Harcamaları ve Sağlık Göstergeleri Karşılaştırması. *SGD-Sosyal Güvenlik Dergisi*, 5(1), 104-134.
- Dhanachandra, N., Manglem, K., & Chanu, Y. J. (2015). Image segmentation using K-means clustering algorithm and subtractive clustering algorithm. *Procedia Computer Science*, 54, 764-771.
- Ersöz, F. (2008). Türkiye ile OECD ülkelerinin sağlık düzeyleri ve sağlık harcamalarının analizi. *İstatistikçiler Dergisi: İstatistik ve Aktüerya*, 1(2), 95-104.
- Sonğur, C., Ahmet, K. A. R., TELEŞ, M., & TURAÇ, İ. S. (2017). OECD Üye Ülkelerinin Sağlık Göstergeleri Açısından Etkinliklerinin Değerlendirilmesi ve Çoklu Uyum Analizi. *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 5(3).
- Temür, Y., & Bakırcı, F. (2008). Türkiye'de Sağlık Kurumlarının Performans Analizi: Bir VZA Uygulaması. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(3), 262.

Varabyova, Y., & Müller, J. M. (2016). The efficiency of health care production in OECD countries: a systematic review and meta-analysis of cross-country comparisons. *Health Policy*, 120(3), 252-263.

İŞLETMELERDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞE MUHASEBE GÖZÜNDEN BAKIŞ

Öğr. Gör. İsmail Kılıçaslan

Kocaeli Üniversitesi, Kocaeli Meslek Yüksekokulu, Muhasebe ve Vergi Bölümü
isokaslan@hotmail.com

Özet

Anne ve babasından bağımsız bir kişiliğe sahip olan bireyler gibi kurucu ortaklarından farklı bir kişiliğe sahip olan işletmelerde de sonsuzluk, sonsuz bir ömür, güzel sağlıklı yaşam, sıkıntısız bir çalışma hayatı beklentileri kaçınılmazdır. Muhasebenin temel kavramları arasında sayılan sosyal sorumluluk kavramı da kişilik ve sonsuzluk kavramları kadar dikkat çekmeye başladı son zamanlarda. Sosyal sorumluluk ; kişilerde -bireyler de olduğu gibi işletmelerde de çevreye karşı olan sorumluluk, topluma ve çevreye zarar vermeyen yatırım seçeneklerinin kullanılması, insan dışındaki canlıların haklarına da saygı olarak tanımlanabilir. Bu çalışmada işletmelerde sürdürülebilirlik kavramı üzerine yapılan çalışmalar ve işin muhasebe boyutu yani işletmelerin mali yapısının etkilenmesi üzerinde durulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilirlik, Muhasebe, Yönetim, Sosyal Çevre

ACCOUNTING PERSPECTIVE ON SUSTAINABILITY IN BUSINESS

Abstract

For individuals who have a personality different from their founding partners, such as individuals who have an independent personality from their parents, the expectations of eternity, an eternal life, a beautiful healthy life, and a troublesome working life are inevitable. The concept of social responsibility, which is considered among the basic concepts of accounting, has also begun to draw attention as much as the concepts of personality and eternity. Social responsibility ; The responsibility towards the environment and the use of investment options that do not harm the society and the environment can be defined as respect for the rights of non-human beings. In this study, the studies on the concept of sustainability in businesses and the accounting dimension of the business, that is to say, affect the financial structure of the enterprises are emphasized.

Keywords: Sustainability, Accounting, Management, Social Environment

GİRİŞ

Anne ve babasından bağımsız bir kişiliğe sahip olan bireyler gibi kurucu ortaklarından farklı bir kişiliğe sahip olan işletmelerde de sonsuzluk, sonsuz bir ömür, güzel sağlıklı yaşam, sıkıntısız bir çalışma hayatı beklentileri kaçınılmazdır. Muhasebenin temel kavramları arasında sayılan sosyal sorumluluk kavramı da kişilik ve sonsuzluk kavramları kadar dikkat çekmeye başladı son zamanlarda. Sosyal sorumluluk; bireyler de olduğu gibi işletmelerde de çevreye karşı olan sorumluluk, topluma ve çevreye zarar vermeyen yatırım seçeneklerinin kullanılması, insan dışındaki canlıların haklarına da saygı olarak tanımlanabilir. Sosyal Devlet ve Modern toplum bilincinin yerleştiği ekonomik sistemlerde; Topluma ve yaşadıkları çevreye karşı sorumluluklarını yerine getirmeyen, doğal kaynakları yok etme pahasına kâr etme fikrini baş tacı yapmış işletmelerin varlıklarını sürdürmeleri uzun vadede söz konusu olmamaktadır. Çünkü sosyal devlet ve modern toplum anlayışı bu tür işletmelerin varlığını sürdürmesine izin vermemektedir.

Sürdürülebilirlik nedir diye araştırıldığında hep mevcut durumun korunarak geleceğe aktarılması gibi tanımlar karşımıza çıkmaktadır. Saban ve arkadaşlarının yaptıkları bir çalışmada (2017) sürdürülebilirlik ; “İngilizce “sustainability” sözcüğünün karşılığı olarak kullanılan sürdürülebilirlik sözcüğünün ifade ettiği anlam ise, daimolma, devamlıolma, süreklilikaretme vb. durumlarlaaçıklanabilir. Sürdürülebilirlik, bu anlamlarının yanısıra isteğe bağlı dışsal bir etkene bağımlılığı da ifade edebilir. Çünkü sürekli olma durumu herhangi bir iradeden bağımsız olarak da

gerçekleşebilirken, sürdürülebilir olma, bütün koşullar uygun olsa bile, bir iradenin bu doğrultuda tercih kullanmasına bağlıdır.” Şeklinde tanımlanmıştır.

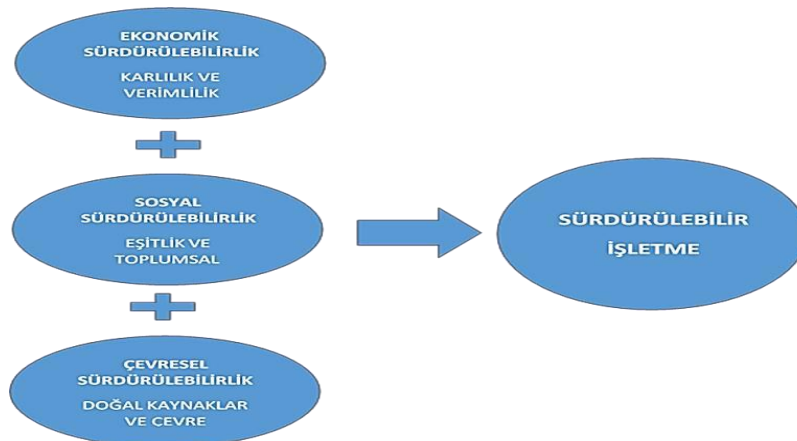
Sürdürülebilirlik işletmelerde çeşitli başlıklar altında sıralanabilir : temel olarak ; ekonomik, sosyal ve çevresel sürdürülebilirlik başlıkları altında toplansa da farklı bakış açılarına göre bu ayrım arttırılabilir. Örneğin işletmelerin sürdürülebilir raporlama, sürdürülebilir finans modelleri, sürdürülebilir kalkınma gibi anlatımlar karşımıza çıkabilmektedir.

Borsa İstanbul tarafından hazırlanan “Şirketler İçin Sürdürülebilirlik Rehberi” adlı çalışmada da belirtildiği gibi ; Gelecek nesillere karşı sorumlulukların yerine getirilerek dünyanın daha yaşanabilir kılınması ise, ancak çevrenin ve insanların yaşam kalitesinin korunması anlayışı ile mümkün olacaktır. Dolayısıyla, sürdürülebilir bir kalkınma için artık finansal bakış açısının yanı sıra sosyal ve çevresel boyutların da dikkate alınması gerekmektedir, bu da uzun vadeli yaklaşımları zorunlu kılmaktadır. Kısa vadeli ve yalnızca kâr odaklı olan yaklaşımların uzun vadede sürdürülemez olduğu ve bu tür yaklaşımların toplumdan da tepki göreceği açıktır.

Sürdürülebilir kalkınma modeli, adından da anlaşılacağı gibi oldukça uzun dönemli bir bakış açısı getirmek suretiyle, küresel ekonomide, gerek bugünün insanların ihtiyaçlarına cevap verebilecek, gerekse gelecekte insanların ihtiyaçlarını da garantiye alacak bir denge oluşturmayı amaçlamaktadır (Sönmez, 2004: 476).

Sürdürülebilirlik kavramının muhasebe ile ilişkilendirilmesinde genelde işletmelerin gelecek adına yaptıkları yatırımların hesap vereceği gruplar tarafından görülebilmesini hedefler. Muhasebe’nin hesaplama ve ilgililere bu hesapların sonuçlarını özetleyerek tablolar halinde sunma fonksiyonu özellikle sürdürülebilirlik adına yapılan yatırımların tablolarda gösterilmesi ve tabii ki bu işletmeye yatırım yapmayı planlayan yatırımcı firmalar açısından son derece önemli hale gelmiştir. Artık, şirket değerlendirme kriterlerine ekonomik performansın yanı sıra sosyal ve çevresel performansları da eklenmektedir.

Saban ve arkadaşlarının yaptıkları ve İstanbul Bilim Dergisi’nde yayınlanan bir çalışmalarında (2017), Kurumsal sürdürülebilirlik; iki temel özelliği içinde barındırır. Birincisi, yeni bir iş yapma modeli önerir. İkincisi, şirketlerin sadece şu andaki kendi kazanımlarına değil, geleceğe yatırım yapmasını da gerektirir (Tokgöz ve Önce, 2009,252). Yine aynı çalışmada Üç boyuttan iyi uygulamaları gerçekleştirdiği zaman sürdürülebilir işletme yolunda ilerleme kaydedilecektir (Torun ve Yılmaz, 2009, 49). Kurumsal sürdürülebilirlik boyutları şekil 1’de gösterilmiştir.



Şekil 1: Kurumsal Sürdürülebilirlik Boyutları ve Sürdürülebilir İşletme

Bu çalışmanın bakış açısını oluşturan sürdürülebilirlik kavramının muhasebe gözünden irdelenmesinde temel mantık yapılan çalışmaların raporlanmasına dönmektedir. Muhasebe bakış

açısında genel yapılan harcamaların kayıt altına alınması ile başlayan süreçte gelen belgeye göre işin nevi belirleneceği muhakkaktır.

Bazı araştırmalarda yapılan harcamalar çevre muhasebesi adı altında incelenirken bazı çalışmalar olayı isimlendirmeden direk olarak kayıt altına alma yolunu tercih etmiştir. İşin doğrusu mutlaka tekdüzen hesap planı çerçevesinde ve tam açıklama kuralı eşliğinde yapılan raporlamalardır.

Yapılan harcamaların yorumlanması kısmında da bazılarının için üretilen malın maliyetine etkisi anlamında Maliyet Muhasebesi, bazılarının için geleceğin planlanması anlamında Yönetim Muhasebesi, bazılarının göre ise sadece raporlanma anlamında Genel Muhasebe (Finansal Muhasebe) tarafından konu edilmeye çalışılmış ve bu alanlara yönelik çalışmalar yapılmıştır.

Muhasebeciler ya da yöneticiler tarafından nasıl görünürse görünsün artık piyasaların, yatırımcıların, müşterilerin... vb işletmelere bakış açılarındaki aşırı derecede gözle görülebilir değişikliklerin olduğu mutlaklıdır. Mesela artık işletmelerin sadece kendi kar maksimizasyonu yerine kazan-kazan ilkesi daha tutarlı hale gelmiştir. Artık işletmelerden daha fazla duyarlı olması beklenmekte hatta çevreye, doğal hayata yatırım yapan işletmelerin ürünleri daha çok tutulur hale gelmiştir.

Ülkemizde 2013 yılında Borsa İstanbul liderliğinde “Sürdürülebilirlik Platformu” oluşturulmuştur. Platform üyeleri : Sermaye Piyasası Kurulu, Borsa İstanbul, Türkiye Bankalar Birliği, Türkiye SermayePiyasaları Birliği, Türkiye Kurumsal Yönetim Derneği, İş Dünyası ve Sürdürülebilir Kalkınma Derneği, UN Global Compact Türkiye, CDP Türkiye, TÜYİD-Yatırımcı İlişkileri Derneği, Türk Sanayicileri ve İş Adamları Derneği ve Sürdürülebilirlik Akademisi’dir. Avrasya Borsaları Federasyonu (FEAS) ise Platforma gözlemci statüsü ile üyedir.

Bu ve benzer çalışmalar ile işletmelerin sürdürülebilirlik konusuna dikkatleri çekilmeye çalışılmakta ve daha güzel, daha verimli, daha çevreci işletmelerin olduğu dönemlere doğru çalışmalar yapılmaktadır.

KAYNAKÇA

- Borsa İstanbul (2014). Şirketler İçin Sürdürülebilirlik Rehberi, <http://www.borsaistanbul.com/data/kilavuzlar/surdurulebilirlik-rehberi.pdf> (01.12.2015)
- GRI, Global Reporting Initiative Guideline G3 Sürdürülebilirlik Raporlaması İlkeleri, <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Turkish-G3-Reporting-Guidelines.pdf> (24.02.2016)
- GRI, Global Reporting Initiative Guideline G4 Sürdürülebilirlik Raporlaması Kılavuzu “Raporlama İlkeleri ve Bildirimler” <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Turkish-G4-Part-One.pdf> (12.02.2016).
- Karğın, S. Aracı, H. Aktaş, H. (2013), Entegre Raporlama: Yeni Bir Raporlama Perspektifi, *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi*, 6(1):27-46.
- Kuşat, N. (2012). Sürdürülebilir İşletmeler İçin Kurumsal Sürdürülebilirlik ve İçsel Unsurları, *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF Dergisi*. XIV(II): 227-242.
- Saban, Metin, H.Küçük, M.Küçük (2017), Kurumsal Sürdürülebilirlik İle İlgili Raporlama Çerçevesi Ve Sürdürülebilir Raporlamada Muhasebenin Rolü, *İşletme bilim dergisi*,
- ULUSAN, Hikmet, “Çevresel Raporlama Rehberleri ve İşletme Çevresel Raporlarında Açıklanması Gereken Bilgiler”, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakülte Dergisi*, C.14, S.2, s.181-206, 2009.
- KASAPOĞLU, Şule, Belediyelerde Çevre Muhasebesi Uygulaması, Yüksek Lisans Tezi, *Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya*, 2003.
- TAŞDEMİR, Vahdi, “İşletme-Çevre İlişkilerinin Muhasebe Açısından Raporlanması” *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara*, 2011.

HASTANE ÖNCESİ ACIL SAĞLIK HİZMETLERİNDE PSİKOSOSYAL DESTEK

Dr. Öğr. Üyesi Hüsnünur Aslantürk

Kocaeli Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Sosyal Hizmet Bölümü
husnunuz@yahoo.com

Özet

Bu çalışma, hastane öncesi acil sağlık hizmetlerinde psikososyal destek ihtiyacının belirlenmesi ve bu ihtiyacın karşılanmasında tıbbi sosyal hizmet uygulamalarının hastane öncesi sağlık hizmetlerine sağlık hizmetlerine entegre edilmesinin gerekliliğini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Hastane öncesi acil sağlık hizmetleri; acil yardım gereksinimi olan bireylere ilk müdahalenin yapılarak hastaneye güvenli bir şekilde ulaştırılmalarını içermektedir. Son yıllarda hastane öncesi acil sağlık hizmet ağının büyümesi, ambulans ve personel sayısının gün geçtikçe artması, acil sağlık hizmetleri için önemli birer gelişme parametresi olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu sistemin gelişmesi ve büyümesi beraberinde hizmet kullanıcıların ve personelin yaşadığı sorunların çeşitlenmesine, sadece fiziksel tedavi ihtiyacı nedeniyle başvurulara psikososyal destek ihtiyacı nedeniyle yapılan başvuruların da eklenmesine neden olmaktadır. 112 acil çağrı merkezine yapılan ihbarlarda yalnızlık hissi, sosyal kurumlarla ilişki kurma isteği ya da ihtiyacı, ölüm korkusu, sosyalleşme isteği, alkolizm, tekrarlayan intihar girişimi gibi psikososyal etmenlere bağlı olarak gerçekleşen çağrılar da gün geçtikçe artmaktadır. Bu durum psikososyal destek ihtiyacına cevap verecek yapılandırılmış bir hizmet modeli olmayan hastane öncesi acil sağlık hizmetleri üzerinde önemli bir baskı ve yük oluşturmaktadır. Bu çerçevede bireyin sosyal işlevselliğinin sağlanmasını odak alan sosyal hizmet uygulamalarının hastane öncesi acil sağlık hizmetlerinde yer aldığı tıbbi sosyal hizmet müdahale sisteminin kurulmasına ihtiyaç duyulmaktadır. Kurulacak bu müdahale sistemi ile hem sürekli olarak travmatik olaylara maruz kalan ambulans çalışanlarının ihtiyaç duydukları psikososyal desteğin sağlanması, hem de psikososyal nedenlere bağlı olarak yapılan acil çağrıda bulunan hizmet kullanıcıların psikososyal ihtiyaçlarının karşılanmasına ve dolayısıyla da gereksiz çağrılarının önüne geçilmesi sağlanabilecektir.

Anahtar Kelimeler: Hastane öncesi acil sağlık, tıbbi sosyal hizmet, psikososyal destek.

PSYCHO-SOCIAL SUPPORT IN PRE-HOSPITAL EMERGENCY HEALTH SERVICES

Abstract

This study aims to determine the need for psychosocial support in pre-hospital emergency health services and to integrate medical social work practices into pre-hospital health services in order to meet this need. Pre-hospital emergency health services; emergency response to individuals in need of the first intervention and the safe transportation to the hospital. In recent years, the growth of the pre-hospital emergency health service network, increasing the number of ambulances and staff are emerging as important development parameters for emergency health services. The development and growth of this system, together with the diversification of the problems experienced by service users and personnel, leads to the addition of applications made only because of the need for physical therapy to the applications for the need for psychosocial support. The calls made to 112 emergency call centers are increasing day by day due to psychosocial factors such as feeling of loneliness, desire or need to establish relations with social institutions, fear of death, desire for socialization, alcoholism, repeated suicide attempts. This poses a significant pressure and burden on pre-hospital emergency health services, which do not have a structured service model to address the need for psychosocial support. In this context, it is necessary to establish a medical social work intervention system in which the social work interventions focusing on the social functionality of the individual are included in the pre-hospital emergency health services. With this intervention system, it will be possible to provide the psychosocial support needed by ambulance workers who are constantly exposed to traumatic events, and to meet the psychosocial needs of service users who make emergency calls due to psychosocial reasons and thus to prevent unnecessary calls.

Keywords: Pre-hospital emergency health, medical social work, psychosocial support.

GİRİŞ

Dünya Sağlık Örgütü tarafından, sağlığın sadece hastalık durumunun olmayışı anlayışından uzaklaşarak sağlığı fiziksel, ruhsal ve sosyal unsurları da kapsayacak şekilde tanımlanmasıyla birlikte, bu bütüncül bakış açısının yansımaları tüm sağlık hizmetlerinde görülmeye başlanmıştır. Hastalık ya da rahatsızlık durumunun sadece organizmada meydana gelen bir aksaklıktan ziyade sosyal bir durum olarak görülmesi (Turner, 1987; Akt. Kasapoğlu, 1999), bu sosyal durumu da içine alacak bir anlayışın ve bu anlayışın sonucu olarak sağlık alanında farklı müdahalelerin habercisi olmuştur. Biyopsikososyal sağlık anlayışı olarak adlandırılan bu yaklaşımda (Baltaş, 2000), genel olarak tedavinin, tıbbi boyutun yanında psikososyal unsurları da içine alacak şekilde genişlediği görülmektedir.

Sağlık konusunda biyomedikal modelden biyopsikososyal modele doğru gerçekleşen bu dönüşümün en önemli çıktılarında biri sağlık hizmetlerinin multidisipliner bir ekip tarafından sunulması esasının yerleşmesidir. Bu ekip içinde sağlığın psikolojik ve sosyal boyutuna ilişkin uygulamaların farklı sağlık profesyonelleri tarafından da desteklenmekle birlikte, temelde psikologlar ve sosyal hizmet uzmanları tarafından gerçekleştirildiği görülmektedir. Sağlık alanında istihdam edilen bu meslek profesyonelleri sağlık sunumunun tüm aşamalarında yer alarak, sağlığın psikososyal unsurları üzerinde birebir uygulamada çalışmaktadırlar. Sosyal hizmet mesleği açısından sağlık alanındaki istihdam verilerine bakıldığında, 2015 yılında 1007 olan sağlık alanında sosyal hizmet uzmanı istihdamının (Bekiroğlu, 2016), 2018 yılına gelindiğinde 1453'e ulaştığı görülmektedir (Özkan, 2018). Önemli bir insangücü olarak değerlendirilebilecek bu sayının çoğunlukla hastanelerde istihdam edildiği dikkat çekmektedir. Sağlık hizmetlerinin sunumu genel çerçevede birinci, ikinci ve üçüncü basamak sağlık hizmetleri olarak ayrıştırılan koruyucu ve önleyici, tedavi edici ve rehabilite edici sağlık hizmetleri temelinde sunulmaktadır. Tedavi edici sağlık hizmetlerinin genellikle hastane temelli olarak gerçekleştirildiği ve tedavi sürecinin zihinlerimizde hastaneye ulaşılması ile başladığı söylenebilir. Ancak günümüzde tedaviye ilişkin sağlık hizmetleri sunumunun hastane öncesinden başladığı görülmektedir.

Hastane öncesi acil sağlık hizmetleri toplum sağlığının vazgeçilmez bir bileşeni ve sağlık sektörünün önemli bir parçasıdır. Ambulans hizmetlerinin yüksek kalitede sunulması, hizmet sunucuları ve hizmeti kullanıcıları açısından çok önemlidir. Hizmet kalitesinin artırılmasında psikososyal faktörleri de kapsayacak şekilde bütüncül bir modelin büyük katkısının olacaktır. Bu çerçevede sağlık çalışanlarının ve hizmet kullanıcıların hastane öncesi acil sağlık hizmetleri temelinde ihtiyaç duydukları psikososyal destek ihtiyacının belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu ihtiyaca yönelik müdahale önerileri sosyal hizmet disiplininin müdahale yöntemleri çerçevesinde ele alınmış, dolayısıyla psikososyal destek ihtiyacı sosyal hizmet perspektifinden değerlendirilmiştir.

HASTANE ÖNCESİ ACIL SAĞLIK HİZMETLERİNDE PSİKOSOSYAL DESTEK

Acil sağlık genel olarak değerlendirildiğinde ani gelişen ve müdahale edilmesinin aciliyet gerektirdiği sağlık koşulları olarak ele alınabilir. Sağlık Bakanlığı'nın Acil Sağlık Hizmetleri Yönetmeliği'ne göre acil sağlık "acil hastalık ve yaralanma hallerinde, konusunda özel eğitim almış ekipler tarafından, tıbbi araç ve gereç desteği ile olay yerinde, nakil sırasında, sağlık kurum ve kuruluşlarında sunulan tüm sağlık hizmetlerini" kapsamaktadır. Acil sağlık hizmeti sağlık profesyonelleri tarafından, hastane bünyesinde yer alan acil servislerde, yoğun bakım servisinde ya da herhangi bir serviste verilebileceği gibi, hastane dışındaki ortamlarda 112 ambulansları tarafından da (Tabak, 2007), diğer bir ifade ile hastane öncesi sağlık hizmetleri kapsamında da verilebilir.

Hastane öncesi acil sağlık hizmetleri ise; acil durumlarda sağlık personeli tarafından uygulanan acil müdahale ile en kısa zaman zarfında ve uygun koşullar altında hastanın hastane bünyesinde yer alan acil servislerine ulaştırılmasını sağlayan ambulans hizmetlerini kapsar (Şişman, 2010). Acil durumlar aniden ortaya çıkan hastalıklar, kazalar, yaralanmalar ve benzer durumları kapsamaktadır. Ambulans hizmetleri acil durumlarda kritik öneme sahip olup, insanların acil durumlarda sağlık hizmetlerine hızlı ve kolay ulaşım sağlayabilmesi toplumun önemli beklentilerinden biridir.

Hastane öncesi sağlık hizmetlerinin geçmişine bakıldığında Türkiye'de daha önce çeşitli uygulamaları olmasına karşın 1994 yılından itibaren ise hastane öncesi acil sağlık hizmetleri 112 Acil Sağlık

Hizmetleri adı altında sunulmaya başlanmasıyla ülke çapında yaygınlaştırılmıştır (Erbay, 2017). Günümüze gelindiğinde ise büyük bir hastane öncesi acil sağlık sistemi ağının oluşturulduğu bilinmektedir. Sağlık İstatistikleri Yıllığı (2018)'na göre 2017 yılında 2.618 olan 112 Acil yardım İstasyonu sayısının 2018 yılına gelindiğinde 2.735'e yükseldiği, diğer bir ifade ile bir yılda %4,5 arttığı görülmektedir. Acil Yardım ambulans sayısının ise 2018 yılı itibarıyla 4.910 olduğu anlaşılmaktadır.

Türkiye'deki uygulamada acil ambulans ekibi en az üç kişiden oluşmaktadır. Bir hekim veya paramedik ya da konuyla ilgili eğitimleri tamamlamış acil tıp teknisyeninin yanında bir başka sağlık personeli ve şoförden oluşan bir ekip görev yapmaktadır. 7/24 esasına göre hizmet sunumunu esas alan bu sistemde acil duruma ilişkin ihbardan başlayarak acil yardım, taşıma ve acil servis ve tedavi ile devam eden bir hayat kurtarma zinciri uygulanmaktadır (Aksoy ve Ergün, 2002).

Hastane öncesi acil sağlık hizmetlerinde psikososyal destek ihtiyacını iki ana başlık altında ele almak mümkündür:

1. Hizmet kullanıcıların psikososyal destek ihtiyacı: Temel odağı hayat kurtarmak olan bu sistemde acil çağrılar birçok farklı nedenden dolayı gerçekleşebilmektedir. Sadece tıbbi müdahaleyi gerektiren durumların ya da olayların yanında psikososyal müdahaleyi gerektiren kriz durumlarının da yaşandığı görülmektedir. Özellikle intihar girişimi, fiziksel, psikolojik ya da cinsel istismara maruz kalma ve sağlık tedbirlerinin uygulanması gibi nedenler tıbbi müdahaleyle beraber psikososyal destek ihtiyacının da ön planda olduğu durumlar olarak ön plana çıkmaktadır. Acil servis başvurularının bir bölümünün hastane öncesi acil sağlık hizmetlerinden yararlanarak acil servisten faydalandığı düşünüldüğünden benzer hasta profilinin ve benzer ihtiyaçlarının olduğu varsayılabilir. Yıldırım ve Başer (2019) tarafından acil servis tıbbi sosyal hizmet müdahaleleri ve müracaatçı profili ile ilgili yapılan bir çalışmada acil servise başvuruda bulunan hasta profilinde kadına yönelik şiddet vakaları, yaşlı istismarı, adolesan gebeler, istenmeyen gebelikler, ter bebekler, çocuk ihmal ve istismarı, intihar, kayıp, yas vakaları psikososyal destek ihtiyacı içinde bulunan ve sosyal hizmet mesleğinin çalışma alanına giren vakalar olarak belirlenmiştir.
2. Personelin psiko-sosyal destek ihtiyacı: Personel açısından değerlendirildiğinde hastane ortamı dışında bir alanda, herhangi bir güvenlik hizmetinden yoksun olarak acil sağlık hizmeti vermek fiziksel, ruhsal ve cinsel saldırıya maruz kalma riskini arttırmaktadır. Literatürde hastane öncesi sağlık çalışanlarının şiddete maruz kalma durumu ile tükenmişlik arasında ilişki olduğuna ilişkin çalışmalar bulunmaktadır (Avcı Balcı, 2014). Hasta ve çalışan güvenliği ile ilgili olarak İzmir 112 Acil Sağlık hizmetlerinde görevli personel ile yapılmış bir çalışmada yönetim desteğinin ve kişisel koruyucu ekipman kullanımının çalışanların kendini güvende hissetmesini etkileyen faktörler arasında olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Gül, 2012). Aynı zamanda iş stresi de önemli bir psikososyal risk faktörü olarak değerlendirilmektedir. Hastane öncesi acil sağlık hizmetleri personeli açısından değerlendirildiğinde iş stresörleri sorumlulukların fazla olması, trafik, düşük ücret, hava durumu (aşırı sıcak-soğuk), yönetsel sorunlar, uzun ve vardiyalı çalışma, kızgın ve kargaşa çıkaran vatandaşlar, kısıtlı zamanda acil bakımı verme, güven eksikliği, işyerinde tarafsız olabilmeme şansı, onaylanma eksikliği, kariyer sınırlılığı, küfürbaz hastalar ve tehlikeli durumlar, kritik ve ölen hastalar (Bledsoe, Porter ve Shade, 1997; Akt. Yenal, 2010) olarak sıralanabilir.

Hastane öncesi acil sağlık hizmetleri doğası gereği aniden gelişen birçok farklı durum sonucunda ortaya çıkabilecek bir sağlık hizmeti ihtiyacını barındırdığı için bir kriz durumu olarak ele alınabilir. Bu kriz durumunu yaşayan ve o durumun içinde olan hizmet kullanıcıları kadar bu duruma müdahale eden sağlık personeli de bu süreçten etkilenmektedir. Genel olarak ani ve beklenmeyen bir durum karşısında bireylerin duygusal zorlanma sonucunda kriz durumu yaşamaları olasıdır. Kriz durumu herhangi bir olay ya da durumla karşılaşıldığında kişinin hali hazırdaki kaynaklarını, baş etme mekanizmalarını aşması ve başa çıkılamayan güçlükte algılanması (James ve Gilliland, 2012) olarak tanımlanmaktadır. Kriz kavramının tarihine bakıldığında ilk olarak Lindemann ve Caplan tarafından kullanıldığı ve 1960'lı yıllardan beri sosyal hizmet alanında literatüründe de yer almaya başladığı görülmektedir (Turan, 2012). Krize müdahale sürecinde bireyin mevcut durumdan önceki

fonksiyonelliğine dönmesi amaçlanır ve kısa süreli bir müdahale esastır (Aktaş, 2002). Uygulamada hastanelerin acil servislerinde başlatılan krize müdahale sürecinin hastane öncesi acil müdahaleye taşınmasının hizmet kullanıcıların psikososyal destek ihtiyacını doğal çevrelerinden ya da kriz durumunun başlangıç yerinden itibaren başlatma olanağı sağlaması açısından önem taşımaktadır.

Eaton ve Roberts krize müdahale ile ilgili olarak yedi aşamalı bir müdahale yöntemi önermişlerdir. Sosyal hizmet alanında sıklıkla uygulama imkanı bulan bu yöntemin aşamaları şu şekilde sıralanabilir (Roberts, 2005; Eaton ve Roberts, 2009; Aktaran Teater, 2015):

1. Aşama: Planlama, kriz yönetimi ve biyopsikososyal değerlendirme
2. Aşama: Uyum ve bir ilişki kurma
3. Aşama: Mevcut problemin boyutlarını tanımlama
4. Aşama: Duygu ve hisleri keşfetme
5. Aşama: Alternatif üretme
6. Aşama: Bir müdahale planı geliştirme
7. Takip planı ve anlaşma

Bu süreçte kriz durumunun başlangıcından itibaren ele alınarak her duruma uygun müdahalenin planlanarak uygulanmasını içeren bir anlayış hakimdir. Hastane öncesi acil sağlık hizmetlerine entegre edilecek psikososyal destek ile birlikte hem çalışanlara hem de hastalara kriz durumunda müdahalenin başlatılması, bazı çevresel koşulların yerinde tespit edilerek gerekli uygulamaların ve işbirliğinin zaman kaybedilmeden yapılması mümkün olabilecektir.

SONUÇ YERİNE

Hastane öncesi sağlık hizmetleri genel olarak değerlendirildiğinde hem hizmet kullanıcıların hem de personelin önemli bir psikososyal destek ihtiyacı olduğu görülmektedir. Hastane sürecinde başlayan psikososyal müdahalelerin acil sağlık hizmetlerinin ilk müdahale alanı olan hastane öncesinden başlamasının bu ihtiyaca cevap verecek bir uygulama olabileceği düşünülmektedir. Sistematik bir şekilde yapılacak psikososyal müdahale ile birlikte hizmet kullanıcıların karşılaştıkları kriz durumuna ilişkin ilk aşamanın kendi çevresel koşulları içinde verilerek diğer tıbbi müdahalelerde olduğu gibi hayat kurtarma zinciri içinde hastane sürecine taşınması önerilebilir.

KAYNAKÇA

- ACİL SAĞLIK YÖNETMELİĞİ, (2000), TC. Resmi Gazete, Ankara. 3 ekim 2019 tarihinde <http://www.mevzuat.gov.tr/Metin.Aspx?MevzuatKod=7.5.4798&MevzuatIliski=0&sourceXmlSearch=acil%20sa%C4%9Fl%C4%B1k> adresinden alındı.
- AKSOY, F., ERGÜN, A. (2002), Acil sağlık hizmetlerinde ambulansın yeri, *Ulusal Travma Dergisi*, 8, 160-163.
- AKTAŞ, A. M. (2002). Kriz Durumlarında Sosyal Hizmet Müdahalesi. Editörler: G. ERKAN, F. DEMİRÖZ ve S.Ö. ÇETİN içinde, *Sosyal Hizmet Sempozyumu 2001: Deprem ve Sosyal Hizmetler*, Ankara.
- AVCI BALCI, S. (2014). *Hastane Öncesi Acil Sağlık Hizmetlerinde Çalışanların Tükenmişlik Düzeyleri İle Maruz Kaldıkları Şiddet Arasındaki İlişkinin Tespitine Yönelik Bir Araştırma*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- BALTAŞ, Z. (2000). *Sağlık Psikolojisi*, Ankara: Remzi Kitabevi.
- BEKİROĞLU, S. (2016). Türkiye'de Sağlık Hizmetleri Kapsamında Tıbbi Sosyal Hizmet Uygulamaları, İ. CILGA, E. ERKUL, B. YILDIRIM, İ. B. ADIGÜZEL içinde *Sosyal Politika Yazıları*(137-164). Ankara: Bellek Yayınları.
- ERBAY, H. (2017). *Türkiye'de hastane öncesi acil sağlık hizmetlerinin numarası niçin 112? tarih perspektifinden bir değerlendirme*. Mersin Üniversitesi Tıp Fakültesi Lokman Hekim Tıp Tarihi ve Folklorik Tıp Dergisi, 7 (1), 28-32.
- GÜL, G. (2012). *Hastane Öncesi Acil Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Personele Yönelik Hasta Ve Çalışan Güvenliğinin İncelenmesi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- JAMES, R.K., GILLILAND, B.E. (2012). *Crisis Intervention Strategies*, Brooks/Cole Cengage Learning.
- KASAPOĞLU, M. A. (1999). *Sağlık Sosyolojisi: Türkiye'den Araştırmalar*, Ankara: Sosyoloji Derneği Yayınları.
- ÖZKAN, E. (2018). *Tıbbi Sosyal Hizmet Uzmanlarının İşyerinde Sosyal Destek Algısı, Mesleki Benlik Saygısı Ve Yaşam Doyumu Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Manisa: Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.

- SAĞLIK İSTATİSTİKLERİ YILLIĞI 2017. (2018). 3 Ekim 2019 tarihinde Sağlık Bakanlığı: <https://dosyamerkez.saglik.gov.tr/Eklenti/33116,haber-bulteni---2018-30092019pdf.pdf?0> adresinden alındı.
- ŞİŞMAN, A, ŞİŞMAN, Y, TERZİ, Ö. (2010). Samsun 112 Acil Çağrılarının ve Acil Sağlık Hizmet İstasyonlarının Konumlarının CBS ile Değerlendirilmesi. III. Uzaktan Algılama ve Coğrafi Bilgi Sistemleri Sempozyumu, 11 – 13 Ekim 2010, Gebze – KOCAELİ, 523-532.
- TABAK, R.S., SOMYÜREK H.İ. (2007). *Hemşireler İçin İlk Yardım ve Acil Bakım Kitabı*, İstanbul: Palme Yayınları.
- TEATER, B. (2015). *Sosyal Hizmet Kuram ve Yöntemleri: Uygulama İçin Bir Giriş*. (Çev. A. KARATAY), Ankara: Nika Yayınevi.
- TURAN, N. (2012). *Bireylerle Ve Ailelerle Sosyal Hizmet*. Ankara: Sosyal Hizmet Uzmanları Derneği Genel Merkezi Yayını.
- YENAL, S. (2010). *Hastane Öncesi Acil Bakım Eğitimi Sürecinde Mesleki Risk Etmenleri İle İlgili Bilgi Düzeyinin Değerlendirilmesi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- YILDIRIM, B. ve BAŞER, A.O. (2019). Acil servis tıbbi sosyal hizmet müdahaleleri, müracaatçı profili ve sosyal hizmet mülakatında dikkat edilmesi gereken durumlar. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 30(1), 286-308.

İNOVASYON YÖNETİMİNDE İNOVATİF LİDERLİK VE YARATIMCI BİREYİN ALAN YAZINDA YERİ

*(Medeniyet yolunda başarı, yenileşmeye bağlıdır.
Mustafa Kemal ATATÜRK)*

Öğr.Gör. Asiye YÜKSEL
Kocaeli Üniversitesi, Hereke Ö.İ.U MYO
asiye.yuksel@kocaeli.edu.tr

Özet

İnovasyon, Ar-Ge ve yenileşmenin temel taşı olarak önemini korumaktadır. Genellikle müşteri ihtiyaçlarının değişmesi ve yeni ihtiyaçların ortaya çıkması sonucu oluşan inovasyon, yönetim olarak da ele alınmalıdır. İşletmeler inovatif hareketlerini, insan kaynağı ve yönetim modelleriyle belirlerler. İnovatif hareketlerin kaynağı olan insan faktörü inovasyonun oluşmasında başroldedir.

İnovatif araştırmayı bir disiplin içerisinde araştırmacı bireyler yapar. Araştırmacı, doğada kendiliğinden sabit olan ya da insanlarca belirlenmiş olgulardan hareket ederek bilimsel mantık silsilesi içinde ve sezgisel bir yaklaşımla yaratımcı faaliyetlerde bulunur. Araştırmacı bireylerin yetkinlikleri kadar örgütü yöneten liderin yaklaşımı da inovasyonun tetikleyici gücüdür. Liderlerin, liderliği nasıl uyguladıkları ve inovatif davranışları örgütün inovatif tutumlarını belirler. Bu çalışmada inovasyon yönetiminde liderin rolünden hareketle inovatif liderlik kavramı ve yaratımcı bireyin özellikleri alan yazınıyla ortaya konulmaya çalışılacaktır. Bu kapsamda 22 adet makale Google akademik alanda taranmış, yaratımcı birey tanımı oluşturulmuştur.

Anahtar Kelimeler: İnovasyon, İnovasyon Yönetimi, İnovatif Liderlik, Yaratımcı Birey

Abstract

Innovation remains the cornerstone of R & D and innovation. Innovation, which usually occurs as a result of changing customer needs and the emergence of new needs, should also be considered as management. Businesses determine their innovative movements with human resource and management models. The human factor, which is the source of innovative movements, plays a leading role in the formation of innovation.

Innovative research is carried out by research individuals within a discipline. The researcher conducts creative activities within a range of scientific logic and with an intuitive approach based on the phenomena that are fixed in nature or determined by human beings. The leadership of the leader, as well as the competence of the researcher, is the driving force of innovation. How leaders implement leadership and innovative behavior determine the organization's innovative attitudes. In this study, the concept of innovative leadership and the characteristics of the creative individual will be put forward in the literature with the role of the leader in innovation management. In this context, 22 articles were scanned in Google academic field and creative definition was created.

Keywords: Innovation, Innovation Management, Innovative Leadership, Creative Person

Giriş

Adam Smith'in "Ulusların Zenginliği" ve Michael E. Porter'in "Ulusların Rekabetçi Üstünlüğü", dünyadaki uygulamalar için önemli çalışmalardır. Gelişmeler şunu göstermektedir ki; değişim sisteminin her hangi bir kademesinde yapılan yenilik sistemin tamamına fayda sağlamaktadır. Müşteri istek ve beklentilerindeki değişimi zamanında ve doğru bir şekilde okuyabilmek için örgütler yenilik anlayışına sahip olmalıdır. Değişime hızlı bir şekilde uyum sağlayan, zamanını doğru okuyabilen, zamanında yapılması gereken yenilik uygulamalarını hayata geçirmek için, ürün veya hizmetin gelişmesi ve yenilenmesinde problem teşkil eden yenilik engellerinin net bir şekilde saptanması ve bununla ilgili gerekli önlemlerin alınması gerekmektedir.

İnovasyon, ciddi çaba harcamayı ve firmada kültür oluşturulmasını gerektiren bir süreçtir. 2015 yılında yayımlanan OECD Raporu'na göre gelişmiş ekonomilerdeki büyümenin yarısından fazlası inovasyondan kaynaklanmaktadır. İnovasyon, bir örgüt için yeni yaklaşımların benimsenmesidir (Lee vd., 2010). Örgütlerde inovatif kültür; kaynaklar, süreçler, değerler, davranışlar, iklim ve başarıdan oluşan temel yapı taşlarına dayanır.(Rao vd.,2013).

Günümüzde inovasyon çalışmalarında görülen kurumların yenilikçi fikir üretme üzerine ayırdıkları özel zamanlarının olmayışı göze çarpmaktadır. Firmaların inovasyon için belli zaman ayırarak bunu içselleştirmedikleri sürece inovasyon yapabilmeleri çok zordur. Firmalar inovasyona ayırdıkları zamanı “ölü zaman” olarak görmektedirler. Genelde Ar-Ge elemanlarının dahi yaratıcı fikir geliştirmek için ayıracakları boş zamanları olmayıp sonunda rutin işlerle meşgul oldukları gözlemlenen olgulardır. Düşünmeye vakit ayırmadan, aylıklık saatleri yaratmadan ve denem/yanılma seansları uygulamadan inovatif fikirlerin ortaya çıkması zordur. İnovasyon heyecanını yaşayabilmek için kurum yönetimlerinin bu ruha sahip olması ve bu sahiplik nezdinde firma ile kurumların kendi heyecanını yaratması gerekmektedir. İşletmelerde kurumsal inovasyon sistemleri ve teşvik modelleri mevcut değildir. Firmalar henüz “öneri kutusu”yla adım atma zihninde inovasyonu yönetmeye çalışmaktadırlar

Adam Smith'in “Ulusların Zenginliği” ve Michael E. Porter'in “Ulusların Rekabetçi Üstünlüğü”, dünyadaki uygulamalar için önemli çalışmalardır. Gelişmeler şunu göstermektedir ki; değişim sisteminin her hangi bir halkasında yapılan yenilik sistemin tamamına fayda sağlamaktadır. Müşteri istek ve beklentilerindeki değişimi zamanında ve doğru bir şekilde okuyabilmek için örgütler yenilik anlayışına sahip olmalıdır. Değişime hızlı bir şekilde uyum sağlayan, zamanını doğru okuyabilen, zamanında yapılması gereken yenilik uygulamalarını hayata geçirmek için, ürün veya hizmetin gelişmesi ve yenilenmesinde problem teşkil eden yenilik engellerinin net bir şekilde saptanması ve bununla ilgili gerekli önlemlerin alınması gerekmektedir.

Ar-Ge ve inovasyonun Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYH) içindeki oranı, inovasyon liginde önde olan ülkelerde yüzde 4 iken TÜİK verilerine göre ülkemizde yüzde 0,35 ve merkezli yönetim bütçe harcamaları içindeki payı da yüzde 1,4'tür. Ar-Ge ve inovasyona ayrılan pay, öncü olan ülkelere göre çok düşük kalmaktadır. İnovasyona ayrılan bütçe, masraf olarak görülmektedir.

1. İnovasyon

Inovasyonun Türkçe karşılığı ne olmalı?” sorusuna cevap arayan birçok Türkçe gönüllüsünün kendince yanıtlar üretip, bunları Türk Dil Kurumu ile paylaşmasının ardından, TDK Güncel Türkçe Sözlük ve Yazım Kılavuzu Çalışma Grubu inovasyon kelimesinin Türkçedeki boşluğunu doldurmak üzere 12 Şubat 2007 günü toplandı. Yapılan değerlendirmeden sonra “değişen koşullara uyum amacıyla bilim ve teknolojiye yararlanarak toplumsal, kültürel ve yönetsel ortamlarda yararlı ve pazarlanabilir bir sonuca ulaşmak için yeni yöntemlerin kullanılmaya başlanması” anlamında kullanılan inovasyon kelimesine karşılık, Türkçe gönüllülerinden gelen önerilerin başında yer alan yenileşim kelimesinin benimsenmesi kararlaştırıldı.

İnovasyonun önemini kavramak için dünya geneline bakmak gereklidir. Teknolojinin ve iletişimin yoğunlaştığı bu yüzyılda ar-ge ve inovatif bakış açısı ile günün vizyonu yaşamak gelecek vizyonu oluşturmak gerekiyor. İnovasyon faaliyetleri için bilgiye ve bilginin işlenmesi için yetkinliğe ihtiyaç vardır. Bu bilgi ise herkesin ulaşabildiği bir bilgi değildir; bu bilgi, ya dünya pazarlarına ve rakiplere ilişkindir ya da bunlara benzer fakat kolay erişilemeyen, konuya özel bilgidir. Bu tür bilgiyi elde edebilmen yolu ar-ge merkezi yapılar, teknoparklar, üniversitelerle iş birliği çalışmaları olmalıdır.

1.1. Liderlik ve İnovasyon

Lider, Türk Dil Kurumu'na göre önder, şef anlamına gelmektedir. Liderlik ise; önderlik yapan kişi olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2019). Örgüte fayda sağlayan karar ve uygulamalarda öne çıkan, değişimlerde sorumluluk alan, örgüt yapısını etkileyen, hedefe yönelten kişiye lider denir.

Fiedler (1967)'e göre ise liderlik; bir birey ile bir grup insan arasında güç ve etkiye dayalı bir ilişkidir. Burns (1978) liderliği dönüşümcü ve etkileşimci liderlik olmak üzere ikiye ayırmaktadır. Dönüşümcü liderliği liderlerin ve takipçilerin birbirlerini daha yüksek ahlak ve isteklendirme seviyelerine yükselttikleri bir süreç olarak tanımlar. Dönüşümcü liderler, özgürlük, adalet, eşitlik, barış ve insani gibi daha yüksek ideallere ve ahlaki değerlere hitap ederek takipçilerin bilincini yükseltmeye çalışırlar. Etkileşimci liderlere ise şöyle söylemektedir: “Astlarını başkaları için yapacakları bir değişim için izle, projelere katılımları için onları oyla ve onlara prim ver”.

Dönüşümcü ve etkileşimci liderlik modellerinin yanında çok yönlü liderlik modeli de son zamanlarda tanımlanmaya başlanmıştır. Çok yönlü liderliğin temel fikri, inovasyon faaliyetlerinin karmaşıklığının eşit derecede karmaşık bir liderlik yaklaşımı ile eşleştirilmesi gerektiğidir. Bu nedenle, inovasyon için liderliğin elverişlilik teorisi, iki tamamlayıcı liderlik davranışı (açılış ve kapanış davranışları) arasındaki etkileşimin, hem açılış hem de kapanış davranışları yüksek olduğunda, inovasyonun en yüksek olacağı şekilde bireysel ve ekip inovasyonunu öngörmesini önerir.

Karizmatik liderlik tarzı; inovatif bir vizyon sunar, diğerlerini inovasyona teşvik eder ve inovasyon süreçlerini hızlandırır. Karizmatik liderlik; enerji üretir, taahhüt yarattırır ve bireyleri yeni hedeflere, değerlere veya özelemlere doğru yönlendirir. Kilit paydaşların ihtiyaçları ve değerleri ve entelektüel olarak teşvik edicidir.

2. Liderlik ve Yaratımcı Birey

Kurumların liderlik yapısı, yaratıcılığı ve yeniliği teşvik edebilecek sonuçlar üretmeye yardımcı olur. Başarılı örgütler, ortak ve işbirlikçi liderliği keşfettiğini, güçlü ve otoriter yönetimden ziyade, örgütlenme potansiyelini ortaya çıkarır (Askenas vd., 2002). Ancak, her türlü liderlik modeli bu fırsatı yaratmada etkili değildir. Otoriter, hiyerarşik, bilgiyi, kararları ve kaynak tahsisini tepe liderlerin kontrol ettiği model, daha az güçlü, daha az yaratıcı ve daha az üretken çalışanlar meydana getirir (Hornstein vd., 2006; aktaran Agbor 2008).

Yaratımcı Birey” süreç içinde geçmişinden, deneyimlerinden, algılarından, hayal gücünden yararlanarak yaratıcı ürünler, yapıtlar oluşturur ya da farklı bakış açıları edinmemizi sağlarlar. Bu kişiler öğrenme odaklıdır, öğrendiklerini gerçekleştirme ve aktarma kabiliyetine sahiptirler. Bu tarz kişilerin liderlik vasıfları da olduğunda kişiler “Yaratımcı Lider” olarak adlandırılabilirler.

Teknolojik gelişme inovasyona dayanır, inovasyonun yolu araştırmadan geçer; araştırmayı bir disiplin içerisinde araştırmacı bireyler yapar. Araştırmacı, doğada kendiliğinden sabit olan ya da insanlarca belirlenmiş olgulardan hareket ederek bilimsel mantık silsilesi içinde ve sezgisel bir yaklaşımla sonuçta inovatif düşüncelere varmaktadır. Araştırmacı bireylerin yetkinlikleri kadar örgütü yöneten liderin yaklaşımı da inovasyon konusunda gelişmeleri tetikleyen önemli unsurdur. Liderlerin, liderliği nasıl uyguladıkları ve inovatif davranışları örgütün inovatif tutumlarını belirler.

3. Araştırma Metodolojisi

İnovasyon yönetiminde yaratımcı bireyin inovasyon ile ilişkilerini bulmak için nitel bir analiz yapılmıştır. Çalışma iki boşluğu gidermeye odaklanmıştır: Birincisi, bu konuda mevcut akademik yazın incelemeleri eksiktir. Yapılan mevcut araştırmanın amacı, yaratımcı birey kavramının akademik yazında yerini belirlemek ve bununla birlikte kavramı etkileyen değişkenlerin de ilişkilerini ortaya koymaktır. İkincisi, nitel yaklaşımlar araştırmacıların yaşadıkları dünyadaki insanların düşüncelerini öğrenmelerine izin verir. Diğer bir deyişle, alan yazın taraması, bir konudaki makalelerin geniş ve dağınık çeşitliliği ile izlerini sürecektir zamana veya kaynağa sahip olmayan okuyucu arasında çok ihtiyaç duyulan bir köprü sağlayarak bilimsel bir alana hizmet eder. İncelemeler ayrıca bireysel ampirik raporların normalde yapamayacağı bir kapsam ve teorik düzeyde sonuçlar sunmaktadır (Baumeister ve Leary, 1997).

Bu çalışmada inovasyon yönetiminde liderin rolünden hareketle inovatif liderlik kavramı ve yaratımcı bireyin özellikleri, alan yazınıyla ortaya konulmaya çalışılacaktır. Bu kapsamda 22 adet makale Google akademik alanda taranmış, inovasyon pratikleri hakkında bir görüş oluşturulmuştur.

Araştırmada, teorik bilgiler alanyazın taraması sonucunda elde edilen yazılı kaynaklardan ve yazarın görüşlerinden oluşmuştur. Kullanılan örnekleme stratejisi; bu araştırmaya uygun olan anahtar kelimelerin filtrelenmesidir. Yaratıcılık ve İnovasyon, Yaratıcı Düşünme, İnovasyon, İnovasyon Yönetimi, Yaratıcı Birey, Yaratımcı Birey temelli makaleler seçilmiştir. Mevcut araştırmanın kapsamı inovasyonun yönetsel yönleri üzerinedir. İlgili anahtar kelimeleri içeren makaleler toplandıktan sonra, 1995 yılından önce yayımlananlardan makalede yararlanılmış ancak meta-sentez analizde kullanılmamış, seçilen dönem 1995 yılı ile 2019 yılı arası olmuştur.

3.1. Araştırma Evreleri

Araştırma aşağıda yer alan evrelerden oluşmaktadır:

- 1- Araştırma Konusunun Belirlenmesi
- 2- Anahtar Kelimelerin Seçilmesi
- 3- Alan Yazında Anahtar Kelimelerin Taranması
- 4- Araştırma Dönem Tespiti
- 5- Araştırma Konusu Dışındaki Alanların Elenmesi
- 6- Ek Araştırma Yapılması
- 7- Makalelerin Arşivlenmesi
- 8- Makale Dağılım Tablosunun Oluşturulması
- 9- Analiz ve Bulgular

Tablo 1. Sistematik Literatür Sınıflaması (Sayfa 1.)

NO	KONU	YAZAR / YIL	MAKALE BAŞLIĞI	BAŞLIK AÇIKLAMASI	ANAHTAR KELİMELER	METODOLOJİ
1	Yaratıcı Personel ve İklim	Kunio Shirahada& Kazuma Hamazaki (2003)	Trial and Error Mindset Of R&D Personnel And Its Relationship To Organizational Creative Climate	Ar-Ge Personelinin Deneme ve Hata Düşüncesi ve Örgütsel Yaratıcı İklimle İlişkisi	“R&D”, “Management Trial” , “Error Behavior Organizational” “Creative Climate”	Nicel Araştırma
2	Dönüşümsel Liderlik, Yaratıcılık ve Örgütsel Yenilik	Lale Gumusluoglu & Arzu İlsev (2007)	Transformational Leadership, Creativity, and Organizational İnnovation	Dönüşümsel Liderlik, Yaratıcılık ve Örgütsel Yenilik	“Transformational Leadership” “Creativity” “Organizational İnnovation”	Nicel Araştırma
3	Yaratıcı İklim	Mary Helen Fagan (2016)	The Influence of Creative Style and Climate on Software Development Team Creativity: An Exporatory Study	Yaratıcı Stil ve İklimin Yazılım Geliştirme Ekibi Yaratıcılığına Etkisi: Keşfedici Bir Çalışma	“Creative Climate, “Creativity”	Nicel Araştırma
4	Yenilikçilik Yeteneği	Zheng Jianjun & Jin Shenghua (2010)	The Relationship of Innovative Ability and Innovative Performance In China:The Organizational Innovation Climate as Moderator Variable	Çin'de Yenilikçi Yeterlilik Yeteneği ve Yenilikçi Performans İlişkisi: Moderatör Değişkeni Olarak Organizasyonlu Yenilik İklimi	“Innovative Performance of Employees”	Nicel Araştırma
5	Yaratıcı Personel	LI Xing (2006)	On The Culture of Creative Personnel In The Era of Knowledge - Based Economy	Bilgi - Esaslı Ekonomi Çağında Yaratıcı Personelin Kültürü	“Creative Personnel”	Nitel Araştırma
6	Yaratıcı İnsan	Mumford, M. D.,& Scott, G. & M., Gaddis, B., & Strange, J. M. (2002)	Leading Creative People: Orchestrating Expertise and Relationships	Önde Gelen Yaratıcı İnsanlar: Orkestra Uzmanlığı ve İlişkileri	“Leading Creative People”	Nitel Araştırma

Tablo 1. Sistematik Literatür Sınıflaması (sayfa 2)

7	Motivasyon ve Yaratıcılık	Zakharchyn, H. M. & Lyubomudrova, N. P. (2015)	Motivating Personnel Creative Potential	Personel Yaratıcı Potansiyelini Motive Etmek	“Motivation”, “Motivation Policy” “Creative Potential” “Creativity” “Innovativeness”	Nitel Araştırma
8	Bireysel Yaratıcılık	Simon Taggar (20102	Individual Creativity and Group Ability to Utilize Individual Creative Resources: A Multilevel Model	Bireysel Yaratıcılık ve Bireysel Yaratıcı Kaynakları Kullanabilmek için Grup Yeteneği: Çok Düzeyli Bir Model	“Individual Creativity” “Group Creativity”	Nicel Araştırma
9	Yaratıcı Düşünme	“Basadur M. & Hausdorf P.A.(1996)”	“Measuring Divergent Thinking Attitudes Related to Creative Problem Solving and Innovation Management”	Yaratıcı Problem Çözme ve İnovasyon Yönetimiyle İlgili Farklı Düşünme Tutumlarını Ölçme	“Creative Problem Solving”, “Innovation Management”	Nicel Araştırma
10	Yaratıcı Düşünme	“Mcfadzean E. (1999)”	“Encouraging Creative Thinking”	Yaratıcı Düşünmeyi Teşvik Etmek	“Creativity”, “Problem Solving”, “Teams”, “Paradigms”	Nitel Araştırma
11	Yaratıcı Düşünme	“Basadur, M.& Runco, M. A.& Vega, L. A. (2000). “	“Understanding How Creative Thinking Skills, Attitudes and Behaviors Work Together: A Causal Process Model”	Yaratıcı Düşünme Becerilerinin, Tutum ve Davranışların Birlikte Nasıl Çalıştığını Anlamak: Bir Nedensel Süreç Modeli	“Predicted Relationships”, “Behavioral Skill”	Nicel Araştırma
12	Yaratıcılık ve İnovasyon	“Agbor E., (2008)”	“Creativity and Innovation: The Leadership Dynamics”	Yaratıcılık ve İnovasyon: Liderlik Dinamikleri	“Culture”, “Strategy” “Organizational Creativity”, “Technology”, “Other Management Tools”	Nitel Araştırma
13	Yaratıcılık ve İnovasyon	“Beheshtifar M. & Zara E (2013)”	“Employee Creativity: A Compulsory Factor in Organizations ”	Çalışanların Yaratıcılığı: Örgütlenmede Zorunlu Bir Faktör	“Creativity, Employee Creativity, Organization”	Nitel Araştırma

Tablo 1. Sistematik Literatür Sınıflaması (Sayfa 3)

14	Yaratıcılık ve İnovasyon	“Anderson, N., & Potočník, K., & Zhou, J. (2014)”	Innovation and Creativity in Organizations	Örgütlerde İnovasyon ve Yaratıcılık	“Innovation; “Innovation Management”, “Creativity”	Nitel Araştırma
15	İnovasyon	“Baregheh, A. & Rowley, J. & Sambrook, S. (2009).”	“Towards A Multidisciplinary Definition of Innovation”	Bir İnovasyon Tanımına Doğru	“Innovation”, “Organizational Innovation”	Nitel Araştırma
16	İnovasyon	“Drucker, P. (1998).”	“The Discipline of Innovation”	İnovasyon Disiplini	“Innovation”, “Discipline”	Nitel Araştırma
17	İnovasyon	“Heunks, J.F. (1998).”	“Innovation, Creativity and Success”	İnovasyon, Yaratıcılık ve Başarı	“Innovation”, “Creativity”, “Firm's Success”	Nicel Araştırma
18	İnovasyon	“Boer, H. & During, W.E. (2001)”	“Innovation, What Innovation? A Comparison Between Product, Process and Organizational Innovation”	İnovasyon, Hangi İnovasyon? Ürün, Süreç ve Ürün Karşılaştırması, Örgütsel İnovasyon	“Innovation, Process Model, Innovation Roles”; “Organizational Arrangements; Contingencies”	Nicel Araştırma
19	İnovasyon	“Adams, R. & Bessant, J. & Phelps, R. (2006).”	“Innovation Management Measurement: A Review”	İnovasyon Yönetimi Ölçümü: Bir İnceleme	“Innovation Management”	Nitel Araştırma
20	İnovasyon	“Birkinshaw, J., Hamel, G. & Mol, M. J. (2006).”	“How Management Innovation Happens”	Yönetim İnavasyonu Nasıl Gerçekleşir?	“Innovation Occurs”, “New Management Ideas”	Nitel Araştırma
21	İnovasyon	“Du Plessis, M. (2007)”	The Role of Knowledge Management in Innovation	İnovasyonda Bilgi Yönetiminin Rolü	“Innovation” “Knowledge Management”	Nitel Araştırma
22	İnovasyon	“Birkinshaw J. & Hamel, G. & Mol, M. J. (2008)”	“Management Innovation”	İnovasyon Yönetimi	“Innovation Management”	Nitel Araştırma

1. Bulgulara Dayalı Çıkarımlar

Akademik çalışmalarda inovasyon, sadece bir rekabet avantajı kaynağı ve bu rekabet avantajının devamı için vazgeçilmez bir unsur olarak görülmektedir. Akademik çalışmalarda firmalar inovasyonu öncelikle kendi bünyelerinde gerçekleştirmeyi tercih ettiklerini ancak bunun için yeterli bilgi ve kaynağa sahip olmadıklarında transfer yoluyla inovasyonu bünyelerine kattıkları görülmektedir. Akademik çalışmalarda firmaların yaratımcı/yenilikçi çalışan sıkıntıları olduğu görülmektedir. Akademik çalışmalarda firmalarda üniversite eğitiminde öğrencilerin teoriden uygulamaya yönelik yeteneklerinin oluşmadığı görülmektedir. Akademik çalışmalarda firmaların bünyelerinde çok az yabancı akademisyen veya yabancı üniversite öğrencisi çalıştığı görülmektedir. Akademik çalışmalarda firmaların uluslararası araştırmacı çalıştırmada güçlüklerle karşılaştığı görülmektedir. Akademik çalışmalarda üniversite-sanayi işbirliğinden sürekli söz edildiği görülmektedir. Akademik çalışmalarda firmaların uluslar arası araştırmacı eğitim kurumları ile iyi iletişim kuramadığı görülmektedir. Akademik çalışmalarda firmaların üniversite-sanayi işbirliğinin önemine inandıkları görülmektedir. Araştırma sonunda aşağıdaki «Yaratımcı Bireyin Özellikleri» oluşturulmuştur

- Hayal güçleri kuvvetlidir
- Her şeyi sorgularlar
- Detayların peşindedirler
- Yenilik ararlar
- Üreticidirler
- Gözlem yaparlar
- Kolay iletişim kurarlar
- Öğrendiklerini kolaylıkla aktarırlar
- Atılgandırılar
- Yeni bir fikri anlatırken kitleleri etkilerler

Sonuç ve Öneriler

Yetişen nesillerimizin, yeni bilgilerin ve bakış açılarının onların hayatını zenginleştirdiğini ve bireyselleştirdiğini fark etmeye başlamaları, yenilikçilik meselesini kavramaları ancak temelleri oturturulmuş sürdürülebilir yaşam boyu eğitim felsefesinden geçmektedir. Sağlam temellere dayanan eğitim standardizasyon çalışmalarının, eğitimde istenen tutum hedeflerine ulaşmada öğrenci ve öğretim elemanına katkı sağlayacak ve mesleki uygulamalarda ise verimliliği arttıracaktır. Okulların yenilikçilik yönetim tarzı modeli ile yönetilmesi kaçınılmazdır. Eğitimde inovasyonun ağırlığı harekete geçirdiği kaynaklar, kaliteli işgücü, üretimin büyüklüğü ve ekonomik faaliyetlere yaptığı etkinin büyüklüğü ile takip edilmelidir.

Çalışanların yeni fikirler bulmaları ve inovasyona adapte olmaları için özendirici ödüller koymanın ötesinde inovasyon süreci içinde yer almalarını sağlamak gerekir. Kamunun ve kurumların ar-ge ve inovasyona verdiği destekler artırılmalı, firmalar, inovasyon sistemleri üzerinde çalışmalı ve gerekirse dışarıdan destek alarak bunu sistemleştirmeli, ülkelerin bilgi dinamlarının üniversiteler olduğu gerçeğinden hareketle, özel sektörle daha gerçekçi bağlantılar sağlanmalı, piyasanın beklentileri iyi anlaşılmalı, firmalar, inovasyonu her departmanın işi haline getirmeli, inovasyona okul öncesi eğitimle başlamalı, eğitimde yenilikçi bakış geliştirilmelidir.

Kaynaklar

- Agbor E. (2008). “Creativity and Innovation: The Leadership Dynamics”. JSL – Creativity and Innovation
- Askenas, R., Ulrich, D., Jick, T., & Kerr, S. (2002). “The Boundaryless Organization: Breaking The Chains Of Organizational Structure”. San Francisco: Jossey-Bass, 1-3.
- Burns, J. M.(1978). “Leadership. New York”: Harper & Row
- Fiedler, F. (1967). “A Theory Of Leadership Effectiveness”. New York: McGrawhill
- Hornstein, H. A., De Guerre, D. W. (2006). “Bureaucratic Organizations Are Bad For Our Health”. Ivey Business Journal Online, 1-4.

Lee, H.W., Yu, C.F. (2010). “Effect Of Relationship Style On Innovation Performance”. African Journal Of Business Management”, 4(9).

OECD, (2005): “Oslo Manual Guidelines For Collecting And Interpreting Innovation Data”, 3rd Edition.

Oslo Kılavuzu (1992). www.tubitak.gov.tr Erişim Tarihi: 18.07.2019

Rao J, Weintraub J. (2013). “How Innovative Is Your Company’s Culture?”

TDK, 2019. “Türk Dil Kurumu” www.tdk.gov.tr erişim tarihi: 03.10.2019

AKARYAKIT VERGİLERİNİN TÜKETİCİ DAVRANIŞLARINA MUHTEMEL ETKİLERİ**Neslihan Çalışkan**Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Maliye Bölümü
neslihanyczci@gmail.com**Dr.Öğr.Üyesi Hakan Yavuz**Sakarya Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, Maliye Bölümü
hyavuz@sakarya.edu.tr**Zeynep Bakır**Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Maliye Bölümü
zeynep54012@gmail.com**Özet**

Günümüzde tüm ülkeler için önemli konulardan biri olan akaryakıt birçok kişinin günlük hayatında yer almakta olup sosyal ve ekonomik yönden karar alma sürecinde doğrudan bir etkiye sahiptir ve ayrıca devletler için önemli bir vergi geliri kaynağıdır. Akaryakıt ürünlerinden alınan KDV ve ÖTV'nin toplam vergi gelirleri içerisindeki payı %14, dolaylı vergi gelirleri içerisindeki payı ise %22'dir. Bu durum akaryakıt üzerinden önemli vergi hasılatı elde edildiğini göstermektedir. Ekonomik ve siyasi nedenlere bağlı olarak döviz kurlarında meydana gelen artış ve dünyada petrol fiyatlarının yükselmesi ülkemizde akaryakıt fiyatlarının genel düzeyinde bir artışa neden olabilir. Bu bağlamda akaryakıt fiyatlarındaki değişiklikler bireylerin ekonomik davranışları üzerinde doğrudan bir etkiye sahiptir. Bu çalışmanın amacı akaryakıt ürünlerinden alınan vergilerdeki bir değişikliğin, araç kullanıcılarının davranışları üzerindeki etkisini araştırmaktır. Çalışmada, 252 motorlu taşıt sahibi ile yapılan anket aracılığıyla kişilerin gerçek düşünce, tutum ve algıları tespit edilmiştir. Elde edilen bulgular, vergilerdeki değişikliklerin katılımcıların yaklaşık %76'sının araç kullanma süresini azaltacağını, %60'ının daha yavaş araç kullanacağını, %82'sinin daha tasarruflu bir araç tercih edebileceğini göstermektedir. Bununla birlikte akaryakıt vergilerinin adaletli olmadığı, vergi oranlarının yüksek olduğu ve vergi gelirleri içindeki payının fazla olduğu düşüncesinin hakim olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Akaryakıt, KDV, ÖTV, Tüketici**POSSIBLE EFFECTS OF FUEL TAXES ON CONSUMER BEHAVIORS****Abstract**

Fuel, which is an important issue for all countries today, is involved in the daily life of many people and has a direct impact on social and economic decision-making and is also an important source of tax revenue for governments. The share of VAT and SCT on fuel products in total tax revenues is 14% and the share in indirect tax revenues is 22%. The increase in exchange rates due to economic and political reasons and the rise in oil prices in the world may cause an increase in the general level of fuel prices in our country. In this context, changes in fuel prices have a direct impact on individuals' economic behavior. The aim of this study is to investigate the effect of a change in taxes on fuel products on the behaviors of vehicle users. In this study, real opinions, attitudes and perceptions of the people were determined through a questionnaire conducted with 252 motor vehicle owners. The findings show that 76% of the participants will reduce the driving time, 60% will drive more slowly and 82% may prefer a more efficient vehicle. However, it was determined that fuel taxes were not fair, tax rates were high and the share of tax revenues was high.

Keywords: Fuel, VAT, SCT, Consumer

1. GİRİŞ

Günümüzde petrol çeşitli sektörlerde ara malı yahut hammadde olarak kullanılmaktadır. Petrol kaynaklarının sınırlı olması ve ekonomide yoğun olarak kullanılması petrol tüketimine kamu müdahalesini zorunlu hale getirmektedir. Akaryakıt ürünleri de, petrol tüketimi içerisinde en yüksek paya sahip olması nedeniyle birçok ülkede vergilendirilmektedir. Aksi halde petrol tüketimi daha da fazla olacak ve çok daha yakın bir sürede petrol kaynakları tükenmiş olacaktır. Kamu müdahalesi olarak en geniş uygulama alanı bulan araç hiç kuşkusuz vergilerdir. Özellikle, akaryakıt ürünleri üretim ve tüketim konuları nedeniyle kolaylıkla vergilendirilebilmektedir. Vergiler, akaryakıt fiyatlarının belirlenmesinde doğrudan etkili olduğu gibi üretim ve tüketim seviyelerine yön verilmesinde de etkili olabilmektedir.

Özellikle akaryakıtın tüketim aşamasında vergilendirilmesi mali anesteziinin de etkisiyle tüketici davranışlarının veya tepkilerinin azalmasını sağlamaktadır. Türkiye’de de akaryakıt üzerinden yüksek miktarda vergi alınmasında ifade edilen mali anesteziinin etkili olduğu söylenebilir. Diğer taraftan ülkemizde karayolu taşımacılığının uygun ve etkin bir ikamesinin olmaması akaryakıt fiyatlarındaki değişikliğin ne denli önemli olduğunu göstermektedir. Akaryakıt fiyatları arttığında karayolu taşımacılığına bağımlı olan bütün sektörler bu artıştan etkilenmektedir. Dolayısıyla akaryakıt fiyatlarının yükselmesi hem üreticileri hem de tüketicileri doğrudan ilgilendirmektedir.

Diğer taraftan, akaryakıt vergilerinin Türkiye’de kamu harcamalarının finansmanına önemli bir kaynak sağladığı bilinmektedir. Bu açıdan akaryakıt vergilerinin ekonomik fonksiyonu olduğu kadar mali fonksiyonun da olduğu söylenebilir. 2018 yılında toplam vergi gelirleri içinde %14, dolaylı vergiler içinde ise %22’lik kısmı akaryakıttan alınan vergiler meydana getirmektedir. Akaryakıt vergilerinin öneminin artması literatürde bu konuyla ilgili birçok çalışma yapılmasını da beraberinde getirmiştir. Yapılan çalışmalar büyük oranda, vergilerdeki değişikliğin ekonomik, mali ve sosyal etkilerini belirlemeye yöneliktir. Bu çalışmada da akaryakıt vergilerindeki değişikliğin tüketici davranışlarını ne yönde etkilediğini ele alınmıştır. Ülkemizde söz konusu vergilerin tüketici davranışlarını etkilemesi (ekonomik, psikolojik-davranışsal), kamu harcamalarının finansmanında önemli bir kaynak olması (mali), özellikle seçim dönemlerinde siyasi partiler tarafından seçim malzemesi olarak dahi kullanılması (siyasi) akaryakıt vergilerinin etkilerini ele alan çalışmaların ne denli önemli olduğunu göstermektedir.

2. AKARYAKITTAN VERGİ ALINMASININ NEDENLERİ

Benzin, gazyağı, mazot vb. sıvı yakıt olarak ifade edilen akaryakıt kavramı, 5015 sayılı Petrol Piyasası Kanunu’nun 2. maddesinde düzenlenmiş olup petrol ve petrol harici ürünlerden elde edilen sıvı yakıtlar akaryakıt kavramını oluşturmaktadır. Verginin temel amacı kamu hizmetlerinin gerçekleşmesi için yapılacak olan harcamalara gerekli ekonomik kaynakların sağlanmasıdır (Oktar, 2012: 14). Bu ekonomik kaynakların sağlanabilmesi için üç temel başlık üzerinden vergi alınmaktadır. Bunlar; gelir üzerinden alınan vergiler, harcama üzerinden alınan vergiler ve servet üzerinden alınan vergilerdir. Vergi ödeme gücünün temel göstergesi olarak gelir kabul edilmektedir. Ancak geliri doğuşu anında vergilendiren vergilerin indirimler, istisnalar ve muafiyetler dolayısıyla vergi ödeme gücünün temel göstergesi olan geliri tam anlamıyla kavramaları her zaman mümkün olmamaktadır. Harcama vergileri vergi ödeme gücünün bir başka göstergesi olup gelir vergisini tamamlayıcı bir özellik göstermektedir. Ayrıca harcama üzerinden alınan vergiler devlet bütçesinde önemli bir paya sahiptir (Turan, 1998: 141-142).

Vergi sistemi yeterince gelişmemiş olan ülkelerde dolaylı vergiler yaygın olarak kullanılmaktadır. Dolaylı vergilerin tercih edilmesinin nedenleri; kişi başına düşen gelirin az olması, vergi bilincinin gelişmemiş olması ve gelir dağılımının adaletsiz olmasıdır (Arslan, 2013: 61). Akaryakıt ürünleri, alkollü içkiler, tütün gibi malların talebinin fiyat esnekliğinin düşük olması bunları devletler için önemli bir gelir kaynağı haline getirmiş ve ikamesi olmayan bu mallardan yüksek oranda vergi geliri elde edebilmek için genel gider vergileri içinde bulunmasını tercih etmeyerek özel tüketim vergisine tabi tutmuştur (Öncel ve diğ., 2015:425).

Daha önceden de ifade edildiği gibi; akaryakıt üzerinden alınan vergilerin ekonomik, mali, sosyal ve davranışsal boyutundan söz edilebilir. Bu nedenle akaryakıt tüketimini vergilendirmenin birçok nedeni olabilir. Öne çıkan nedenler arasında;

- ✓ Hizmetten faydalanma prensibi gereği devletin vermiş olduğu hizmetlerden bazı kişilerin diğer kişilere oranla daha fazla faydalanması,
- ✓ Kamu kesimine kaynak sağlama,
- ✓ Akaryakıt ithalini sınırlandırma,
- ✓ Vergilemedeki idari zorluklara esneklik sağlama,
- ✓ Diğer temel vergileri (gelir ve kurumlar gibi) arttırmanın yaratacağı olumsuz etkileri azaltma,
- ✓ Kişilere ve topluma sağladıkları faydaları düşük olan ve sosyal zararları fazla olan malların tüketimini azaltma,
- ✓ Çevreye verilen negatif dışsallığın tazmini için kaynak sağlama,
- ✓ Çevre politikasının temel ilkelerinden biri olan kirleten öder ilkesinin uygulanabilirliğini sağlama,
- ✓ Trafikteki araç sayısını ve araç yoğunluğunu kontrol edebilme imkânı,
- ✓ Petrol fiyatlarındaki dalgalanmanın ekonomiye vereceği olumsuz etkileri en aza indirmek (Kantarıcı, 2018: 232),

3. AKARYAKIT VERGİLERİNİN EKONOMİK ETKİLERİ

Benzin, motorin, gazyağı, sıvılaştırılmış petrol gazı (LPG), kalorifer yakıtı, jet yakıtı ve çeşitli kalitelere fuel-oiller ham petrolden elde edilen en önemli ürünlerdir ve akaryakıt ürünleri olarak adlandırılmaktadır (Kibritçiöğlu, 1999: 235). Petrol ithalatçısı olan Türkiye, petrol fiyatlarında meydana gelen değişikliklerden dolayı olumsuz ekonomik etkiler yaşamaktadır. Petrol fiyatları ve vergiler akaryakıt ürünlerinin fiyatını belirlemektedir. Akaryakıt fiyatları ise hem ülke ekonomisinde hem de firma ve hane halkının ekonomisinde etki oluşturmaktadır (Arslan, 2013: 40).

Türkiye’de petrol fiyatlarının artışı önemli zincirleme fiyat artışlarına ve bunun sonucunda da enflasyona yol açar. Başlangıçta ham petrol fiyatlarına yapılan bir seferlik zammın enflasyonist etkisi, zaman içerisinde azalan şiddette de olsa hemen hemen ekonomideki tüm sektörlerle yayılır. Akaryakıttan alınan vergilerin arttırılması sonucunda meydana gelen fiyat artışı durumunda, hem sektörel fiyat artışları hızlanırken hem de artan vergi geliri nedeniyle bütçe açıkları azalacağı için bir çeşit deflasyonist etki de oluşturulmuş olur. Bu bağlamda, akaryakıt ürünlerinin vergi sebebiyle fiyatlarının artması ilk başta ekonomide enflasyonist etki oluştursa bile, sonraki dönemlerde kamu gelirlerinin artması nedeniyle daha çok deflasyonist etkilere dönüşecektir (Kibritçiöğlu, 1999: 238 – 240).

Akaryakıt fiyatlarındaki bir artış tüketicilerin yakıt maliyetlerine etki edebilir. Akaryakıtın yüksek fiyatlı olması durumunda tüketiciler, toplu taşıma araçlarını kullanımını arttırıp özel araç kullanımını azaltabilir ve işyerlerine ulaşımı kolay sağlamak açısından işyerlerine yakın alanlarda ikamet etmeye zorlayabilir (Li ve diğ., 2011: 2). Petrol fiyatlarındaki değişiklikler gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler üzerinde doğrudan veya dolaylı etkilere sahiptir. Petrol ithalatçısı olan yani petrol ihtiyacının çok büyük bir kısmını ithalatla karşılayan ülkelerde, petrol fiyatları ekonomik büyüme üzerinde etkiliyken ekonomik büyüme de petrol fiyatları üzerinde etkilidir. Petrol fiyatlarındaki artışlar bu ülkelerin ekonomilerinde olumsuz etkiler oluşturmaktadır (Öztürk ve Kılıç, 2018: 148). Petrol fiyatlarındaki artış, petrol ithali yapan ülkelere petrol ihracı yapan ülkelere doğru servet transferine neden olacağı için hanehalkı ve firmaların alım gücünde düşüş meydana getirir (İşcan, 2010: 611). Yükselen petrol fiyatlarıyla birlikte üretimin temel girdisi olan petrolde kıtlık oluşacak ve üretimde büyüme ve verimlilik düşecektir (Öksüzler ve İpek, 2011: 17).

Petrol fiyatlarının artmasıyla birlikte enflasyon ve girdi maliyetleri artacak ve petrol dışı mallara olan talep azalacaktır. Ayrıca petrol fiyatlarındaki artış vergi gelirleri, kamu harcamaları ve bütçe üzerinde olumsuz etkiler oluşturacaktır. Bunun sonucunda vergi gelirleri düşecek, kamu harcamaları azaltılacak ve böylece bütçe açığının artmasına neden olacaktır. Bu durum faiz oranlarını düşürürken, petrol fiyatlarındaki yükseliş nominal ücret seviyelerine baskı yapacaktır. Talepteki düşüş ve ücretler üzerindeki baskının artmasıyla birlikte, petrol fiyatlarındaki artış en azından kısa dönemde işsizliğin artmasına neden olacaktır (Yardımcıoğlu ve Beşel, 2013: 2199).

Petrol fiyatlarındaki değişiklikler ülkelerin gelirleri üzerinde olumsuz etkiler oluşturmaktadır. Petrol fiyatlarının yükselmesi, ithalatçı ülkelere ihracatçı ülkelere gelir transferine yol açar ve bunun sonucunda gelir dağılımını bozucu etkiler oluşturur. Petrol ithalatçısı ülkelere yapılan gelir transferi sonucunda, ithalatçı ülkelerdeki petrol talebinin azalacağı beklenir (Hunt ve diğ., 2002: 90). Ayrıca, firmaların üretim maliyetlerini yükselterek yatırımlar üzerinde daraltıcı etkilere neden olur. Yatırımlardaki daralma sonucunda ekonomik faktörlerde olumsuz etkiler oluşur. Üretimin daralmasıyla birlikte ihracat ve büyüme kapasitesinde azalma meydana gelir (Husain ve diğ., 2015: 8).

4. LİTERATÜR İNCELEMESİ

Akaryakıt vergilerinin etkilerinin ölçmeye yönelik literatürde çok sayıda çalışma bulunmaktadır. özellikle Türkçe literatürde 1990'lı yıllardan sonra ampirik araştırmaya dayanan söz konusu çalışmalarda önemli bir artış yaşanmıştır. Willenborg ve Pitts (1977) akaryakıt fiyatlarının tüketici davranışlarına etkisini incelemiştir. Çalışmaya göre fiyat mekanizması, akaryakıt fiyatları kademeli olarak yükseldiğinde tüketimi kısımda etkili değildir ve tüketiciler değişen akaryakıt fiyatlarına adapte olabilmektedir. Ohta ve Griliches (1986) ABD'li tüketicilerin 1973 ve 1979'daki benzin fiyatı artışlarının tüketicilerin araç özellikleri hakkındaki görüşlerini önemli ölçüde değiştirip değiştirmediğini araştırmışlardır. Elde edilen sonuçlara göre; eğer benzin fiyatlarındaki artış hesaba katılmazsa tüketicilerin araç özellikleri ile ilgili düşüncelerinin hızlı ve belirgin bir şekilde değiştiği gözlemlenmiştir. Benzin fiyatlarındaki artış hesaba katıldığında ise tüketicilerin araç özellikleri hakkındaki düşünceleri daha istikrarlı hale gelmiş ve bu zaman periyodu boyunca belirgin değişiklik göstermemiştir.

Khazzom (1991) akaryakıt vergilerinin arttırılması sonucunda meydana gelecek değişiklikleri kısa dönem etkileri ve uzun dönem etkileri olmak üzere iki başlık altında incelemiştir. Kısa dönemde tüketiciler mevcut aracını sabit tutar fakat araçlarıyla seyahat etme sürelerini azaltır, özel araç kullanımı yerine toplu taşımayı tercih eder ve yakıt verimliliğini arttırmak için geliştirilmiş otomobil bakımı yaptırırlar. Uzun dönemde ise tüketiciler yakıt tasarrufu daha yüksek olan araç alma eğilimindedirler ve iş yerlerine daha yakın yerlere taşınma gibi araçla seyahatte tasarruf sağlayan davranışlar sergilerler.

Alper ve Torul (2009) tarafından yapılan ampirik çalışmada, dünyadaki petrol fiyatlarında yaşanan şokların, 1991-2007 yılları arasındaki dönemde Türkiye'deki perakende akaryakıt fiyatlarına olan etkileri araştırılmıştır. Dünyada ham petrol fiyatının yükselmesine Türkiye akaryakıt fiyatlarını belirgin bir şekilde arttırarak cevap vermektedir. Bu dönem boyunca Bakanlar Kurulu kararı ile akaryakıt fiyatlarının %70 ile %80'inin vergilerden oluştuğu görülmektedir. Türkiye'deki akaryakıt fiyatlarının oluşumunda vergiler ön plandadır. Hükümetler akaryakıt üzerindeki vergileri değiştirirken, fiyatları düzeltmeden ziyade vergi gelir tahsilatına önem vermektedir.

Li ve diğ. (2011), akaryakıt vergilerinin akaryakıt tüketimini azaltmak veya tüketicileri daha az yakıt tüketen araç kullanmaya teşvik etmek için etkili bir önlem olabileceğini tespit etmişlerdir. Lin ve Prince (2013) tarafından yapılan çalışmada, akaryakıt fiyatlarındaki dalgalanmaların tüketicilerin akaryakıt talep esnekliğini nasıl etkilediğini araştırmışlardır. Akaryakıt fiyatlarının istikrarsız olduğu dönemlerde, fiyatların değişkenliği arttıkça, orta vadede tüketicilerin akaryakıt talebinin büyüklüğü azalmaktadır. Tüketiciler fiyatların değişken olduğu durumlarda akaryakıt fiyatlarındaki değişikliklere karşı daha az duyarlı hale gelir ve bu da akaryakıt fiyatlarındaki dalgalanmanın, talebin akaryakıt fiyat esnekliği üzerinde bir etkisi olduğunu gösterir.

Gergerlioğlu (2017) çalışmasından akaryakıt fiyatları arttığında, bu fiyat artışının tüketiciler tarafından genellikle vergi ile ilişkilendirildiğini ve bunun araç kullanıcılarının psikolojileri üzerinde olumsuz etkiler oluşturduğunu ortaya koymuştur. Akaryakıttaki fiyat artışlarının, araç sahiplerini yakıt konusunda daha tasarruflu bir araç alımına yönelttiği sonucuna varmıştır.

5. ALAN ARAŞTIRMASI

Bu bölümde akaryakıt vergilerinin tüketici davranışları üzerinde etkili olan faktörler araştırılmış Sakarya ili özelinde bir anket çalışması yürütülmüş ve anket sonuçlarının değerlendirilmesine yer verilmiştir.

5.1. Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular

Tablo 1: Anket Katılımcılarının Demografik Bilgileri

Yaş	Frekans	Yüzde
18-25	43	17,1
26-40	149	59,1
40 ve üstü	60	23,8
Eğitim Durumu	Frekans	Yüzde
Ortaokul	17	6,7
Lise	67	26,6
Önlisans	42	16,7
Lisans	100	39,7
Lisansüstü	26	10,3
Medeni Durum	Frekans	Yüzde
Evli	171	67,9
Bekar	81	32,1
Cinsiyet	Frekans	Yüzde
Kadın	46	18,3
Erkek	206	81,7

Tablo 1’de anket çalışmasına katılan kişilerin demografik bilgileri yer almaktadır. Çalışma katılımcılarının %18’i kadın, %81’i erkekten oluşmaktadır. Katılımcıların eğitim durumlarında ortaokul olanların durumu %6,7, lise %26,6, önlisans %16,7, lisans %39,7 ve geri kalan %10,3 ise lisansüstü olduğu gözlemlenmektedir. Katılımcıların yaş aralığı dikkate alındığında 17,1’lik oranı 18-25 yaş arası, %59,1’lik oranı 26-40 yaş arası, %23,8’i ise 40 yaş ve üzeri olduğu gözlemlenmiştir. Medeni duruma bakıldığında %67,9’unun evli, %32,1’inin ise bekar olduğu gözlemlenmektedir.

5.2. Tüketicilerin Akaryakıt Vergilerine Karşı Tutum ve Algısına Yönelik Bulgular

Tablo 2: Tüketicilerin Akaryakıt Vergilerine Bakışı

	Doğru	Yanlış	Orta	Orta	Orta
	%	%	%	%	%
Akaryakıt vergileri (ÖTV + KDV) adaletlidir.	64,7	21,8	6	4,8	2,8
Akaryakıt vergileri hakkında yeterli bilgiye sahibim.	9,5	16,3	18,7	40,1	15,5
Akaryakıt satışından yüksek miktarda vergi alınmaktadır.	11,9	5,2	4	23,8	55,2
Akaryakıt fiyatlarındaki değişiklikleri yakından takip ederim.	10,3	8,3	10,7	34,9	35,7
Türkiye’de akaryakıt fiyatları gelişmiş ülkelere göre yüksektir.	9,5	7,1	7,5	22,2	53,6
Satın aldığım akaryakıt içerisinde ödediğim verginin farkındayım.	13,5	5,2	3,6	37,3	40,5
Akaryakıt türü araç tercihim etkiler.	10,7	5,2	7,1	27	50
Bir araç satın alırken aracın yakıt tasarrufu kararımı etkiler.	8,7	6	2	28,2	55,2
Akaryakıt vergilerinin yüksek olması kaçak akaryakıt kullanımını artırmaktadır.	9,9	9,1	14,7	28,2	40,1
Akaryakıt sektöründe vergi denetimleri yetersizdir.	10,3	15,1	25,4	24,2	25
Akaryakıt vergileri, karayollarını kullanmanın bir bedelidir.	33,3	23,8	14,3	16,7	11,9
Akaryakıt fiyatı, araç kullanımımı etkiler.	9,5	9,9	5,2	27,8	47,6

Tablo 2’ye bakıldığında, “Akaryakıt vergileri adaletlidir.”, “Karayollarını kullanmanın bir bedelidir” ifadelerine katılmadıkları görülmektedir. “Vergiler hakkında yeterli bilgiye sahibim”, “Akaryakıt satışından yüksek vergi alınmaktadır.”, “Akaryakıt türü araç tercihim etkiler.” ve diğer ifadelerle de yüksek oranda katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum yanıtlarını verdikleri gözlemlenmektedir.

Elde edilen bulgular neticesinde ankete katılan 252 kişiden 163'ü akaryakıttan alınan vergileri adaletli bulmamaktadır. Ankete katılanların yarısından fazlası akaryakıt satışından yüksek miktarda vergi alındığını düşünmektedir ve Türkiye'deki akaryakıt fiyatlarını yüksek bulmaktadır.

Katılımcıların toplamda %18,7'si akaryakıt satın alırken ödedikleri verginin farkında olmadığını belirterek, akaryakıt satışında uygulanan vergilerin mali anestezi altında alınabileceğine örnek teşkil etmektedirler. Ankete katılan akaryakıt tüketicilerinin verdiği cevaplara göre, aracın akaryakıt türü ve akaryakıt tasarrufu kişilerin araç seçimleri üzerinde etkilidir.

Ankete katılanlar tarafından akaryakıt vergilerinin yüksek olmasının kaçak akaryakıt kullanımını arttırdığı düşünülürken, %57,1'i karayollarının kullanım bedeli ile akaryakıt vergileri arasında bir ilişki olmadığını belirtmiştir. Ankete katılan araç kullanıcılarının "Akaryakıt fiyatı, araç kullanımını etkiler" yargısına %27,8'i katılıyorum, %47,6'sı kesinlikle katılıyorum cevabını vermesi akaryakıt fiyatlarının kişilerin araç kullanım süresi, hızı ve sıklığı gibi konularda etkili olduğunu göstermektedir.

Tablo 3: Akaryakıt Vergilerindeki Değişime Karşı Tüketicilerin Tutum ve Algısı

Akaryakıt Vergilerinin %15 Artırılması Halinde;	Evet	Hayır
Diğer harcamalarını azaltırım.	%61,5	%38,5
Araç kullanma süremi azaltırım.	%76,2	%23,8
Daha tasarruflu bir araç tercih ederim.	%82,1	%17,9
Daha yavaş araç kullanırım.	%60,3	%39,7
Motorlu taşıtımı satarım.	%38,9	%61,1
Toplu taşımayı tercih ederim.	%60,7	%39,3
Siyahi tercihim değişir.	%54	%46
Akaryakıt Vergilerinin %15 Azaltılması Halinde;	Evet	Hayır
Motor hacmi daha yüksek olan bir araç tercih ederim.	%32,1	%67,9
Araç kullanma süremi arttırırım.	%54	%46
Aile üyelerime de araç satın alırım.	%24,6	%75,4
Aylık tasarrufumu arttırırım.	%74,2	%25,8

Tablo 3'e bakıldığında akaryakıt vergilerinin %15 artırılması halinde katılımcıların %61,5'inin diğer harcamalarını kısma eğiliminde olacağı görülmektedir. Katılımcıların %76,2'si araç kullanma sürelerini azaltacağını ifade etmiştir. Elde edilen bu sonuç Li (2011) ve Gergerlioğlu (2017) tarafından yapılan ampirik çalışma sonuçları ile uyumluluk göstermektedir. Vergilerin yükselmesiyle birlikte araç sahiplerinin %82,1'i daha tasarruflu bir araç tercih edeceğini, %60,3'ünün araç kullanım hızını düşüreceğini, %60,7'sinin toplu taşımayı tercih edeceğini ve %54'ünün siyasi tercihini değiştireceğini ifade etmiştir. Ancak motorlu taşıtımı satarım ifadesine %61,1'inin hayır yanıtı verdiği gözlemlenmektedir.

Buna göre akaryakıttan alınan vergilerin yükselmesi kişilerin ekonomik, sosyal ve siyasi kararları üzerinde etkili olduğu söylenebilir. Kişiler, akaryakıt vergilerindeki artışı ödeyebilmek için diğer harcamalarını azaltma yoluna gidebilir, daha tasarruflu araç tercih ederek ve araç kullanma sürelerini azaltarak vergiden kaçınabilirler.

Vergilerin artırılması araç kullanıcılarının araç kullanma hızını etkileyerek daha yavaş araç kullanmalarını sağlayabilir ve böylece yüksek hızdan kaynaklanan trafik kazalarının azalmasına katkıda bulunabilir. Aynı zamanda, vergilerin yükselmesiyle birlikte kişilerin araç kullanım sürelerini azaltacağını belirtmesi motorlu taşıtlardan kaynaklanan çevre kirliliğinin azalmasına etkili olabilir. Yine vergilerin artırılması sonucunda, kişilerin toplu taşımayı tercih etmesi trafik sıkışıklığına olumlu etki ederek sıkışıklığı azaltabilir ve trafikte geçirilen süreyi de düşürebilir. Akaryakıttan alınan vergilerin yüksek olması kişilerin siyasi tercihlerini etkileyerek, mevcut hükümete tepki olarak sonraki seçimlerde hükümet partisinin oy oranının düşmesine neden olabilir. Akaryakıt vergilerinin artması kişilerin motorlu aracını satma kararı üzerinde etkili olmayabilir.

Akaryakıt fiyatlarının %15 düşürülmesi halinde ise motor hacmi daha yüksek olan araç tercih ederim, aile üyelerime de araç satın alırım ifadelerine yüksek oranda hayır yanıtı verilmiştir. Buna göre akaryakıt vergilerinin düşürülmesi kişilerin araç tercihlerinde ve ikinci veya üçüncü araç satın alma kararlarında etkili olmadığı görülmektedir.

Araç kullanma süresi artırırım ve aylık tasarrufumu artırırım ifadelerine yüksek oranda evet yanıtının verilmesi, vergilerdeki azalışın kişilerin araç kullanma süresi ile ters orantılı olduğunu ve tasarruf kararları üzerinde etkili olduğunu göstermektedir.

6. SONUÇ VE TARTIŞMA

Günümüzde önemli bir enerji kaynağı olan petrol, birçok sektörde temel girdi maddesi olduğu için ülkelerin ekonomisinde önemli bir yere sahiptir. Her geçen gün petrol talebi ve petrole olan bağımlılık artmaktadır. Özellikle akaryakıt ürünleri hem üretimde hem de tüketimde vazgeçilmezdir. Bu nedenle akaryakıt fiyatlarında meydana gelen değişiklikler yakından takip edilmektedir. Ülkemizde akaryakıt fiyatlarını etkileyen temel unsurlardan biri ise vergilerdir.

Devletler kamu hizmetlerini gerçekleştirebilmek için yapılacak olan harcamaların büyük bir kısmını vergilerle finanse ederler. Akaryakıt ürünlerinin talep esnekliğinin düşük olması, vergi gelirleri açısından önemlidir. Türkiye’de akaryakıt vergilerinin yüksek olması devlete önemli bir gelir sağlasa da tüketiciler için maliyetlerin artması anlamına gelmektedir. Çalışmamızda tüketicilerin akaryakıt vergileriyle ilgili düşünce, tutum ve algıları anket çalışması yürütülerek tespit edilmeye çalışılmıştır. Elde edilen sonuçlar neticesinde tüketicilerin akaryakıt vergilerini adil bulunmadığı, vergi oranlarının yüksek olduğu, ödenen verginin bilincinde olduğu ve araç tercihi konusunda belirleyici olduğu gözlemlenmektedir.

Akaryakıt vergilerinin %15 artırılması halinde akaryakıt tüketicilerinin; araç kullanım sürelerini azaltacağı, toplu taşımayı tercih edeceği ve daha yavaş araç kullanacağı tespit edilmiştir. Araç kullanım süresinin düşürülmesi, toplu taşıma araçlarının tercih edilmesi egzoz gaz salınımını düşürerek negatif dışsallıkları azaltmada önemli bir rol oynayabilir. Ayrıca, akaryakıt vergilerinin artması halinde aracımı satırım önermesine alınan yanıtlar doğrultusunda tüketicilerin araçlarını satmak istememeleri, akaryakıt vergilerinin artmasının tüketicilerin alışkanlıklarından vazgeçmesine neden olmadığı tespit edilmiştir. Yine, vergilerin yükselmesi sonucunda kişilerin siyasi tercihlerini değiştireceği hükmüne varılmıştır. Akaryakıttan alınan vergilerin azaltılması halinde ise tüketicilerin tasarruf miktarlarını arttıracakları tespit edilmiştir.

Sonuç olarak akaryakıt üzerinden alınan vergilerin artırılması veya azaltılması, tüketicilerin davranışlarını ekonomik, sosyal ve siyasi açıdan etkilemektedir. Bu neticede, akaryakıt vergilerindeki değişikliklerin tüketicilerin tutum ve algılarına yönelik önemli etkilere sahip olduğu söylenebilir.

KAYNAKÇA

- Alper C. E., Torul O. (2009), Asymmetric Adjustment of Retail Gasoline Prices in Turkey to World Crude Oil Price Changes: The Role of Taxes, *Economics Bulletin*, 29(2), 775-787.
- Arslan, C.B. (2013), Türkiye’de Akaryakıt Üzerindeki Vergiler ve Analizi, *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Ankara, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gergerlioğlu U. (2017), Otomobil Yakıt Tüketimi İle Alakalı Vergilere İlişkin Tutum Ve Davranışların Analizi: İstanbul Örneği, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Ocak-Haziran, 49, 59-86.
- Hunt, B., Isard, P., Laxton, D. (2002), The Macroeconomic Effects of Higher Oil Prices, *National Institute Economic Review*, 87-103.
- https://www.gib.gov.tr/sites/default/files/fileadmin/user_upload/VI/GBG1.htm, (Erişim Tarihi: 19.10.2019).
- Husain, A.M., Arezki, R., Breuer, P., Haksar, V., Helbling, T., Medas, P., Sommer, M. and IMF Staff Team (2015), Global Implications of Lower Oil Prices, *International Monetary Fund*.
- İşcan, E. (2010). Petrol Fiyatının Hisse Senedi Piyasası Üzerindeki Etkisi, *Maliye Dergisi*, 158, 607-617.

- Kantarıcı, H. S. (2018), Türkiye’de Akaryakıt Üzerinden Alınan Vergilerin OECD ve AB Ülkeleri ile Karşılaştırılması, *Sosyoekonomi*, 26(35), 229-247.
- Khazzom, D. (1991), The Impact of a Gasoline Tax on Auto Exhaust Emissions, *Journal of Public Policy Analysis and Management, Summer*, 10, 434-454.
- Kibritçiöğlu A. (1999), Türkiye’de Akaryakıt Fiyat Ürünü Artışları ve Enflasyon: Mitler ve Gerçekler, *Yeni Türkiye Dergisi*, 27, 234-244.
- Li, S., Linn J., Muehlegger E. (2011), Gasoline Taxes and Consumer Behavior, 1–58.
- Lin, C. -Y.C., Prince L. (2013), Gasoline Price Volatility And The Elasticity Of Demand For Gasoline, *Energy Economics*, 111 – 117.
- Ohta, M., Griliches Z. (1986), Automobile Prices and Quality: Did the Gasoline Price Increases Change Consumer Tastes in the U.S.?, *Journal of Business & Economic Statistics*, 4, 187-198.
- Oktar, S. A. (2012), *Vergi Hukuku*, İstanbul: Türkmen Kitapevi.
- Öksüzler O. ve E. İpek (2011). Dünya Petrol Fiyatlarındaki Değişimin Büyüme ve Enflasyon Üzerindeki Etkisi, *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(14), 15-34.
- Öncel, M., Kumrulu A., Çağan N. (2015), *Vergi Hukuku*, Ankara: Turhan Kitabevi Yayınları.
- Öztürk S., Kılıç N. Ö. (2018), Petrol Fiyatları ve İktisadi Büyüme: OECD Ülkeleri Üzerine Bir Analiz, *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(2), 138-149.
- Şenyüz, D., Yüce M., Gerçek A. (2019), *Türk Vergi Sistemi*, Bursa: Ekin Kitap Evi, 16. Baskı.
- Turan, S.(1998), *Vergi Teorisi ve Politikası*, İstanbul: Filiz Kitapevi.
- Yanar, R. (2011), Türkiye’de Enerji Tüketimi, Ekonomik Büyüme ve Cari Açık İlişkisi, *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, 2(3), 191- 201.
- Yardımcıoğlu F., Beşel F. (2013), İşsizlik–Petrol Fiyatları İlişkisi: Yapısal Kırılmalar Altında Türkiye Örneği (1980-2012), *Turkish Studies*, 8(8), 2197-2211.
- Willenborg, J.F., Pitts R. E. (1977), Gasoline Price: Their Effect on Consumer Behavior and Attitudes, *Journal of Marketing*, January, 24-31.

GENÇLİK VE SPOR BAKANLIĞI TAŞRA TEŞKİLATLANMASINDA SPOR HİZMETLERİNİN PERSONEL İHTİYACI YÖNÜNDEN İNCELENMESİ (KOCAELİ İLİ ÖRNEĞİ)

Mehmet DUMAN

Kocaeli Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı
mehmet.duman@gsb.gov.tr

Kubilay PARILTI

Kocaeli Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı
kubilayparilti@gmail.com

Özet

Cumhuriyetin kurulduğu günden bu yana kamudaki spor teşkilatlanması belirli zamanlarda değişime uğramış an itibariyle de değişmeye ve gelişmeye çalışmaktadır. 24 Haziran 2018 tarihinde yapılan Cumhurbaşkanlığı ve Milletvekili Genel Seçimleri sonucunda Türkiye’de hem yasal hem de fiili olarak Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi olarak adlandırılan yeni hükümet sistemine geçilmiştir (Turan 2018). 703 sayılı Kanun Hükmünde Kararname ile Gençlik ve Spor Bakanlığı bağlı kuruluşu olan özel bütçeli Yüksek Öğrenim Kredi ve Yurtlar Kurumu Genel Müdürlüğü ile Spor Genel Müdürlüğü kapatılmış olup bu genel müdürlükler Cumhurbaşkanlığı Teşkilatı Hakkında 1 sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi ile Gençlik ve Spor Bakanlığı bünyesinde ana hizmet birimi olarak yeniden yapılandırılmıştır (GSB Faaliyet Raporu 2018). Yeniden şekillenen Gençlik ve Spor Bakanlığı taşra teşkilatlanması Spor Hizmetleri, Gençlik Hizmetleri ve Yurt Hizmetleri olarak 3 kola ayrılarak hizmet vermektedir. Taşra teşkilatlanmasında Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü bünyesinde Spor Hizmetleri kendine ait idari hizmet birimleri ve ilçelerde bulunan Gençlik ve Spor İlçe Müdürlükleri olarak il içerisinde spor hizmetlerini sürdürmektedir. Bu çalışmanın amacı taşra teşkilatlanmasındaki personel ihtiyacı durumlarını incelemektir. Yöntem olarak nitel araştırma yöntemlerinden doküman analizi kullanılmıştır. Kocaeli Gençlik ve Spor İl Müdürlüğünde Spor Hizmetlerinde çalışan insan kaynağına yönelik sayısal veriler, demografik değişkenler ile birlikte incelendiğinde; insan kaynağının nicelik olarak desteklenmesi gerektiğini göstermiştir. Spor hizmetlerinde çalışan insan kaynağının; nüfus, spor tesislerinin kullanım amaçları ve halka ulaşma noktasında ihtiyaç duyulan niteliklere göre planlanması noktasında öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Spor Hizmetleri, Taşra Teşkilatı, Personel.

INVESTIGATION OF SPORT SERVICES IN THE PROVINCIAL ORGANIZATION OF THE MINISTRY OF YOUTH AND SPORTS FOR PERSONNEL NEEDS (EXAMPLE OF KOCAELİ PROVINCE)

Abstract

Since the foundation of the Republic, the sports organization in the public sector has been changed at certain times and has been trying to change and develop. Held on June 24, 2018 Presidential and Parliamentary General Elections in Turkey as a result of both legal and de facto called Presidential System of Government has switched to the new system of government (Turan 2018). With the Decree 703, the General Directorate of Higher Education Credit and Dormitories Institution and the General Directorate of Sports with a special budget, which is a subsidiary of the Ministry of Youth and Sports, were closed down. structured (GSB Faaliyet Raporu 2018). The provincial organization of the reshaped Ministry of Youth and Sports serves as Sports Services, Youth Services and Dormitory Services. In the provincial organization, within the body of the Provincial Directorate of Youth and Sports, Sports Services continues its sports services within the province as its own administrative service units and the District Directorates of Youth and Sports in the districts. The aim of this study is to examine the personnel needs in the provincial organizations. Document analysis, one of the qualitative research methods, was used as the method. When the numerical data related to the human resources working in Sport Services in Kocaeli Provincial Directorate of Youth and Sports are

examined together with demographic variables; human resources should be supported quantitatively. Human resources working in sports services; The aim of this study was to make recommendations for planning the population, sports facilities according to the purpose of use and the qualifications needed to reach the public.

Keywords: Sports Services, Provincial Organization, Personnel.

1. Giriş

Spor, toplumların refah ve kültür düzeylerinin bir göstergesi olarak kabul edilmektedir. Bu açıdan spor, toplumların yaşamında önemli bir rol oynar. Bu itibarla önemli bir sosyal olgu olan sporun yaygınlaşması ve uluslararası başarılar, önemli ölçüde bu alandaki teşkilatlanmaya bağlıdır. Ancak bu teşkilatlanma, çok hızlı bir değişim gösteren dünyamızda gelişmelere uyum sağlayabilecek yapı içerisinde olmalıdır(Sunay 2016).

Ülkemizde gençlik ve spor alanında teşkilatlanma çabaları “Türkiye İdman Cemiyeti” ile başlamıştır. 1938 yılında 3530 sayılı Kanun ile başbakanlığa bağlı olarak kurulan Beden Terbiyesi Genel Müdürlüğü; 1942 yılında Milli Eğitim Bakanlığına, 1960 yılında Başbakanlığa, 1970 yılında Gençlik ve Spor Bakanlığına ve 1983 yılında Milli Eğitim Gençlik ve Spor Bakanlığına bağlanmıştır (GSB Faaliyet Raporu 2018).

28 Mayıs 1986 tarih 3289 sayılı Beden Terbiyesi ve Spor Genel Müdürlüğünün Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanunla Milli Eğitim Gençlik ve Spor Bakanlığına bağlı, merkezde katma bütçeli ve tüzel kişiliğe sahip Beden Terbiyesi ve Spor Genel Müdürlüğünün, taşrada ise Genel Müdürlüğe bağlı özel bütçeli il ve ilçe müdürlüklerinin kurulmasına karar verilmiştir. 1989 yılına kadar bu statüsünü devam ettiren teşkilat 356 sayılı kanun hükmünde kararname ile yeniden Başbakanlığa bağlanmış ve adı “Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü” olarak değiştirilmiştir (GSB Faaliyet Raporu 2018).

2011 yılına kadar teşkilat yapısında herhangi bir değişiklik olmamıştır. Bu tarihte ise gençliğe yönelik hizmetlerin daha fazla öne çıkarılarak etkin ve yaygın bir şekilde yürütülmesi amacıyla 08.06.2011 tarihli ve 27958 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan 03.06.2011 tarihli ve 638 sayılı Kanun Hükmünde Kararname ile Gençlik ve Spor Bakanlığı kurulmuştur. Bakanlık bünyesinde Gençlik Hizmetleri Genel Müdürlüğü, Proje ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü ile Eğitim, Kültür ve Araştırma Genel Müdürlüğü oluşturularak gençlik konusu çok yönlü olarak ele alınmaya başlanmıştır (GSB Faaliyet Raporu 2018).

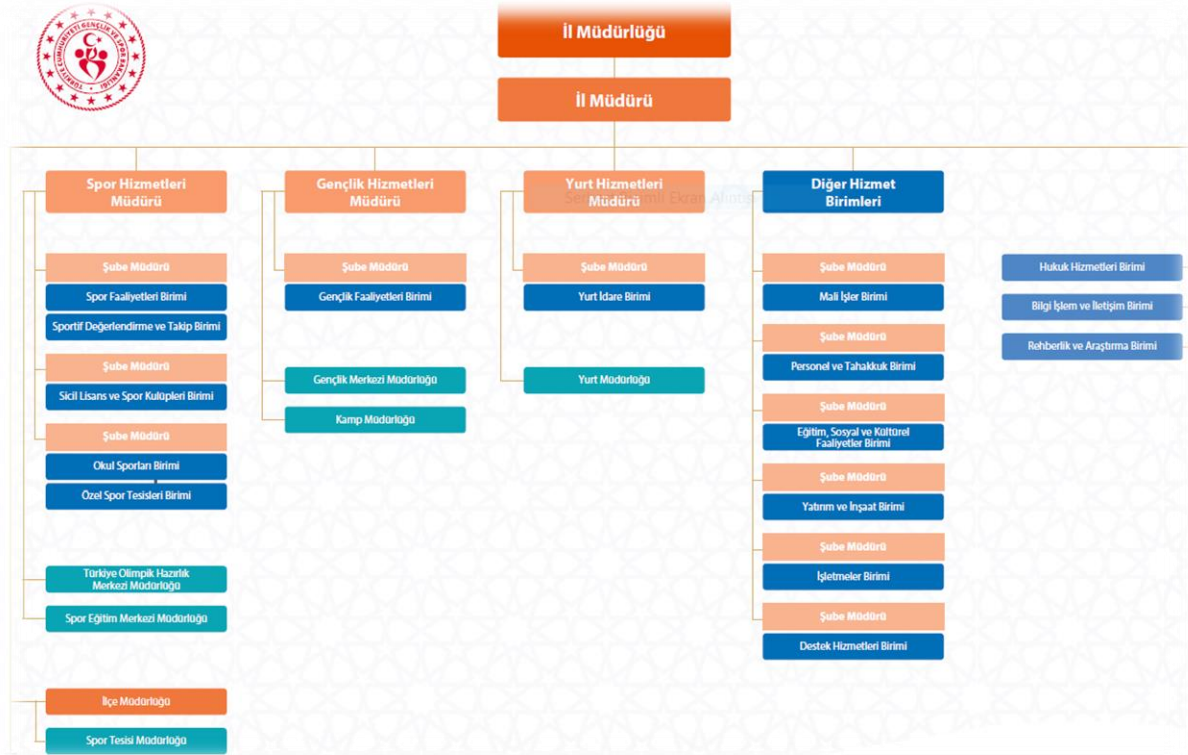
Bakanlığın kurulmasıyla Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü, Spor Genel Müdürlüğü adını almış ve sadece spor yönetiminden sorumlu bir kurum olarak hizmet vermeye başlamıştır. Spor Genel Müdürlüğü, Yüksek Öğrenim Kredi ve Yurtlar Kurumu Genel Müdürlüğü ve Spor Toto Teşkilat Başkanlığı Bakanlığa bağlı kuruluşlar haline getirilmiş ve Taşrada Spor Genel Müdürlüğüne bağlı Gençlik Hizmetleri ve Spor İl ve İlçe Müdürlükleri kurulmuştur (GSB Faaliyet Raporu 2018).

Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemine geçilmesiyle 10.07.2018 tarihli ve 30474 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan 1 sayılı Cumhurbaşkanlığı Teşkilatı Hakkında Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi ile Spor Genel Müdürlüğü Spor Hizmetleri Genel Müdürlüğü, Yükseköğrenim Kredi ve Yurtlar Kurumu Genel Müdürlüğü ise Kredi ve Yurtlar Genel Müdürlüğü adını alarak Bakanlık Merkez Teşkilatına dahil edilmiş ve yeni hizmet birimleri oluşturulmuştur. (GSB Faaliyet Raporu 2018).

10/7/2018 tarihli ve 30474 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan 1 sayılı Cumhurbaşkanlığı Teşkilatı Hakkında Cumhurbaşkanlığı Kararnamesinin Gençlik ve Spor Bakanlığı bölümünün 202 nci maddesi ile Ortak Hükümler bölümünün 508 inci ve 509 uncu maddelerine dayanılarak hazırlanan yönergeye göre taşra teşkilatı yapısı değişime uğramıştır.

2018 yılı 703 sayılı kanun hükmünde kararnameden önce Gençlik ve Spor Bakanlığına bağlı taşra teşkilatlanmasında Kredi ve Yurtlar Kurumu İl Müdürlüğü ve Gençlik Hizmetleri ve Spor İl Müdürlüğü adı ile illerde hizmet veren iki kurum; Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü adı ile aynı çatı

altında birleşmiş ve çalışmalarına bu çatı altında devam etmektedir. Gençlik ve Spor İl Müdürlükleri Spor Hizmetleri, Yurt Hizmetleri ve Gençlik Hizmetleri olarak 3 kolda hizmet vererek, 81 vilayette faaliyetlerini sürdürmektedir.



Resim 1: Kocaeli ilini de kapsayan 14 ile ait Gençlik ve Spor Bakanlığı Taşra Teşkilatı Şeması.

Yukarıda görüldüğü üzere taşra teşkilatının Spor hizmetleri Müdürlüğüne bağlı Spor Faaliyetleri, Sportif Değerlendirme ve Takip, Sicil Lisans ve Spor Kulüpleri, Okul Sporları ve Özel Spor Tesisleri birimleri hizmetlerini ilgili şube müdürlükleri çatısı altında sürdürürken; Olimpik Hazırlık Merkezi Müdürlükleri ve Spor Eğitim Merkezi Müdürlükleri doğrudan Spor Hizmetleri Müdürlüğü'nün emrinde faaliyetlerini sürdürmektedirler. Ayrıca İl Müdürlüğüne bağlı İlçe Müdürlüklerinde bulunan Spor Tesislerinde spor faaliyetleri yürütülmektedir. Bu çalışmada Kocaeli Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü özelinde spor hizmetlerinde çalışan personellerin sayısal ve fonksiyonel durumları incelenecektir.

2.Amaç

Bu çalışma Gençlik ve Spor Bakanlığı taşra teşkilatında spor tesislerinin, spor organizasyonlarının yönetiminde, sevk ve idaresinde, işçiliğinde görev alan personellerin sayısal ve fonksiyonel durumlarını incelemeyi amaçlamaktadır.

3.Yöntem

Bu çalışma Gençlik ve Spor Bakanlığı taşra teşkilatındaki spor hizmetlerinin personel ihtiyacının yönünden Kocaeli ili özelinde incelemeyi amaçladığı için, nitel araştırma kapsamında olup, nitel araştırma çeşitlerinden durum çalışması ile gerçekleştirilmiştir. Verilerin toplanması için doküman analizi yöntemi kullanılmıştır.

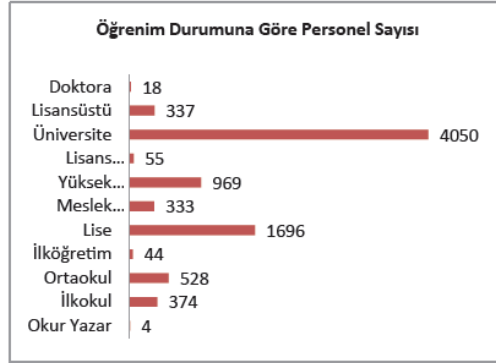
4. Bulgular

Çalışmanın bu bölümünde Taşra teşkilatını ilgilendiren literatüre ait ve Kocaeli Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü'nden resmi yazı sonucu elde edilen içeriklerinin incelenmesi sonucu elde edilen bulguların sunumu gerçekleştirilmiştir.

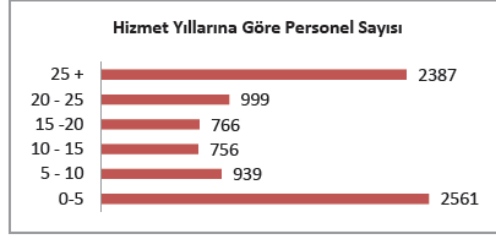
Türkiye İstatistik Kurumu adrese dayalı kayıt sistemi verilerine göre Türkiye'nin nüfusu 82003882 (seksen iki milyon üç bin sekiz yüz seksen iki) kişidir (tuik.gov.tr) Türkiye İstatistik Kurumu adrese dayalı kayıt sistemi verilerine göre Kocaeli'nin nüfusu 1906391 (bir milyon dokuz yüz altı bin üç yüz doksan bir) kişidir. Kocaeli nüfus bakımından Türkiye'nin 10. İlidir (www.bolgegundem.com).



Öğrenim Durumuna Göre Personel Sayısı			
Öğrenim	Merkez	Taşra	Toplam
Okur Yazar	0	4	4
İlkokul	4	370	374
Ortaokul	13	515	528
İlköğretim	1	43	44
Lise	126	1570	1696
Meslek Lisesi	16	317	333
Yüksek Okul	113	856	969
Lisans Tamamlama	2	53	55
Üniversite	581	3469	4050
Lisansüstü	73	264	337
Doktora	8	10	18
Toplam	937	7471	8408



Hizmet Yıllarına Göre Personel Sayısı			
Hizmet Yılı	Merkez	Taşra	Toplam
0-5	152	2409	2561
5 - 10	94	845	939
10 - 15	165	591	756
15 - 20	80	686	766
20 - 25	140	859	999
25 +	306	2081	2387
Toplam	937	7471	8408



Resim 2: SGM Stratejik Plan Kadro ve Personel Durumu
(SGM-Stratejik Plan-2015-2019)

Tablo 1: 2017 Faaliyet Raporuna göre taşra teşkilatındaki personel sayısı
(GSB Faaliyet Raporu 2017).

Personel Türü	Personel Sayısı
Kadrolu Personel	7223
Sözleşmeli Personel	846
İşçi	407
Geçici Personel	80
Toplam Personel	8556

Tablo 1’de belirtilen sayılara göre 81 vilayet için her ile ortalama 105,63 personel düşmektedir.

Tablo 2: Kocaeli Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü Spor Hizmetlerinde çalışan personel sayısı.

Bağlı Olduğu Birim	UNVAN									
	Şube Md.		İlçe Md.		Memur		Antrenör		İşçi	
	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek
SPOR FAALİYETLERİ		1			4	4		1	1	
SİCİL LİSANS					2	2			1	
OKULSPORLARI					1	2		2		
ÖZEL SPOR SALONLARI					2	2				
İLÇE 1				1	1	4	1	13	10	18
İLÇE 2				1	2	14	2	8	2	17
İLÇE 3				1	1	2		2	2	
İLÇE 4				1		1	1	3	1	7
İLÇE 5				1	3	2	2	6	2	3
İLÇE 6				1	1	1		1		4
İLÇE 7				1	1		1	3	2	1
İLÇE 8				1		2		2		5
İLÇE 9				1	1	2		2		5
İLÇE 10						2		1		6
İLÇE 11				1	1	1		2	2	2
TOPLAM PERS. SAY.		1		10	20	41	7	46	23	68

Tablo 2’de belirtildiği üzere Spor Hizmetleri Müdürlüğü çatısı altındaki Spor Faaliyetleri, Sicil Lisans, Okul Sporları ve Özel Spor Tesislerine ait birimlerde 11 kadın 14 Erkek olmak üzere toplam 25 personel görev yapmaktadır. Spor Hizmetleri Müdürlüğüne bağlı çalışan kadın personellerden 9 tanesi çeşitli memur kadrolarında (Sportif Eğitim Uzmanı, Sözleşmeli Spor Eğitim Uzmanı, Memur) görev yapmaktadır. Spor Hizmetleri Müdürlüğüne bağlı çalışan kadın personellerden 2 tanesi işçi kadrosunda görev yapmaktadır.

Spor Hizmetleri Müdürlüğüne bağlı çalışan erkek personellerden 10 tanesi çeşitli memur kadrolarında (Sportif Eğitim Uzmanı, Sözleşmeli Spor Eğitim Uzmanı, Memur) görev yapmaktadır. Spor Hizmetleri Müdürlüğüne bağlı çalışan erkek personellerden 3 tanesi çeşitli Antrenör, 1 tanesi Şube Müdürü kadrosunda görev yapmaktadır. Spor Hizmetlerinde bulunan Şube Müdürünü yönetici sıfatı ile değerlendirmeye katılmadığı takdirde birim başına 6 personel görev yapmaktadır.

Tablo 2’de belirtildiği üzere Gençlik ve Spor İl Müdürlüğüne bağlı İlçe Müdürlükleri bünyesinde spor hizmeti vermek üzere 11 memur, 7 antrenör, 21 işçi olmak üzere 39 kadın personel görev yapmaktadır. Yine Gençlik ve Spor İl Müdürlüğüne bağlı İlçe Müdürlükleri bünyesinde spor hizmeti vermek üzere 10 ilçe müdürü, 31 memur, 43 antrenör, 68 işçi olmak üzere 152 erkek personel görev yapmaktadır. Kocaeli Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü bünyesinde bulunan 11 adet ilçe müdürlüğünde 39 kadın ve 152 erkek personel olmak üzere toplam 191 personel görev yapmaktadır.

Tablo 2’de belirtildiği üzere Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü Spor Hizmetlerinin idari anlamda ve 11 ilçe yerelindeki kadın personele ait toplam sayılara bakıldığında; 20 memur, 7 Antrenör, 23 işçi olmak üzere il genelinde 50 kadın personel görev yapmaktadır. Tablo 2’de belirtildiği üzere Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü Spor Hizmetlerinin idari anlamda ve 11 ilçe yerelindeki erkek personele ait toplam sayılara bakıldığında; 1 şube müdürü, 10 ilçe müdürü, 41 memur, 46 Antrenör, 68 işçi olmak üzere il genelinde 166 erkek personel görev yapmaktadır. Bu verilere göre il genelinde spor hizmetlerinde 50 kadın, 166 erkek olmak üzere toplamda 216 personel hizmet vermektedir.

5. Tartışma ve Sonuç

Kurumsal kapasitenin en önemli göstergelerinden biri nitelikli insan kaynağıdır. Spor tüm dünyada rekabetin en yoğun yaşandığı alanlardan biridir. Bu alanda uluslararası gelişmeleri takip edebilmek ve rekabete sürekli hazır olabilmek nitelikli insan kaynağı ile mümkündür (SGM-Stratejik Plan-2015-

2019). Ülkemizde spor hizmet faaliyetlerinin genişlemesi sonucu kurumun nitelikli insan kaynağına olan ihtiyacı artmıştır. Bu ihtiyacın karşılanması amacıyla çeşitli kadro ve pozisyonlarda personel istihdamı sağlanmıştır (SGM-Stratejik Plan-2015-2019). Farklı kamu kurum ve kuruluşları spor tesislerini planlar ve yaparken birbirleriyle koordinasyon kurmamaktadır. Böylelikle aynı bölgeye farklı kurumlar tarafından aynı tipte spor tesisi yapılabilir. Türkiye’de kamuya ait küçümsemeyecek spor tesisi bulunmasına rağmen, bu tesislerde bakım onarım giderlerinin karşılanamaması, nitelikli teknik eleman ve yeterli personel bulundurulamaması nedeniyle işletme güçlüğü çekilmektedir. (Onuncu Kalkınma Planı 2014-2018)

Türkiye’de 81 ilde taşra teşkilatına bağlı 81 Gençlik ve Spor İl Müdürlüğünde performans sporunun başarısı ve halkın spora katılımı noktasında spor hizmetleri verilmektedir. Çalışmamızın konusu olan Kocaeli Gençlik ve Spor İl Müdürlüğünün verileri incelendiğinde 1906391 nüfusa sahip Türkiye’nin nüfus açısından 10. Sırada bulunan bir ilinde 12 ilçede spor faaliyetleri yürütülmektedir. Kocaeli Gençlik ve Spor İl Müdürlüğüne bağlı hizmet veren 11 ilçe binası ve 12 ilçeye rakamlara vurulduğunda 1906391 kişilik nüfusa sahip Kocaeli ilinde 12 ilçeyi temel alırsak ilçe başına ortalama 15,91 personel görev yapmaktadır. Bir spor tesisinin fonksiyonel olarak tüm ihtiyaçları düşünüldüğünde bu sayıların yetersiz kaldığı tespit edilmiştir. Futbol Stadyumu, Olimpik Buz Pisti, Olimpik Yüzme Havuzu, Çok Amaçlı Spor Salonları ve Büyük Ölçekli Profesyonel Spor Salonları gibi tesislerin fiziki ve idari açıdan hizmet kalitesini artırabilmeleri için nicelik ve nitelik olarak eksiksiz olmaları gerekmektedir.

Kocaeli ilindeki spor hizmetleri özelinde değil; Türkiye’nin tüm şehirlerinde işin niteliğine göre personel istihdam etmek, nakletmek, atamak gerekmektedir. Milyonlarca liralık makinelerin, Elektronik akıllı sistemlerin ve organizasyon hazırlık, organizasyon için faaliyetlerin maliyetlerini yaklaşık maliyetlere çekebilmek açısından doğru personel önemlidir. Örneğin; Bir futbol stadyumunda çimin durumu ile ilgilenen personel veya Buz Pistinde Ice Resurfacers (Buz Çözücü) Zamboni makinelerinin kullanan kişilerin yeterli bilgi, deneyime sahip olmaları gerekmektedir.

Kocaeli Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü Spor Hizmetlerinde çalışan personelin sayısal verileri incelendiğinde spor tesislerinin iş, işlemlerinin ve organizasyonların sağlıklı bir şekilde yürütülmesi için yeterli sayıda olmadığı tespit edilmiştir. Spor Tesislerinde nitelikli teknik eleman ve idari personeller bulunursa yaşanan işletme güçlüğü yaşanmaz ve tesisler daha etkin bir şekilde halkın hizmetine sunulabilir. Spor Tesislerinin personel istihdamı ve tasarrufu ile ilgili hususlarda nüfus ve nüfusun özellikleri göz önüne alınarak işlemler yapılmalıdır. Spor tesislerinin türüne göre işin uzmanı teknik elemanlar ve spor elemanları istihdam edilmelidir. Şehrin coğrafik durumu ve ulaşım özellikleri dikkate alınarak tesislerin yapımı ve personellerin istihdamı planlanmalıdır.

Kaynakça

Onuncu Kalkınma Planı 2014-2018, Spor Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara, (2014).

Sunay, H. (2016). *Spor Yönetimi* (Geliştirilmiş 2. Baskı) Gazi Kitabevi, Ankara.

T.C. Gençlik ve Spor Bakanlığı 2017 Yılı Faaliyet Raporu. (2018).

T.C. Gençlik ve Spor Bakanlığı 2018 Yılı Faaliyet Raporu. (2019).

Turan A. (2018). Türkiye’nin Yeni Yönetim Düzeni: Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi. *Social Sciences Research Journal*, Volume 7, Issue 3, 42-91

[http://sgm.gsb.gov.tr/Public/Edit/images/SGM/StratejiB%C3%BCt%C3%A7e/SGM_Stratejik%20Plan%20_%202015-2019_\(04,01\).pdf](http://sgm.gsb.gov.tr/Public/Edit/images/SGM/StratejiB%C3%BCt%C3%A7e/SGM_Stratejik%20Plan%20_%202015-2019_(04,01).pdf) (Erişim: 14.10.2019).

<http://tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=30709> (Erişim:01.11.2019).

<https://www.bolgegundem.com/kocaeli-nufusu-kac-oldu-tuik-2018-kocaeli-ilce-ilce-nufus-sonuclari-718883h.htm> (Erişim:01.11.2019).

BİRLEŞMİŞ MİLLETLERİN GLOBAL BÜTÜNLÜK PROGRAMI (UNPRME) KAPSAMINDA SORUMLU YÖNETİM İLKELERİNİN İNCELENMESİNE DAİR BİR ANALİZ

Öğr.Gör. Asiye YÜKSEL

Kocaeli Üniversitesi, Hereke Ö.İ.U MYO
asiye.yuksel@kocaeli.edu.tr

Özet

Sorumlu Yönetim Eğitimi İlkeleri (PRME), 2007 yılında, dünyadaki okullarda sürdürülebilirlik profilini yükseltmek ve bugünün işletme öğrencilerine yarın değişim sağlama anlayışı ve yeteneği ile donatmak için bir platform olarak kurulan Birleşmiş Milletler destekli bir girişimdir. Dünya çapında 650'den fazla imzacı ile gönüllü bir girişim olan PRME, Birleşmiş Milletler ve yönetimle ilgili yükseköğretim kurumları arasında en büyük organize ilişki olarak görülmektedir. Altı İlke ile çalışan PRME, gelecekteki liderlere ekonomik ve sürdürülebilirlik hedeflerini dengelemek için gerekli becerileri ağırlamak için işletme ve yönetim okullarında farkındalık oluşturmaya davet etmektedir. Bu amaçla Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerine (SDG'ler) dikkat çekerken ve akademik kurumları BM Küresel İlkeler Sözleşmesi'nin çalışmaları ile uyumlu hale getirmeye çalışmaktadır. Bu çalışma bahse konu kararları ele alarak analiz etmeyi ve uygulama etkilerini göstermeyi hedeflemiştir.

Anahtar Kelimeler: UNPRME, Sorumlu Yönetim İlkeleri, Global Bütünlük Programı, İşletme Yönetimi

AN ANALYSIS OF THE RESPONSIBLE MANAGEMENT PRINCIPLES UNDER THE UNITED NATIONS GLOBAL INTEGRITY PROGRAM (UNPRME)

Abstract

The Principles of Responsible Management Education (PRME) is a United Nations-funded initiative established in 2007 as a platform to raise the sustainability profile in schools around the world and to equip today's business students with the understanding and ability to make changes tomorrow. As a voluntary initiative with more than 650 signatories around the world, PRME is seen as the largest organized relationship between the United Nations and governance-related higher education institutions. Working with the Six Principles, PRME invites future leaders to raise awareness in business and management schools to cry the skills necessary to balance economic and sustainability goals. To this end, it draws attention to the Sustainable Development Goals (SDGs) and seeks to align academic institutions with the work of the UN Global Compact. This study aimed to analyze and show the effects of these decisions by considering these decisions.

Keywords: UNPRME, Responsible Management Principles, Global Integrity Program, Business Management

1. Giriş

İşletme okulları, sosyal, ekonomik ve ekolojik sürdürülebilirliğin geniş gündeminde belirli bir sorumluluğa sahip oldukları için paydaşları tarafından sıkça seçilmektedir. Bu, büyük ölçüde, yönetim eğitimindeki kritik rolleri nedeniyle değil, aynı zamanda iş liderlerinin başarısızlıklarına da cevap vermektedir: Enron ve Worldcom durumlarında görülen kurumsal yolsuzluklar, finansal sektörün çöküşü veya ekolojik başarısızlıklar gibi ekonomik sistem başarısızlıkları (örneğin; küresel ısınma) sayılabilir. İş yapma şeklindeki temel değişikliklerin, iklim değişikliği tehditlerine cevap vermesi ve işletmelerin, ekonomilerin ve pazarların sürdürülebilir kalkınmasından kaynaklanan fırsatları tespit etmesi gerekmektedir. Son zamanlarda yapılan bazı araştırmalara göre (Aspen Enstitüsü, 2009) dünya çapındaki işletme okulları, toplumda yönetimin daha geniş sorumluluklarını kabul etmeye ve sosyal sorumluluk sahibi iş için gerekli olan sürdürülebilirlik perspektiflerini benimseyerek geleceğin pazar gerçeklikleri için yarının liderlerini hazırlamaya doğru ilerlemeye başlamaktadır.

BM Küresel İlkeler Sözleşmesi'nin UNPRME unsurları, küresel olarak sorumlu yönetim eğitimi, araştırma ve düşünce liderliğini teşvik etmek ve savunmak için en önemli girişimlerden biri olarak görülmektedir (Alcaraz ve Thiruvattal, 2010; Waddock ve diğerleri, 2011). İşletme okulu imzacıları, sürdürülebilirlikle ilgili altı prensibi uygulama konusunda kendilerini taahhüt ederler (bkz: www.unprme.org). Altı ilkenin amacı; gelecekteki yöneticilerin yeteneklerini, akademik etkinlikleri ve müfredatı, eğitim çerçevelerini ve ortamlarını, araştırmaları, iş şirketleriyle ortaklıklarını ve paydaş diyalogunu geliştirmektir. Girişim ayrıca, her işletme okulunun sorumluluk ve sürdürülebilirlik konusundaki taahhüdünü yansıtmak için kurumsal uygulamaları dönüştürme ihtiyacını da vurgulamaktadır. Bu gerekliliği takiben, sürdürülebilirliğin faaliyetlerine entegrasyonu hakkında bilgi ifşa etmek, işletme okullarının SIP raporlamasında güncel bir uygulama haline gelmiştir. Bu ilkeler araştırma, müfredat ve öğretim metodolojilerinin geliştirilmesi için rehber bir çerçeve sunar. Yazma sırasında (Ağustos 2012), dünya genelinde 460'den fazla işletme okulu bu ilkeleri imzalamıştır.

İmza sahipleri, UNPRME web sitesine en az 24 ayda bir yüklenen SIP raporlarını geliştirmeyi taahhüt eder. Amaçları iki yönlüdür: UNPRME ağı arasında deneyim ve iyi uygulamaların paylaşılmasını desteklemek ve imzalayanlar tarafından tüm paydaşlara düzenli olarak yapılan başarıların hesaplanmasını sağlamak (UNPRME, 2010). UNPRME'yi 31 Aralık 2008'den önce kabul eden tüm katılımcıların, ilk SIP raporlarını Haziran 2010'a kadar sunmaları ve UNPRME web sitesine yükleyerek kamuya açık hale getirmeleri istenmiştir. UNPRME imzacılarından dünyadaki ilk 100 raporun analizinden elde edilen kilit bulgular, UNPRME ağı arasındaki mevcut ve güncel deneyimin ön stoklanması sağlamıştır. Bu bulgular bu bölümün temelini oluşturur ve işletme okullarının sürdürülebilirliği işletme eğitime, araştırma ve operasyonlara entegre etme konusundaki mevcut yaklaşımlarına ve kazanımlarına ilişkin görüşlere yer vermeyi amaçlar. Bu raporların çoğunluğu Kuzey Amerika'dan (% 40) ve Avrupa'dan (% 37), diğerleri ise Afrika'dan (% 2), Asya'dan (% 7), Orta Doğu'dan (% 6) ve Güney Amerika'dan ve Karayiplerden (8) geliyor. %).

2. Sorumlu Yönetim Eğitimi İlkeleri (PRME)

PRME'nin oluşumu, BM Küresel İlkeler Sözleşmesi'ndeki tüm akademik paydaşların, ilkelere dayalı bir küresel katılım platformu geliştirme gereğini önerdiği 2006 yılına dayanıyor. PRME 2007 yılında dünya genelinde altmış dekan, üniversite başkanları ve önde gelen işletme okullarının ve akademik kurumların resmi temsilcileri tarafından geliştirilmiştir.

PRME giderek artan sayıda işletme okulu ile, kurumsal sorumluluğun yönlerini öğretim ve araştırmaya daha iyi entegre etmenin gerekliliği ile bu süreci desteklemek için gerekli ve zamanında oluşturulmuş bir girişimdir (Rashche & Escudero 2010). Bu girişim müfredatlarını, araştırmalarını, öğretimlerini kademeli olarak adapte etmek için yeni iş zorlukları ve fırsatlarına metodolojiler ve kurumsal stratejiler ile belirlemektedirler. PRME'yi benimsemek, bir katılımcının İlkeleri uygulama ve desteklemede kaydedilen ilerleme hakkında tüm paydaşlarla düzenli olarak bilgi paylaşmaya istekli olduğu anlamına gelmektedir.

Sorumlu Yönetim Eğitimi İlkeleri (PRME), 2007 yılında, dünyadaki okullarda sürdürülebilirlik profilini yükseltmek ve bugünün işletme öğrencilerine yarın değişim sağlama anlayışı ve yeteneği ile donatmak için bir platform olarak kurulan Birleşmiş Milletler destekli bir girişimdir. Dünya çapında 650'den fazla imzacı ile gönüllü bir girişim olan PRME, Birleşmiş Milletler ve yönetimle ilgili yükseköğretim kurumları arasında en büyük organize ilişki olarak görülmektedir.

Sorumlu İşletme Eğitimi İlkeleri (SİEİ) inisiyatifi, Birleşmiş Milletler ve yönetim bilimleri ile ilgili akademik kurumlar arasındaki ilk düzenli işbirliğidir. Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi kapsamında 2007 yılında yürürlüğe giren Sorumlu İşletme Eğitimi ilkeleri, sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk değerlerini geliştirmekte ve bu evrensel değerlerin müfredata ve bilimsel çalışmalara konu olabilmesi için bir anlaşma zemini temin etmektedir. Şu ana kadar, dünya çapında 85 ülke ve 650 işletme fakültesi ve yönetim bilimleri enstitüsü, söz konusu ilkelere imza atmıştır. Ayrıca, Financial Times'in ilk 100 listesinde yer alan İşletme Fakültelerinin üçte biri de SİEİ üyesidir.

2.1. İlkeler

Sorumlu İşletme Eğitimi İlkeleri 6 ilkedен oluşmaktadır. Bunlar:

Amaç: Öğrencilerin, işletme ve toplum için sürdürülebilir değeri olan gelecekteki jeneratörler olma ve kapsayıcı ve sürdürülebilir bir küresel ekonomi için çalışma yeteneklerini geliştireceğiz.

Değerler: Akademik faaliyetlerimize dahil edeceğiz ve Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi gibi uluslararası inisiyatiflerde gösterildiği gibi küresel sosyal sorumluluğun değerlerini müfredata alacağız.

Yöntem: Sorumlu liderlik için etkili öğrenme deneyimleri sağlayan eğitim çerçeveleri, materyalleri, süreçleri ve ortamları oluşturacağız.

Araştırma: Sürdürülebilir sosyal, çevresel ve ekonomik değerin yaratılmasında şirketlerin rolü, dinamikleri ve etkileri konusundaki anlayışımızı geliştiren kavramsal ve deneysel araştırmalara katılacağız.

Ortaklık: Sosyal ve çevresel sorumlulukları yerine getirmedeki zorlukları hakkındaki bilgilerimizi genişletmek ve bu zorlukların üstesinden gelmek için müştereken etkin yaklaşımları araştırmak için şirket yöneticileriyle etkileşime geçeceğiz.

Diyalog: Küresel sosyal sorumluluk ve sürdürülebilirlik ile ilgili kritik konulardaki eğitimciler, öğrenciler, iş dünyası, devlet, tüketiciler, medya, sivil toplum kuruluşları ve diğer ilgili gruplar ve paydaşlar arasında diyalogu kolaylaştıracak ve tartışacağız.

İlkeleridir.

2.2. Üyelik

Bu topluluk üyeleri; diyalogu kolaylaştırmak ve desteklemek ve küresel sosyal sorumluluk ve sürdürülebilirlik ile ilgili kritik meseleler üzerine tartışmak için yerel, ulusal ve küresel düzeyde çok paydaşlı ağlara katılmışlardır. Global Reporting Initiative (GRI), Uluslararası İş Liderleri forumu (UK), Ford Vakfı, Global Geliştirme Çözümleri Konsorsiyumu (GDSC), Değerlere Ses Vermek (GVV), Enactus, UK vb. Gibi ulusal düzeydeki ağlar gibi uluslararası kuruluşlarla ortaklıkları vardır. Hindistan Ticaret ve Sanayi Odaları Federasyonu (FICCI), Planlama Komisyonu, Bölgesel Tarım Bürosu (ZAO), Hindistan Tarımsal Araştırma Konseyi (ICAR), Kırsal Kalkınma Ulusal Tarım Bankası (NABARD), Hindistan Endüstrileri Konfederasyonu (CII), Ulusal Girişimcilik Ağı (NEN) ve diğer bazı kamu ve özel sektör şirketleri ve çeşitli etkinlikler, programlar ve araştırmalar için yerel, ulusal STK'lar destekçileri arasındadır. Yedi enstitünün tümü, çeşitli bilinçlendirme kampanyaları, kan bağışısı kampları ve öğrenme atölyeleri aracılığıyla kapasite geliştirmeye katkıda bulunmaktadır. Destek veren kuruluşlar ilgili araştırmalara katılmakta ve ulusal / uluslararası şöhretli dergilerde / dergilerde / gazetelerde yayınları aracılığıyla bilgi birikimine katkıda bulunmaktadır.

Topluluğun web sayasında üye üniversitelerin isimleri listelenmektedir. Bu elektronik sayfada 1896 üniversitenin işletme fakültelerinin imzasını görmek mümkündür

Tablo 1. Türkiye’de Üye Üniversiteler

Üniversite adı	İmza Yılı
Gebze Teknik Üniversitesi	Türkiye2019
Yeditepe Üniversitesi	Türkiye2016
Yalova Üniversitesi İşletme Bölümü	Türkiye2014
Koç Üniversitesi, İşletme Fakültesi	Türkiye2012
Gediz Üniversitesi İşletme Bölümü	Türkiye2010
İstanbul Bilgi Üniversitesi	Türkiye2010
Sabancı Üniversitesi	Türkiye2010

Kaynak: www.unprme.org erişim tarihi. 30.10.2019

3.Sürdürülebilirliği Yönetmek ve İletmek

İlkeler kapsamında dikkat çekilen konular aşağıda belirtilmektedir:

Sorunlu Alan Kaynakları (Açık erişim kaynakları, vaka çalışmaları, web seminerleri, raporlar, vb.):

- 1- Yolsuzlukla Mücadele ve Etik
- 2- Ticaret ve Barış
- 3- Müfredatta İklim Değişikliği
- 4- Cinsiyet eşitliği
- 5- İnsan hakları
- 6- yoksulluk
- 7- Raporlama ve Uygulama
- 8- Tedarik Zinciri Sürdürülebilirliği

“Sürdürülebilirliği yönetmek ve iletmek” için çerçeveler ve stratejiler analizi, işletme okullarında kendi topluluklarıyla ve kampüsleriyle “yeşil” olma taahhüdünün bulunduğunu göstermektedir. Özellikle, çevresel yönetim sistemleri ve sıralama ve ödüllendirme programları sürdürülebilir organizasyonel uygulamalar için çerçeveler sağlıyor gibi görünmektedir. Son on yılda, yükseköğretim kurumları çevre yönetim sistemlerine çaba sarf etmişlerdir (Viebahn, 2002); Odak noktası şimdi karbon yönetimine, CO2 emisyonlarının azalmasına ve karbon nötrlüğüne doğru ilerliyor. İşletme okulları çevresel ve sürdürülebilirlik konularında iletişim kursalar da, SIP raporlarında kapsamlı sürdürülebilirlik iletişim stratejileri için fazla kanıt bulamadık. Şekil 1, sürdürülebilirliği entegre etmeye yönelik çerçeveler ve stratejilerle ilgili ana bulgulara genel bir bakış sunmaktadır.

Sürdürülebilirlikle ilgili öğrenme hedeflerinin ve öğrenme sonuçlarının tanımlanması, sürdürülebilirlik hakkında öğrenme (bilgi) ile sürdürülebilirlik için öğrenme (yeterlilikler) arasında ayırım yapma imkânı sağlar. Uygulamada, sürdürülebilir yönetim eğitiminin öğrenme çıktıların çok çeşitli bir anlayışı olduğu görülmektedir. Yeterlilikler, yetenekler, beceriler ve bilgi gibi terimler az çok rastgele kullanılır ve yalnızca az sayıda işletme okulu, eğitim çerçevelerinden hedeflere, öğrenme çıktılarına ve yöntemlerine nasıl geçtiklerini açıklar. Genel olarak, işletme okullarındaki sorumlu yönetim eğitiminin, sürdürülebilirlikle ilgili net bir öğrenme hedefleri kümesinin öğretim yöntemleri ve öğrenme çıktıları ile uyumlaştırılmasından fayda sağlayabileceği görülmektedir.

Neredeyse her işletme okulu, sürdürülebilirlikle ilgili araştırmalarla ilgili bazı girişimler göstermektedir. İşletme okullarının üçte biri, sürdürülebilirlik stratejileri veya genel stratejilerinde sürdürülebilirlikle ilgili araştırma konularını ele almaktadır. Bununla birlikte, bu durum genellikle işletme okulunun UNPRME'ye hem öğretme hem de araştırmada örgütsel stratejinin kilit bir unsuru olarak bağlılığına atıfta bulunma gibi kısa ifadelerin şeklini alır. İşletme okullarının% 10'undan azı sürdürülebilirlik araştırma stratejileri hakkında ayrıntılı bilgi vermektedir veya örneğin uzmanlık alanları ve ortaya çıkma süreciyle ilgilenme süreçleri üzerinde durmaktadır.

İşletme okulları tarafından sunulan organizasyonel kazanımların çoğu, çevresel yönere ve girişimlere odaklanmaktadır. Bunlar genellikle karbon emisyonlarını azaltma konusunda gözle görülür bir odaklanma ile üniversite çapındaki faaliyetlerle bağlantılıdır veya bunlar arasında yerleşiktir. İncelenen işletme okullarının dörtte biri, sürdürülebilirlikle ilgili kampüs girişimlerinden bahsetti ve yaklaşık üçte biri üniversitede ve ayrıca daha geniş toplulukta sosyal projeler ve girişimler yoluyla sürdürülebilirliği teşvik ediyor.

İşletme okullarının UNPRME girişimine katılımı, stratejik sürdürülebilirlik entegrasyonunun ve dönüşümünün formalize edilmesini ve geliştirilmesini sağlıyor görünmektedir. Kilit hedeflerinde, neredeyse tüm işletme okulları, araştırma, eğitim ve işletme alanlarındaki faaliyetlerini ve etkilerini geliştirmeye kendilerini adanmıştır.

Kurumların çeşitli etik ahlaksızlıklarına rağmen, bu sorular hakkında bir tartışma başlatmak ve yüksek öğretim müfredatımızı değerlendirmek ve akademik müfredatta Sosyal sorumluluk ve sürdürülebilirlik konularını engelleme öneminin bulmak daha önemli hale geldi. Halen yönetim

eğitimi, dar alanlarda, katı öğretme-öğrenme süreci ile çalışmaktadır (Singhal, 2009). İşletme okulları ve eğitim, diplomaları dağıtmak için dükkan kurarak ya da kısa vadede kazanmayı seçebilecekleri ya da yüksek kaliteli yönetim araştırmalarına dayanan uzun süreli işletme eğitimi sağlama konusunda kendilerini güvenderecekleri bir kavşak noktasındadır (Khatrı et. al. 2012). Küreselleşmeyle birlikte, yönetim eğitiminin daha geniş kapsamı izlemesi ve toplum üzerinde daha sağlıklı bir etkiye yönelik olması ihtiyacı artmıştır. (NKC, 2007)

3.1. Örnekler

Sakarya Üniversitesi İşletme Fakültesi'nin 2016 Yılında İmza Attığı Birleşmiş Milletler Sorumlu İşletme Eğitimi İlkeleri Üzerine Bilgilendirme Notu ile topluluğa verilen destek ve yapılan/yapılacak çalışmalar aşağıdaki şekilde beyan edilmiştir:

Üniversiteye Katkıları:

- Dünyadaki saygın üniversitelerin yer aldığı bu kuruluşa üye olmak üniversitemizin, itibarını ve tanınırlığını artıracaktır ve SİEİ logosu üniversitemizce kullanılabilir.
- Dünya çapında birçok seçkin kuruluş, bu inisiyatifi desteklemektedir. UN Global Compact, Graduate Management Admission Council (GMAC), AACSB (The Association to Advance Collegiate Schools of Business), European Foundation for Management Development (EFMD) ve Association of MBAs (AMBA) gibi seçkin destekçi kurumların da yer aldığı bu inisiyatif, üniversitemizin prestijli kurumlarla iletişim ağını genişletecek ve geliştirecektir.
- AACSB akredite sürecinde bize kolaylık sağlayacaktır. Bu inisiyatife üye üniversiteler, SİEİ yayınlarını da kapsayan ortak bilgi havuzuna (Sharing Information on Progress, ŞİP) hem katkıda bulunabilecek hem de bu bilgi havuzundaki farklı projeleri ayrıntılarıyla inceleme imkânı bulabilecektir.

Akademisyene Katkıları:

- Sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk projelerine duyulan yoğun ilgi nedeniyle, akademisyenler tarafından yapılan ciddi araştırma ve çalışmalar, ulusal ve uluslararası dergilerde yayınlanabilecektir.
- TÜBİTAK, AB ve BM gibi milli ya da beynelmilel kuruluşların böyle projelere destek ve değer verdiği bilinmektedir. Akademisyenlerin yürüttüğü başarılı projeler bu kurumlar tarafından teşvik edilip, ödüllendirilebilecektir.
- Akademisyenlerin, iş dünyası ile ortak projeler üretmesi somut sorunlara somut çözümler üretebilme yeteneklerini geliştirecek ve iş dünyasının gündeminin yakından takip edilmesine olanak sağlayacaktır.

Öğrencilere faydaları:

- Müfredata yeni ders ve konular eklenerek, ders içerikleri zenginleştirilecek ve fakültenin, bu alanda, dünya standartlarına uyumlu dersler vermesi sağlanacaktır.
 - Gerek yurt içi gerekse yurt dışında SSS üzerine yüksek lisans ve doktora yapmak isteyen öğrencilerin, SSS hakkında yeterli bilgi ve donanıma sahip olarak, üniversite mezun olması hedeflenecektir.
 - Global şirketlerin bazılarında sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk gibi departmanlar açılmaktadır. Örneğin, Forbes dergisi, her yıl, sürdürülebilirlik değerlerine önem veren 50 seçkin şirketi yayınlamaktadır. Dolayısıyla, bu alanlarda uzmanlaşmayı düşünen öğrencilerin uluslararası şirketlerde istihdam edilebilirliği artmış olacaktır.
- (Kaynak: <http://aacsb.sakarya.edu.tr/sites/aacsb.sakarya.edu.tr/file/SIEI.pdf>)

4. Sonuç ve Öneriler

Bu örnekler ve gelişmeler, bir toplumda işletme yöneticilerinin verdikleri kararların etki ve kapsamı nedeniyle taşıdıkları sorumluluğun ağırlığını göstermektedir. Özellikle küreselleşme nedeniyle ülkelerin ekonomik bağlarının sıklaştığı ve bazı gelişmiş ülkelerdeki işletme yöneticilerinin aldıkları kararların ve uygulamaların etkilerinin tüm dünya ülkelerine kolayca yayılabildiği dikkate alınırsa, bu sorumluluğun önemi daha da artmaktadır (Koçel, 2015).

Dünya’da ve Türkiye’de bugüne kadar yapılmış olan çalışmalar incelendiğinde yurtdışında 1960’lı yıllardan sonra başlayan bu çalışmaların kamu ve özel sektör uygulamaları ile desteklendiği görülmüştür. Türkiye’de ise 2000’li yıllarda bu konuyla ilgili çalışmalar başlamıştır. Kurumsal Yönetim ilkelerine doğru giden işletme yöneticiliği trendinin

Kaynaklar

- Alcaraz, J. and Thiruvattal, E. (2010) The United Nations’ Principles for Responsible Management Education: A Global Call for Sustainability. *Academy of Management Learning & Education*. 9 (3): 542-550.
- Aspen Institute (2009) The Sustainable MBA. The 2010-2011 Guide to Business Schools that are making a Difference. Aspen: Aspen Institute.
- Chapter 5. (2019) Integrating sustainability into Business schools: evidence from United Nations Principles for Responsible Management Education (UNPRME) Sharing of Information in Progress (SIP) reports Jasmin Godemann, Christian Herzig and Jeremy Moon, University of Nottingham Edited by Richard Atfield and Patsy Kemp
- Godemann, J., Herzig, C., Moon, J. and Powell, A. (2011) Integrating Sustainability into Business Schools - Analysis of 100 UN PRME Sharing Information on Progress (SIP) reports. 58-2011 ICCSR Research Paper Series. Nottingham.
- Koçel, T. (2015) İşletme Yöneticiliği, Beta Yayınları SY.35
- United Nations Principles for Responsible Management Education (2010) PRME Principles for Responsible Management Education. A Global Initiative – A Global Agenda. New York: United Nations Global Compact.
- Viebahn, P. (2002) An environmental management model for universities: from environmental guidelines to staff involvement. *Journal of Cleaner Production*. 10, 3-12.
- Waddock, S., Rasche, A., Werhane, P. and Unruh, G. (2011). The principles for responsible management education. Implications for implementation and assessment. In Swanson, D. and Fisher, G. (eds.) *Towards assessing business ethics education*. North Carolina: IAP, 13-28.
- <http://aacsb.sakarya.edu.tr/sites/aacsb.sakarya.edu.tr/file/SIEL.pdf>

ELEKTRONİK TEDARİK ZİNCİRİ UYGULAMALARI: LOJİSTİK FAALİYETLERDE KULLANILAN YAZILIMLAR VE LOJİSTİK İŞLETMELERE ETKİLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Öğr. Gör. Zafer Cesur

Kocaeli Üniversitesi, Hereke Ömer İsmet Uzunyol Myo, Yönetim ve Organizasyon
zafer.cesur@kocaeli.edu.tr

Özet

Günümüz yoğun rekabet ortamında gelişen teknoloji ve küreselleşmenin de etkisi ile işletmeler, ürünlerini ve süreçlerini; maliyet avantajı, hız ve esneklik sağlayacak şekilde rakiplerinden farklılaştırmaları gerekmektedir. Günümüz rekabetinde, bir işletmenin birçok alanda rekabette üstünlüğünü elde etmesi pek mümkün değildir. Artık rekabet, işletmeler arası rekabeti aşarak, tedarik zincirleri arasında gerçekleşmektedir. Bu anlamda tüketiciye en uygun imkânların sunulması için; hammadde tedarikçisi, üretici ve tüm dağıtım kanalları üyelerinin birlikte verimli çalışmaları önem taşımaktadır. E-tedarik zinciri, web tabanlı teknolojilerin kullanılarak tedarik, depolama ve ulaşım işlemlerinin desteklenmesi olarak açıklanabilmektedir. E-tedarik zinciri elektronik uygulama ve yazılımları bünyesinde barındıran bir sistemdir. Aslında e-tedarik zinciri, organizasyonlar arasında uyumlaştırılmış bir sistemdir. Tedarik zinciri ve lojistik sektöründe kullanılan yazılımlar; elektronik veri değişimi, barkod, radyo frekanslı tanımlama, kurumsal kaynak planlama, depo yönetim sistemleri, sipariş yönetim sistemleri, müşteri ilişkileri yönetimi ve sipariş yönetim sistemleri vb. olarak sıralanabilir. Bu çalışmanın amacı, tedarik zinciri yönetimi yazılımlarının başta lojistik sektörde faaliyet gösteren firmalar olmak üzere lojistik süreçlerin kullanıldığı her işletmede nasıl rekabetçi davranacakları konusunda yön göstermektir. Çalışmada, elektronik tedarik zincirinde kullanılan yazılım ve uygulamalarla ilgili detaylı bilgi verilmiş, kullanım amaçları, işletmelere sağladığı yararlar belirlenmiştir. Sonuç olarak e-tedarik zinciri yazılım ve uygulamaları başta lojistik işletmelere hızlı, kolay, sağlıklı ve sağladığı kolaylıklar gibi birçok avantaj sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Tedarik Zinciri Yönetimi, Elektronik Tedarik, Elektronik Tedarik Zinciri

ELECTRONIC SUPPLY CHAIN APPLICATIONS: SOFTWARE USED IN LOGISTICS ACTIVITIES AND EVALUATION OF ITS EFFECTS ON LOGISTICS BUSINESSES

Abstract

With the impact of technology and globalization developing in today's highly competitive environment, businesses need to differentiate their products and processes from their competitors in a way that provides cost advantage, speed and flexibility. In today's competition, a business is unlikely to gain the upper hand in many areas of competition. Competition is now taking place between supply chains, surpassing competition between businesses. In this sense, it is important that raw material supplier, producer and all distribution channels members work together efficiently in order to provide the most suitable opportunities to the consumer. E - supply chain can be described as supporting procurement, storage and transportation operations using web-based technologies. E-supply chain is a system that incorporates electronic applications and software. In fact, e-supply chain is a harmonized system between organizations. With E-supply chain, it can be said that many logistics businesses that try to create value for their customers by using information technologies come together. Software used in the industry supply chain and logistics, electronic data interchange, bar code, radio frequency identification, enterprise resource planning, warehouse management systems, order management systems, customer relationship management and order management systems v.b. it can be ranked as. The aim of this study is to show the direction of how supply chain management software will be competitive in every business in which logistics processes are used, especially for companies operating in the logistics sector. In this study, detailed information about the software and applications used in the electronic supply chain was given and the purposes of Use and benefits provided to the enterprises were determined. As a result, e-supply chain software and applications offer many advantages such as fast, easy, and convenience to logistics businesses in the first place.

Key Words: Supply Chain Management, Electronic Procurement, Electronic Supply Chain

1.GİRİŞ

Elektronik ortamda yürütülen işlemler; tanıtım ve pazarlama, ödeme, bilgi değişimi, lojistik, tedarik zinciri yönetimi ve teslimat şeklinde özetlenebilir (Orhan, 2014). İşletmelerin faaliyetlerinde elektronik ortamları kullanmaları; işletmelere artan verimlilik, iş süreçlerinin otomasyonu, modern tedarik zinciri oluşturma, müşteri tabanının artırılması, maliyetlerin azalması, niş pazarlara erişim , artan müşteri memnuniyeti ve bağlılığı ile rekabet avantajı gibi yararlar sağlamaktadır (Kuziç vd.,2002). Başta internet olmak üzere tüm elektronik ortamların kullanımı tedarik zincirlerine; talep tahminleri, sipariş yönetimi ve envanter planlama gibi alanlarda, etkinlik ve verimlilik artışı sağlamaktadır (Orhan,2014). Çalışmada, elektronik tedarik zincirinde kullanılan yazılım ve uygulamalarla ilgili detaylı bilgi verilmiş, kullanım amaçları, işletmelere sağladığı yararlar belirlenmiştir.

2.E-TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİ

2.1 E-Tedarik Zinciri Yönetiminin Tanımı

Hızla gelişen internet teknolojisi, işletmelerin haberleşme, iletişim ve iş yapma yöntemlerini değiştirmektedir. E-tedarik zinciri yönetimi internet altyapısına sahip teknolojilerin kullanılarak tedarik, depolama ve ulaşım işlemlerinin desteklenmesidir. E-tedarik zinciri yönetimi, stok izleme sistemiyle dağıtımda rota uyumlaştırma imkanı sağlamaktadır (Mohd ve Iziati, 2010).

E-tedarik zinciri yönetimi; elektronik uygulama ve yazılımlar ile bilgi, para ve lojistik ve hizmet akışının sağlayan tedarik zinciri yönetimidir. Tedarik zinciri yönetimi, hizmetlerin yönetimi ve takibi ile anlık uluslar arası izleme imkanı sağlamaktadır (Sarkis vd.,2004). E-tedarik zinciri yönetimi, bilgi teknolojilerini kullanarak müşterileri için değer yaratmaya çalışan birçok tedarik zincirinin rekabet ettikleri bir yapıdır (Shen, 2009). E- tedarik zinciri yönetimi, geleneksel tedarik zinciri yönetimi ve lojistik operasyonlarında (depolama, taşıma vb) daha esnek ve yüksek hızlı, hizmet verimliliği olan ve internetin kullanıldığı sistemdir (Karagöz, 2012; Bayles,2001). E-tedarik zinciri yönetimi uygulamaları ve yazılımları ile doğru ürünü, doğru müşteriye, doğru yerde, doğru şartlarda ve doğru zamanda, mümkün olan en düşük toplam maliyetle sunmak daha mümkün olacaktır (Copacino, 1997). E-tedarik zinciri yönetimi uygulamaları ile tedarik zincirinde yer alan tüm üyeler arasında gerçekleşen ürün, bilgi ve para akışının planlanmasını, uygulanmasını ve kontrolünü daha kolay ve verimli olmaktadır (Korucuk ve Yaşar, 2013).

E- tedarik zinciri yönetimi ile her yerde erişilebilen internet sayesinde de şirketler coğrafi olarak birçok farklı bölgeye dağılmış fiyat ve hizmet seviyesine duyarlı müşterilere ulaşma fırsatını yakalamaktadırlar. E-tedarik zinciri yönetimi uygulama ve yazılımları konusunda yatırım yapan tedarik zincirine dahil firmalar sektörde rekabet avantajı sağlayacaklardır (Bayles,2002).

3. E-TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİ VE LOJİSTİKTE KULLANILAN UYGULAMA VE YAZILIMLAR

3.1. E-Tedarik Zinciri İle Lojistik Uygulama / Yazılımları

Tedarik zinciri yönetimi ve lojistik sektöründe kullanılan yazılımlar; elektronik veri değişimi, barkod otomasyon teknolojisi ve yazılımları, radyo frekanslı tanımlama teknolojileri, kurumsal kaynak planlama sistem ve yazılımları, depo yönetim sistemleri, ileri planlama sistemleri, sipariş yönetim sistemleri, müşteri ilişkileri yönetimi sistemi ve yazılımları ve sipariş/sevkiyat yönetim sistemleri vb. yazılımları olarak sıralanabilir. Tedarik zinciri yönetimi süreçlerinin anlık takibi ve müşteri memnuniyetinin artırılmasını sağlamak için ilgili yazılımların kullanılması gerekmektedir. Etkin yazılım uygulamalarla doğru tahmin ve planlama, sevkiyat hızının artırılması, stok planlaması gibi kazançlar da elde edilmektedir (Karagöz, 2012).

E-Tedarik zinciri ve lojistik yönetiminde kullanılan teknoloji, yazılım ve uygulamalarının temel amacı tedarik zinciri üyeleri arasındaki tüm etkileşim ve iletişimleri daha verimli, daha hızlı bir biçimde sağlama, tüm tedarik zinciri işletmelerinin tedarik ve dağıtım sistemleriyle bütünleşmesini, verimliliklerini artırma ve maliyetlerde tasarruf elde edilmesini sağlamaktadır.

E-Tedarik zinciri yönetiminde kullanılan ve başlıca işlevleri şu şekilde sıralanabilmektedir: Depoların etkinliği ve verimliliği, depodaki, yoldaki, raftaki ürünün stok ve sevkiyat takibi, stok hareketlerinin takibi, dağıtımdaki bir aracın ve stokların takibi, işletmedeki tüm kaynakların planlanması ve tedarik zinciri sistemlerin bununla entegrasyonu, müşteri istek ve ihtiyaçlarına uygun olarak tedarik zinciri yönetimi faaliyetlerin planlanması ve yürütülmesi, müşteri siparişlerinin takibi, işletme ve çalışanlarla ilişkilerinin sağlanması sonucu süreç etkinliğini ve verimliliğin artışı, işletmenin tüm tedarik ve dağıtım sistemlerindeki zincirde yer alan taraflarla iletişimlerinin artırılmasıyla birlikte etkinliğin ve verimliliğin artışı sağlamaya yardımcı olmaktadır.

3.1.1.Araç Takip Sistemleri

Araç takip sistemleri, sayesinde tüm araçların konum bilgilerini internet alt yapısı ve uydular aracılığıyla görüntülemek ve söz konusu araçlar hakkında birçok ayrıntılı analiz yaparak müşteri isteklerine göre esnek davranmak mümkün hale gelmektedir. (Karagöz, 2012).

3.1.2. Barkod

“Ürün ambalajının üzerinde bilgisayar tarafından okunabilen, çeşitli kalınlık, aralık ve sayıda çizginin yan yana gelmesiyle oluşturulmuş, ürünün türü ve fiyatı hakkında bilgi veren işaret.” olarak tanımlanan barkod; satış yönetimi, dağıtım noktaları, depo ve envanter yönetimi, sevkiyat yönetimi gibi bir çok lojistik uygulamaya hızlı, doğru, ekonomik ve kullanışlı bilgi girişi sağlayarak etkinlik ve verimlilik katmaktadır. Ürünlerin satış miktarları, mevcut stok düzeyinin belirlenmesi ve sevkiyat yönetimi konularında esneklik sağlamaktadır (Yöney, 2005).

3.1.3.Elektronik Veri Değişimi

Elektronik Veri Değişimi, işletmelerin belgelerini ve mesajlarını bilgisayardan bilgisayara iletmeye yarayan bir sistemdir (Karagöz,2012). Elektronik veri değişimi; lojistik operasyonlarda verimlilik artışı ve iyileşme, tüm işlemleri hızlı ve verimli hale getirme, hatayı azaltarak yapılan işlemlerde doğruluğunu ve denetimini sağlama, bilgi etkinliği ile ulaşım/ iletişim ile tüm lojistik maliyetlerde azalma, sipariş işlem sürelerini kısaltarak güncel/hızlı bilgi, tedarik zincirinde envanter, sevkiyat ve sermaye maliyetlerini azaltıp müşteri memnuniyetini arttırarak rekabet üstünlüğü sağlanmaktadır (Ross,2002;Özbay ve Akyazı,2004;Ekici, 2013).

3.1.4. Müşteri İlişkileri Yönetimi

Müşteri ilişkileri yönetimi, müşteriye özel değer yaratarak, müşteriye elde tutmayı içeren kapsamlı bir stratejidir. Pazarlama, satış, müşteri hizmetleri ve tedarik zinciri fonksiyonlarını uyumlu hale getirerek daha etkin ve verimli müşteri değeri oluşturulmasını sağlayan kısaca müşteriye elde tutma ve ilişkileri geliştirme üzerinde yoğunlaşan entegre bir sistemdir(Peshwe vd., 2012 ; Shen, 2009).

3.1.5. Taşıma Yönetim Sistemleri

Taşıma Yönetim Sistemleri, dağıtım sistemlerinin, yüksek birim maliyetlerini azaltan, taşıt ve yük takibini yaparak, teslimat konusunda müşterileri bilgilendiren sistemdir. Taşıma yönetim sistemi içeriğindeki faaliyetler; iş akışı yönetimi, dağıtım kanalı yönetimi, sözleşme yönetimi takip ve izleme sistemleri yönetimi, gümrükleme işlemleri, yük/yükleme planlama yönetimi rota planlama ve bilgi raporlama yönetimi olarak sıralanabilmektedir (Karagöz, 2012). Taşıma Yönetim Sistemlerinin sağladığı faydalar ise; dağıtım / nakliye süreleri ve maliyetlerini azaltma, iş gücü verimliliği ile azalan maliyetler, verimli etkili ve zamanında teslimat ile müşteri memnuniyetini arttırmadır (Karagöz, 2012).

3.1.6. Depo Yönetim Sistemleri

Depo yönetim sistemlerinin fonksiyonları, tüm depo faaliyetlerini (mal kabul, ürün yerleştirme, sipariş yenileme, gruplama, etiketleme, paketleme, stok sayımı ve depo yönetimi vb.) kapsayan sürece doğru bilgi sağlarken ürün kalite ve performansında düşme meydana gelmeden önlemeye yardımcı olan bir sistemdir (Rushton, 2006). Depo yönetim sistemleri, depolardaki stok, insan kaynakları ve depolama süreçlerini bütünüyle planlamak yönetmek ve verimliliği arttırmak amacıyla kullanılmaktadır (Karagöz, 2012).

Lojistik süreçlerde yer alan malzemelerin hareketlerini ve depolanmalarını kontrol eden, dinamik depolama operasyonlarının gerçekleştirilmesi yönünde çalışmaları içeren, etkin bir depo yönetim sistemi olan depo yönetim sistemleri ile sipariş sürelerinin azalması, stoklar ile ilgili daha doğru bilgi elde edilmesi, stoklar ile ilgili yapılan tahminlerde daha tutarlı ve gerçekçi sonuçlar alınması, taşıma işlemlerinde kolaylık sağlanması ve taşıma maliyetlerinden tasarruf beklenilmektedir (Mitra, 2009;Hassall, 2001).

3.1.7. Kurumsal Kaynak Planlama

Kurumsal kaynak planlaması (Enterprise Resource Planning-ERP), işletmelerde mal ve hizmet üretimi için gereken işgücü, makine, malzeme gibi kaynakların verimli bir şekilde kullanılmasını sağlayan bütünlük yönetim sistemlerine verilen genel addır. ERP; işletmenin tedarikten satış sonrasına kadar tüm operasyonların bilgi teknolojileri yardımıyla bütünlleştirilmesidir (Kırcova, 2001). ERP ile işletmelerde temel iş süreçlerinin hızlanması, etkin karar verme, düşen maliyetler ve etkili yönetim kontrolünün sağlanması hedeflenmektedir (Huang vd., 2011).

Verilerin sisteme girildiği, kaydedildiği, işlenildiği, izlenildiği ve raporlandığı bir veri tabanı olan ERP sistemi ve yazılımlarından beklenen yararlar şu şekilde sıralanabilmektedir: hızlı ve standart üretim, azalan stok miktarı, sipariş uyumlaştırma, işgücü planlama ve standartlaştırma ve anlık sistem verisine ulaşmadır (Karagöz, 2012; Sheikh,2003).

3.1.8. Radyo Frekanslı Tanımlama (RFID)

RFID, cisimleri radyo dalgaları kullanarak tanımlayan bir sistemdir. Okuyucu, aldığı radyo frekanslarını sayısal bilgiye dönüştürerek bilgisayar sistemine aktarır.(Akademi Barkod, 2019). RFID; lojistik sektöründe; depo takibi ve sayımlarında kullanılması işlemlerin çok kolay ve hızlı bir şekilde yapılmasına olanak sağlama, bir ürüne ait tüm hareketler anlık olarak izlenmesi, süreç takibi, depo yerleşimi, yönetimsel hataların, işçilik kayıplarının, sevkiyat hatalarının ve stok düzeylerinin azaltılması, artan işlem hızı ve düşen maliyetler gibi faydalar sağlamaktadır (Erar, 2005).

3.1.9. Sipariş Yönetim Sistemleri

Lojistik bilgi sistemi temel olarak siparişin yönetimidir. Sipariş yönetimi ile müşteri memnuiyeti esasında siparişlerin planlanması, işlenmesi, iletilmesi, oluşturulması ve gönderilmesi sırasında bilginin, envanterin ve dokümantasyonun eksiksiz yapılması gereklidir. Bu yüzden işlem ve işletmelerdeki etkinliği artırabilmek için lojistik uygulamalarından sipariş yönetimi yazılımları kullanılmaktadır (Gürdal, 2006).

3.2. E-Lojistik Sistemi İle E-Tedarik Zinciri Uygulama / Yazılımlarının İşletmelere Sağladığı Avantajlar

E-Tedarik zinciri ve lojistik uygulama / yazılımlarının işletmelere sunduğu avantajlar şu şekilde sıralanabilir(Oda, 2008):

1. Üreticilere hammadde ve fiyatlarını araştırma ve kıyaslama kolaylığı,
2. Lojistikte zaman planlaması,
3. Doğru ürünün, doğru yerde, doğru zamanda ve doğru miktarda bulundurulması,
4. Planlama merkezi olarak müşteri odaklılığı kullanmak,
5. Kullanılan e-tedarik zinciri yazılımları programları sayesinde kaynakların etkin kullanımı,
6. Sevkiyat planlamalarında kolaylık,
- 7.Kırtasiye ve bürokrasi masraflarında azalma, artan hizmet çeşitliliği, artan işletme hızı ve artan iletişimdir(Karagöz, 2012).

SONUÇ VE ÖNERİLER

E-tedarik zinciri ve lojistikte kullanılan yazılımların işletmelere sağladığı birçok yarar bulunmakta özünde hepsinin temeli işletmenin rekabet gücünü arttırmak ve rekabet avantajı pozisyonunu daha iyi bir noktaya taşımaktır. E-tedarik zinciri sisteminin beklenen faydaları sağlaması için başlıca lojistik ilkelerin gerçekleşmesi gerekmektedir. Bunlar; standartlık, ekonomik olma, yeterlilik, sürdürülebilirlik, esneklik, yalınlık, izlenebilirlik ve açıklık, koordinasyon ve işbirliğidir. Bu ilkelerin işletmeler tarafından sağlanması, süreçlerine adapte edilmesi önem taşımaktadır.

Müşterilere hizmet eden tedarik zinciri üyeleri kullandıkları yazılım ve uygulamalarla değer yaratma yoluyla müşterilerine şu faydaları sağlayabileceklerdir. Müşterilerin ve zincirdeki tüm üyelerin, lojistik süreçte; bilgiye anlık erişimleri sağlanarak yani anlık sipariş izleme ve planlama, sipariş fiyatlarını görme ve olası hataları öngörüp önleme ve malzeme ihtiyaç planlaması etkinliğin sağlanması gibi birçok alanda etkin ve verimlilik sağlanabilecektir. Elektronik tedarik zinciri faaliyetlerinde kullanılacak uygulama ve yazılımlarla, tedarikçi – üretici işletme, üretici işletme – dağıtıcı işletme, dağıtıcı işletme – perakende işletme, perakende işletme- nihai müşteri arasındaki ilişki ve iletişimleri daha etkin bir şekilde kurulabilecektir.

Birçok faydaları olan E-tedarik zincirinin kurulumu ve bu sistemde kullanılacak uygulama ve yazılımların sisteme entegre edilmesi konusunda işletmelerin karşılaşacakları zorluk ve süreç içinde karşılaşılabilecek olası sorunlar; ilave teknoloji/yazılım yatırımları ve ek maliyetler, kalifiye eleman istihdamı gereksinimi, bilgi güvenliği, teknolojik ve beşeri altyapı eksikliği, işletmede yeterli yazılım ve donanım bulunmaması, uluslararası işlemlerde yasal düzenlemelerdeki eksiklikler şeklinde sayılabilir. Burada ilgili yatırımların kısa sürede kendini amorti edeceği açıkça görülmekle birlikte bu sistemlerin kullanımı başta lojistik işletmelerde olmak üzere tüm tedarik zinciri üyelerinin bu sistemlerin etkin ve entegre kullanımını sayılan faydalar ışığında katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu konuyla ilgili çalışma yapacak araştırmacılara kavramsal çerçevede ele alınan bu çalışmadaki veriler ışığında işletmelerin bilgi ve bakış açısını ortaya koyacak ampirik bir çalışmanın literatüre ve uygulamadaki işletmelere katkı sağlayacağı söylenebilir.

KAYNAKLAR

- Akademi Barkod (2019). 02.10.2019 tarihinde www.akademibarkod.com sitesinden alındı.
- Bayles, D. L. (2001). E-Commerce Logistics & Fulfillment Delivering The Goods, London: Prentice Hall PTR.
- Bowersox, D. J., Closs, D. J. ve Cooper, M. B. (2002). Supply Chain Logictics Management, The Mcgraw-Hill/Irwin: Boston.
- Clinton W. Ve Gore A. (2000). Global Elektronik Ticaret Alfa Yayınları (Çeviri: Veysel Bozkurt) İstanbul.
- Copacino, W. C. (1997). Supply Chain Management, Florida: CRC Pres LLC.
- Ekici M. (2013). E-Ticaret Savaş Yayınevi 1.Baskı Ankara.
- Erar, H. (2005). TÜBİTAK Bilim Ve Teknik Dergisi, Sayı: 457, Aralık
- Gürdal, S. (2006). Türkiye Tedarik Zinciri Yönetimi Sektörü Altyapı Analizi, İTO Yayınları 2006-14, EUROMAT, İstanbul.
- Hassall, K. (2001). Emerging Trends And Hindrances For E-Logistics An Australian Perspective İn, Proceeding of the OECD conference on e-Transport, Paris.
- Huang, C. M., Hsu, P. Y. ve Chiau, W. L. (2011). Perceptions Of The Impact Of Chief Executive Leadership Style On Organizational Performance Through Successful Enterprise Resource Planning, Social Behavior & Personality: An International Journal, 39(7), 865-878.
- Karagöz, B. (2012). E-Lojistik Uygulamaları, Ekin Yayınları.
- Kırçova, İ. (2002). İnternette Pazarlama, Beta Basım Yayım Dağıtım, 2. Baskı, İstanbul.
- Korucuk, S. ve Yaşar, F. (2013). E-Lojistik Uygulamalarının İşletme Performansına Etkisi: Lojistik Sektöründe Çalışanlar Üzerine Bir Uygulama, Ulusal Lojistik Ve Tedarik Zinciri Kongresi.
- Kuzic, J., Julie, F. ve Angela, S. (2002). Electronic Commerce Benefits, Challenges And Success Factors In The Australian Banking And Finance Industry ECIS June 6-8, Gdańsk, Poland, 1607-1616.
- Mitra, S. (2009). Analysis Of A Two-Echelon Inventory System With Returns, International Journal Of Management Science(Omega), 37, 106-115.
- Mohd, I. B. I. T. ve Iziati, S. B. I. (2010). A Survey On Supply Chain Management And E-Commerce Technology Adoption Among Logistics Service Providers İn Johor, World Academy Of Science, Engineering And Technology, 65, 678-683.
- Oda, S. (2008). Türkiye'de Lojistik Sektörü Ve Dış Ticaret Üzerine Etkileri. Yüksek Lisans Tezi. Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.

- Orhan, Z. (2014). Dünyada ve Türkiyede Tedarik zinciri yönetimi Sektörünün Gelişimi İstanbul Gelişim Üniversitesi Yayınları.
- Özbay, S. ve Akyazı, S. (2004). Elektronik Ticaret, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Peshwe, A. G. ve Kothari, P. P. (2012). E-CRM: New Dimension İn The Process Of Customer Management, Indian Streams Research Journal, 2(7), 1-8.
- Ross, D. F. (2002). Introduction To E-Supply Chain Management, Florida: CRC Pres LLC.
- Rushton , A. ve Baker, C. P. (2006). The Handbook Of Logistics And Distribution Management London.
- Sarkis, J., Laura M. M. ve Sirinivas, T. S. (2004). E-Logistics And The Natural Environment, Journal Of Supply Chain Management, 9(4), 303-312.
- Sheikh, K. (2003). MRP2, Newyork, Mcgrow Hill.
- Shen, C. W. (2009). A Bayesian Networks Approach To Modeling Financial Risks Of E-Logistics Investments, International Journal Of Information Technology & Decision Making, 8(4), 711-726.
- Yöney, T. (2005). TUBİTAK Bilim Teknik Dergisi, Mart Sayı 448.

COĞRAFI İŞARETLİ ÜRÜNLERİN BÖLGESEL TURİZMİN GELİŞİMİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİNE YÖNELİK BİR DEĞERLENDİRME

Öğr. Gör. Zafer Cesur

Kocaeli Üniversitesi, Hereke Ömer İsmet Uzunyol Myo, Yönetim ve Organizasyon
zafer.cesur@kocaeli.edu.tr

Özet

Tüketiciler, belirli ürünlere yönelirken; ihtiyaçları, alışkanlıkları, ürünün kalitesini, ürün alternatifleri, ürünün fiyatı gibi birçok özelliği dikkate almaktadırlar. Ürünün kalitesi, itibarı ve güveni ortaya koymada o bölge ile özdeşleşen ürünler (Kayseri mantısı, Hereke Halısı, Fransız parfümü, İsviçre saati gibi.) tüketici tercihinde önemli olmaktadır. Coğrafi işarete sahip bu ürünler, tüketicilere ürünün köken belirtme, diğer ürünlerden ayırt etme, belirli bir kalite ve garanti belirtme gibi birçok işleve sahiptirler. Coğrafi işaretli ürünlerle, üreticilere koruma ve rekabet avantajı sağlama, işletme pazarlama ve tutundurma verimliliğini artırma ve ekonomik birçok getiri ile kırsal kalkınmayı destekleme gibi birçok yarar elde edilebilmektedir. Turizm, birçok sektör ile ilişkisi olan döviz girdisi, istihdam gibi birçok konuda ulusal veya bölgesel kalkınmaya katkı sağlayan hizmet sektörünün ana bir faaliyet alanını oluşturmaktadır. Günümüzde turizm faaliyetlerinde, değişen hayat standartları turizm alışkanlıklarını da değiştirmiş, kültürel ve geleneksel değerler daha popüler hale gelmiştir. Kültürel öğeler, turizmde coğrafi işaretlerin yardımıyla daha da yaygınlaşmaktadır. Bu sebeple coğrafi işaretli ürünler turistlerin tatil yerlerini seçmelerinde en önemli faktörlerden biri haline gelmiştir. Bölgeye özgü coğrafi işaretli ürünler, bölgenin tüketiciler tarafından diğer bölgelere göre farklı algılanmasına sebep olmaktadır. Coğrafi işaretler, ürünün kökeninden kaynaklanan çekiciliği sayesinde turistleri ürünün bulunduğu coğrafyaya çekerek bölgenin tercih edilebilirliğini arttırmakta ve bölgenin turizm potansiyelini canlandırmaktadır. Bu çalışma coğrafi işaretli ürünlerin bölgesel turizmin gelişimi üzerindeki etkisini literatür taramasına dayanan araştırma yöntemiyle incelemektedir. Çalışmanın amacı, coğrafi işaretli ürün kavramı ile bölgesel turizm arasındaki ilişkiyi kurarak, coğrafi işaretli ürünlerin bölgesel turizm potansiyeli üzerindeki olan katkısını nitel boyutlarıyla analiz etmektir.

Anahtar Kelimeler: Coğrafi İşaretler, Coğrafi İşaretli Ürün, Bölgesel Turizm Gelişimi

AN ASSESSMENT OF THE IMPACT OF GEOGRAPHICALLY MARKED PRODUCTS ON THE DEVELOPMENT OF REGIONAL TOURISM

Abstract

Consumers, when turning to specific products; needs, habits, quality of the product, product alternatives, product price, such as taking into account many features. Products that identify with that region in demonstrating the quality, reputation and confidence of the product (such as Kayseri ravioli, Hereke carpet, French perfume, Swiss watch.) is important in consumer choice. These products with Geographical Indication have many functions such as specifying the origin of the product to consumers, distinguishing it from other products, specifying a specific quality and warranty. With geographically marked products, many benefits can be obtained, such as providing protection and competitive advantage to producers, increasing enterprise marketing and promotion efficiency, and supporting rural development with many economic benefits. Tourism is a main area of activity in the service sector, which contributes to national or regional development in many issues such as foreign exchange entry and employment, which are related to many sectors. In today's tourism activities, changing living standards have also changed tourism habits and cultural and traditional values have become more popular. Cultural items are becoming more common in tourism with the help of geographical indications. For this reason, geographically marked products have become one of the most important factors for tourists to choose their holiday destinations. Products with geographical markings specific to the region cause the region to be perceived differently by consumers than other regions. Geographical indications, due to the attractiveness of the product's origin, attract tourists to the geography where the product is located, increasing the region's preferability and revitalizing the tourism potential of the region.

This study examines the impact of geographically marked products on the development of regional tourism with a research method based on literature review. The aim of the study is to analyze the contribution of geographically marked products to regional tourism potential by establishing the relationship between the concept of geographically marked products and regional tourism.

Key Words: Geographical Indications, Geographic Marked Product, Regional Tourism Development

1.GİRİŞ

Coğrafi işaret genellikle bir bölgesel ürünün adını ifade etmede kullanılmaktadır. Bu manada coğrafi işaret, belli bir takım özelliği, ünü ya da diğer nitelikleri açısından kökeninin bulunduğu bölge, yer, yöre veya ülkeyle özdeşleşmiş olan ürünü tanımlayan bir işarettir (Türk Patent, 2018). Coğrafi işaretli ürünler; tüketicilerin korunması, yerel ürünlere güven duyulmasının sağlanması ve bölgenin gelişimi için ekonomik bir araç olarak görülmektedir (Bozgeyik, 2009). Coğrafi işaretli ürünlerin bölgesel kimlik oluşumuna imkan vermesi ile birlikte ekonomik değerlerin ortaya çıkmasına yardımcı olmaktadır (Babcock ve Clemens, 2004). Değişen hayat standartları turizm alışkanlıklarını da değiştirmiş, kültürel ve geleneksel değerler daha popüler hale gelmiştir. Bu anlamda yerel ürünlerin korunup geliştirilmesi turizm sektörüne katkı sunmaktadır. Bölgesel yiyecek, içecek ve ürünlerin tescili, tanıtımı ve bir turizm ürününe dönüştürülmesi ise coğrafi işaretleri turizm açısından önemli bir araç haline getirmektedir (Yenipinar vd, 2014).

2.COĞRAFI İŞARET KAVRAMI VE COĞRAFI İŞARETLİ ÜRÜNÜN KAPSAMI

Bugünkü anlamıyla coğrafi işaretler kavramını ilk tanımlayan düzenleme olan TRIPS anlaşmasına göre coğrafi işaret; "ürünün kalitesi, ünü ya da diğer niteliklerinin temelde coğrafi menşesine verilebileceği, üye ülkeye ait bir bölgeden veya o bölgedeki yerden veya yöreden kaynaklandığını gösteren bir işaret" olarak kavramsallaştırılmaktadır (Akin, 2013). Lisbon Anlaşması (1958) ise coğrafi işareti; bir ülkeden, bölgeden ya da yöreden kaynaklanan bir ürünü ifade etmede kullanılan, ürünün kalite ve niteliklerinin tamamıyla veya temelde insani ve doğal etmenleri de kapsayan coğrafi çevreden kaynaklandığını gösteren bir ülkenin, bölgenin ya da yörenin coğrafi ismi olarak ifade edilmektedir (İloğlu, 2014).

Coğrafi işaret denilince akla ilk olarak tarım ürünleri gelse de sadece tarım ürünlerinden oluşmamaktadır. Örneğin Japon arabaları, Fransız parfümü, İsviçre saati de tüketicilerin gözünde coğrafi işaret olarak algılanmaktadır. Coğrafi işaretler aynı zamanda el sanatları, sanayi, maden ürünlerinden de meydana gelmektedir. Bu çerçevede coğrafi işaret içerisinde yer alan ürünler doğal ürünler, tarım ürünleri, el sanatları, sanayi ürünleri, maden ürünleri olarak sınıflandırılabilir (Oraman, 2015).

Bir ürünün coğrafi işaret tescili alabilmesi için gereken temel özellikleri arasında; "ürünün isminin, tüketiciler bakımından iyi üne sahip olması, alternatifleriyle mukayese edildiğinde tanınmış bir özgünlüğünün bulunması, hammadde üretim ve işlenmesi sürecinin kısıtlandırılmış coğrafi bir alanda gerçekleştirilmesi ve son olarak kapsamlı biçimde spesifik bir üretim aşamasının ürünü olması" şeklinde sayılabilir (Oraman, 2015). Bir ürünün coğrafi işaret alıp alamayacağı hakkında önemli olan konulardan birisi de, söz konusu ürünün diğer coğrafi bölgelerde üretilen ürünlerden farkı olması, eğer farkı varsa bunu bölgenin iklim, toprak ve beşeri özelliklerinden aldığına dair bilimsel açıdan ispatlanabiliyor olması gerektirir. İkinci nokta ise, ürünün "ayrıt edici" nitelik gösterip göstermediğini, tüm üretim basamaklarında aynı zaman da üretimden sonra da kontrol edebilecek tarafsız bir mekanizmanın var olması gerekliliğidir (Asan, 2016).

Ürünlerin coğrafi bir işaret tescili alabilmesinde aşağıda belirtilen dört özelliğe sahip olması gerekir (Demirer, 2010):

- a) Ürün ismi, tüketiciler bakımından iyi üne sahip olmalı,
- b) Alternatiflerine kıyasla menşesine bağlı tanınmış bir özgünlüğü bulunmalı,
- c) Hammadde üretimi ve/ya da işleme aşaması kısıtlandırılmış coğrafi bir alanda gerçekleştirilmeli,
- d) Son olarak ayrıntılı biçimde tanımlanmış (standartlaşmış) spesifik üretim aşamasının bir ürünü olmalıdır.

Coğrafi işaretlerin fonksiyonları şöyle sıralanabilir (Gündoğdu, 2006): Coğrafi işaretlerin asli fonksiyonları; ürünleri ayırt etme, ürünlerin kökenini belirtme, kalite ve garanti vaadi oluşturma ve kendi kendine reklam olanağı sağlamasıdır. Coğrafi işaretlerin yardımcı fonksiyonları ise; gelenekleri ve değerleri koruma, ülke tanıtım ve ekonomisine katkı sağlama ve yerel kalkınma ve göçü önleme olarak sayılabilir.

Coğrafi işaretin tescilinin başlıca amaçları şöyle sıralanabilir (Kezer, 2013): Ürünün kalitesinin korunması, üreticinin tescilin sağladığı korumadan yararlanması, tüketicinin korunması, ülkenin milli ve kültürel değerlerinin korunması, ürünlerin yurt içi ve yurt dışında kolayca tanıtımı ve turizm gelirleri artmasına yardımcı olmasıdır. Coğrafi işaretli ürünlerde, markalarla benzer işlev görmesi açısından, tüketicilerin bilgi edinmelerini kolaylaştırarak piyasadaki işlem maliyetlerini azaltmaktadır (Agarwal ve Barone, 2005).

Coğrafi işaretli ürünler, yalnızca üretimin bağlı bulunduğu bölge isimlerine dikkat çekmemekte, bölgeyle üretim alanını bütünleştirerek avantaj sağlamaktadır (Folkesson, 2005). Bu anlamda coğrafi işaretli ürünler, niş pazarların oluşumundan, markalaşmaya kadar birçok fayda yaratmaktadır (Correa, 2002).

3.COĞRAFI İŞARET VE TURİZM İLİŞKİSİ

Turizm sektöründe, kültürel ve geleneksel değerler ön plana çıkmaya başlamış ve her geçen gün coğrafi işaretli ürünler önem kazanmaktadır. (Kan vd., 2012). Coğrafi işaretli ürünler, üretildikleri bölgelerin gelişmesine katkı sağlayarak başta kültür turizminin ve turizmin gelişmesine imkân vermektedirler (Ray, 2002). Turizmin canlanmasına katkı sağlaması bakımından coğrafi işaretlere sahip ürünlerin ün ve kalitesi, turistleri bu bölgeye çekerek bölgesel turizm faaliyetlerinin artmasına olanak sağlamaktadır (Reviron vd, 2009).

Coğrafi işaretli ürünlerle özdeşleşmiş bölgeler, turistlerin tatil yerlerini seçmelerinde en önemli etkenlerden biri haline gelmiştir (Altınar, 2017). Ürünün kökeni ile olan kuvvetli bağı neticesinde coğrafi işaretler turistleri cezbederek turizm/kültür turizmi faaliyetlerine katkı sağlamaktadır. Örneğin; Hereke halısı, Kütahya'nın çinisi, gibi tescil almış coğrafi işaretli ürünler Türkiye'nin kültürünü tanıtmakta ve bu sayede kültür turizmini geliştirmektedir (Kan ve Gülçubuk, 2012). Bölgeleriyle özdeşleşmiş ürünlerin korunup geliştirilmesi turizm sektörüne katkı sunmaktadır (Yenipınar vd, 2014). Turizm çeşitlerinden biri olan gastronomi turizmi "kapsamındaki tarımsal yiyecekler, yöresel ve geleneksel gastronomik unsurlara ve kırsal alana yönelişi ifade eden" bir kavramdır. (Çevik ve Saçılık, 2011). Bölgesel turizmi geliştirmenin bir yolu da halkın kendi bölgesindeki bölgesel yiyeceklerine sahip çıkmasıdır. Örneğin İtalya pizza ve makarnaya sahip çıkarak, bu bölgesel lezzetlerle birlikte markalaşmışlardır (Durusoy, 2017).

"Kırsal turizm kısaca kırsal alanlarda gerçekleştirilen turizm" olarak tanımlanabilir. Günümüzde bölgesel miras öğeleri ve coğrafi işaretli ürünler turistlerin tatil planlarını belirlemede büyük bir önem sahip olabilmektedir (Altınar, 2017; Kan ve Gülçubuk, 2012).

4. COĞRAFI İŞARETLİ ÜRÜNLERİN BÖLGESEL TURİZMİN GELİŞİMİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Çağımızda turizm faaliyetlerinde, geleneksel ve kültürel değerler önem kazanmakta ve turist seçimleri de bu bakımdan yerel değerlerine sahip çıkan bölgelere doğru yönelmektedirler (Özkaya vd. 2013). Bu açıdan, turizm sektörü bakımından gerek dünyada gerekse de ülkemizde önem kazanan bölgesel değerler arasındaki karışıklığın önüne geçebilmek amacıyla hazırlanan bir kanun ile birlikte turistik değer taşıyan ve bağlı bulundukları bölgelere ekonomik manada katkı sunan bu tarz ürünlere coğrafi işaretleme yapılmaktadır (Orhan, 2010).

Türkiye'deki tescilli coğrafi işaretleri; bölgesel el sanatları, gastronomi, gelenek ve görenekler, bölgesel yaşam biçimleri ve bölgesel sembollerin turizm ürünü olarak harekete geçirilmesi, bölgelerin benzersiz kültürel niteliklerinin turizme ilave edilmesiyle gerek bölge gerekse de turistleri Türkiye'deki değişik nitelikleri bulunan bölgelere yöneltmede ve bölgesel kalkınma imkânı sağlamada

önemli bir katkı sunmaktadır. Bu bakımdan, ulusal ve bölgesel turizmin geliştirilmesine yönelik oluşturulan politika ve girişimcilerin bu alandaki işlemleri de önemli olmaktadır (Çağlı, 2012).

Kendine has coğrafi kökeni bulunan yemekler özellikle coğrafi işaret tescili alan ürünler, bölge imajını güçlendirmede, markalaşmayı ve bölgesel turizmin güçlendirilmesinde katkı sağlamaktadır. Böylece özellikle bölgesel yemekler ve bu bölgelerle ilgilenen kişiler bakımından çok önemli olmaktadır. Bununla birlikte bölgedeki yöresel ürün potansiyelinin varlığı, bölgesel ve kırsal kalkınmaya da katkı sunmaktadır (Alonso ve Lui, 2011). Coğrafi işaretler, geleneksel üretimi teşvik etmekte, geleneksel yaşam kültürünü ve bu kültürün sağladığı bölgesel yiyecek, içecek ve tatları koruması ve bunların tanıtılarak ürünün bağlı bulunduğu bölgeye turist yönlendirmede etkin olması sayesinde bölgesel turizmde önemli bir rolü yerine getirmektedir (Özkaya vd., 2013). Bölgesel turizm faaliyetlerinde değerlerin ve ürünlerin korunması önemli faktördür (Sünnetçioğlu vd., 2012). Turizm sektörü açısından bölgesel değerler, coğrafi işaretli ürünler sayesinde anlam kazanmakta, bölgesel markalaşmayı ve bölgesel turizmin güçlendirilmesini sağlamaktadır (Orhan, 2010; Çağlı, 2012; Özkaya vd., 2013) Böylece Coğrafi işaretli ürünlerle ürünlerin kökeni olan bölgelere turist çekmede yararlanılmaktadır.

5.SONUÇ ve ÖNERİLER

Günümüzde özellikle kültürel ve geleneksel değerler önem kazanmaya başlamakta ve yerel değerlerine sahip çıkan coğrafi işaretlerle durumu pekiştiren bölgeler tercih edilmektedir. Yerel değerlerin turistlerin tercihini etkileyen bir faktör olarak ortaya çıkması bu değerleri koruma altına alarak coğrafi işaretleme ile bölgesel ürünlerin korunması ve tescili turizm sektörü açısından önemli bir kavram haline gelmiştir. Bölgesel turizmi geliştirmek için coğrafi işaretle tescil edilmiş ürünlerin kullanılması önem kazanmaktadır. Bu anlamda bölge kalkınmasında turizmin rolü de düşünülecek olursa; bölgedeki halk, işletmeler, belediyeler ve tüm bölgesel unsurların bu konuyu tanıtım, markalama ve turizm potansiyeli açısından değerlendirip coğrafi işaretle ürünlerini tescil ettirmeleri gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Bölge ile özdeşleşen ürünlerle gerek ulusal gerek uluslar arası alandan bölgeye turistlerin çekilmesi amaçlanmalıdır.

KAYNAKLAR

- Agarwal, S. Ve Barone M. (2005), "Emerging Issues For Geographical Indication Branding Strategies", Matric Research Paper 05-Mrp 9, Iowa State University.
- Akın, E.B. (2013). Türkiye'de Coğrafi İşaret Koruma Sistemi. Akdeniz Üniversitesi Akdeniz Ülkeleri Ekonomik Araştırmalar Merkezi, Antalya.
- Alonso, A. D. Ve Liu, Y. (2011). The Potential For Marrying Local Gastronomy And Wine: The Case Of The Fortunate Islands, International Journal Of Hospitality Management, 974- 981.
- Altın, B. (2017). Kentlerin Rekabetinde Önemli Bir Turizm Faktörü Olarak Coğrafi İşaretleme Ve Planlamaya Yansıması, (Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Asan, H. (2016). Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı Dergisi, ss. 14-16.
- Babcock B. A. Ve Clemens R., (2004) "Geographical Indications and Property Rights: Protecting Value Added agricultural products," Midwest Agribusiness Trade Research and Information Center (Matric) Publications
- Bozgeyik, H. (2009), "Coğrafi İşaretlerin Kullanımı Ve Denetimi (Antep Baklavası'nın Coğrafi İşaret Olarak Tescili Üzerine", 9, 9-21.
- Correa, C. (2002), European Commission, Public Opinion, 06.09.2019 tarihinde http://ec.europa.eu/public_opinion/index_en.htm sitesinden alındı.
- Çağlı, I. B. (2012). Türkiye'de Yerel Kültürün Turizm Odaklı Kalkınmadaki Rolü: Gastronomi Turizmi Ölçeği, İstanbul Teknik Üniversitesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Çevik, S. Ve Saçılık, M.Y. (2011). Destinasyonun Rekabet Avantajı Elde Etmesinde Gastronomi Turizminin Rolü: Erdek Örneği. 12. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı, Düzce Üniversitesi.
- Demirer, H.R. (2010). Yöresel Ürün Ve Coğrafi İşaretler: Fransa Ve Türkiye Üzerine Bir İnceleme, (Doktora Tezi), Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.

- Durusoy, Y.Y. (2017). Coğrafi İşaretli Gastronomik Ürünlerin Bölge Halkı Tarafından Algılanması Üzerine Analitik Bir Araştırma: Kars Kaşarı Örneği, (Doktora Tezi), Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Folkson, C. (2005), “Geographical Indications And Rural Development In The Eu” , Biblioteket.Ehl.Lu.Se/Olle/Papers/0000429.Pdf.
- Gündoğdu G., (2006) Türk Hukukunda Coğrafi İşaret Kavramı Ve Korunması. Yüksek Lisans Tezi Danışman: Yrd. Doç. Dr. Tamer Pekdinçer İstanbul
- İloğlu, N. (2014). Coğrafi İşaretlerin Tescili Ve Denetimi Üzerine Farklı Ülke Sistemlerinin İncelenmesi Ve Türkiye Uygulaması, (Uzmanlık Tezi), Türk Patent Enstitüsü, Ankara.
- Kan, M., Gülçubuk, B., Küçükçongar, M. (2012), “Coğrafi İşaretlerin Kırsal Turizmde Kullanılma Olanakları”, Kmü Sosyal Ve EkonomiK Araştırmalar DergiSi, 14(22), 93-101.
- Kezer Ş.T. (2013). Ab Ve Türkiye’de Coğrafi İşaretler, Uzman Gözüyle, Aylık Avrupa Birliği Bülteni, 1 (4), 9-10.
- Oraman, Y. (2015). Türkiye’de Coğrafi İşaretli Ürünler, Balkan Ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi 1(1), Ss: 76-85.
- Orhan, A. (2010), “Yerel Değerlerin Turizm Ürününe Dönüştürülmesinde “Coğrafi İşaretlerin” Kullanımı: İzmit Pişmaniyesi Örneği”, Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi, 21(2), 243-254.
- Özkaya, F., Sünnetçioğlu, S. Ve Can, A. (2012). Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Hareketliliğinde Coğrafi İşaretlemenin Önemi, Journal Of Tourism And Gastronomy Studies, 1(1), 13-33.
- Ray, C. (2002), “Further Ideas About Local Rural Development: Trade, Production And Cultural Capital”, Working Paper 49, Center For Rural Economy Working Paper Series, 15.09.2019 tarihinde http://www.ncl.ac.uk/cre/publications/working_papers/wp49_full.htm. sitesinden alındı.
- Reviron, S., Thevenod-Mottet, E., Ve Benni, N Vd. (2009), Geographical Indications: Creation And Distribution Of Economic Value in Developing Countries, Working Paper 2009/14, Nccr Trade Regulation.
- Sünnetçioğlu, S., Can, A., Durlu-Özkaya, F. (2012), “Yavaş Turizmde Coğrafi İşaretlemenin Önemi”, 13. Ulusal Turizm Kongresi, Antalya,953-962.
- Türk Patent Ve Marka Kurumu. (2018). Coğrafi İşaretler Ve Geleneksel Ürün Adları Başvuru Kılavuzu. 07.09.2019 tarihinde . <https://www.turkpatent.gov.tr/turkpatent/resources/temp/6b3f914c-e72c-437c8a30-f50c51de0a23.pdf> sitesinden alındı.
- Yenipınar U. Köçker H. Ve Karacaoğlu, S. (2014). Turizmde Yerel Yiyeceklerin Önemi Ve Coğrafi İşaretleme: Van Otlı Peyniri, Journal Of Tourism And Gastronomy Studies 2(2), s. 13-23.
- Yurtseven H.R. Kaya, O. Ve Harman, S. (2010) Yavaş Hareketi. Ankara: Detay Yayıncılık.

CEP TELEFONU SEKTÖRÜNDE MARKA BEĞENİLİRLİĞİNİN BELİRLENMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Öğr. Gör. Zafer Cesur

Kocaeli Üniversitesi, Hereke Ömer İsmet Uzunyol Myo, Yönetim ve Organizasyon
zafer.cesur@kocaeli.edu.tr

Prof. Dr. Ümit Alınacı

Kocaeli Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme
umit.alinacik@kocaeli.edu.tr

Özet

Günümüzde işletmelerin yoğun rekabet ortamında rakiplerinden farklılaşması markalaşma ile gerçekleştirilmektedir. Tüketicilerin satın alma davranışlarını etkileyen başlıca faktörler arasında ürünün/hizmetin özellikleri, marka ve markaya yönelik beğeni/memnuniyet ile hedef kitlenin demografik, psikolojik, sosyo-ekonomik vb. özellikleri sayılabilir. Bir markanın tüketiciler tarafından beğenilirliği, işletmelerin varlığını sürdürmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Tüketicilerin kendi kişilik özellikleri ve değerlerine benzerlik ve uyumluluk gösteren markaları daha fazla beğendikleri ve tercih ettikleri görülmektedir. Marka Beğenilirliği çok boyutlu bir kavram olup (1) Olumluluk, (2) Etkileşim, (3) Kişiselleştirilmiş Kalite ve (4) Marka Memnuniyeti şeklinde dört ana boyuttan oluşmaktadır. Literatürde, marka beğenilirliğini çok boyutlu olarak değerlendiren görgül araştırmalar oldukça kısıtlıdır. Bu araştırmanın amacı, cep telefonu sektöründe belirleyici konumda olan (IPHONE) markasına yönelik olarak markanın beğenilirliğini belirleyen faktörlerin ortaya çıkarılmasıdır. Bu amaçla çok boyutlu marka beğenilirliği ölçeği üzerinde Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) gerçekleştirilmiştir. Daha sonra farklı demografik özelliklere sahip tüketicilerin, marka beğenilirliğine ilişkin algılamaları arasında anlamlı farklılıklar olup olmadığı irdelenmiştir. Yapılan analizler sonucunda, marka beğenilirliği ölçeğinin dört boyutlu yapısı doğrulanmıştır. Buna ilaveten, marka beğenilirliğinin boyutlarına ilişkin algılamalarda bazı demografik faktörlerin etkisinin olduğu belirlenmiştir. Araştırmanın bulgularına dayalı öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Marka, Marka Beğenilirlik, Doğrulayıcı Faktör Analizi

A RESEARCH TO DETERMINE BRAND LIKEABILITY IN THE MOBILE PHONE INDUSTRY

Abstract

Today, the differentiation of businesses from competitors in an intense competitive environment is realized with branding. The main factors affecting consumers ' buying behavior include the characteristics of the product/service, brand and brand likeability/satisfaction, and demographic, psychological, socio-economic, etc.of the target audience. features include. The popularity of a brand by consumers plays an important role in the continued existence of businesses. Consumers are more likely to like and prefer brands that have similarities and compatibility with their own personality traits and values. Brand likeability is a multidimensional concept and consists of four main dimensions: (1) positivity, (2) interaction, (3) personalized quality and (4) brand satisfaction. In the literature, research on the multidimensional evaluation of brand likeability is very limited. The aim of this research is to uncover the factors that determine the brand's likeability for the iPhone brand, which is the defining position in the mobile phone industry. For this purpose, Confirmatory Factor Analysis (CFA) was carried out on the multidimensional brand likeability scale. It was then examined whether there were significant differences between the perceptions of consumers with different demographics regarding brand likeability. As a result of the analyses, the four-dimensional structure of the brand likeability scale has been confirmed. In addition, it has been determined that some demographic factors influence perceptions regarding the size of brand likeability. Recommendations based on the findings of the study were presented.

Key Words: Brand, Brand Likeability, Confirmatory Factor Analysis

1. GİRİŞ

Bir markanın tüketiciler tarafından beğenilirliği, işletmelerin varlığını sürdürmesinde önemli bir rol oynamaktadır (Albert ve Ark., 2008). Psikoloji literatüründe beğenilirlik “bir ikna etme taktiği ve bir sunum biçimi” olarak tanımlanmaktadır (Cialdini 1993). Araştırmacılar beğenilirliğin, bilişsel ve duygusal bileşenler ile çok boyutlu bir yapı tarafından çevrelendiğini belirtmektedir (Alwitt 1987; Kenrick ve Ark., 2002; Reysen, 2005). Reysen (2005) çalışmasında bir kişinin beğenilirliğin özelliklerini incelemek için samimiyeti, ulaşılabilirliği, çekiciliği, düzeyleri, bilgi, kendine benzerlik ve uyumluluk gibi faktörlerden oluşan bir ölçek geliştirmiştir.

Tüketici davranışı yaklaşımlarında marka beğenisi hizmet deneyimleri bağlamında görülmekte ve benimsenmektedir (Nguyen ve ark. 2013a). Marka beğenilirliği üzerine yapılmış daha önceki çalışmalar, yaygın olarak kullanılan tek maddeli beğenilirlik değişkenlerinin güvenilirlik ve geçerlilikleri (Hair ve Ark., 2006), tek maddeli ölçekler ile çok boyutlu bir kavram olarak beğenilirliği anlama (Reysen 2005) ve pazarlama bağlamında, baskın odak memnuniyet ve geniş boyutluluğa sahip olmayan marka itibarı beğenilebilirlik algılarının incelenmesi üzerine (Nguyen ve Ark., 2013b) olmuştur. Nguyen ve Ark., (2015) geliştirdikleri Marka Beğenilirlik Ölçeği dört boyuttan oluşturulmaktadır. Bunlar; *Olumluluk boyutu*: iyimserlik, pozitif ilişki, avantajlı duygu, uğur/şans. *Etkileşim boyutu*: bağımlılık, ekler, bilgi paylaşımı, iletişim kalitesi. *Kişiselleştirilmiş kalite boyutu*: dostluk, yaklaşılabilirlik, çekicilik, bilgilik, bütünlük. Marka memnuniyeti boyutu: onay, neşelilik, gönül rahatlığı, hoşnutluktur.

Bu çalışmada Nguyen ve Ark., (2015) geliştirdikleri Marka Beğenilirlik Ölçeği ile bu ölçeği Türkçeye çevirip güvenilirliğini test eden Yüksek Bilgili (2017) çalışmasından yararlanılarak araştırma modeli oluşturulmuştur. Önceleri tek boyutlu olarak ele alınan marka beğenilirliğinin aslında tek bir boyutta ele alınmasının zorluğu ile marka beğenilirliğini değerlendirmek için çok boyutlu bir ölçek kullanılmıştır. Marka beğenilirliğini çok boyutlu ele alan araştırmaların görgül olarak kısıtlı olması bu çalışmada, marka beğenilirliğini çok boyutlu ele alan bu ölçeğin kullanılıp doğrulanmasını motive etmiştir.

2. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

2.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmanın amacı, cep telefonu sektöründe pazar payı yüksek olan (Iphone) markasına yönelik olarak, marka beğenilirliğini çok boyutlu değerlendiren ölçeğin (Nguyen ve Ark., 2015) doğrulanarak marka beğenilirliğinin ve boyutlarının ortaya çıkarılmasıdır. Aynı zamanda marka beğenilirlik boyutlarının; cinsiyete, gelir düzeyine, yaşa ve eğitim düzeyine göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Diğer yandan markayı daha önce tercih edip satın alan ve kullanan marka deneyimine sahip olan tüketiciler ile marka deneyimine sahip olmayan tüketicilerin marka beğenilirliği algılarının birbirinden farklılaşıp farklılaşması araştırmanın bir diğer amacını oluşturmaktadır. Literatürde, marka beğenilirliğini çok boyutlu olarak değerlendiren görgül araştırmaların oldukça kısıtlı olması araştırmanın literatüre katkısı açısından önem taşımaktadır. Aynı zamanda Nguyen ve Ark., (2015) geliştirdikleri 4 boyutlu marka beğenilirlik ölçeğinin doğrulanıp cep telefonu sektörüne uygulanması, beğenilirliğin alt boyutlarının belirlenmesi, markalara yatırım yapacakları alanlarda yön gösterici olacağından sektör ve uygulamacılar için önem taşımaktadır.

2.2. Araştırmanın Kısıtları, Örneklem Süreci ve Anket Tasarımı

Tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yoluyla araştırmaya başlanmıştır. Elbette, örnek seçimi subjektif olduğu için genelleştirme problemleriyle karşılaşmaktadır (İslamoğlu ve Alınacak, 2016). Araştırma örnekleme akıllı telefon sahibi, konu hakkında tecrübesi olan cevaplayıcılar dahil edilmiştir. Bu aynı zamanda araştırmanın bir kısıtını oluşturmaktadır. Araştırma da sadece bir marka (Iphone) kullanılması araştırmanın başka kısıtını oluşturmaktadır. Maliyet ve zaman çalışmanın bir diğer kısıtlarıdır. Anket formunun tam olarak hazırlanmasından önce sorulardaki eksiklik veya hataların saptanabilmesi için anket formu taslağı ana kütleyi temsil eden tüketicilerin belirli bir bölümünde (Pre-test: 30 anket) yapılarak teste tabi tutulmuştur. Yapılan ön anket çalışması neticesinde gerekli düzenlemeler yapılarak ankete son şekli verilmiştir. Çalışmada Kocaeli Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü ve Hereke Ömer İsmet Uzunyol Meslek

Yüksekokulunda İşletme Yönetimi bölümünde okuyan 359 gönüllü öğrenci kolayda örneklem yöntemiyle seçilmiş ve yüz yüze anket uygulanmıştır. Elde edilen veriler SPSS 22.0 ve AMOS 20.0 programıyla analiz edilmiştir.

2.3. Araştırmanın Yöntem

Araştırmada beğenilirlik ile ilgili Likert ölçeğine dayalı olarak oluşturulan sorular Nguyen ve Ark., (2015) geliştirdikleri Marka Beğenilirlik Ölçeği ile bu ölçeği Türkçeye çevirip güvenilirliğini test eden Yüksek Bilgili (2017) çalışmasından yararlanılıp orijinal ölçekteki 17 ifade ile araştırmaya başlanmıştır. Bu çalışmada, üniversite öğrencilerinin Iphone markasına yönelik beğenilirliklerini ortaya çıkarmak üzere çok boyutlu marka beğenilirlik ölçeğini ve marka beğenilirliğinin boyutlarını doğrulamak amacıyla doğrulayıcı faktör analizi (DFA) uygulanmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi (DFA) kullanılmasının nedeni; çok sayıda gözlenen veya ölçülen değişken tarafından temsil edilen gizil yapıları ve önceden belirlenmiş bir yapının doğrulanmasını amaçlamaktadır. Daha sonra farklı demografik özelliklere sahip tüketicilerin, marka beğenilirliğine ilişkin algılamaları arasında anlamlı farklılıklar olup olmadığı irdelenmiştir.

3. ARAŞTIRMA BULGULARI

3.1. Örnek Kütleye Ait Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular

Gerçekleştirilen frekans analizi sonucunda anket sorularının örneklem üzerindeki dağılımları ortaya koyulmuştur. Araştırmaya katılan 359 cevaplayıcıdan % 49,6'sı Erkek(178), %50,4'ü Kadın (181), %72,1'i Önlisans eğitimi almakta (259), % 27,9'u ise Lisans eğitimi (100) almaktadır. Yine araştırmaya katılanlardan %57,1'i daha önce Iphone marka cep telefonu satın almış (205) % 42,9'u daha önce Iphone marka telefon satın almamıştır(154). Tablo 1'de araştırmaya katılan cevaplayıcıların demografik özelliklerine ve akıllı telefon kullanım özelliklerine ilişkin bilgiler yer almaktadır.

Tablo 1. Cevaplayıcılara Ait Demografik Özellikler ve Frekans Analizleri

Gelir Durumu	Frekans	Yüzde	Telefon Kul. Süresi	Frekans	Yüzde
0-2000 TL	51	14,2	1-3 Yıl	22	6,1
2001TL – 4000TL	162	45,2	4-6 Yıl	197	54,9
4001TL – 6000TL	95	26,5	7-9 Yıl	107	29,8
6001TL ve üzeri	51	14,2	10 + Yıl	33	9,2
Kaçıncı Akıllı Telefonunuz?	Frekans	Yüzde	Toplam	359	100
1-2	78	21,7			
3-4	198	55,2			
5-6	61	17,0	Yaş	Ortalama	St.Sapma
7+	22	6,1		21,28	2,84
Toplam	359	100			

Tablo 2'de araştırmaya katılan cevaplayıcıların "(Iphone) Markasına Yönelik Beğenilirlik İfadelerine" verdikleri cevaplara ilişkin bilgiler yer almaktadır.

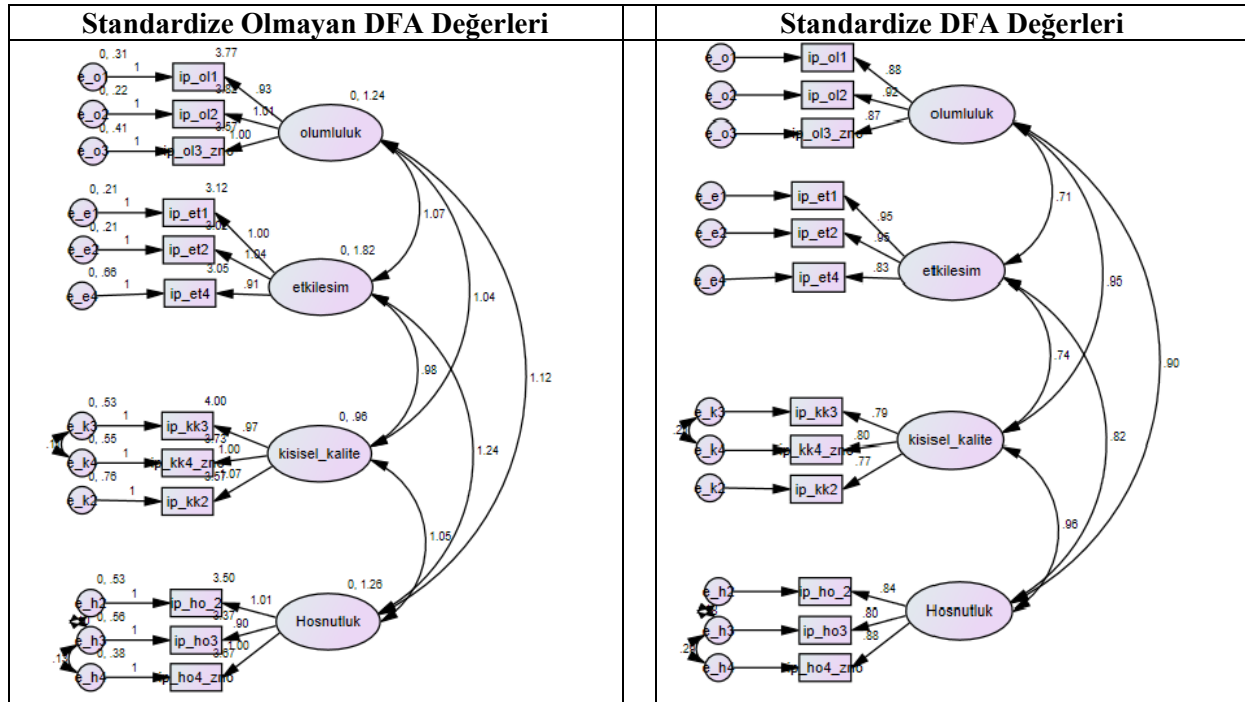
Tablo 2. Cevaplayıcıların "(Iphone) Markasına Yönelik Beğenilirlik İfadelerine" Verdikleri Cevaplara İlişkin Katılım Düzeyleri

İFADE/İFADE KISALTMASI	Ort.	St.Spma
Markanın bana vaat ettiklerini sağlayacağına inancım kuvvetlidir. (ip_ol1)	3,7744	1,18265
Marka bende olumlu bir algıyla özdeşleşmiştir. (ip_ol2)	3,8162	1,22345
Markanın bana iltimas ve öncelik verdiğini hissedirim. (ip_ol3)	3,5655	1,28834
Bu markaya bağımlı olduğum için tercih etmeye devam ederim. (ip_et1)	3,1226	1,42857
Markaya kendimi bağlı hissedirim. (ip_et2)	3,0195	1,47310
Markayla sürekli etkileşim içerisindeyim. (ip_et4)	3,0474	1,47246
Markanın erişilebilir olduğunu söylerim. (ip_kk2)	3,5738	1,36373
Bu marka çok çekici. (ip_kk3)	4,0028	1,19706
Bu marka erdemli bir marka olduğu için tavsiye isterdim. (ip_kk4)	3,7270	1,22958
Bu markadan alışveriş yaptığımda kendimi neşeli hissediyorum. (ip_ho2)	3,4958	1,35133
Marka benim için her şeyi hallediyor. (ip_ho3)	3,3705	1,25263
Markanın verdiği hizmetlerden dolayı müteşekkirim. (ip_ho4)	3,6685	1,27892

3.2. Araştırma Ait Bulgular ve Bulguların Değerlendirilmesi

Marka beğenilirliğini belirleyen boyutları ölçmek amacıyla ankete dahil edilen on yedi ifade, doğrulayıcı faktör analizine tabi tutulmuş ve yapı daha önce ölçümlendiği üzere 4 faktörde değerlendirilmiştir. Referans ölçekteki bazı ifadeler faktörlere düşük katsayı ile yüklendiğinden çalışmadan çıkarılmıştır (Olumluluk boyutunda; “Markanın daha iyiye gitmeye devam ettiğini düşünüyorum.” Etkileşim boyutunda; “Marka bilgiyi benimle açıkça paylaşır.” Kişiselleştirilmiş Kalite boyutunda; “Markayı arkadaşça olarak tarif edebilirim”, “Markanın yüksek seviyede güvenilirliği olması önemlidir.” Hoşnutluk boyutunda; “Bu markayı genel olarak onaylıyorum.”).

Toplam örneklem için uygulanan modelin Doğrulayıcı Faktör Analizi sonucu uyum indislerine bakıldığında; CMIN değeri: 127,711; DF değeri: 45; CMIN/DF değeri: 2,860; NFI: 0,969; RFI:0,955; TLI:0,970; CFI:0,980; SRMR:0,0348 ve RMSEA:0,072 olarak görülmekte ve tüm uyum indisleri iyi bir uyumun olduğunu göstermektedir. Şekil 1’de Standardize olan ve olmayan doğrulayıcı faktör analizi ile araştırma modeline yer verilmiştir.



Şekil 1. Marka Beğenilirlik Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi Değerleri ve Araştırma Modeli

Tablo 3’te marka beğenilirlik ölçeği doğrulayıcı faktör analizi sonuçlarına ilişkin bilgiler yer almaktadır.

Tablo 3. Marka Beğenilirlik Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

İfade	Boyutlar	Std. β	Est.	S.E.	t	P	C-Alpha	Faktör Ort.	Faktör St. Sapma
ip_ol3	<--- Olumluluk	.866	1.000				0,919	3,7187	1,1430
ip_ol2	<--- Olumluluk	.922	1.011	.040	25.003	**			
ip_ol1	<--- Olumluluk	.881	.934	.041	22.901	**			
ip_et2	<--- Etkileşim	.951	1.036	.029	35.544	**	0,933	3,0631	1,3697
ip_et1	<--- Etkileşim	.946	1.000						
ip_et4	<--- Etkileşim	.834	.909	.037	24.396	**			
ip_kk2	<--- Kişisel Kalite	.769	1.068	.067	16.049	**	0,841	3,7679	1,1024
ip_kk4	<--- Kişisel Kalite	.798	1.000						
ip_kk3	<--- Kişisel Kalite	.793	.967	.051	18.879	**			
ip_ho4	<--- Hoşnutluk	.878	1.000				0,901	3,5116	1,1828
ip_ho3	<--- Hoşnutluk	.802	.896	.040	22.555	**			
ip_ho2	<--- Hoşnutluk	.842	1.013	.048	21.037	**			
							Top. C- Alpha:	0,956	

Araştırma kapsamında ölçülen modelin tüm değişkenlerine ait C-Alpha güvenilirlik düzeyi 0,956 olarak tespit edilmiş olup kullanılan ölçüm ifadelerine verilen cevapların güvenilir olduğu söylenebilir. Yapılan araştırmanın sonuçlarının doğruluğunun ve tutarlılığının tespiti amacıyla tüm faktörlerin iç tutarlılıkları Cronbach Alpha güvenilirlik testine tabi tutulmuş olup; Faktör 1: “Olumluluk Boyutu” nün güvenilirlik düzeyi Alpha = 0,919; Faktör 2: “Etkileşim Boyutu” nün güvenilirlik düzeyi Alpha = 0,933; Faktör 3: “Kişiselleştirilmiş Kalite Boyutu” nün güvenilirlik düzeyi Alpha = 0,841; Faktör 4: “Hoşnutluk Boyutu” nin güvenilirlik düzeyi Alpha = 0,901; olarak saptanmış olup yüksek güvenilirlik ifade ettikleri tespit edilmiştir.

Doğrulamalı faktör analizi sonuçlarına göre (Tablo 3) faktör yükleri 0,769 ile 0,951 aralığında değişmekte olup faktör yüklerinin anlamlılığına ilişkin tüm t değerlerinin(16,049 – 35,544) %99 güven düzeyinde anlamlı olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4. Doğrulamalı Faktör Analizi Boyutlar Arası İlişki Durumu

Boyut	Boyut	Korelasyon	Estimate	S.E.	t	P
Olumluluk <-->	Etkileşim	.711	1.069	.107	9.955	***
Olumluluk <-->	Kişisel_Kalite	.954	1.042	.097	10.724	***
Hoşnutluk <-->	Olumluluk	.900	1.124	.103	10.946	***
Etkileşim <-->	Kişisel_Kalite	.739	.978	.101	9.681	***
Hoşnutluk <-->	Etkileşim	.822	1.243	.115	10.843	***
Hoşnutluk <-->	Kişisel_Kalite	.956	1.050	.098	10.761	***

Yapılan doğrulamalı faktör analizi sonucunda tüm boyutlar arasındaki ilişkilerin %99 güven düzeyinde anlamlı olduğu Tablo 4’ te görülmektedir. Ayrıca en yüksek ilişkinin kişiselleştirilmiş kalite boyutu ile hoşnutluk boyutu arasında (0,956) ve kişiselleştirilmiş kalite boyutu ile olumluluk boyutu arasında (0,954) olduğu görülmektedir. Yapı içindeki en zayıf ilişki Etkileşim ve Olumluluk boyutları arasında (0,711) olduğu görülmektedir.

Ölçekte yer alan ifadelerin, marka beğenilirlik boyutlarına yüksek değerler ile yüklenmeleri, marka beğenilirlik boyutlarının birbiri ile anlamlı yüksek ilişkiler göstermesi ve doğrulamalı faktör analizi sonucu hesaplanan model uyum indis değerleri sonucunda çok boyutlu marka beğenilirlik ölçeği doğrulanmıştır.

3.2.1 Cinsiyete Ve Marka Beğenilirlik Boyutları Arasındaki Farklılığa Yönelik Sonuçlar

Tablo 5’te marka beğenilirlik boyutlarının cinsiyete göre farkları t test ve tanımayıcı istatistik sonuçlarına ilişkin bilgiler yer almaktadır.

Tablo 5. Marka Beğenilirlik Boyutlarının Cinsiyete Göre Farkları T Test ve Tanımayıcı İstatistik Sonuçları

BOYUT	CİNSİYET	FREKANS	ORTALAMA	ST.SAPMA	T	SIG
OLUMLULUK	ERKEK	178	3,8764	1,04438	2,614	,009 ⁽¹⁾
	KADIN	181	3,5635	1,21530		
ETKİLEŞİM	ERKEK	178	3,1517	1,35160	1,215	,225 ⁽²⁾
	KADIN	181	2,9761	1,38557		
KİŞİSELLEŞTİRİLMİŞ KALİTE	ERKEK	178	3,9345	,99847	2,868	,004 ⁽³⁾
	KADIN	181	3,6041	1,17579		
HOŞNUTLUK	ERKEK	178	3,6573	1,12297	2,329	,020 ⁽⁴⁾
	KADIN	181	3,3683	1,22500		

- (1) Erkek (Ort:3,8764) ve kadın(Ort:3,5635) tüketicilerin, Iphone markası beğenilirlik boyutlarından olumluluk boyutuna yönelik algılamaları arasında anlamlı bir fark vardır(Sig:0,009). Buna göre; erkek tüketiciler, kadın tüketicilerden, Iphone markasını daha olumlu algıladıkları söylenebilir.

- (2) Erkek (Ort:3,1517) ve kadın(Ort:2,9761) tüketicilerin, Iphone markası beğenilirlik boyutlarından etkileşim boyutuna yönelik algılamaları arasında anlamlı bir fark yoktur (Sig:0,225). Buna göre; erkek tüketiciler ile kadın tüketicilerin, Iphone markasına yönelik olarak benzer etkileşim düzeyinde oldukları söylenebilir.
- (3) Erkek (Ort:3,9345) ve kadın(Ort:3,6041) tüketicilerin, Iphone markası beğenilirlik boyutlarından kişiselleştirilmiş kalite boyutuna yönelik algılamaları arasında anlamlı bir fark vardır(Sig:0,004). Buna göre; erkek tüketiciler Iphone markasını, kadın tüketicilerden, daha yüksek kişiselleştirilmiş kalite düzeyinde algıladıkları söylenebilir.
- (4) Erkek (Ort:3,6573) ve kadın(Ort:3,3683) tüketicilerin, Iphone markası beğenilirlik boyutlarından hoşnutluk boyutuna yönelik algılamaları arasında anlamlı bir fark vardır(Sig:0,020). Buna göre; erkek tüketiciler Iphone markasından, kadın tüketicilerden, daha hoşnut oldukları söylenebilir.

3.2.2. Marka Deneyimi Ve Marka Beğenilirlik Boyutları Arasındaki Farklılığa Yönelik Sonuçlar

Tablo 6'da marka beğenilirlik boyutlarının marka deneyimine göre farkları t test ve tanımlayıcı sonuçlarına ilişkin bilgiler yer almaktadır.

Tablo 6. Marka Beğenilirlik Boyutlarının Marka Deneyimine Göre Farkları T Test ve Tanımlayıcı İstatistik Sonuçları

BOYUT	IPHONE MARKA DENEYİMİ	FREKANS	ORTALAMA	ST.SAPMA	T	SIG
OLUMLULUK	EVET	205	4,0862	1,03724	7,560	,000 ⁽¹⁾
	HAYIR	154	3,2294	1,09566		
ETKİLEŞİM	EVET	205	3,7285	1,25048	13,290	,000 ⁽²⁾
	HAYIR	154	2,1775	,96049		
KİŞİSELLEŞTİRİLMİŞ KALİTE	EVET	205	4,0472	1,02392	5,784	,000 ⁽³⁾
	HAYIR	154	3,3961	1,09649		
HOŞNUTLUK	EVET	205	3,9610	1,08796	9,301	,000 ⁽⁴⁾
	HAYIR	154	2,9134	1,03167		

- (1) Iphone marka deneyimine sahip olan (Ort:4,0862) ve Iphone marka deneyimine sahip olmayan (Ort:3,2294) tüketicilerin, Iphone markası beğenilirlik boyutlarından olumluluk boyutu algılamaları yönelik algılamaları arasında anlamlı bir fark vardır(sig:0,000). Buna göre Iphone marka deneyimine sahip olan tüketiciler, ve Iphone marka deneyimine sahip olmayan tüketicilerden, Iphone markasını daha olumlu algıladıkları söylenebilir.
- (2) Iphone marka deneyimine sahip olan (Ort:3,7284) ve Iphone marka deneyimine sahip olmayan (Ort:2,1775) tüketicilerin, Iphone markası beğenilirlik boyutlarından etkileşim boyutuna yönelik algılamaları arasında anlamlı bir fark vardır(sig:0,000). Buna göre Iphone marka deneyimine sahip olan tüketiciler, Iphone marka deneyimine sahip olmayan tüketicilerden, Iphone markasına yönelik olarak daha fazla etkileşim içinde oldukları söylenebilir.
- (3) Iphone marka deneyimine sahip olan (Ort:4,0472) ve Iphone marka deneyimine sahip olmayan (Ort:3,3961) tüketicilerin, Iphone markası beğenilirlik boyutlarından kişiselleştirilmiş kalite boyutuna yönelik algılamaları arasında anlamlı bir fark vardır(sig:0,000). Buna göre Iphone marka deneyimine sahip olan tüketiciler, Iphone marka deneyimine sahip olmayan tüketicilerden, Iphone markasını daha yüksek kişiselleştirilmiş kalite düzeyinde algıladıkları söylenebilir.
- (4) Iphone marka deneyimine sahip olan (Ort:3,9610) ve Iphone marka deneyimine sahip olmayan (Ort:2,9134) tüketicilerin, Iphone markası beğenilirlik boyutlarından hoşnutluk boyutuna yönelik algılamaları arasında anlamlı bir fark vardır(sig:0,000). Buna göre Iphone marka deneyimine sahip olan tüketiciler, Iphone marka deneyimine sahip olmayan tüketicilerden, Iphone markasından daha hoşnut oldukları söylenebilir.

3.2.3. Gelir Düzeyi İle Marka Beğenilirlik Boyutları Arasındaki Farklılığa Yönelik Sonuçlar

Tablo 7’de marka beğenilirlik boyutlarının gelir düzeyine göre farklılıkları anova sonuçlarına ilişkin bilgiler yer almaktadır.

Tablo 7. Marka Beğenilirlik Boyutlarının Gelir Düzeyine Göre Farklılıkları Anova Sonuçları

BOYUT - GELİR	ORT.	F	SIG	BOYUT - GELİR	ORT.	F	SIG
OLUMLULUK		1,510	0,212 ⁽¹⁾	KİŞİSELLEŞ. KALİTE		0,846	0,469 ⁽³⁾
0 TL - 2000 TL	3,4052			0 TL - 2000 TL	3,5686		
2001 TL - 4000 TL	3,7695			2001 TL - 4000 TL	3,7675		
4001 TL - 6000 TL	3,7579			4001 TL - 6000 TL	3,8737		
6001 TL ÜZERİ	3,7974			6001 TL ÜZERİ	3,7712		
ETKİLEŞİM		5,009	0,002 ⁽²⁾	HOŞNUTLUK		5,051	0,002 ⁽⁴⁾
0 TL - 2000 TL	2,4706			0 TL - 2000 TL	2,9608		
2001 TL - 4000 TL	3,0350			2001 TL - 4000 TL	3,5206		
4001 TL - 6000 TL	3,2421			4001 TL - 6000 TL	3,6702		
6001 TL ÜZERİ	3,4118			6001 TL ÜZERİ	3,7386		

- (1) Tüketicilerin gelir düzeylerine göre Iphone markası beğenilirlik boyutlarından olumluluk boyutuna yönelik algılamaları arasında anlamlı bir fark yoktur (Sig:0,212).
- (2) Tüketicilerin gelir düzeylerine göre Iphone markası beğenilirlik boyutlarından etkileşim boyutuna yönelik algılamaları arasında anlamlı bir fark vardır(Sig:0,002). Farklılığın kaynağına bakıldığında Tablo 8’ de görüldüğü üzere 0 TL – 2000 TL gelir düzeyine sahip tüketiciler (Ort:2,4706); 2001 TL – 4000 TL (Ort:3,0350) 4001 TL- 6000 TL (Ort:3,2421) 6001 TL ve üzeri (Ort:3,4118) gelir düzeyine sahip tüketicilerden anlamlı derecede farklı ve daha az etkileşimde bulundukları söylenebilir.
- (3) Tüketicilerin gelir düzeylerine göre Iphone markası beğenilirlik boyutlarından kişiselleştirilmiş kalite boyutuna yönelik algılamaları arasında anlamlı bir fark yoktur (Sig:0,469).
- (4) Tüketicilerin gelir düzeylerine göre Iphone markası beğenilirlik boyutlarından hoşnutluk boyutuna yönelik algılamaları arasında anlamlı bir fark vardır(Sig:0,002). Farklılığın kaynağına bakıldığında Tablo 8’ de görüldüğü üzere 0 TL – 2000 TL gelir düzeyine sahip tüketiciler (Ort:2,9608); 2001 TL – 4000 TL (Ort:3,5206) 4001 TL- 6000 TL (Ort:3,6702) 6001 TL ve üzeri (Ort:3,7386) gelir düzeyine sahip tüketicilerden anlamlı derecede farklı ve daha az hoşnut oldukları söylenebilir.

Tablo 8. Marka Beğenilirlik Boyutlarının Gelir Düzeyine Göre Farklılıkları Post-Hoc Sonuçları LSD

ETKİLEŞİM - GELİR FARK	0 TL-2000 TL	2001 TL-4000 TL	4001 TL-6000 TL	6001 TL +	HOŞNUTLUK- GELİR FARK	0 TL-2000 TL	2001 TL-4000 TL	4001 TL-6000 TL	6001 TL +
0 TL-2000 TL		*	*	*	0 TL-2000 TL		*	*	*
2001 TL-4000 TL	*				2001 TL-4000 TL	*			
4001 TL-6000 TL	*				4001 TL-6000 TL	*			
6001 TL ÜZERİ	*				6001 TL ÜZERİ	*			

3.2.4. Eğitim Düzeyi İle Marka Beğenilirlik Boyutları Arasındaki Farklılığa Yönelik Sonuçlar

Tablo 9’da marka beğenilirlik faktörlerinin eğitim düzeyine göre farklılıkları, anova sonuçlarına ilişkin bilgiler yer almaktadır.

Tablo 9. Marka Beğenilirlik Boyutlarının Eğitim Düzeyine Göre Farklılıkları-Anova Sonuçları

BOYUT - EĞİTİM	T	SIG
OLUMLULUK	1,068	0,287 ⁽¹⁾
ETKİLEŞİM	1,059	0,291 ⁽²⁾
KİŞİSELLEŞTİRİLMİŞ KALİTE	1,900	0,059 ⁽³⁾
HOŞNUTLUK	0,130	0,897 ⁽⁴⁾

(1) (2) (3) (4) Tüketicilerin eğitim düzeyleri ile Iphone markası beğenilirlik boyutlarından olumluluk boyutu (Sig:0,287), etkileşim boyutu (Sig:0,291), kişiselleştirilmiş kalite boyutu (Sig:0,059) ve hoşnutluk boyutu (Sig:0,897), yönelik algılamaları arasında anlamlı bir fark yoktur. Ön lisans ve lisans öğrencilerinin marka beğenilirlik boyutlarına yönelik algılamaları arasında fark yoktur.

3.2.5. Yaş İle Marka Beğenilirlik Boyutları Arasındaki İlişkiye Yönelik Sonuçlar

Tablo 10'da marka beğenilirlik boyutlarının yaş ile ilişkisini gösteren korelasyon sonuçlarına ilişkin bilgiler yer almaktadır.

Tablo 10. Marka Beğenilirlik Boyutlarının Yaş ile İlişkisini Gösteren Korelasyon Sonuçları

BOYUT/İLİŞKİ	OLUMLULUK	ETKİLEŞİM	KİŞİSEL. KALİTE	HOŞNUTLUK
YAŞ	-0,070	0,069	-0,119	-0,038
Sig.	0,188 ⁽¹⁾	0,190 ⁽²⁾	0,024** ⁽³⁾	0,472 ⁽⁴⁾

(1) (2) (4) Tüketicilerin yaşı ile Iphone markası beğenilirlik boyutlarından olumluluk boyutu (Sig:0,188), etkileşim boyutu (Sig:0,190) ve hoşnutluk boyutuna (Sig:0,472) yönelik algılamaları arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

(3) Tüketicilerin Yaşı ile Iphone markası beğenilirlik boyutlarından kişiselleştirilmiş kalite boyutuna yönelik algılamaları arasında zıt yönlü anlamlı ve zayıf(-0,119) bir ilişki vardır(Sig:0,024). Tüketicilerin yaşı arttıkça Iphone markasına yönelik olarak kişiselleştirilmiş kalite algısı azalmaktadır.

4.SONUÇ

Bu araştırmanın amacı, cep telefonu sektöründe pazar payı yüksek olan (Iphone) markasına yönelik olarak, markanın beğenilirliğini belirleyen boyutları ve marka beğenilirliğini çok boyutlu değerlendiren ölçeğin (Nguyen ve Ark.,2015) doğrulanmasıdır. Aynı zamanda marka beğenilirlik boyutlarının; cinsiyete, gelir düzeyine ve eğitim düzeyine göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Diğer yandan markayı daha önce tercih edip satın alan ve kullanan marka deneyimine sahip olan tüketiciler ile marka deneyimine sahip olmayan tüketicilerin marka beğenilirliği algılarının birbirinden farklılaşıp farklılaşması araştırmanın bir diğer amacını oluşturmaktadır. Araştırmada ana kütlenin tamamına ulaşmak zaman ve maliyet açısından çok güç olduğundan kolayda örneklem yapılması ve araştırmanın akıllı telefon kullanan/tecrübesi olanlar üzerinde gerçekleştirilmiş olması çalışmanın temel kısıtlarını oluşturmuştur. Ayrıca araştırma da sadece bir marka (Iphone) kullanılması araştırmanın bir başka kısıtını oluşturmaktadır.

Yapılan analizler sonucunda, marka beğenilirliği ölçeğinin dört boyutlu yapısı doğrulanmıştır. Ayrıca marka beğenilirliğinin boyutlarına ilişkin algılamalarda bazı demografik faktörlerin etkisinin olduğu belirlenmiştir. Araştırma sonucuna göre erkek tüketicilerin kadın tüketicilere göre Iphone markasına ait beğenilirlik boyutlarına yönelik algılamalarının daha olumlu olduğu tespit edilmiştir. Gelir düzeylerine göre tüketicilerin marka beğenilirlik boyutları (2000 TL ve daha düşük hane gelire sahip tüketiciler ile diğer gelir grupları) arasında farklılıklar tespit edilmiştir. Ayrıca yaş ve eğitim düzeyinin marka beğenilirlik boyutlarından kişiselleştirilmiş kalite algıları ile ters yönlü bir ilişkisi olduğu saptanmıştır. Şu anda aldıkları eğitim düzeyleri ile marka beğenilirlik boyutları arasında bir fark saptanamamıştır. Markayı daha önce kullanmış marka deneyimine sahip tüketicilerin kullanmayanlara göre marka beğenilirlik boyutları algılarının daha olumlu olduğu tespit edilmiştir. Bu çalışma ile Iphone markası özelinde markanın beğenilirlik boyutları belirlenmiştir.

Farklı demografik özelliklerdeki tüketiciler, farklı markalar, marka beğenilirliğinin markaya yönelik diğer kavramlarla olan ilişkiler araştırmaya dahil edilerek ve daha geniş temsil yeteneğine sahip bir örneklem yöntemiyle araştırmanın kapsamının genişletilerek uygulanması marka beğenilirlik boyutlarının markayla ilgili diğer karar değişkenlerinin ilişkilerinin ön görülmesi açısından anlamlı olacaktır.

KAYNAKLAR

- Albert, N., Merunka, D. ve Valette-Florence, P. (2008). When Consumers Love Their Brands: Exploring the Concept and Its Dimensions. *Journal of Business Research*, 61(10), 1062– 1075.
- Alwitt, L.F. (1987). Components of the Likeability of Advertising. Presentation to the Stellner Symposium on Uses of Cognitive Psychology in Advertising and Marketing, University of Illinois, May
- Cialdini, R.B. (1993). *Influence: Science and Practice* (3rd edn). New York: Harper Collins.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., Anderson, R.E. ve Tatham, R.L. (2006). *Multivariate Data Analysis*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- İslamoğlu A.H. ve Alınacak Ü. (2016) *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri* Beta Yayınları
- Nguyen, B., Melewar, T.C. ve Chen, J. (2013a). A Framework of Brand Likeability: Exploring Likeability in Firm-Level Brands. *Journal of Strategic Marketing*, 21(4), 368–390.
- Nguyen, B., Melewar, T.C. ve Chen, J. (2013b). Brand Likeability: Can Firms Make Themselves More Likeable? *Journal of General Management*, 38(3), 25–50.
- Nguyen, B., Ekinci, Y., Simkin, L. ve Melewar, T.C. (2015). The Brand Likeability Scale: An Exploratory Study of Likeability in Firm-Level Brands.” *International Journal of Market Research* 57(5): 777-800
- Reysen, S. (2005) Construction of a New Scale: the Reysen Likeability Scale. *Social Behavior and Personality*, 33, 201–208.
- Yüksekbilgili, Z. (2017). Marka Beğenilirlik Ölçeğinin Türkçeye Uyarlanması: Güvenilirlik ve Geçerlilik Çalışması *Journal of Yasar University*, 12/46, s.171-180

TÜKETİCİ KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ İLE MARKA GÜVENİ ARASINDAKİ İLİŞKİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Dr. Öğr. Üyesi Duygu FIRAT

Kocaeli Üniversitesi / İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi / İşletme Bölümü
duygufirat@gmail.com

Dr. Öğr. Üyesi Şenol HACİEFENDİOĞLU

Kocaeli Üniversitesi / İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi / İşletme Bölümü
senolhefendi@gmail.com

Özet

Bir markanın satın alınmasında etkili olan faktörlerden biri marka güvenidir. Tüketiciler bir markayı satın almadan önce o markaya inanmak ve güvenmek isterler. Marka güveni marka tercihinde önemli olmakla birlikte marka bağlılığı için de önemli bir unsurdur. Özellikle de rekabetin çok yoğun yaşandığı günümüzde marka güveni farklılaşma aracı olarak da kullanılmaktadır. Bu çalışmada, tüketici kişilik özellikleri ile marka güveni arasındaki ilişki araştırılmıştır. Araştırma, 268 kişi ile yüz yüze anket yöntemi kullanılarak yapılmıştır. Araştırmanın değişkenleri arasındaki ilişkilerin ortaya çıkartılması amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır. Araştırmadan ortaya çıkan sonuçlara göre; "dışa dönüklülük", "uyumluluk", "sorumluluk" ve "duygusal denge" kişilik boyutlarının "marka güveni" ile pozitif yönlü ilişkileri tespit edilmiştir. Buna karşın, kişilik boyutlarından "yeniliklere açık olma" ile marka güveni arasında bir ilişkiye rastlanmamıştır.

Anahtar Kelimeler: Kişilik, Marka, Marka Güveni

A RESEARCH ON THE RELATIONSHIP BETWEEN CONSUMER PERSONALITY AND BRAND TRUST

Abstract

One of the factors that influence the purchase of a brand is brand trust. Consumers want to trust a brand before buying it. Although brand trust is important in brand choice, it is also an important element for brand loyalty. Especially in today's world where competition is very intense, brand trust is also used as a means of differentiation. In this study, the relationship between consumer personality and brand trust was investigated. The research was conducted by using face to face questionnaire method with 268. Correlation analysis was conducted to reveal the relationships between the variables of the study. According to the results of the research; "Extraversion", "compliance", "responsibility" and "neuroism" personality dimensions were positively correlated with "brand trust". Therefore, no correlation found between "openness to innovation" and brand trust.

Keywords: Personality, Brand, Brand Trust

1. GİRİŞ

Günümüz rekabet ortamında işletmeler tüketicilerin kendilerini tercih etmelerini sağlamak için ürün/hizmet/marka farklılaşmasına gitmektedirler. Aynı zamanda tüketiciler de bir markayı satın alırken işlevsel yararlar yanında duygusal yararları satın almakta markanın kendisine sunduğu ihtiyacı giderme özelliği yanında tatmin, güven gibi soyut yararları da dikkate almaktadırlar. Örneğin; tüketiciler markaların kendi kişilikleri ile uyumlu olmasını, markaya güven duymak, markanın satış sonrası hizmetlerinin olmasını, markayı satın aldıktan sonra sorunlarının çözüleceğine inanmak isterler. Bu çalışmanın amacı tüketicilerin kişilik özellikleri ile marka güveni arasında ilişki olup olmadığını belirlemektir. Çalışmanın cevap aradığı temel problem "kişilik özelliklerinin marka güveni algısı üzerinde etki var mıdır?". Sorusudur.

2. LİTERATÜR TARAMASI

2.1. Kişilik

Kişilik uzun yıllardır kullanılan bir kavram olmakla birlikte kişilik tanımı ile ilgili ortam bir tanım birliği yoktur. Kişiliğin Farklı tanımları yapılmaktadır. Aşağıda bu tanımlardan birkaçına yer verilmiştir:

Bir tanıma göre kişilik “Bireyin iç ve dış çevresiyle kurduğu, diğer bireylerden ayırt edici, tutarlı ve yapılaşmış bir ilişki biçimi” olarak tanımlanmaktadır (2012: 404). Koç’a göre kişilik “insanın dış dünyaya sunulan bir ifadesi veya insanı diğerlerinden ayıran özelliklerin tümü” olarak tanımlanmaktadır. Tanımları artırmak mümkündür. Kişilik tanımlarına bakıldığında ortak birtakım özellikler dikkat çekmektedir:

1. Kişilik bir iletişim biçimidir.
2. Kişilik bireyleri diğerlerinden ayırır.
3. Kişilik bireyin dış dünyaya gösterdiği yanıdır.

Bazı tanımlarda kişiliğin tutarlı ve yapılaşmış olduğu söylenmektedir. Ancak, kimi yazarlar kişiliğin gelişmekte olan bir süreç olduğunu ve zaman içerisinde değişebileceğini söylemektedirler (Stern, 2000’den akt. Lin, 2010:5). Bireyin kişiliği zaman içerisinde kendisinin gelişmesi ve yaşadığı olaylar nedeniyle değişebilmektedir, ancak bu değişim çok kısa aralıklarla olmamaktadır. Kişilikle ilgili geliştirilmiş kuramlar, psikoanalitik kuramlar, Sosyo-psikolojik kuramlar ve Treyt kuramıdır. Çalışmada en çok kullanılan kuramlardan olan Treyt Kuramı kullanılacaktır. Treyt kuramına görülen kişilik bireyin sahip olduğu özellikler tarafından belirlenir. Treyt kuramının temeli Cattell (1946) tarafından atılmış, 1963 Warren Norman tarafından son şekli verilmiştir (Deniz ve Erciş, 2008: 303).

Beş Faktör Modeli’nin beş alt boyutu bulunmaktadır: Dışa dönüklük, sorumluluk, uyumluluk, duygusal denge ve açıklık. Dışa dönüklük, bireyin dış dünyaya dönük olmasıdır. Dışa dönük bireyler, insanlarla birlikte olmayı severler, kalabalık ortamlardan rahatsız olmazlar. Sorumlu bireyler, sorumluluk altına girmekten kaçınmazlar. Uyumlu bireyler, çevrelerine uyar, herkesle iyi geçinirler, sorun çıkarmazlar. Duygusal olarak dengeli kişiler, olaylar karşısında sakinler, fazla tepki göstermezler. Açık bireyler ise yeniliklere açıktırlar, yenilikleri denemekten çekinmezler.

Tüketicilerin etik inançları ve kişilik özellikleri arasındaki ilişkileri inceleyen bir araştırmada özerk, yenilikçi ve saldırgan ve risk alan tüketicilerin daha az etik inançlara sahip olduğu ve sosyal arzulanma gereksinimi yüksek olan bireyler ve sorunlarla başa çıkma özelliği güçlü olan bireylerin daha etik olduğu sonucuna varılmıştır (Rallapalli ve d., 1994).

İki kişilik özelliği (dışa dönüklük ve açıklık), hedonik değer, marka etkisi ve sadakat arasındaki ilişkiyi belirlemeye çalışan bir çalışmada dışa dönüklük ve açıklığın, hedonik ürün değeri ile pozitif olarak ilişkili olduğu ve açıklığı doğrudan ve dışa dönüklüğün hedonik değer yoluyla dolaylı olarak marka davranışını etkilediğini ve bu durumun tutum ve satın alma sadakatini etkilediği sonucuna varılmıştır (Matzler, Bidmon ve Grabner-Kräuter, 2006).

Cinsiyete ilişkin bulgular, erkek ve kadın tüketicilerin, marka kişiliği söz konusu olduğunda kişiliğini nasıl ifade ettikleri konusunda farklılık gösterdiğini ortaya koymaktadır. Neuroticism boyutunda baskın olan erkek katılımcılar “Güvenilir” markayı tercih ederken, “Güvenilir” marka Vicdanlılık boyutunda baskın olan kadınlar tarafından tercih edilir.

Bireyin satın alma davranışını yönlendiren kişilik özellikleri ile algılanan risk arasındaki ilişkilerin inceleyen bir çalışmada uyumlu, sorumluluk sahibi ve yeniliklere açık olan tüketicilerin otomobil satın alma ve kullanma ile ilgili olarak daha çok performans riski ve psikolojik risk algıladıkları belirlenmiştir (Deniz ve Erciş, 2008).

Ön hat hizmet çalışanı kişilik özelliklerinin, tüketicilerin bakış açısından etkileşim kalitesini ve tüketici memnuniyetini etkileyip etkilemediğini belirlemeye çalışan bir çalışmada ön kat çalışanlarının

dışadönüklük, sorumluluk ve uyumluluk kişilik özelliklerinin etkileşim kalitesini ve tüketici memnuniyetini etkilediği sonucuna varılmıştır (Yüksel ve Dawes, 2009).

Moda ürünlerinde bek faktör tüketici kişiliği ile marka kişiliği arasındaki ilişki araştıran bir çalışmada beş faktörlü kişilik boyutlarının, marka kişiliğinin belirli boyutlarındaki tercihlerle anlamlı bir şekilde ilişkili olduğu sonucuna varılmıştır. Örneğin; sorumlu tüketicilerin “güvenilir” markaları tercih ettikleri buna karşın dışa dönük tüketicilerin de “sosyal” markaları tercih ettikleri sonucuna varılmıştır. Çalışma aynı zamanda cinsiyete farklılığa da bakmış ve duygusal denge boyutunda baskın olan erkeklerin “güvenilir” marka satın almayı tercih ettikleri ve sorumluluk boyutunda baskın olan kadınların “güvenilir” markayı tercih ettikleri sonucuna varılmıştır (Mulyanegara, Tsarenko ve Anderson, 2009).

Tüketicilerin kişilik özellikleri, ürün/markanın hedonik ve rasyonel faydası, markaya yönelik duygular ve marka bağlılığı arasındaki ilişkileri inceleyen bir çalışmada cep telefonu sahibi tüketicilerinin sorumlu ve uyumlu kişiler olduğu ve bu kişilerin üründen rasyonel fayda bekledikleri, spor ayakkabı sahibi tüketicilerin ise dışadönük ve yeniliklere açık oldukları ve bu kişilerin üründen hedonik fayda bekledikleri ve son olarak da bu beklentilerin markaya yönelik duyguları ve marka bağlılığını etkiledikleri sonucuna varılmıştır (Deniz ve Ercis, 2010).

Tüketici kişilik özelliği ile marka kişiliği ve marka sadakati arasındaki ilişkiyi inceleyen bir çalışmada dışa dönük kişilik özelliği ile heyecanlı marka kişiliği arasında uygunluk kişilik özelliği ile heyecanlı marka kişiliği, samimi marka kişiliği ve yetkinlik marka kişiliği arasında anlamlı ilişkiler olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, çalışmada yetkinlik ve sofistike marka kişiliğinin duygusal sadakat, yetkinlik, huzur ve sofistike marka kişiliğinin eylem sadakat, uyumluluk ve açıklık kişilik özelliğinin duygusal sadakat ve uyumluluk ve açıklık kişilik özelliği, eylem sadakati üzerinde önemli derecede olumlu bir etkiye sahip olduğu sonuçlarına varılmıştır (Lin, 2010).

Hangi kişilik özelliklerine sahip tüketicilerin online alışveriş yaptıklarını ve günümüz tüketicisinin üzerindeki büyük zorluklardan biri olan zaman baskısının online alışveriş niyeti üzerinde nasıl etkisi olup olmadığını belirlemeye çalışan bir çalışmada yenilikçi ve fikir liderliği kişilik özelliklerine sahip tüketicilerin online alışveriş yapma eğiliminde olduğu ve zaman baskısının online alışveriş niyeti üzerinde önemli etkisi olduğu sonucu elde edilmiştir (Alan, Kabadayı ve Köksal, 2018).

Tüketicilerin kişilik özellikleri ile marka sadakati arasında bir ilişki olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan bir çalışmada marka sadakati ile uyumluluk arasında negatif bir ilişki bulunmuşken dışadönüklük, sorumluluk, açıklık ve duygusal denge arasında bir ilişkiye rastlanmamıştır (Yaprak ve Dursun, 2018).

2.2. Marka Güveni

Türk Dil Kurumu güveni, korku, çekinme ve kuşku duymadan inanma ve bağlanma duygusu olarak tanımlamaktadır (http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&kelime=G%C3%9CVEN). Dolayısıyla marka güveni, tüketicilerin markaya korkmadan, çekinmeden ve kuşku duymadan inanması ve bağlanması olarak tanımlanabilir. Buradan yola çıkılarak da marka güveninin bir süre sonra tüketiciyi marka bağlılığına götürebileceği söylenebilir.

Marka güveninin iki boyutu olduğu söylenmektedir. Marka güveninin birinci boyutu, müşterilerin ihtiyaçlarını karşılama ve yerine getirme yeteneklerini ve isteklerini içeren teknik veya yetkinlik temelli bir yapıya sahiptir. İkinci boyut, ürünle ilgili beklenmedik problemleri örneklemek için, iyi niyetlerin, tüketicinin çıkarlarına ve refahına olan etkisinin markaya atfedilmesini içerir. Sonuç olarak, güvenilir bir marka, ürünün geliştirilmesi, üretilmesi, satılması ve tanıtılması yoluyla tüketicilere değer vaadini sürekli olarak koruyan markadır (Delgado-Ballester ve Munuera-Alemán, 2005: 188).

Tüketici sadakati bağlamında marka güveninin etkisinin araştırıldığı bir çalışmada tüketici memnuniyetinin marka güveni üzerinde, marka güveninin de marka sadakati üzerinde etkisinin olduğu sonucuna varılmıştır (Delgado-Ballester ve Munuera-Alemán, 2001).

Marka güveninin Web satın alımına bağlı faktörler olan güvenlik, mahremiyet, marka adı, ağızdan ağıza, iyi çevrimiçi deneyim ve bilgi kalitesinden etkilenip etkilenmediğinin belirlenmeye çalışıldığı bir çalışmada güvenliğin, mahremiyetin, web sitesi adının bilinmesi ve saygın olmasının, e-ağızdan ağıza yorumların ve bilgi kalitesinin marka güvenliğini ve marka güvenliğinin marka sadakati üzerinde etkisi olduğu belirlenmiştir (Ha, 2004).

Marka güveni ve marka bağlılığı arasındaki ilişkileri inceleyen bir çalışmada tüketicilerin marka tatminin marka güveni, marka güveninin marka sadakati ve marka sadakatının marka denkliği üzerinde etkisi olduğu sonucuna varılmıştır (Delgado-Ballester ve Munuera-Alemán, 2005).

Marka güven ile marka sadakati arasındaki ilişkiyi araştıran bir çalışmada marka özellikleri, şirket özellikleri ve tüketici marka özelliklerinin marka güvenliğini yaratmada etkili olduğu ve marka güveninin de marka sadakatine yol açtığı sonucuna varılmıştır (Idrees vd., 2005).

Tüketicilerin perakende sektöründe mağaza imajının marka güveni üzerindeki etkilerini belirlemeye çalışan bir araştırmada mağaza imajı alt boyutlarından ‘Fiziksel özellikler’ ve ‘Satış sonrası hizmet değişkenlerinin müşterilerin markaya olan güvenlerini etkilediği sonucuna varılmıştır (Ulus, 2009). Piliç eti sektöründe tüketicilerin davranışsal ve tutumsal marka sadakati üzerinde marka güveni, marka memnuniyeti ve müşteri değerinin etkilerini belirlemek amacıyla yapılan bir çalışmada marka güveninin ve marka memnuniyetinin davranışsal ve tutumsal sadakat üzerinde pozitif etkiye sahip olduğu ve, tecrübeye dayalı müşteri değerinin davranışsal marka sadakati üzerinde pozitif etkilerinin olduğu ancak tecrübeye dayalı ve parasal müşteri değerinin tutumsal marka sadakati üzerinde etkisinin olmadığı saptanmıştır (Eren ve Erge, 2012).

Marka güveninin ve memnuniyetinin perakendeciden yeniden satın alma niyetine etkisinin araştırıldığı bir çalışmada marka ve perakendeci tatminin marka güveni, marka tatminin perakendeci tatmini, marka güveninin perakendeci güvenliğini, perakendeci tatmini ve güveninin yeniden satın alma niyeti üzerinde doğrudan ve marka güveninin ve memnuniyetinin perakendeciden yeniden satın alma niyeti üzerindeki etkisinin perakendeciye duyulan güven ve memnuniyete aracılık ettiği belirlenmiştir (Zboja ve Voorhees, 2006).

Marka güveninin marka etkisi ve marka bağlılığı, marka etkisinin de marka bağlılığı üzerinde etkisinin olup olmadığının araştırıldığı bir çalışmada marka güvenin, marka etkisi ve marka bağlılığını, marka etkisinin de marka bağlılığını etkilediği sonucuna varılmıştır (Kabadayı ve Alan, 2012).

Marka saygınlığı, marka öngörülebilirliği, marka memnuniyeti, marka beğenisi, marka deneyimi, şirkete duyulan güvenin marka güveni, marka güveninin bu değişkenler aracılığıyla marka sadakatini ve marka güveninin marka sadakatini etkileyip etkilemediğini belirlemeye çalışan bir araştırmada firmaya güvenin ve marka memnuniyetinin marka güvenliğini etkilediği ve marka güveninin de marka sadakatini etkilediği belirlenmiştir (Setyawan ve Kussudiyarsana, 2015).

Akıllı telefonlarda marka güveni ve marka bağlılığının tüketici satın alma niyeti üzerine etkisini belirlemeye çalışan bir çalışmada marka güveni ve marka bağlılığının satın alma niyeti üzerinde etkili olduğu ve marka güveninin marka sadakatinden daha önemli bir etkiye sahip olduğu ve ayrıca marka güveninin marka bağlılığı üzerindeki etkisi olduğu belirlenmiştir (Sağlam ve Sağlam, 2016).

Marka güveni ve etnosentrik eğilimlerin marka sadakatine etkisinin araştırıldığı bir çalışmada marka güveni ve tüketicilerin etnosentrik eğilimlerinin marka sadakati üzerinde anlamlı güçlü bir etkiye sahip olduğu ve bu üç değişken arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu sonucu elde edilmiştir (Şahin ve Gültekin, 2017).

Marka güveninin marka tercihi ve marka sadakati ve marka tercihinin marka tercihi üzerindeki etkilerinin incelendiği bir çalışmada marka güvenin marka tercihi ve marka sadakati ve marka tercihinin marka sadakati üzerinde pozitif etkileri olduğu sonucuna varılmıştır (Önen, 2018).

3. ARAŞTIRMANIN AMACI, KAPSAMI VE KISITLARI

Günümüz rekabet koşullarında işletmelerin sayısız markalar arasından tercih edilebilmeleri oldukça zorlaşmıştır. Bu nedenle, markalar tercih edilebilmelerinin yollarını aramaktadırlar. Tüketiciler üzerinde marka güveni inşa etmek bu tercih edilme nedenlerinden biridir. Bu bağlamda, marka güveni inşa edebilmek marka güveni ile ilişkili faktörleri belirlemek önemlidir.

Bu araştırmanın amacı, kişilik boyutları ile marka güveni arasında ilişki olup olmadığını belirlemektir. Bu amaçla, kişilik boyutlarını oluşturan faktörlerle marka güveni arasındaki ilişki araştırılmış ve hangi kişilik faktörünün marka güveni ile daha fazla ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Araştırma, Kocaeli üniversitesi öğrencileri kapsamında gerçekleştirilmiş ve araştırmanın uygulaması yapılmıştır. Araştırmanın kısıtları olarak araştırma uygulamasının Kocaeli Üniversitesi öğrencilerini kapsamaması, zaman ve maliyet faktörleri söylenebilir. Araştırmanın diğer kısıtı da örneklerin seçilmesinde kolayda örnekleme yönteminin seçilmiş olmasıdır, bu nedenle araştırma sonuçları genellemez.

4. MATERYAL VE METOD

4.1. Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırma, kişilik boyutları ile marka güveni arasında ilişki olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılmış uygulamalı bir araştırmadır. Araştırmanın ana problemi “kişilik boyutları ile marka güveni arasında ilişki var mıdır?” sorusudur.

4.2. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Araştırmanın hipotezleri ve modeli araştırmanın amacına uygun bir şekilde oluşturulmuştur. Araştırmanın modeli şekil 1’de gösterilmiştir. Oluşturulan model kişilik boyutlarının marka güveni ile ilişkisini göstermektedir. Araştırmanın hipotezleri araştırmanın amacına uygun olarak aşağıdaki gibi oluşturulmuştur:

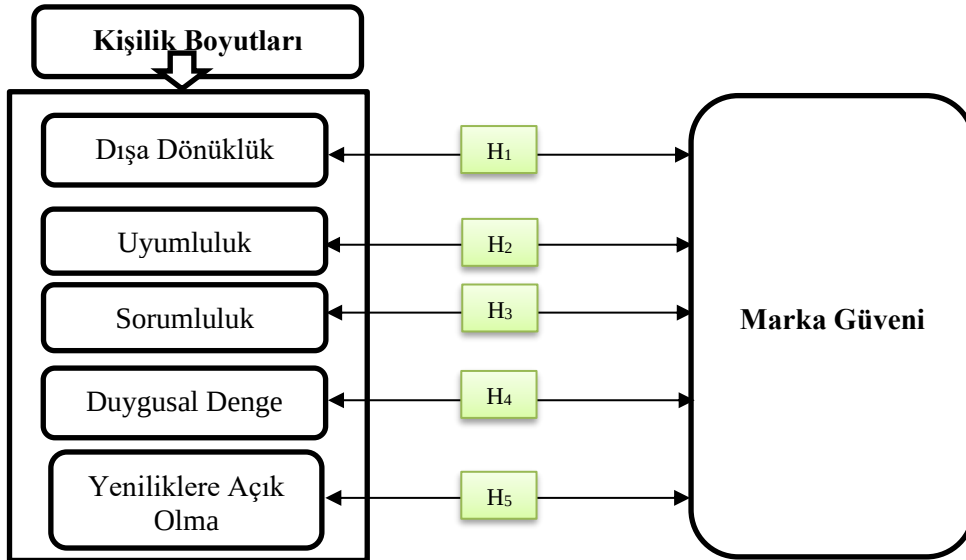
H₁: Dışa dönüklük ile marka güveni arasında olumlu ilişki vardır.

H₂: Uyumluluk ile marka güveni arasında olumlu ilişki vardır.

H₃: Sorumluluk ile marka güveni arasında olumlu ilişki vardır.

H₄: Duygusal denge ile marka güveni arasında olumlu ilişki vardır.

H₅: Yeniliklere açık olma ile marka güveni arasında olumlu ilişki vardır.



Şekil 1. Araştırmanın Modeli

4.3. Örnekleme Süreci

Araştırma şampuan ürünlerini kullanan Kocaeli'deki üniversite öğrencileri kapsamında gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın uygulamasında seçilen bu örneklem bakımlarına önem vermelerinden dolayı şampuan ürünlerini sıklıkla tercih eden bir tüketici grubu olması nedeniyle

araştırma için oldukça uygun bir kesimi ifade etmektedir. Örneklerin seçiminde kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın amacına uygun hazırlanmış anket formlarının geri dönüşümü sağlanmış, eksik, hatalı ve kullanıma uygun olmayan anket formları değerlendirme dışı bırakılmış ve araştırma için uygun olan 268 anket formu değerlendirmeye alınmış ve veriler elde edilmiştir.

4.4. Veri Toplama Yöntemi

Araştırma verilerinin toplanmasında anket formu kullanılmıştır. Araştırma ölçeğinin oluşturulmasında literatür çalışması yapıldıktan sonra araştırmanın konusuna ve amacına uygun olarak gerekli uyarlamalar yapılmış ve anket formu oluşturulmuştur. Anket formunun birinci bölümünde, cevaplayıcıların şampuan kullanıp kullanmadıkları, bu ürünleri kullanma ve satın alma sıklıkları ile bu ürünlerde marka tercih etmede etkili olan faktörlerin önem sıralamasının istendiği sorulara yer verilmiştir. İkinci bölümde ise, cevaplayıcıların uzun süredir ya da sıklıkla kullandıkları (tercih ettikleri) şampuan markaları ile ilgili sorulara cevap vermeleri istenmiştir. Bu bölümde, 5'li Likert ölçeğine göre oluşturulmuş kişilik boyutları (dışa dönüklük, uyumluluk, sorumluluk, duygusal denge, yeniliklere açık olma) (Serdivo, 2014; Deniz ve Erciş, 2008; Deniz ve Erciş, 2010) ve marka güveni (markanın güven hissi yaratması, sorunları çözeceğine inanılması, bir müşteri için yapılabilecek her şeyin markanın yapacağını düşünülmesi) (Delgado-Ballester vd. 2003, Delgado-Ballester ve Munuera-Alemán, 2005) ile ilgili 51 soru sorulmuştur. Anket formunun üçüncü bölümünde katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorular sorulmuştur. Araştırmanın uygulamasında yüzyüze anket yöntemi kullanılmıştır.

4.5. Araştırmanın Bulguları ve Verilerin Analizi

Araştırma verilerini analiz etmek amacıyla SPSS 22 istatistiksel yazılım programı kullanılmış ve veriler değerlendirilmiştir. Araştırma ölçeğinin güvenilirliğini ölçmek için güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Araştırma değişkenlerinin ortalamaları ve standart sapmaları belirlenmiş ve kişilik boyutları ile marka güveni arasındaki ilişkileri test etmek amacıyla korelasyon analizi yapılmış ve elde edilen sonuçlar değerlendirilmiştir.

4.5.1. Demografik Bilgileri

Araştırmaya katılanların demografik bilgilerinin elde edilmesine yönelik sorulardan elde edilen bilgilere göre; cevaplayıcıların %57'si kadınlar, %43'ü erkeklerden oluşmaktadır. Araştırmaya katılanların %98'inin 21 ve daha altında, %2'sinin ise 22 ve daha üzeri yaş grubunda oldukları belirlenmiştir. Öte yandan, katılımcıların %14'inin 500TL'den az, %53'sinin 501-1000TL, %19'inin 1001-1500 TL, %14'inin ise 1500 TL'den daha fazla aylık harcama yaptıkları tespit edilmiştir.

4.5.2. Araştırma Değişkenlerinin Standart Sapmaları ve Güvenirlilik Analizleri

Araştırma değişkenlerinin ortalama ve standart sapma değerleri hesaplanmış ve elde edilen sonuçlar tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1. Değişkenlerin Ortalama, Standart Sapma Değerleri ve Güvenirliliği

Değişkenler	Ortalama	Standart Sapma	Güvenirlilik
• Dışa Dönüklük	3,47	,650	,82
• Uyumluluk	3,97	,610	,85
• Sorumluluk	3,88	,632	,79
• Duygusal Denge	3,40	,896	,88
• Yeniliklere Açık Olma	3,84	,567	,84
• Marka Güveni	3, 72	,684	,93

Kişilik boyutlarından uyumluluk en yüksek ortalamaya sahiptir (3,97). Buna karşın en düşük ortalamaya sahip kişilik boyutu duygusal dengedir.

Genel anlamda araştırma ölçeğinin güvenilirliği test edilmiş ve Cronbach Alpha değerinin 0,91 olduğu görülmüştür. Araştırmanın her bir değişkeninin de güvenilirlik testleri yapılmıştır ve araştırma ölçeğinin genel anlamda ve her bir değişken olarak güvenilir olduğu ortaya çıkmıştır.

4.5.3. Hipotezlerin Testi ve Analizleri

Araştırmanın değişkenleri (“dışa dönüklük”, “uyumluluk”, “sorumluluk”, duygusal denge”, “yeniliklere açık olma” ve “marka güveni) arasındaki ilişkileri test etmek amacıyla korelasyon analizi yapılmış ve elde edilen sonuçlar tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 2. Değişkenlerin Korelasyon Matrisi Sonuçları

Değişkenler	Dışa Dönüklük	Uyumluluk	Sorumluluk	Duygusal Denge	Yeniliklere Açık Olma	Marka Güveni
• Dışa Dönüklük	1,000					
• Uyumluluk	,322**	1,000				
• Sorumluluk	,074	,325**	1,000			
• Duygusal Denge	,060	,458**	,173**	1,000		
• Yeniliklere Açık Olma	,333**	,240**	,258**	,006	1,000	
• Marka Güveni	,200**	,326**	,233**	,177**	,063	1,000

** ,01 düzeyinde anlamlı (Çift yönlü)

* ,05 düzeyinde anlamlı (Çift yönlü)

Korelasyon analizi sonuçlarına göre; kişilik boyutlarından “dışa dönüklük” boyutunun “marka güveni” üzerinde %1 anlamlılık düzeyinde ,200 korelasyon katsayısı ile ve pozitif yönde ilişkilidir (H₁ hipotezi kabul edilmiştir). “Uyumluluk” boyutunun “marka güveni” ile ,326 korelasyon katsayısı ile pozitif yönde ilişkisi olduğu sonucuna varılmıştır (H₂ hipotezi kabul edilmiştir). “Sorumluluk” ile “marka güveni” arasında %1 anlamlılık düzeyinde olumlu yönde (,233 korelasyon katsayısı ile) ilişki saptanmıştır (H₃ hipotezi kabul edilmiştir). Yine, kişilik boyutlarından “duygusal denge” ve “marka aşkı” arasında %1 anlamlılık düzeyinde ,177 korelasyon katsayısı ile pozitif yönde ilişki olduğu sonucuna varılmıştır (H₄ hipotezi kabul edilmiştir). Ancak, kişilik boyutlarından “yeniliklere açık olma” ile marka güveni arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir (H₅ hipotezi red edilmiştir).

5. SONUÇ ve TARTIŞMA

Kişilik boyutları ile marka güveni arasındaki ilişkinin ortaya çıkartılması amacıyla yapılan bu çalışmanın sonuçlarına göre; “dışa dönüklük”, “uyumluluk”, “sorumluluk” ve “duygusal denge” boyutlarının marka güveni arasında pozitif yönde ilişki olduğu, bununla birlikte kişilik boyutlarından “yeniliklere açık olma” ile marka güveni arasında bir ilişki olmadığı belirlenmiştir.

Araştırmadan ortaya çıkan sonuçlardan biri, kişilik boyutlarından uyumluluk ile marka güveni arasında pozitif yönde ilişki olduğu belirlenmiştir. Diğer insanlara zaman ayıran, onların sorunları ile ilgilenen, onları anlayıp dinleyen, duygusal anlamda onlarda güven yaratan ve yumuşak kalpli olan uyumlu kişiler satın aldıkları markalara güven duymak istemektedir.

Araştırmanın bir diğer sonucuna göre, kişilik boyutlarından sorumluluk ile marka güveni arasında da pozitif yönde bir ilişki tespit edilmiştir. Her zaman hazırlıklı, belirli bir plan dahilinde hareket eden, detaylara dikkat eden, eşyaları yerli yerine koymayı tercih eden, titiz olan sorumlu kişiler markalara da güven duymak isterler.

Araştırmada kişilik boyutlarından dışa dönüklük ve marka güveni arasında da pozitif bir ilişki olduğu sonucu elde edilmiştir. Konuşkan, rahat, ön planda olmayı ve ilgi odağı olmayı seven, farklı insanlarla tanışmaktan ve onlarla vakit geçirmekten hoşlanan dışa dönük kişiler satın aldıkları markalara güven duymak isterler.

Araştırmada, aynı zamanda kişilik boyutlarından duygusal denge ile marka güveni arasında pozitif anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır. Genel anlamda, rahat olan, kendilerini keyifli ve enerjik hisseden kişiler markaya güven duymak isterler. Markaya karşı oluşabilecek bir güvensizliğin duygusal dengelerini bozma ihtimali vardır.

Araştırmada kişilik boyutlarından yeniliklere açık olma ve marka güveni arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanılmamıştır. Buradan yola çıkarak, yeniliklere açık olan, her türlü yeniliği çevresinden önce denemeyi seven, arkadaşlarına ve çevresine öncü olan kişilerin markaya güven duymak yerine yeni markaları tercih ettikleri söylenebilir.

Araştırmanın sonuçlarını genel olarak değerlendirmek gerekirse; kişilik boyutlarından “Uyumluluk” boyutu ile marka güveni arasında diğer faktörlere oranla daha yüksek bir ilişki olduğu, sırasıyla “sorumluluk”, “dışa dönüklük” ve “duygusal denge” boyutları ile marka güveni arasında ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Araştırma sonuçları evrene genellemese de elde edilen sonuçlar yol göstericidir. Özellikle marka bağlılığı yaratmak için marka güveni oluşturmak isteyen işletmelerin marka stratejilerini ve politikalarını oluşturmada ve uygulamada araştırmadan ortaya çıkan sonuçları değerlendirmeleri önemli olacaktır.

KAYNAKLAR

- ALAN, A. K., KABADAYI, E. T. ve KÖKSAL, C. G. (2018). “Tüketicilerin Kişilik Özelliklerinin ve Zaman Baskısının Online Alışveriş Niyeti Üzerindeki Etkisi”. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 56, ss. 40-56.
- DELGADO-BALLESTER, E., MUNUERA-ALEMAN, J.L. ve YAGİİE-GUILLENT, M. J. (2001). “Brand Trust in the Context of Consumer Loyalty”, *European Journal of Marketing*, 35(11/12), ss. 1238-1258.
- DELGADO-BALLESTER, Elena, Jose Luis Munuera-Alemán ve Maria Jesiis Yagiie-Guillent (2003). “Development and Validation of a Brand Trust Scale”, *International Journal of Market Research*, 45(1), ss. 35-53.
- DELGADO-BALLESTER, Elena ve MUNUERA-ALEMAN, J. L. (2005). “Does Brand Trust Matter To Brand Equity?”, *Journal of Product & Brand Management*, 14(3), ss. 187-196
- CÜCELOĞLU, D. (2012). İnsan ve Davranışı. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- DENİZ, Arzu ve ERCİS, A. (2008). “Kişilik Özellikleri ile Algılanan Risk Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma”. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2, ss. 301-330.
- DENİZ, Arzu ve ERCİS, A. (2010). “Kişilik Özellikleri, Hedonik ve Rasyonel Fayda, Marka Duygusu ve Marka Bağlılığı Arasındaki İlişkilerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma”, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 24(2), ss. 141-165.
- EKİNCİ, Yüksel ve. DAWES, P.L. (2009) “Consumer Perceptions of Frontline Service Employee Personality Traits, Interaction Quality, and Consumer Satisfaction”, *The Service Industries Journal*, 29(4), ss. 503-521, DOI: 10.1080/02642060802283113.
- EREN, S. S. ve ERGE, A. (2012). “Müşteri Güven, Müşteri Memnuniyeti ve Müşteri Değerinin Tüketicilerin Marka Sadakati Üzerine Etkisi”, *Journal of Yaşar University*, 26(7), ss. 4455-4482.
- HA, H. Y. (2004). “Factors Influencing Consumer Perceptions of Brand Trust Online”. *Journal of Product & Brand Management*, 13(5), ss. 329-342.
- IDREES, Z., XINPING, X., SHAFI, K., HUA, L. ve NAZEER, A. (2005). “Consumer’s Brand Trust and Its Link to Brand Loyalty”. *American Journal of Business, Economics and Management*. 3(2), ss. 34-39.
- KABADAYI, Ebru Tümer ve ALAN, A. K. (2012). “Brand Trust and Brand Affect: Their Strategic Importance on Brand Loyalty”. *Journal of Global Strategic Management*, 6(1), ss. 80-88.
- KOÇ, E. (2016). Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejileri: Global ve Yerel Yaklaşım. Gözden Geçirilmiş ve Genişletilmiş 7. Baskı. Ankara: Seçkin Kitabevi.
- LIN, L.Y. (2010). “The Relationship of Consumer Personality Trait, Brand Personality and Brand Loyalty: an Empirical Study of Toys and Video Games Buyers”, *Journal of Product & Brand Management*, 19(1), ss. 4-17.
- MATZLER, K., BIDMON, S. ve GABNER-KRAUTER, S. (2006). “Individual Determinants of Brand Affect: the Role of the Personality Traits of Extraversion and Openness to Experience”, *Journal of Product & Brand Management*, 5(7), ss. 427-434

- MULYANEGARA, CASIDY, R., TSARENKO, Y. ve ANDERSON, A. (2009). “The Big Five and Brand Personality: Investigating the Impact of Consumer Personality on Preferences Towards Particular Brand Personality”, *Brand Management*, 16 (4), ss. 234–247.
- ÖNEN, V. (2018). “Marka Güveni Marka Sadakati ve Marka Tercihi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Kırtasiye Sektörü Uygulaması”, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10(2), ss. 609-626
- RALLAPALLI, K. C., VITELL, S. J., WIEBE, F. A. ve BARNES, J. H. (1994). “Consumer Ethical Belief and Personality Traits: an Exploratory Analysis”, *Journal of Business Ethics*, 13, ss. 487-495.
- SAĞLAM, B. Ç. ve SAĞLAM, M. (2016). “Marka Güveni ve Marka Bağlılığının Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisi: Akıllı Telefon Pazarında Bir Araştırma”, *İşletme & Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*. 5(5), ss. 34-43.
- SERDİVO, R. (2014). “Exploring the effects of demographic factors, Internet usage and personality traits on Internet addiction in a sample of Italian university students”. *Computers in Human Behavior*, 35, ss. 85–92
- SETYAWAN, A. A ve KUSSUDIYARSANA, I. (2015). “Brand Trust and Brand Loyalty, an Empirical Study in Indonesia Consumers”. *British Journal of Marketing Studies*, 4(3), ss.37-47.
- ŞAHİN, E. ve GULTEKİN, C. (2017). “Markaya Duyulan Güven ve Etnosentrik Eğilimlerin Marka Sadakatine Etkisi: Bir Marka Örneği”. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(4), ss.993-1012.
- ULUSU, Y. (2009). “Tüketicilerde Marka Güveni Yaratmada Önemli Bir Etken Mağaza İmajı”. *Marmara İletişim Dergisi*, 15, ss. 149-158.
- YAPRAK, İ. ve DURSUN, Y. (2018). “Tüketicilerin Kişilik Özelliklerinin Marka Sadakati ile İlişkisi: Kayseri’de Yaşayan Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Uygulama”. *Gaziantep University Journal of Social Science*, 17(2), ss. 618-632.
- ZBOJA, J. J. ve VOORHEES, C. M. (2006). “The Impact of Brand Trust and Satisfaction on Retailer Repurchase Intentions”. *Journal of Services Marketing*, 20(5), ss. 381–390.

SOSYAL MEDYADA AĞIZDAN AĞIZA PAZARLAMANIN SATIN ALMA NİYETİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Dr. Öğr. Üyesi Şenol HACİEFENDİOĞLU

Kocaeli Üniversitesi / İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi / İşletme Bölümü
senolhefendi@gmail.com

Dr. Öğr. Üyesi Duygu FIRAT

Kocaeli Üniversitesi / İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi / İşletme Bölümü
duygufirat@gmail.com

Özet

İşletmeler açısından rekabet avantajı sağlamada ağızdan ağıza pazarlamanın etkisi oldukça fazladır. Son yıllarda sosyal medyanın bir pazarlama ortamı olarak kullanılmaya başlanması ve böyle bir ortamda ağızdan ağıza pazarlama uygulamalarının etkisi hayati derecede önem kazanmaya başlamıştır. Tüketicilerin sosyal medyayı nasıl kullandıkları, paylaşımları ve dolayısıyla da sosyal medyanın ürünlerle ilgili bilgi sunma ve yaşattığı duygular satın alma kararları açısından çok önemlidir. Bu çalışmada, sosyal medyada ağızdan ağıza pazarlamanın satın alma niyeti üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Araştırma, sosyal medyayı kullanan 273 sosyal medya kullanıcısı ile yüz yüze anket yöntemi kullanılarak yapılmıştır. Araştırmanın değişkenleri arasındaki ilişkilerin ortaya çıkartılması amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır. Yine, sosyal medyada ağızdan ağıza pazarlama boyutlarının satın alma niyeti üzerindeki etkisinin belirlenmesi amacıyla çoklu regresyon analizi kullanılmıştır. Araştırmadan ortaya çıkan sonuçlara göre; "satın alma bilgisi", "topluluk üyeliği" ve "ürün bilgisi" değişkenleri araştırmanın bağımlı değişkeni olan "satın alma niyeti" üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Ağızdan Ağıza Pazarlama, Satın Alma, Ürün.

THE EFFECT of WORD of MOUTH MARKETING on PURCHASING INTENT in SOCIAL MEDIA

Abstract

The effect of word-of-mouth marketing is quite high in providing competitive advantage for businesses. In recent years, the use of social media as a marketing environment and the impact of word of mouth marketing practices in such an environment has become vitally important. The use of social media and the shares made on social media, the feelings it creates on consumers and the providing information about the products by the social media are important for purchasing decisions. The research was conducted with 273 social media users using social media using face to face survey method. Correlation analysis was conducted to reveal the relationships between the variables of the study. Again, multiple regression analysis was used to determine the effect of word of mouth marketing dimensions on purchase intention in social media. According to the results of the research; "purchase information", "community membership" and "product information" variables were found to have an effect on the dependent variable of the research, "purchase intention".

Key Words: Social Media, Word of Mouth Marketing, Purchasing, Product.

1. GİRİŞ

Günümüzde teknolojinin gelişimi birçok fırsatı beraberinde getirmiştir. Teknolojinin gelişimi ile internet de gelişmiş, internet kullanımı artmış ve insanların hayatına sosyal medya girmiştir. Çok hızlı bir şekilde kullanımı artan sosyal medya pazarlama alanında kendini göstermiştir. İnternet ve sosyal medya ile ilgili olarak dünya geneli ve Türkiye için bazı istatistikler (Ocak 2018 – Ocak 2019) şu şekildedir (<https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>):

- Ocak 2018'den Ocak 2019'a kadar dünya çapındaki internet kullanıcı sayısı 367 milyon artmıştır, artış oranı %9,1'dir. Sosyal medya kullanıcı sayısı % 9 artmıştır (rakam olarak artış 288 milyon'dur). Mobil sosyal medya kullanıcıları %10 oranında artmıştır (rakam olarak 297 milyon).
- Ocak 2018'den Ocak 2019'a kadar Avrupa'da internet kullanıcı sayısı %7,6 oranında artmıştır (+ 51 milyon). Sosyal medya kullanıcı sayısı %3,2 artmıştır (+ 14 milyon). Mobil sosyal medya kullanıcıları %4,5 oranında artmıştır (+17 milyon).
- Türkiye nüfusunun %72'si internet kullanıcısıdır.
- Dünya genelinde internet kullanıcılarının bir gün boyunca internette geçirdikleri süre 6 saat 42 dakikadır, Türkiye'de bu süre 7 saat 15 dakikadır.
- Dünya genelinde aktif sosyal medya kullanıcısı %58, Türkiye'de ise aktif sosyal medya kullanıcı sayısı %80'dir.
- Dünya genelinde sosyal medyada geçirilen süre dünyada 2 saat 46 dakika, Türkiye'de 2 saat 16 dakikadır.

Görüldüğü üzere, bir yılda hem internet hem de sosyal medya kullanım sayıları çok hızlı bir şekilde artış göstermiştir. Bu kadar hızlı gelişen bir mecranın çeşitli alanlara fırsatlar sağlaması da olağandır. Sosyal medya, pazarlama için ürünlerin tanıtımı için yeni bir alan olarak yerini alırken bireysel tüketiciler kendi ürettikleri ürün/hizmetlerini satacakları bir alan haline gelmiştir. Bireysel kullanıcılar aynı zamanda sosyal medyadan ürün ve hizmetler hakkında bilgi toplamakta, ürün ve hizmetlerle ilgili olarak kendi deneyimlerini paylaşmakta ve bu paylaşımlardan yararlanmaktadırlar. Ağızdan ağıza yayılan bir bilgi sadece yüzyüze görüşülen kişilerle paylaşılırken, elektronik ortamda yapılan olumlu/olumsuz bilgilerin ağızdan ağıza yayılması demek çok sayıda kişiye bu bilgilerin ulaşması demektir.

2.LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

2.1. Elektronik Ağızdan Ağıza (Ewom) Pazarlama

Ağızdan ağıza pazarlama, pazarlama iletişimin en eski yöntemlerinden biridir. Ürün ve hizmet kullanımından elde edilen olumlu veya olumsuz her bilginin aile ve arkadaş gibi sosyal çevre ile paylaşımı geçmişten beri süregelmektedir. Ağızdan ağıza iletişim kavramı ilk olarak John Arndt tarafından kullanılmıştır. Arndt,ağızdan ağıza iletişimi “ürün, marka ve bir hizmetle ilgili bir düşünceyi, ticari olmamak kaydı ile kişilerin birbirlerine yüz yüze ve sözlü olarak bilgi olarak aktarması” olarak tanımlamıştır (Buttle, 1998: 242). Ürün, marka ve/veya hizmetle ilgili yüz yüze ve sözlü olarak paylaşıldığı anda aslında tüketicilerin ürün/hizmet ve/veya marka ile ilgili düşüncelerini de ister istemez etkilemektedir. WOM'la ilgili yapılmış bazı araştırmaların sonuçları aşağıda özetlenmiştir:

Ağızdan ağıza iletişimin müşterilerin cep telefonu satın alma kararlarına (tekrar satın alma ve/veya değiştirme) etkilerinin incelendiği bir çalışmada ağızdan ağıza iletişimin müşterilerin tekrar satın alma ve değiştirme davranışını etkilediği sonucuna varılmıştır (Marangoz, 2007).

Ağızdan ağıza pazarlama faaliyetlerinin, turizm sektöründe destinasyon seçimi üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla yapılan bir çalışmada, ağızdan ağıza pazarlamanın destinasyon seçimlerinde etkisinin olduğu ve ağızdan ağıza pazarlamanın, düşük gelir gruplarındaki katılımcılar üzerindeki etkisinin, yüksek gelir gruplarındaki katılımcılardan anlamlı derecede yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Ateşoğlu ve Bayraktar, 2011).

Ağızdan ağıza pazarlamanın tüketici satın alma üzerindeki olumsuz ve olumlu etkilerini incelemek amacıyla yapılan bir çalışmada, tüketicilerin günlük ürünlerin yanı sıra uzun vadeli kullanım için satın alınan ürünlerin alımı için ağızdan ağıza bilgi yayma eğiliminde olduklarını, tüketicilerin kararını en çok etkileyen etkiye sahip insanların en yakın aile, arkadaşlar ve tanıdıkları oldukları ve bir ürün / hizmetin kötü deneyimin ağızdan ağıza yayılmasının iletme/marka için sorun yaratabileceğini ve olumsuz bir ağızdan ağıza yayılmanın, olumlu yorumlardan daha hızlı hareket ettiği belirlenmiştir (Aslam vd., 2011).

Elektronik ağızdan ağıza (Ewom) iletişim potansiyel, mevcut veya önceki müşteriler tarafından bir ürün veya marka hakkında internet üzerindeki topluluklarda, forumlarda ve diğer sosyal medya platformlarında yapılmış olan bütün olumlu ve olumsuz yorumlar olarak tanımlanmaktadır (Hennig-Thurau vd., 2004: 39). eWOM bir bakıma WOM'un elektronik ortamda yapılmasıdır.

eWOM'un iki boyutu bulunmaktadır: eWOM arama ve sağlama motivasyonları. Çalışmada Hennig-Thurau, Walsh ve Walsh (2003) tarafından geliştirilen eWOM arama motivasyonları dikkate alınacağından eWOM arama motivasyonları alt boyutlarına bakılacaktır. eWOM arama motivasyonları beş boyuttan oluşmaktadır: Satın alma yoluyla bilgi edinme, bilgi yoluyla sosyalleşme, ürünle ilgili bilgi edinme, topluluk üyeliği ve ekonomik ödül.

Satın alma yoluyla bilgi edinme, tüketicilerin satın alma riskini ve satın alma için geçireceği zamanı azaltmasıdır. Bilgi yoluyla sosyalleşme, tüketicinin hem satın alırken hem de satın aldıktan sonra karşılaştığı sorunları paylaşarak azaltmasıdır. Ürünle ilgili bilgi edinme, tüketicilerin ürün özellikleri ile ilgili bilgi toplamasıdır. Topluluk üyeliği, tüketicilerin bir topluluğa ait olduklarını hissetmesidir. Ekonomik ödül, tüketicilerin ekonomik bir yarar elde etmesidir.

eWOM'la ilgili yapılan bazı araştırmaların sonuçları aşağıda özetlenmiştir.

Tüketicilerin neden eWOM'u kullandıklarını belirlemeye çalışan bir çalışmada tüketicilerin bilgi edinmek, sosyalleşmek, bir topluluğa üye olmak, satın alma riskini ve satın almak için harcanan zamanı azaltmak, bir yarar sağlama nedenleri eWOM'u kullandıkları ve buradan elde ettikleri bilgilerin davranışlarını etkilediği sonucuna varılmıştır (Hennig-Thurau, Walsh ve Walsh, 2003; Hennig-Thurau vd., 2004).

Ewom'un etkilerinin araştırıldığı bir çalışmada e-wom etkisinin negatif e-wom için pozitif e-wom için olduğundan daha fazla olduğu sonucu elde edilmiştir (Park ve Lee, 2009). Tüketiciler arasındaki eWOM'un otomobil endüstrisindeki marka imajını ve satın alma niyetini ne kadar etkileyebileceğini belirlemeye çalışan bir çalışmada eWOM'un otomobil endüstrisinde marka imajını ve satın alma niyetini yüksek derecede etkilediği sonucuna varılmıştır (Jalilvand ve Samiei, 2012). Tüketicilerin çevrimiçi topluluklara katılım alışkanlıkları ile bu topluluklarda onları eWOM arama ve sağlamaya motive eden faktörleri ortaya koyma amacıyla yapılan bir çalışmada eWOM arama motivasyonları bilgi arama/sosyal oryantasyon, topluluk üyeliği ve ödül; eWOM sağlama motivasyonları ise kendini geliştirme, sosyal fayda, platform yardımı ve olumsuz duyguların ortaya çıkışı faktörlerinin olduğu belirlenmiştir (Aydın, 2014).

eWOM'un satın alma niyeti ve marka imajı ve marka imajının satın alma niyeti üzerindeki etkisini belirlemeye çalışan bir çalışmada eWOM'un marka imajı ve marka imajının da satın alma niyeti üzerinde pozitif etkisinin olduğu sonucuna varılmıştır (Torlak, vd. 2014). Elektronik ağızdan kulağa iletişimin (e-WoM) turistlerin turistik destinasyon seçimi üzerindeki etkisini belirlemeye çalışan bir çalışmada, Marmaris destinasyonunu seçmeden önce e-WoM'dan yararlanma ile imaj ve yine imaj ile e-WoM'un turistlerin destinasyon seçme kararına etkisi arasında pozitif yönde bir ilişki olduğu ve imajın destinasyon seçimini etkilediği sonucuna varılmıştır (Yüksel ve Kılıç, 2016). Tüketicilerin tatil tercihinde satın alma öncesi okudukları çevrimiçi görüşlerin satın alma kararına etkisini belirlenmeye çalışıldığı bir çalışmada çevrimiçi görüşlerin satın alma niyetini etkilediği belirlenmiştir (Çakır, Aybar ve Akel, 2017).

eWOM arama motivasyonlarının tüketici temelli marka değeri üzerinde doğrudan ve anlamlı bir etkisinin olup olmadığını belirlemeye çalışan bir çalışmada eWOM arama motivasyonu faktörü boyutlarından; satın alma ile ilgili bilgi edinme, bilgi yoluyla sosyal oryantasyon, topluluk üyeliği, ekonomik teşvik değişkenlerinin istatistiksel olarak anlamlı düzeyde marka değeri değişkenini etkilediği sonucuna varılmıştır (Koçyiğit ve Çakırkaya, 2018).

3. ARAŞTIRMANIN AMACI, KAPSAMI VE KISITLARI

Bu araştırmanın amacı, sosyal medyada ağızdan ağıza pazarlamanın satın alma niyeti üzerindeki etkisinin hangi düzeyde gerçekleştiğinin ortaya çıkartılmasıdır. Araştırmanın bu amacı doğrultusunda sosyal medyada ağızdan ağıza pazarlama boyutlarının satın alma niyeti üzerindeki etkileri araştırılmış ve her bir faktörün etkinlik derecesinin ne ölçüde gerçekleştiği tespit edilmiştir. Araştırma Kocaeli'deki sosyal medya kullanıcısı olan üniversite öğrencileri kapsamında yürütülmüştür. Araştırma uygulamasının Kocaeli'deki üniversite öğrencilerini kapsamı, zaman ve maliyet unsurları araştırmanın kısıtları olarak değerlendirilebilir.

4. MATERYAL VE METOD

4.1. Araştırmanın Yöntemi

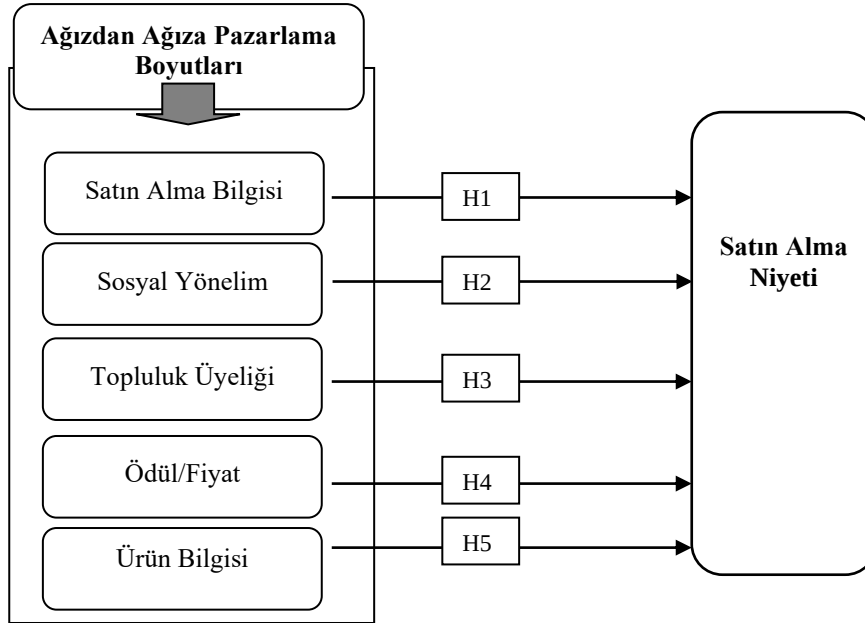
Araştırma, sosyal medyada ağızdan ağıza pazarlamanın satın alma niyeti üzerindeki etkisinin ortaya çıkartılması amacıyla yapılmış uygulamalı bir araştırmadır. Araştırmanın problemlerini aşağıdaki gibi özetlenmiştir:

Sosyal medyada ağızdan ağıza pazarlama boyutlarından;

- Satın alma bilgisi satın alma niyetini etkilemekte midir?
- Sosyal yönelimin satın alma niyeti üzerindeki etkisi nedir?
- Topluluk üyeliğinin satın alma niyeti üzerinde etkisi var mıdır?
- Ödül/Fiyat unsuru satın alma niyetini nasıl etkilemektedir?
- Ürün bilgisi satın alma niyetini ne düzeyde etkilemektedir?

4.2. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Araştırmanın modeli ve hipotezleri araştırmanın amacına uygun olarak oluşturulmuştur. Amaca uygun olarak oluşturulan araştırmanın modeli şekil 1' de gösterilmiştir. Model, sosyal medyada ağızdan ağıza pazarlama boyutlarının satın alma niyeti üzerindeki etkisini gösterir şekildedir.



Şekil 1. Araştırmanın Modeli

Araştırmanın amacına yönelik olarak oluşturulan araştırmanın hipotezleri aşağıda gösterilmiştir:

- H1: Satın alma bilgisinin satın alma niyeti üzerinde olumlu bir etkisi vardır.
 H2: Sosyal yönelimin satın alma niyeti üzerinde olumlu bir etkisi vardır.
 H3: Topluluk üyeliğinin satın alma niyeti üzerinde olumlu bir etkisi vardır.
 H4: Ödül/Fiyat unsurunun satın alma niyeti üzerinde olumlu bir etkisi vardır.
 H5: Ürün bilgisinin satın alma niyeti üzerinde olumlu bir etkisi vardır.

4.3. Örneklem Süreci

Bu araştırma, sosyal medya kullanıcısı olan Kocaeli'deki üniversite öğrencilerini kapsamaktadır. Dolayısıyla örnekler bu gruptan seçilmiştir. Araştırmanın uygulamasında seçilen bu örneklem sosyal medyayı oldukça etkin bir şekilde kullanan tüketici grubunu temsil etmektedir. Araştırma örneğinin seçiminde kolayda örneklem yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın amacına uygun olarak oluşturulan anket formlarının geri dönüşümü sağlandıktan sonra eksik, hatalı ve kullanıma uygun olmayan anket formları değerlendirilmemiştir. Araştırmaya uygun olan 273 anket formu değerlendirilmiş ve elde edilen veriler analize tabi tutulmuştur.

4.4. Veri Toplama Yöntemi

Araştırma ile ilgili verilerin elde edilmesinde anket formu kullanılmıştır. Araştırma ölçeğinin oluşturulmasında gerekli literatür çalışması yapılmış (Hennig-Thurau, Walsh ve Walsh; 2003), amaca ve konuya uygun olarak hazırlanan sorularla ilgili gerekli uyarlamalar yapıldıktan sonra araştırmanın anket formu oluşturulmuştur. Araştırmanın anket formunun ilk bölümünde, katılımcıların sosyal medyayı kullanıp kullanmadıkları, sosyal medyayı kullanma sıklıkları sorulmuştur. İkinci bölümde, 5'li Likert ölçeğine göre oluşturulmuş sosyal medyada ağızdan ağıza pazarlama boyutları ve satın alma niyeti ile ilgili sorulara yer verilmiştir. Araştırmanın anket formunun üçüncü ve son bölümünde ise katılımcıların demografik özelliklerinin belirlenmesine yönelik sorulara yer verilmiştir. Anket formu, demografik özelliklerin belirlenmesine yönelik soruların dışında toplamda 34 sorudan oluşmaktadır. Araştırmanın uygulamasında yüzyüze anket yöntemi kullanılmış ve veriler bu şekilde elde edilmiştir.

4.5. Araştırmanın Bulguları ve Verilerin Analizleri

Araştırmanın bulguları ve verilerinin analizinde SPSS 20.0 istatistiksel yazılım programı kullanılmış ve veriler bu şekilde değerlendirilmiştir. Araştırma ölçeğinin güvenilirliğini ölçmek için güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Araştırma değişkenlerinin ortalamaları ve standart sapmaları belirlenmiş ve değişkenler arasındaki ilişkilerin hangi düzeyde gerçekleştiğinin tespit edilmesi amacıyla da korelasyon analizleri yapılmıştır. Yine, araştırmanın bağımsız değişkenleri olan "satın alma bilgisi", "sosyal yönelim", "topluluk üyeliği", "ödül/fiyat", ve "ürün bilgisi" değişkenlerinin bağımlı değişken olan "satın alma niyeti" üzerindeki etkisinin ortaya çıkartılması amacıyla çoklu regresyon analizinden yararlanılmış ve elde edilen sonuçlar değerlendirilerek yorumlanmıştır.

4.5.1. Araştırmanın Demografik Bilgileri

Araştırmaya katılan cevaplayıcıların demografik bilgilerinin elde edilmesine yönelik sorular sorulmuştur. Buna göre, katılımcıların %56'sını kadınlar, %44'ünü erkekler oluşturmaktadır. Katılımcıların %30' unun 18-21, %67'sinin 22-25 ve %3'ünün ise 25 üzeri yaş grubunda oldukları belirlenmiştir. Katılımcıların ailelerindeki birey sayısı olarak %14'ünün 3 ve daha az, %48'inin 4 ve %38'inin ise 5 ve daha fazla bireyden oluştuğu anlaşılmıştır. Öte yandan, katılımcıların %15'inin 500TL'den az, %52'sinin 501-1000TL, %17'sinin 1001-1500 TL, ve %16'sının ise 1500 TL'den daha fazla aylık harcama yaptıkları belirlenmiştir.

4.5.2. Araştırmanın Güvenilirlik ve Korelasyon Analizleri

Araştırma ile ilgili olarak güvenilirlik ve korelasyon analizleri yapılmıştır. Güvenilirlik analizler için Cronbach Alpha testleri yapılmış ve bir bütün olarak araştırma ölçeğinin güvenilirliğinin 0,94 olduğu tespit edilmiştir. Araştırmanın bağımlı bağımsız değişkenlerinin her birinin güvenilirlik testleri yapılmış (satın alma bilgisi 0,82; sosyal yönelim 0,74; topluluk üyeliği 0,77; ödül/fiyat 0,83; ürün bilgisi 0,74 ve satın alma niyeti 0,92) ve ortaya çıkan sonuçlara göre; araştırma ölçeğinin hem genel olarak hem de her bir faktör itibarıyla oldukça güvenilir olduğu tespit edilmiştir. Araştırma değişkenlerinin ortalama ve standart sapma değerleri hesaplanmış ve sonuçlar tablo 1'de gösterildiği gibi gerçekleşmiştir.

Tablo 1. Değişkenlerin Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Değişkenler	Ortalama	Standart Sapma
▪ Satın Alma Bilgisi	3,89	,662
▪ Sosyal Yönelim	3,86	,637
▪ Topluluk Üyeliği	3,46	,733
▪ Ödül/Fiyat	3,88	,745
▪ Ürün Bilgisi	3,86	,715
▪ Satın Alma Niyeti	3,15	,727

Bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkilerin hangi düzeyde gerçekleştiğini ortaya çıkartmak amacıyla korelasyon analizi yapılmış ve sonuçlar tablo 2'de gösterilmiştir. Tablo 2'deki sonuçlara göre; araştırmanın bütün değişkenleri arasındaki ilişkilerin %1 anlamlılık düzeyinde ve olumlu yönde gerçekleştiği belirlenmiştir.

Tablo 2. Değişkenlerin Korelasyon Matrisi Sonuçları

Değişkenler	1	2	3	4	5	6
1. Satın Alma Bilgisi	1,000					
2. Sosyal Yönelim	,603**	1,000				
3. Topluluk Üyeliği	,374**	,538**	1,000			
4. Ödül/Fiyat	,638**	,587**	,438**	1,000		
5. Ürün Bilgisi	,551**	,636**	,539**	,720**	1,000	
6. Satın Alma Niyeti	,477**	,434**	,510**	,505**	,543**	1,000

** ,01 düzeyinde anlamlı (Çift yönlü)

* ,05 düzeyinde anlamlı (Çift yönlü)

4.5.3. Hipotezlerin Testi ve Analizleri

Araştırmanın bu bölümünde araştırma ile ilgili olarak oluşturulan hipotezler analiz edilmiştir. Burada araştırmanın bağımsız değişkenlerinin (satın alma bilgisi, sosyal yönelim, topluluk üyeliği, ödül/fiyat ve ürün bilgisi) bağımlı değişken (satın alma niyeti) üzerindeki etkisini ortaya çıkartmak amacıyla çoklu regresyon analizinden yararlanılmıştır. Regresyon analizi sonuçları tablo 3'de gösterilmiştir. Regresyon analizi sonuçlarına göre; R değeri 0,634, R² değeri 0,402 ve düzeltilmiş R² değerinin 0,390 olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, F değerinin 35,314 ve %1 anlamlılık düzeyinde gerçekleştiği belirlenmiştir. Dolayısıyla, bu sonuçlara göre, araştırma modelinin oldukça güvenilir olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 3. Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişkenler	Beta	t	Anlamlılık Düzeyi (p)
▪ Satın Alma Bilgisi	,203**	3,014	,003
▪ Sosyal yönelim	-,060	-,849	,397
▪ Topluluk Üyeliği	,293**	4,921	,000
▪ Ödül/Fiyat	,117	1,526	,128
▪ Ürün Bilgisi	,226**	2,950	,003

Bağımlı Değişken: Satın Alma Niyeti

******,01 düzeyinde anlamlı

*****,05 düzeyinde anlamlı

Tablo 3'deki sonuçlara göre; sosyal medyada ağızdan ağıza pazarlama boyutlarından ve bağımsız değişkenlerden biri olan "satın alma bilgisi"nin bağımlı değişken olan "satın alma niyeti" üzerinde %1 anlamlılık düzeyinde ve olumlu yönde etkili olduğu (,203 beta katsayısı ile) tespit edilmiştir (H1 hipotezi kabul edilmiştir). "sosyal yönelim" in "satın alma niyeti" üzerindeki etkisi analiz edilmiş ve sonuç olarak "sosyal yönelim" faktörünün "satın alma niyeti" ni anlamlı bir şekilde etkilemediği anlaşılmıştır (H2 hipotezi red edilmiştir). Yine, analizler sonucunda "topluluk üyeliği" faktörünün "satın alma niyeti"ni %1 anlamlılık düzeyinde ve ,293 beta katsayısı ile olumlu yönde etkilediği ortaya çıkmıştır (H3 hipotezi kabul edilmiştir). Ayrıca, "ödül/fiyat" faktörünün "satın alma niyeti" üzerindeki etkisi araştırılmış ancak, "ödül/fiyat" faktörünün "satın alma niyeti" ni anlamlı bir şekilde etkilemediği tespit edilmiştir (H4 hipotezi red edilmiştir). Araştırma hipotezlerinden biri de "ürün bilgisi" nin "satın alma niyeti" üzerinde olumlu bir etkisi vardır şeklinde oluşturulmuştur. Bu hipotezin analizi sonucunda, "ürün bilgisi" nin "satın alma niyeti" ni %1 anlamlılık düzeyinde ve (beta, 226) olumlu yönde etkilediği belirlenmiştir (H5 hipotezi kabul edilmiştir).

5. SONUÇ

Son yıllarda oldukça etkin bir şekilde kullanılmaya başlanan sosyal medyada ağızdan ağıza pazarlamanın etkinlik boyutlarının satın alma niyeti üzerindeki etkisinin araştırılması ve buna göre sonuçlarının değerlendirilmesi oldukça önem arz etmektedir. Bu çalışmada, sosyal medyada ağızdan ağıza pazarlamanın satın alma niyeti üzerindeki etkisinin hangi düzeyde gerçekleştiğinin tespit edilmesi amacı güdülmüştür. Araştırmadan ortaya çıkan sonuçlara göre; satın alma bilgisi, topluluk üyeliği ve ürün bilgisi adlı araştırmanın bağımsız değişkenleri bağımlı değişken olan satın alma niyetini etkilemektedir. Bununla birlikte, sosyal yönelim ve ödül/fiyat adlı bağımsız değişkenlerin ise bağımlı değişken olan satın alma niyetini etkilemediği ortaya çıkmıştır.

6. TARTIŞMA

Sosyal medyada ağızdan ağıza pazarlamanın satın alma niyeti üzerindeki etkisinin ortaya çıkartılması amacıyla yapılan bu çalışmadan ortaya çıkan sonuçları ve getirilen önerileri aşağıdaki gibi özetlemek olanaklıdır:

Sosyal medyada ağızdan ağıza pazarlama boyutu olarak satın alma bilgisinin satın alma niyetini olumlu yönde ve anlamlı bir şekilde etkilediği belirlenmiştir. Buna göre, ürünle ilgili diğer müşterilerin katkıları, doğru kararlar alabilmek için satın alma ile ilgili bilgilerin edinilmesi, başkalarının deneyimlerinden yararlanma isteği, ürünlerin kalitesi hakkında hızlı bilgi alabilme olanağı ve alışveriş yapılmadan önce zaman kazanılması önem arz etmektedir.

Araştırmadan ortaya çıkan en önemli sonuçlardan biri de sosyal medyada bir topluluk üyeliğinin satın alma niyeti üzerinde oldukça güçlü bir etkiye sahip olduğunun tespit edilmesidir. Topluluk üyeliği faktörü satın alma niyetini olumlu yönde ve güçlü bir şekilde etkilemektedir. Yeni olan her şeyle ilgilenmek, başkalarının bilgi ve deneyimlerine katılma ve bu ortamlarda bulunma isteği, başkalarıyla iletişim kurmanın eğlenceli olarak algılanması gibi unsurların etkisi öne çıkmaktadır.

Satın alma niyeti üzerinde olumlu ve anlamlı bir şekilde etkisi olan faktörlerden biri de ürün bilgisinin olduğu ortaya çıkmıştır. Tüketicilerin sosyal medya ortamlarında bir ürünle ilgili sorun yaşadıklarında çözüm bulabilmeleri, başka kullanıcıların tavsiyelerini alabilmeleri ve aynı zamanda başkalarına tavsiyelerde bulunabilmeleri gibi unsurların önemli olduğu ve bu unsurların dikkate alınması gerektiği anlaşılmaktadır.

Bunla birlikte, araştırmanın bağımsız değişkenlerinden olan sosyal yönelim ve ödül/fiyat faktörlerinin satın alma niyeti üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı tespit edilmiştir. Araştırmadan ortaya çıkan sonuçlar genel olarak değerlendirildiğinde; Sosyal medyada ağızdan ağıza pazarlama boyutlarından "topluluk üyeliği" faktörünün "satın alma niyetini" etkileyen en önemli faktör olduğu anlaşılmıştır. Ayrıca, önem sırasına göre, "ürün bilgisi" ve "satın alma bilgisi" faktörlerinin de "satın alma niyetini"

üzerinde etkili oldukları belirlenmiştir. İşletmelerin sosyal medyada ağızdan pazarlamanın tüketicilerin satın alma niyetleri üzerindeki etkisini araştırmadan ortaya çıkan sonuçları da dikkate alarak değerlendirmeleri onlara rekabet avantajı sağlamada katkı sağlayacaktır.

KAYNAKLAR

- ASLAM, S., JADOON, E., ZAMAN, K. ve Gondal, S. (2011). "Effect of Word of Mouth on Consumer Buying Behavior". *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 2(3), ss. 497-507.
- AYDIN, O. B. (2014). "Elektronik Ağızdan Ağıza İletişim:Tüketici Motivasyonlarının Analizi", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32, ss. 13-25
- ATEŞOĞLU, İ. ve BAYRAKTAR, S. (2011). "Ağızdan Ağıza Pazarlamanın Turistlerin Destinasyon Seçimindeki Etkisi". *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(14), ss. 95-108.
- BUTTLE, F. A. (1998). "Word of Mouth: Understanding and Managing Referral Marketing". *Journal of Strategic Marketing*, 6(3), ss. 241-254.
- ÇAKIR, F., AYBAR, N. ve AKEL, G. (2017). "E-Wom'un Tüketicilerin Tatil Satın Alma Niyetine Etkisi", *Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(4), ss. 110-127.
- HENNİG-THURAU, T., WALSH, G. Ve WALSH, G. (2003). "Electronic Word-of-Mouth: Motives for and Consequences of Reading Customer Articulations on the Internet". *International Journal of Electronic Commerce*, 8(2), ss. 51-74.
- HENNİG-THURAU, T., Gwinner, K. P., WALSH, G. ve Gremler, D. D. (2004). "Electronic Word-Of-Mouth via Consumer-Opinion Platforms: What Motivates Consumers to Articulate Themselves on the Internet?", *Journal of Interactive Marketing*, 18(1), ss. 38-52.
- JALILVAND, M. R. Ve SAMIEI, N. (2012). "The Effect of Electronic Word of Mouth on Brand Image and Purchase Intention an Empirical Study in the Automobile Industry in Iran". *Marketing Intelligence & Planning*, 30(4), ss. 460-476.
- KOÇYİĞİT, M. ve ÇAKIRKAYA, M. (2018). "Pazarlama İletişimi Bağlamında eWOM Arama Motivasyonları ile Tüketici Temelli Marka Değeri Arasındaki İlişkiyi Tespit Etmeye Yönelik Bir Araştırma". *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10(4), ss. 46-67.
- MARANGOZ, M (2007). "Ağızdan Ağıza İletişimin Müşterilerin Satın Alma Davranışlarına Etkileri: Cep Telefonu Pazarına Yönelik Bir Araştırma". *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(2), ss.395-412.
- PARK, C. ve LEE, T. M. (2009). "Information Direction, Website Reputation and eWOM Effect:A Moderating Role of Product Type". *Journal of Business Research*, 62, ss. 61-67.
- TORLAK, Ö., ÖZKARA, B. Y., TİLTAY, M. A., CENGİZ, H. ve DULGER, M. F. (2014). "The Effect of Electronic Word of Mouth on Brand Image and Purchase Intention: An Application Concerning Cell Phone Brands for Youth Consumers in Turkey", *Journal of Marketing Development and Competitiveness*, 8(2), ss. 61-68.
- YÜKSEL, F. ve KILIÇ, B. (2016). "Elektronik Ağızdan Kulağa İletişimin (E-wom) Turistik Destinasyon Seçimi Üzerine Etkisi". *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(46), ss. 893-903.

<https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>

A REVIEW OF THESES ON TEACHER COGNITION IN TURKISH EFL CONTEXT**Assoc. Prof. Banu İnan Karagül**Kocaeli University /Faculty of Education, English Language Teaching Department
banu.inan@kocaeli.edu.tr**Abstract**

Teacher cognition, which is related to what teachers think, know and believe and its impact on teachers' classroom practices has become a key issue in language teaching and teacher education recently. The research on teacher cognition gained popularity in 1990s thanks to the view that it is impossible to fully understand teachers and how they teach without paying attention to their beliefs, thoughts and knowledge which affect their actual teaching practice. There is also an increase in the number of studies focusing on teacher cognition in the English as a Foreign Language (EFL) context in Turkey in recent years. In this context, the aim of this study is to analyze the master's and PhD theses written on teacher cognition in the Turkish EFL context. It specifically focuses on the main topics of studies, research methods and data collection techniques, and language skills that are focused on in those theses.

Key words: EFL, teacher cognition, teacher education**Özet**

Öğretmenlerin düşündükleri, bildikleri ve inandıkları ve bunların sınıf içi uygulamalarına etkisi ile direkt ilgili olan öğretmen bilişi son yıllarda dil öğretimi ve öğretmen eğitimi alanlarında önem kazanmıştır. Öğretmen bilişi çalışmaları, öğretmenlerin sınıf içi uygulamalarını anlamamanın inançlarını, bilişlerini ve düşüncelerini anlamadan mümkün olmayacağı fikri ile özellikle 90'lı yıllarda önem kazanmıştır. Türkiye'de ayrıca son yıllarda yabancı dil olarak İngilizce öğretimi bağlamında öğretmen bilişi üzerine yapılmış çalışmalarda önemli bir artış görülmektedir. Bu bağlamda bu çalışmanın amacı, Türkiye'deki yabancı dil olarak İngilizce öğretimi alanında öğretmen bilişi üzerine yazılmış yüksek lisans ve doktora tezlerini incelemektir. Ayrıca spesifik olarak tezlerde ele alınan konu başlıkları, araştırma yöntemleri, veri toplama teknikleri ve üzerinde durulan dil becerileri üzerinde durulmuştur. Anahtar kelimeler: İngilizcenin yabancı dil olarak öğretimi, öğretmen bilişi, öğretmen eğitimi

1. INTRODUCTION

There has been a growing interest in the teacher cognition-related research lately. Teacher cognition has started to appear as a field of research in education in 1970s and it was thanks to the developments in cognitive psychology. It was recognized that human thinking influences human behaviour and teachers have started to get more active roles rather than being technicians. Teacher cognition research in language teaching started to emerge in 1990s as a result of language teacher education research. According to Simon Borg (2003), teacher beliefs, knowledge and thought are considered as '*teacher cognition*', which he thinks is an 'unobservable dimension of teaching' (p.81). According to Busch (2010, p.320), the term cognition is synonymous with opinions, assumptions, and knowledge. Borg (1997) explained the relationship between teacher cognition and schooling, professional education, and classroom practice with the help of the following figure:

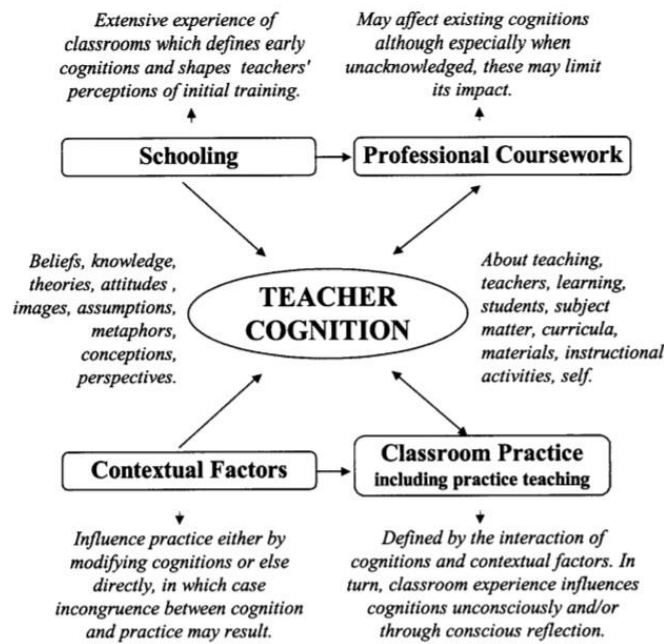


Figure 1. The relationship between teacher cognition and schooling, professional education, and classroom practice

Figure 1 above explains how teacher cognitions are affected by different factors such as schooling, professional coursework, contextual factors and classroom teaching including practice teaching.

When it comes to the research related to language teacher cognition, there are many studies carried out on this topic. Çakır (2010) suggests that the main aim of teacher cognition research is thought to be portraying teacher knowledge when it is in practice. Most of the previous research studies attempted to understand language teacher knowledge by specifically focusing on the relationship between teacher cognitions and actual classroom practices (Nunan, 1992). They also tried to understand the role of some factors on teacher cognitions, which include *the role of past experiences* (Bailey et al, 1996; Numrich, 1996; Woods, 1996), *the impact of pre-service and in-service teacher education* (Cabaroğlu & Roberts, 2000; Peacock, 2001).

In this context, the place of EFL teacher cognition research is also of significance; therefore, this study aims to analyze the content of MA and PhD theses written on this topic.

2. METHOD

This research is related to the analysis of studies conducted on teacher cognition in the EFL context in Turkey. This is a qualitative study and the research method utilized is document analysis. According to Bowen (2009, p.27), document analysis refers to 'a systematic procedure for reviewing or evaluating documents—both printed and electronic (computer-based and Internet-transmitted) material'.

Procedure

This qualitative study employed document analysis as the main data collection technique. To be able to reach all the theses written on 'teacher cognition' both in Turkey and abroad, the database of Turkish Higher Education Council (Ulusal Tez Merkezi) and Proquest were searched. This search was limited to only fully-accessible theses and there was no restriction in terms of the dates of the theses. The search was conducted with the relevant key words 'teacher cognition', 'teacher beliefs' and 'teacher beliefs and practices'. As a result of this search, the researcher ended up with totally 15 MA and PhD theses.

Research Questions

This study aims to answer the following research questions:

- What is the distribution of theses written about teacher cognition in EFL according to whether they are MA or PhD theses?
- What is the distribution of theses written about teacher cognition in EFL according to the research design?
- What is the distribution of theses written about teacher cognition in EFL according to topics of study?
- What are the most common data collection techniques utilized in theses about teacher cognition in the EFL setting?
- What is the distribution of theses written about teacher cognition in EFL according to the number of participants?

Data Analysis

All these 15 theses were first divided into two groups; namely, master's and PhD theses. Later, a data collection form was created by the author. In this form, all the theses analyzed were categorized based on their dates, the topics they focused on and also the methodology utilized by their author(s). Afterwards, means and percentages of them were calculated by the author.

3. RESULTS

In order to identify the research trends on teacher cognition in the Turkish EFL context, first of all, the theses were categorized as MA or PhD theses. 15 MA and PhD theses were analyzed and their frequencies and percentages are given in Table 1 below:

Table 1: The distribution of MA and PhD theses

	N	%
MA	7	43
PhD	8	57
TOTAL	15	100

As can be seen in Table 1 above, 57 % of the theses analyzed are PhD theses whereas 43% of the theses are MA theses. The second topic of analysis is related to the research design of the theses employed by the authors. The distribution of the analyzed theses according to their research design is shown in Table 2 below:

Table 2: The distribution of the theses according to their research design

Research design	N	%
Case study	2	14
Qualitative	9	60
Mixed methods	4	16
TOTAL	15	100

Table 2 above illustrates that the majority of the studies analyzed adopted qualitative research design (60%, N:9). 4 of the analyzed theses adopted mixed methods research design (16%) while 2 of them are case studies (14%).

Another point of analysis was the most common data collection techniques used by the authors. It was found out that the most common data collection techniques used by the authors were observation, interview, document analysis, stimulated recall, field notes, and reflective journals of the participants. This distribution is quite understandable when we think of the most common research design preferred by the authors.

The selected theses were also analyzed in terms of their topics of study. Their distribution in terms of their topics of study is shown in Table 3 below:

Table 3: The distribution of the theses according to their topics of study

Topic of study	N	%
Teacher cognition of language teaching methods	6	42
Teacher cognition of teacher talk (feedback, questioning, codeswitching, etc.)	4	28.1
Teacher cognition and teaching context	3	6.9
ELF awareness in teacher cognition	1	23
TOTAL	15	100

Table 3 above displays the distribution of the analyzed theses according to their topics of study. 42% of the theses focuses on ‘*teacher cognition of language teaching methods*’ (n:6). ‘*Teacher cognition of teacher talk (feedback, questioning, codeswitching, etc.)*’ has the second highest percentage (28.1%). The least popular topics of study are ‘*teacher cognition and teaching context*’ (6.9%) and ‘*ELF awareness in teacher cognition*’ (23%), respectively.

The final categorization is about the number of participants in these theses. The distribution of theses according to the number of their participants is displayed in Table 4 below:

Table 4: The distribution of the analyzed theses according to the number of their participants

Participants	N	%
1-6	10	60
7-60	2	14
61-....	3	26
TOTAL	15	100

As shown in Table 4 above, the majority of the analyzed studies include 1-6 participants (60%, n:10). 2 of the theses have 7-60 participants while 3 of the studies include more than 61 participants. These are very predictable numbers as there are case studies and mixed method studies among the analyzed theses.

4. DISCUSSION AND CONCLUSION

The aim of this study was to review the theses written on teacher cognition in the Turkish EFL context. To this end, 15 MA and PhD theses were analyzed in terms of some predefined categories such as research design, data collection techniques, the number of participants, etc. When the research design of the analyzed studies is taken into consideration, most of them used qualitative research design. However, mixed methods studies are generally considered to be more reliable and it is believed that they added value as they increase validity in the findings, inform the collection of the second data source, and assist with knowledge creation (Hurmerinta-Peltomaki and Nummela, 2006).

Another point of analysis was the number of participants in these studies. The majority of the studies analyzed include very limited number of participants. This is a very predictable finding when the research design of these studies is taken into account. Moreover, for qualitative methodology, Morse (2000) suggests that the more useable data are collected from each person, the fewer participants are needed. In this sense, the small number of participants is thought to be a desirable component in such kind of research. When it comes to the suggestions related to the results of this review, it might be stated that more research is needed on teacher cognition in the Turkish EFL context as they are very limited. Secondly, more mixed methods are needed as they are considered to be more valid and reliable.

REFERENCES

Bailey K. M., Bergthold B., Braunstein B., Jagodzinski Fleischman N., Holbrook M. P., Tuman J., Waissbluth X. & Zambo L. J. 1996. The language learners’ autobiography: examining the “apprenticeship of

- observation". In D. Freeman & J. C. Richards (Eds.), *Teacher Learning in Language Teaching* (pp. 11–29). New York: Cambridge University Press.
- Borg S. 1997. Unifying concepts in the study of teachers' cognitive structures. Unpublished manuscript.
- Borg S. 2003. Teacher cognition in grammar teaching: A literature review. *Language Awareness* 12(2), 96-108.
- Bowen G. A. 2009. Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal* 9(2), 27-40.
- Busch D. 2010. Pre-service teacher beliefs about language learning: The second language acquisition course as an agent for change. *Language Teaching Research* 14(3), 318-337.
- Cabaroglu N. & Roberts J. 2000. Development in student teachers' pre-existing beliefs during a 1-Year PGCE programme. *System* 28 (3), 387–402.
- Hurmerinta-Peltomaki, L., & Nummela, N. 2006. Mixed methods in international business research: A value-added perspective. *Management International Review* 46, 439-459.
- Morse J. M. 2000. Determining sample size. *Qualitative Health Research* 10(1), 3–5.
- Numrich C. 1996. On becoming a language teacher: Insights from diary studies. *TESOL Quarterly* 30 (1), 131–53.
- Nunan D. 1992. The teacher as decision-maker. In J. Flowerdew, M. Brock & S. Hsia (eds.), *Perspectives on Second Language Teacher Education* (pp. 135–65). Hong Kong: City Polytechnic.
- Peacock M. 2001. Pre-service ESL teachers' beliefs about second language learning: a longitudinal study. *System* 29, 177–95.
- Woods D. 1996. *Teacher cognition in language teaching*. Cambridge: Cambridge University Press.

**BİREYLERİN SAĞLIK TUTUMLARININ GELİŞTİRİLMESİNDE TELEVİZYON
SAĞLIK PROGRAMLARININ ETKİSİ: SAKARYA İLİ ÖRNEĞİ****Ebrar ULUSINAN**Sakarya Üniversitesi, İşletme Enstitüsü, Sağlık Yönetimi Anabilim Dalı,
ebrar.ulusinan@ogr.sakarya.edu.tr**Cennet YAVUZ**Sakarya Üniversitesi, İşletme Enstitüsü, Sağlık Yönetimi Anabilim Dalı,
cennet.yavuz@ogr.sakarya.edu.tr**Özet**

Amaç: Bu çalışmanın en temel ve genel amacı, sağlık iletişim araçlarından biri olan televizyondaki sağlık programlarının en çok kimler tarafından, hangi amaçla izlendiği ve izleyenlerin hangi gereksinimlerini giderdikleri sorularına yanıt aramaktır.

Yöntem: Bu amaç doğrultusunda çalışmada anket yöntemi uygulanmıştır. Anketin birinci bölümünde TV izleme motivasyonunu ölçmek üzere, Çakır ve Bozkurt (2014) tarafından geliştirilmiş olan ve 29 maddeden meydana gelen ölçek kullanılmıştır, ikinci bölümünde ise demografik bilgiler ve kişisel bilgilere yer verilmiştir. Araştırma Sakarya ilinde yaşayan bireyleri kapsamakta olup 274 kişiye ulaşılmıştır.

Bulgular: Araştırmaya katılan bireylerin yaşlarının medeni durumlarının, cinsiyetin ve mesleğin TV izleme motivasyonu üzerinde etkili olduğu tespit edilirken, eğitim düzeyi, TV izleme süresi ve gelirin kişilerin TV izleme motivasyonu üzerinde etkili olmadığı görülmüştür. Ayrıca cinsiyet, medeni durum, yaş ve mesleğin TV izleme süresini etkilediği görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sağlık, Sağlık iletişimi, İzleyici, Sağlık Programları.

**THE EFFECT OF TELEVISION HEALTH PROGRAMS IN IMPROVING HEALTH
ATTITUDES OF INDIVIDUALS: SAMPLE OF SAKARYA****Abstract**

Purpose : The main and general aim of this study is to find out answers to the questions of who is watching the health programs on television which is one of the health communication tools for what purpose they watch and what needs they meet.

Methods: For this purpose, questionnaire method was applied in the study. In the first part of the questionnaire, 29-item scale developed by Çakır and Bozkurt (2014) was used to measure the motivation of watching TV and in the second part demographic information and personal information were used, The research covers the individuals living in Sakarya and reached to 274 people.

Results: It was found that the marital status of the participants' age, gender and occupation had an effect on the motivation of watching TV, while education level, TV watching time and income were not found to have an effect on the motivation of watching TV.

Keywords: Health, Health Communication, Audience, Health Programs

GİRİŞ

Sağlık iletişimi “sağlığı geliştirmek, kişilerin ve toplumun sağlıkla ilgili kararları üzerinde etkili olmak ve bilgilendirmek için iletişim stratejilerinin incelenmesi ve kullanımı” olarak tanımlanmıştır. Bu iletişim hasta-hekim, personel- hasta arasında veya sağlık personelleri arasında gerçekleşebilmektedir. İletişim araçları devreye girdiğinde ise konu, televizyonda yayınlanan sağlıkla ilgili programlardan, internet ortamında sağlık konusunda bilgilendirici materyallere kadar uzanabilmektedir. Kişiler

sağlıklı olma hallerinin devamını sağlayacak, sağlığını etkileyen faktörler hakkında bilinçli olmalarına katkıda bulunacak ve sağlıklı bir şekilde yaşam süresini uzatacak bilgiye ulaşmak arzusundadırlar. Kişilerin pek çoğu sağlık ve tıp alanındaki herhangi bir gelişmeyi ilk olarak medyadan özellikle televizyondan öğrenmektedir. Kitle iletişim araçlarından biri olan televizyon aracılığı ile verilen sağlık mesajları geniş kitlelere ulaştığından bireyler üzerindeki etkileri de ciddi düzeylerde olmaktadır. Öğrenilen yanlış ya da hatalı sağlık bilgisi hızla ve kolay bir şekilde yayılarak bireysel sağlığı etkiler, bunun doğal bir sonucu olarak bu bilgi toplum sağlığının bozulmasına yol açabilir. İnsanların sağlık içerikli programlara olan ilgisi, algıları, izleme sonrası tutumları, bilinç düzeyleri bireysel ve toplumsal sağlık için önemlidir.

1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Sağlık İletişimi Düzeyleri

Son yirmi beş yıl boyunca önemli bir çalışma alanı olarak gündemde olan sağlık iletişimi, sağlık hizmeti sunumunda ve sağlığın geliştirilmesinde önemli rol oynayan bir alandır (Gary, Ellen ve Jim, 1998). Sağlık iletişimi düzeyleri, hekim-hasta iletişimi, grup iletişimi ve kitle iletişimi olarak üç açıdan incelenmektedir.

1.1.1.Hekim – Hasta İletişimi: Bu ilişki tüm toplumu ilgilendirir. Karşılıklı nitelikli bir ilişkinin kurulması, bilgi transferi ve tedavi ile ilgili süreçlerin yanı sıra, hekim tatmini, hasta memnuniyeti, hastane karlılığı, halk sağlığı gibi konularda da önemli bir boyuttur (Atilla, Oksay ve Erdem, 2012: 24).

1.1.2.Grup İletişimi: Sağlık ile ilişkili gruplar incelendiğinde çok sayıda farklı grup söz konusu olabilmektedir. LÖSEV, diyaliz ve diyabet hastalarının destek amaçlı kurmuş oldukları dernekler örnek olarak verilebilir (Okay, 2014: 63).

1.1.3.Kitle İletişimi: *Radyo, televizyon ve internet gibi pek çok araç ile gerçekleştirilebilen kitle iletişim, grup oluşumundansa daha büyük ve birbiri ile fazla bağı olmayan bireylere ulaşmaya çalışıldığında kullanılabilir.* (Okay, 2014: 63)

1.2. Sağlık İletişiminde Kullanılan Yöntemler

Sağlık iletişiminin en geniş hedef kitlesi olan toplum, değer ve tutumlar, yasa ve politikalar vasıtasıyla bilgi ortamı oluşturarak bireysel davranışları yönlendirmektedir (Şengün, 2016: 39). Sağlık iletişiminde yaygın olarak kullanılan yöntemlerden birkaçı aşağıda açıklanmaktadır.

1.2.1.Sosyal Pazarlama: Artan toplum beklentiler doğrultusunda sağlık sektöründe de sosyal pazarlama ve sorumluluk bilinci artmaktadır. (Bayın ve Akbulut, 2012: 54-72). Bu bilinç doğrultusunda kamu ya da özel sektörün sunmuş olduğu hastalıkların teşhis tedavi ve rehabilitasyon hizmetlerinin yanı sıra, hastalık önleyici faaliyetler, toplum sağlığının iyileştirilmesi gibi pek çok alanda sosyal pazarlama ön plana çıkmaktadır. (Bozpolat ve Cömert, 2016: 43-64).

1.2.2.Medyada Savunuculuk: Medyada savunuculuk, politika olaylarına ve sosyal güçlerin önemine vurgu yaparak sağlık iletişim programlarının ihmal ettiği konulara dikkat çekmektedir. (Bulduklu, 2010). Örneğin ün sahibi kişiler medya da kullanılarak engelli bireylerin karşılaştığı zorluklara değinilebilir (Şengün, 2016: 40).

1.2.3.Halkla İlişkiler: Sağlık hizmetlerinde halkla ilişkilerin önemi, toplumda sağlık hizmetlerine karşı bilincin oluşturulması, toplum ve birey sağlığının iyileştirilmesi ve kurumun olumlu bir imaj sağlaması gibi alanlarda ortaya çıkmaktadır (Somunoğlu, Erdoğan ve Özer., 2008).

1.2.4.Sosyal Mobilizasyon: Sosyal mobilizasyon, insan ihtiyaçları esas alınarak birbiriyle ilişkili ve tamamlayıcı faaliyetlerde sektörler arası müttefikleri bir araya getirme sürecidir. Karar ve politika yapımcılar, fikir liderleri, profesyonel ve dini gruplar medya, özel sektör, topluluklar ve bireyler gibi sivil toplum kuruluşlar bu müttefikler arasında yer almaktadır. (Who,2006:16)

2. METODOLOJİ

2.1. Veri Toplama Aracı

Araştırmada veri toplama aracı olarak bireylerin TV izleme motivasyonunu ölçmek üzere, Çakır ve Bozkurt (2014) tarafından geliştirilmiş ve Ceylan (2018) “Ev Hanımlarının Televizyonda Yayınlanan Sağlık Programlarını İzleme Motivasyonları: Üsküdar Örneği” adlı tez çalışmasında sağlığa uyarlanmış olan ölçek kullanılmıştır. 2 bölümden oluşan anket formunda, birinci bölümde TV izleme motivasyonunu ölçmek üzere, 29 maddeden, ikinci bölümü ise “Demografik Bilgiler” den oluşmaktadır. Demografik bilgiler; yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, meslek, gelir, TV izleme süresidir. TV izleme motivasyonu ölçeği ise 29 maddelik bir 5’li likert ölçek olarak geliştirilmiştir. Çakır ve Bozkurt’un (2014) yapmış olduğu TV izleme alışkanlıkları ve motivasyonları ve TRT 6 Hakkari Örneği adlı çalışmasında ölçek 8 alt boyutta sınıflandırılmış ve bu çalışmada da 8 boyut (*Eğlence Motivasyonu, Gözetim/Kişilerarası Fayda Motivasyonu, Zaman Geçirme/Alışkanlık Motivasyonu, Rahatlama Motivasyonu, Kaçış Motivasyonu, Arkadaşlık Motivasyonu Sosyal Etkileşim Motivasyonu, Enformasyon Motivasyonu*) üzerinden analiz yapılmıştır.

2.2. Analiz Yöntemi

Ölçeğin güvenirliği; iç tutarlık (Cronbach Alfa) ile incelenmiştir. Ölçeğin genel iç tutarlık katsayısı; 0.967 olarak saptanmıştır. Bu da kabul edilebilir değer olan 0,80’inin oldukça üzerindedir. Çalışma süresince görüşülen ve anketleri tamamlanan toplam katılımcı sayısı 274 kişidir. Verilerin analizinde, değişkenler arasındaki ilişkilerin ortaya konulması için Statistical Package for Social Sciences (SPSS) programından yararlanılmıştır. Elde edilen verilerin normallik testine tabi tutulmuş ve dağılımları incelenmiştir. Demografik değişkenlere göre yapılan karşılaştırmalarda normal dağılıma uyan ikili gruplarda t testi, ikiden fazla normal dağılıma uyan gruplarda “Varyans Analizi” (ANOVA) kullanılmıştır, ikiden fazla normal dağılıma uymayan gruplarda ise “Kruskal Wallis” analizi kullanılmıştır.

3. BULGULAR

3.1. Araştırma Grubunun Temel Sosyo-Demografik Özelliklerine Ait Bulgular

Araştırma kapsamında 274 kişi ile anket yapılmıştır. Araştırmada; 171 öğrenci, 15 öğretmen, 15 ev hanımı, 73 diğer mesleklerden (akademisyen, mimar, mühendis, serbest çalışan vb.) katılımcılar yer almaktadır. Araştırmaya katılanların 172’si kadın, 102’si erkektir. Demografik özelliklere ait tüm bilgiler Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Araştırma Grubunun Temel Sosyo-Demografik Özellikleri (n=274)

Cinsiyet	n	%	Yaş Grupları	n	%
Kadın	172	72,2	18-25 yaş arası	190	69,3
Erkek	102	27,8	26-34 yaş arası	49	17,9
Eğitim Durumu	n	%	35-44 yaş arası	19	6,9
İlköğretim	13	4,7	45-54 yaş arası	9	3,3
Lise	31	11,3	55 ve üzeri	7	2,6
Ön lisans	29	10,6	Gelir	n	%
Lisans	168	61,3	1500’den az	197	71,9
Lisansüstü	33	12,0	1501-2500	32	11,7
Medeni Durum	n	%	2501-3500	22	8,0
Bekar	222	81,0	3501-5000	16	5,8
Evli	52	19,0	5001 ve üstü	7	2,6

Günlük TV İzleme Süresi	n	%	Meslek	n	%
0-59 dakika	86	31,4	Akademisyen	6	2,2
1-3 saat	179	61,7	Ev Hanımı	15	5,5
3 üstü	19	7	Mühendis	10	3,6
			Öğrenci	171	62,4
			Öğretmen	15	5,5
			Serbest	7	2,6
			Diğer	50	18,2

3.2. Araştırma Grubunun TV İzleme Motivasyonlarına İlişkin Bulgular

3.3. Temel Sosyo-Demografik Özelliklerin TV İzleme Motivasyonuna ve TV İzleme Süresine İlişkin Bulgular

Katılımcıların cinsiyetlerine göre TV izleme motivasyonları ile ilgili boyutlar hakkındaki cevapları bağımsız örneklerde t testi kullanılarak analiz edilmiştir. Analiz sonuçları Tablo 2 de verilmiştir ve katılımcıların TV izleme motivasyonlarına ilişkin boyutlardan eğlence motivasyonu, rahatlama motivasyonu, sosyal etkileşim motivasyonu boyutlarında cinsiyetlerine göre istatistiksel olarak anlamlı fark göstermezken ($p>0,05$). Gözetim/kişilerarası fayda motivasyonu, Zaman geçirme/alışkanlık motivasyonu, kaçış motivasyonu, arkadaşlık motivasyonu, enformasyon motivasyonu boyutlarında anlamlı bir fark göstermektedir. Bu boyutlara ek olarak günlük TV izleme süresi ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($p<0,05$)

Tablo 2: Katılımcıların TV İzleme Motivasyonu Boyutları ve Günlük TV izleme Süresi ile İlgili Değerlendirmelerin Cinsiyete Göre Dağılımı

Boyutlar	Cinsiyet	N.	Ort.	St. Sp.	F	P
Eğlence Motivasyonu	Erkek	102	2,45	1,03	0,021	0,114
	Kadın	172	2,66	1,03		
Gözetim/Kişilerarası Fayda Motivasyonu	Erkek	102	2,88	1,09	0,164	0,013
	Kadın	172	3,23	1,17		
Zaman Geçirme/Alışkanlık Motivasyonu	Erkek	102	2,31	1,01	6,676	0,017
	Kadın	172	2,02	0,85		
Rahatlama Motivasyonu	Erkek	102	2,32	1,04	0,013	0,764
	Kadın	172	2,28	1,04		
Kaçış Motivasyonu	Erkek	102	2,21	1,03	3,546	0,007
	Kadın	172	1,89	0,89		
Arkadaşlık Motivasyonu	Erkek	102	2,21	1,04	3,393	0,007
	Kadın	172	1,88	0,93		
Sosyal Etkileşim Motivasyonu	Erkek	102	2,35	1,07	0,423	0,091
	Kadın	172	2,12	1,06		
Enformasyon Motivasyonu	Erkek	102	2,67	1,17	3,137	0,034
	Kadın	172	3,01	1,33		
Günlük TV İzleme Süresi	Erkek	102	1,84	0,558	4,715	0,049
	Kadın	172	1,70	0,572		

Katılımcıların medeni durumlarına göre TV izleme motivasyonları ile ilgili boyutlar hakkındaki cevapları bağımsız örneklerde t testi kullanılarak analiz edilmiştir. Analiz sonuçları Tablo 3'te verilmiştir. Tabloya göre katılımcıların TV izleme motivasyonlarına ilişkin boyutlardan eğlence motivasyonu, gözetim/kişilerarası fayda motivasyonu, zaman geçirme/alışkanlık motivasyonu, rahatlama motivasyonu, sosyal etkileşim motivasyonu, enformasyon motivasyonu boyutlarında medeni duruma göre istatistiksel olarak anlamlı fark göstermezken ($p>0,05$). Kaçış motivasyonu ve arkadaşlık motivasyonu, boyutlarında anlamlı bir fark göstermektedir. Bu boyutlara ek olarak günlük TV izleme süresi ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($p<0,05$)

Tablo 3: Katılımcıların TV İzleme Motivasyonu Boyutları ve Günlük TV izleme Süresi ile İlgili Değerlendirmelerin Medeni Duruma Göre Dağılımı

Boyutlar	Cinsiyet	N.	Ort.	St. Sp.	F	P
<i>Eğlence Motivasyonu</i>	Bekar	222	2,58	1,03	0,244	0,902
	Evli	52	2,60	1,06		
<i>Gözetim/Kişilerarası Fayda Motivasyonu</i>	Bekar	222	3,11	1,15	0,012	0,901
	Evli	52	3,08	1,18		
<i>Zaman Geçirme/Alışkanlık Motivasyonu</i>	Bekar	222	2,18	0,90	0,735	0,052
	Evli	52	1,90	0,97		
<i>Rahatlama Motivasyonu</i>	Bekar	222	2,34	1,00	0,618	0,075
	Evli	52	2,06	1,15		
<i>Kaçış Motivasyonu</i>	Bekar	222	2,08	0,95	0,001	0,012
	Evli	52	1,71	0,94		
<i>Arkadaşlık Motivasyonu</i>	Bekar	222	2,07	0,97	0,678	0,025
	Evli	52	1,73	1,01		
<i>Sosyal Etkileşim Motivasyonu</i>	Bekar	222	2,26	1,05	0,563	0,121
	Evli	52	2,00	1,14		
<i>Enformasyon Motivasyonu</i>	Bekar	222	2,90	1,28	0,031	0,753
	Evli	52	2,83	1,29		
<i>Günlük TV İzleme Süresi</i>	Bekar	222	1,70	0,558	14,517	0,001
	Evli	52	2,00	0,560		

Katılımcıların TV izleme motivasyonu boyutlarıyla ilgili cevaplarının eğitim durumlarına göre fark gösterip göstermediği eğitim durumu normal dağılım gösterdiği için ANOVA testi (tek yönlü varyans analizi) kullanılarak değerlendirilmiştir. ANOVA testi sonucunda istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmamıştır ($p>0,05$).

Katılımcıların TV izleme motivasyonu boyutlarıyla ilgili cevaplarının yaş durumlarına göre fark gösterip göstermediği, yaş değişkeni normal dağılım göstermediği için non-parametrik testlerden Kruskal Wallis testi uygulanmıştır. Bu testin sonucunda istatistiksel olarak anlamlı fark bulunan özellikler için farkın hangi gruplardan kaynaklandığını tespit etmek için ise Tamphane's T2 testi kullanılmıştır. TV izleme motivasyonu alt boyutları ve yaş arasında yapılan Kruskal Wallis testinde zaman geçirme/alışkanlık motivasyonu, kaçış motivasyonu, arkadaşlık motivasyonu ve demografik verilerden günlük TV izleme süresi ile arasında anlamlı bir farklılık olduğu saptanmıştır.

Tablo 4 incelendiğinde katılımcıların zaman geçirme/alışkanlık motivasyonu boyutu ile ilgili cevapların yaş durumlarına göre anlamlı farklılık olduğu görülmektedir ($p<0,05$). Bu farklılık; 18-25 yaş ve 26-34 yaş arasındadır ve 18-25 yaş grubundan kaynaklanmaktadır.

Tablo 4: Katılımcıların Zaman Geçirme/Alışkanlık Motivasyonu Boyutu ile İlgili Değerlendirmelerinin Yaşa Göre Dağılımı

Boyutlar	Yaş	N.	Mean Rank	f	p	Tamphane's T2
<i>Zaman Geçirme/Alışkanlık Motivasyonu</i>	18-25 yaş arası (1)	190	146,48	2,726	0,030	1-2 (0,047)
	26-34 yaş arası (2)	49	109,90			1-3 (0,609)
	35-44 yaş arası (3)	19	111,08			1-4 (1,000)
	45-54 yaş arası (4)	9	136,61			1-5 (1,000)
	55 ve üzeri (5)	7	159,86			2-3 (1,000)
	Toplam	274				2-4 (0,998)
						2-5 (0,930)
						3-4 (0,999)
						3-5 (0,941)
						4-5 (0,998)

Tablo 5 incelendiğinde katılımcıların kaçış motivasyonu boyutu ile ilgili cevapların yaş durumlarına göre anlamlı farklılık olduğu görülmektedir ($p<0,05$). Bu farklılık; 18-25 yaş ve 26-34 yaş arasındadır ve 18-25 yaş grubundan kaynaklanmaktadır.

Tablo 5: Kaçış Motivasyonu Boyutu ile İlgili Değerlendirmelerinin Yaşa Göre Dağılımı

Boyutlar	Yaş	N.	Mean Rank	f	p	Tamphane's T2
Kaçış Motivasyonu	18-25 yaş arası (1)	190	148,46	3,390	0,010	1-2 (0,027)
	26-34 yaş arası (2)	49	112,51			1-3 (0,276)
	35-44 yaş arası (3)	19	100,63			1-4 (0,724)
	45-54 yaş arası (4)	9	108,50			1-5 (1,000)
	55 ve üzeri (5)	7	152,29			2-3 (1,000)
	Toplam	274				2-4 (1,000)
						2-5 (0,964)
						3-4 (1,000)
						3-5 (0,943)
						4-5 (0,962)

Tablo 6 incelendiğinde katılımcıların arkadaşlık motivasyonu boyutu ile ilgili cevapların yaş durumlarına göre anlamlı farklılık olduğu görülmektedir ($p<0,05$). Bu farklılık; 18-25 yaş ve 26-34 yaş arasındadır ve 18-25 yaş grubundan kaynaklanmaktadır.

Tablo 6: Arkadaşlık Motivasyonu Boyutu ile İlgili Değerlendirmelerinin Yaşa Göre Dağılımı

Boyutlar	Yaş	N.	Mean Rank	f	p	Tamphane's T2
Arkadaşlık Motivasyonu	18-25 yaş arası (1)	190	146,92	2,972	0,020	1-2 (0,039)
	26-34 yaş arası (2)	49	108,31			1-3 (0,513)
	35-44 yaş arası (3)	19	110,05			1-4 (1,000)
	45-54 yaş arası (4)	9	142,89			1-5 (1,000)
	55 ve üzeri (5)	7	153,79			2-3 (1,000)
	Toplam	274				2-4 (0,990)
						2-5 (0,932)
						3-4 (0,997)
						3-5 (0,942)
						4-5 (0,997)

Tablo 7 incelendiğinde katılımcıların günlük TV izleme süresi ile ilgili cevapların yaş durumlarına göre anlamlı farklılık olduğu görülmektedir ($p<0,05$). Bu farklılık; 26-34 yaş ve 45-54 yaş arasındadır ve 45-54 yaş grubundan kaynaklanmaktadır.

Tablo 7: Günlük TV İzleme Süresi İle İlgili Değerlendirmelerinin Yaşa Göre Dağılımı

Boyutlar	Yaş	N.	Mean Rank	f	p	Tamphane's T2
Günlük TV izleme süresi	18-25 yaş arası (1)	190	130,14	4,412	0,002	1-2 (0,999)
	26-34 yaş arası (2)	49	138,41			1-3 (0,458)
	35-44 yaş arası (3)	19	160,76			1-4 (0,047)
	45-54 yaş arası (4)	9	202,33			1-5 (0,178)
	55 ve üzeri (5)	7	184,43			2-3 (0,868)
	Toplam	274				2-4 (0,082)
						2-5 (0,320)
						3-4 (0,557)
						3-5 (0,976)
						4-5 (0,994)

Katılımcıların TV izleme motivasyonu boyutlarıyla ve TV izleme süreleri ile ilgili cevaplarının meslek durumlarına göre fark gösterip göstermediği, meslek değişkeni normal dağılım göstermediği için non-parametrik testlerden Kruskal Wallis testi uygulanmıştır. Bu testin sonucunda istatistiksel olarak anlamlı fark bulunan özellikler için farkın hangi gruplardan kaynaklandığını tespit etmek için ise Tamphane's T2 testi kullanılmıştır. TV izleme motivasyonu alt boyutları ve TV izleme süresi ile meslek grupları arasında yapılan Kruskal Wallis testinde kaçış motivasyonu ve demografik verilerden günlük TV izleme süresi ile arasında anlamlı bir farklılık olduğu saptanmıştır.

Tablo 8 incelendiğinde katılımcıların *günlük TV izleme süreleri* ile ilgili cevaplarda meslek durumlarına göre anlamlı farklılık olduğu görülmektedir ($p<0,05$). Bu farklılık; ev hanımı ve öğrenci grupları arasındadır ve ev hanımları grubundan kaynaklanmaktadır.

Tablo 8: Katılımcıların Günlük TV İzleme Süresi ile İlgili Değerlendirmelerinin Yaşa Göre Dağılımı

Boyutlar	Meslek	N.	Mean Rank	f	p	Tamphane's T2
<i>Günlük TV izleme süresi</i>	Akademisyen (1)	6	128,50	3,023	0,007	1-2 (0,834)
	Ev Hanımı (2)	15	183,53			1-3 (1,000)
	Mühendis (3)	10	154,90			1-4 (1,000)
	Öğrenci (4)	171	126,54			1-5 (1,000)
	Öğretmen (5)	15	128,50			1-6 (0,999)
	Serbest (6)	7	166,21			1-7 (0,999)
	Diğer (7)	50	157,45			2-3 (0,998)
	Toplam	274				2-4 (0,003)
						2-5 (0,117)
						2-6 (1,000)
						2-7 (0,820)
						3-4 (0,996)
						3-5 (0,999)
						3-6 (1,000)
						3-7 (1,000)
						4-5 (1,000)
						4-6 (0,985)
						4-7 (0,092)
						5-6 (0,994)
						5-7 (0,880)
						6-7 (1,000)

Tablo 9 incelendiğinde katılımcıların *günlük Kaçış Motivasyonu* boyutu ile ilgili cevaplarda meslek durumlarına göre anlamlı farklılık olduğu görülmektedir ($p<0,05$). Bu farklılık; mühendis-öğrenci ve öğrenci- öğretmen grupları arasındadır ve öğrenci grubundan kaynaklanmaktadır.

Tablo 9: Katılımcıların *Kaçış Motivasyonu* Boyutu ile İlgili Değerlendirmelerinin Mesleğe Göre Dağılımı

Boyutlar	Meslek	N.	Mean Rank	f	p	Tamphane's T2
<i>Kaçış Motivasyonu</i>	Akademisyen (1)	6	127,50	2,751	0,013	1-2 (1,000)
	Ev Hanımı (2)	15	114,17			1-3 (0,998)
	Mühendis (3)	10	84,90			1-4 (1,000)
	Öğrenci (4)	171	151,02			1-5 (0,999)
	Öğretmen (5)	15	84,73			1-6 (1,000)
	Serbest (6)	7	15,,14			1-7 (1,000)
	Diğer (7)	50	123,62			2-3 (0,997)
	Toplam	274				2-4 (1,000)
						2-5 (0,985)
						2-6 (1,000)
						2-7 (1,000)
						3-4 (0,005)
						3-5 (1,000)
						3-6 (0,817)
						3-7 (0,312)
						4-5 (0,000)
						4-6 (1,000)
						4-7 (0,877)
						5-6 (0,847)
						5-7 (0,242)
						6-7 (1,000)

4. TARTIŞMA VE SONUÇ

Katılımcıların TV izleme motivasyonları ile ilgili cevaplarına bakıldığında, “Gözetim/Kişilerarası Fayda Motivasyonu” boyutunda 5.madde olan “Sağlık programları pek çok konuda fikir sahibi olmamı sağlıyor” ifadesi %51,9 oranı ile en yüksek katılım sağlanan ifade olmuştur. Katılımcıların TV izleme motivasyonları ile ilgili cevaplarına bakıldığında “Arkadaşlık Motivasyonu” boyutunda 21. Madde olan “Sağlık programları kendimi daha az yalnız hissetmemi sağlıyor” ifadesi %7,14 oranı ile en düşük katılım sağlanan ifade olmuştur.

Araştırmaya katılan bireylerin yaşlarının medeni durumlarının, cinsiyetin ve mesleğin TV izleme motivasyonu üzerinde etkili olduğu tespit edilirken, eğitim düzeyi, TV izleme süresi ve gelirin kişilerin TV izleme motivasyonu üzerinde etkili olmadığı görülmüştür. Ayrıca cinsiyet, medeni durum, yaş ve mesleğin TV izleme süresini etkilediği görülmektedir.

Literatür incelendiğinde, Koçak ve Bulduklu (2010)’ nun çalışmasında; sağlıkla ilgili bilgilerin temel olarak alındığı kaynak ile ilgili cevapta televizyonun doktorlardan sonra % 50,7 oranıyla ikinci sırada olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca yine bu çalışmaya göre kadınların erkeklere göre televizyondan daha fazla sağlık bilgisi aldığı ve ifadeler içerisinde en yüksek katılımın % 75,5 oranıyla “sağlık programları, sağlıklı yaşam için yararlılar” ifadesinde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yine Bölüktaş ve Durak (2019)’ın yapmış olduğu çalışmada kadınların %84’ünün sağlık programlarını bilgi almak ve yeni şeyler öğrenmek için takip ettikleri sonucuna ulaşılmıştır. Bu çalışmanın diğer bir sonucu da kişilerin sağlık programlarından bilgi gereksinimlerini karşıladıkları, sağlık programlarını yararlı buldukları ve sağlık programında verilen bilgilere önem verdikleridir. Bu çalışmada da %51,9 oranıyla en çok katılım sağlanan “sağlık programları pek çok konuda fikir sahibi olmamı sağlıyor” ifadesi olmuş ve benzer bir sonuca ulaşıldığı görülmüştür.

Bizim çalışmamızda yaş faktörü ve TV izleme motivasyonu arasında anlamlı bir farklılık bulunurken, Ceylan (2018)’in çalışmasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmüştür. Çalışma sağlık iletişim araçlarından biri olan televizyondaki sağlık programlarının en çok kimler tarafından, hangi amaçla izlendiği ve izleyenlerin hangi gereksinimlerini giderdikleri sorularına yanıt aramak açısından bu çalışmanın sonuçları önemlidir. Bu çalışmanın sonuçlarına göre araştırmaya katılan bireyler sağlık programları ile yalnızlıklarını gidermedikleri fakat pek çok konuda fikir sahibi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu açıdan TV’lerdeki sağlık programlarının içeriğinin doğru ve güvenilir bilgilerin içermesi önemlidir. Bu doğrultuda kişilerin daha doğru bilgilere ulaşabilmesi için sağlık programlarına yönelik denetim ve düzenlemelerin yapıyor olması bu noktada önemlidir. Bu alanda araştırma evreni ve örneklemini arttırılarak yapılacak çalışmalarla TV izleme motivasyonuna ilişkin daha geniş kapsamlı sonuçlar elde edilebilir.

KAYNAKÇA

- Atilla, G., Oksay, A., Erdem, R. (2012), Hekim-Hasta İletişimi Üzerine Nitel Bir Ön Çalışma, *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 43(2), 23-37.
- Bayın, G., Akbulut, Y.(2012) Sağlık Sektöründe Sosyal Pazarlamanın Kullanımı. *Ankara Sağlık Bilimleri Dergisi* s.54-72
- Bozpolat, C., Cömert, Y. (2016) Sektöründe Sosyal Pazarlama Uygulamaları: Obezite İle Mücadele Kampanyası Üzerine Bir Araştırma. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(1), s.43-64
- Bulduklu, Y. (2010) Televizyonda Yayınlanan Sağlık Programları ve İzleyicileri Üzerine Ampirik Bir Çalışma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler Ve Tanıtım Anabilim Dalı Araştırma Yöntemleri Bilim Dalı, Doktora Tezi, Konya (Doç. Dr. Abdullah Koçak)*
- Ceylan, A. (2018) Ev Hanımlarının Televizyonda Yayınlanan Sağlık Programlarını İzleme Motivasyonları: Üsküdar Örneği. *Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim Bilimleri Anabilim Dalı, Doktora Tezi, İstanbul (Prof. Dr. Şahin Karasar)*
- Çakır, V., Bozkurt, Ö. (2014) Televizyon İzleme Alışkanlıkları, Motivasyonları Ve TRT Hakkari Örneği. *Global Media Journal*, 4 (8).

- Gary, L.K., Ellen, W.B., Jim, J.K., (1998). "The History and Development of the Field of Health Communication." In *Health Communication Research: A Guide to Developments and Direction*, eds. Lorraine D. Jackson and Bernard K. Duffy. Westport, CT: Greenwood Press.
- Koçak, A., Bulduklu, Y. (2010) Sağlık İletişimi: Yaşlıların Televizyonda Yayınlanan Sağlık Programlarını İzleme Motivasyonları. *Selçuk İletişim Dergisi*, 6(3).
- Okay, A. (2014) Sağlık İletişimi. İstanbul: Derin Yayınları.
- Somunoğlu, S., Erdoğan, M.C., Özer, P., (2008) Sağlık Sektöründe Halkla İlişkiler Ve İletişim Uygulamalarına Genel Bir Bakış. Uludağ Üniversitesi Tarafından Düzenlenen V.Ulusal Öğrenci Kongresi'nde Sözel Bildiri .
- Şengün, H. (2016), Sağlık Hizmetlerinde İletişim Yönetimi, *İstanbul Tıp Fakültesi Dergisi*, 79(1), 38-42.
- Who (2006), Advocacy, Communication and Social Mobilization to Fight TB: A 10- Year Framework for Action, France, WHO Library Cataloguing-in-Publication Data.

TÜKETİCİ SATIN ALMA ERTELEME SEBEPLERİNİ BELİRLEMeye YÖNELİK KEŞİFSEL BİR ÇALIŞMA: SAKARYA İLİ ÖRNEĞİ¹⁰

Arş. Gör. Hazel Mührüban KARACA
Sakarya Üniversitesi / İşletme Bölümü
hazelkaraca@sakarya.edu.tr

Prof. Dr. Remzi ALTUNİŞİK
Sakarya Üniversitesi / İşletme Bölümü
altunr@sakarya.edu.tr

Özet

Yaşamımızın vazgeçilmez faaliyetlerinden biri olan alışveriş görüldüğü kadar basit bir faaliyet olmayıp, çoğu zaman oldukça karmaşık bir faaliyet olabilmektedir. Ne alacağımıza karar vermek kadar alternatifler arasında seçim yapmak da sıkıcı ve hatta zor faaliyet olabilmektedir. Özellikle karar vermenin güç olduğu durumlarda tüketicinin iki alternatif arasında (basitleştirme veya optimumu seçme) tercih yapma eğiliminde olduğu görülmektedir. Hatta çoğu zaman kararsız kaldığı veya karar vermenin güç olduğu durumlarda satın alma faaliyetini erteleme yoluna da gitmektedir. Bu çalışmanın amacı tüketicilerin alışveriş sırasında satın alma kararlarını ertelemelerine yol açan faktörlerin belirlenmesidir. Bu çalışma yapısı gereği keşifsel bir araştırma olup, araştırma bağlamında önce çeşitli mülakatlar ve odak grup görüşmeleri yapılmıştır. Literatürden elde bilgiler ve mülakatlardan elde edilen bilgiler birleştirilerek araştırmanın temelini teşkil eden anket formu oluşturulmuştur. Üç farklı pilot testten sonra anket yapısal olarak ve içerik olarak son halini aldıktan sonra araştırma Sakarya ilinde yaşayan 510 kişinin katılımıyla yapılmıştır. Elde edilen verilerin analizi ve çeşitli iyileştirmeler neticesinde Satın Alma Erteleme Eğilimi Ölçeği nihai şeklini almıştır. Araştırmadan elde edilen veriler önce tanımlayıcı istatistikler açısından sonra faktör analizi ile boyutsal analize tabi tutulmuştur. Araştırma bulguları satın alma erteleme eğiliminin dört boyut altında incelenmesinin uygun olduğuna işaret etmektedir. Bu boyutlar; a) kararsızlık, b) ekonomik kaynaklı erteleme, c) riskten kaçınma sebebiyle erteleme ve d) kişilik yapısı kaynaklı erteleme olarak isimlendirilmiştir.

Anahtar kelimeler: Satın Alma Erteleme, Erteleme Davranışı, Satın Alma Erteleme Ölçeği

AN EXPLORATORY STUDY TO DETERMINE CONSUMERS' PURCHASE PROCRASTINATION REASONS: THE CASE OF SAKARYA

Abstract

Shopping, which is one of the indispensable activities of our lives, is not as simple as it is seen. It can often be quite a complex and cumbersome activity. Making a choice among alternatives as well as deciding what to purchase can be a tedious and even difficult activity. It is seen that the consumer have a tendency of choosing between two alternatives (simplification or choosing the optimum), especially in cases where decision-making is difficult. In fact, it is often the case of the decision to procrastinate the purchase activity when it is ambivalent or difficult to decide. The aim of this study is to determine the factors that cause consumers to procrastinate their purchasing decisions during shopping journey. This study is an exploratory one due to its nature and various interviews and focus group interviews were conducted in the context of the research. Information obtained from the literature and interviews were combined to construct a questionnaire sheet that forms the basis of the research. After three different pilot tests, the questionnaire form has reached its final draft. Then the study was conducted with the participation of 510 people residing in Sakarya. After the analysis of the data and further refinements we have reached the final version of the Purchase Procrastination Tendency Scale.

¹⁰ Bu çalışma Sakarya Üniversitesi İşletme Enstitüsü bünyesinde yürütülmüş “Genel Erteleme Eğiliminin Tüketici Satın Alma Davranışlarına Etkisi” başlıklı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

The data obtained from the study were first examined with respect to descriptive summary statistics and then to carried out a factor analysis in order to search for dimensional structure of the subject topic. The findings of the research indicate that a four dimensional analysis of the deferral tendency of the purchase of consumers would be appropriate for the analysis. These dimensions are; a) indecision, b) procrastination of economic reason, c) procrastination of risk aversion, and d) procrastination of personality structure.

Keywords: Purchasing Procrastination, Procrastination Behavior, Purchasing Procrastination Tendency Scale

1. Giriş

Tüketim yaşamın vazgeçilmez bir parçasıdır. İnsanlar tüketim yoluyla sadece ihtiyaçlarını tatmin etmekle kalmayıp, aynı zamanda arzu ettikleri veya istedikleri statünün oluşturulmasında veya dış dünyaya vermek istedikleri imajın şekillenmesinde ve hatta toplumsal konumlandırmada tüketim olgusundan yararlanılması modern dünyanın en önemli aracı ve silahıdır. Tüketici davranışları yazını tüketimi ve dolayısıyla da satın alma karar süreci bir problem çözme girişimi olarak algılandığını belirtmektedir. Giderilememiş ihtiyaçların güdülenmesiyle satın alma süreci başlar. Tüketici bu süreçte hem dışardan hem içerden bazı uyarıların etkisi altında kalır. Normalde satın alma, problemin ortaya çıkmasıyla başlayan, alternatiflerin belirlenmesi, alternatiflerin değerlendirilmesi, satın alma kararı ve satın alma sonrası değerlendirme olmak üzere beş aşamalı bir süreç olarak kabul edilir. Ancak bu süreç her zaman beş aşamalı olarak gerçekleşmeyeceği gibi her aşamanın görece önemi ve öne çıkması da tüketim eyleminin yapısına, karmaşıklığına ve tüketicinin özelliklerine göre farklılık göstermeyebilmektedir. Tüketici bazı süreçleri atlayabilir veya kısaltabilir. Çoğu durumda, gerçek hayat göz önünde bulundurulduğunda, her aşamayı net çizgilerle belirlemek oldukça zor olabilmekte ve bazı aşamalar eşzamanlı olarak gerçekleşebilmektedir (Odabaşı ve Barış, 2004: 333). Tipik bir satın alma süreci iki farklı sonuçla neticelenir: satın alma veya satın almama. Satın almanın gerçekleştiği durumları tespit etmek ve süreci değerlendirmek daha kolaydır. Fakat satın alma sürecinin satın almama şeklinde sonuçlanması durumunda tüketici davranışları daha karmaşık bir hal almaktadır. Tüketici ya ihtiyacını gidermeyi ertelemiştir ya da satın almaktan vazgeçmiştir. Başka bir ifadeyle, satın alma sürecinde tüketici karar verme konusunda yeterince ikna edilememiş veya satın alma neticesinde elde edeceği faydanın katlanılacak zahmete ve bedele değmeyeceğini düşünmesi sahip olmasıyla neticelenmiş olması söz konusudur. Ancak, her iki durumda da bir ertelemeden (uzun süreli veya kısa süreli) bahsetmek mümkündür.

Satın alma sürecinde yaşanan erteleme pek çok sebebi olabilir. Tüketici karar sürecine girmekten kaçınabilir, alternatif seçenekleri değerlendirirken süreci yavaşlatabilir veya karara varamayabilir. Normalin dışında kalan bu davranışlar erteleme evrenini kapsar. İşte tüketicilerin satın alma sürecinde ertelemeye gitmelerinin sebeplerinin araştırılması hem pazarlama açısından hem de perakende sektörü açısından önem arz etmektedir.

2. Literatür İncelemesi

İngilizcesi “procrastination” olan erteleme kelimesi ileri anlamına gelen “pro” ve yarına ait olma anlamına gelen “crastinus” Latince kelimelerin birleşmesiyle meydana gelmiştir (Burka ve Yuen, 2008: 5). Erteleme eğilimi alınacak kararları ve yapılacak işleri geciktirme ya da ertelemeye yönelik davranışsal bir eğilim ya da bir kişilik özelliği olarak tanımlanmaktadır (Milgram, Mey-Tal, ve Levison, 1998: 297). Literatürde erteleme eğilimi çeşitli yönlerden ele alınmış ve farklı konularla ilişkilendirilmeye çalışılmıştır. Örneğin, erteleme eğilimini Ferrari ve Olivette (1993) karar verme zorluğuyla, Sirois (2012) stresle, Ferrari, Johnson ve McCown (1995) görevden kaçınmayla, Steel, Brothen ve Wambac (2001) kişilikle, performansla ve ruh haliyle, Flett, Blankstein, Hewitt, ve Koledin (1992) mükemmeliyetçi anlayışla, Senecal, Koestner ve Vallerand (1995) öz düzenleme ile, Balkıs, Duru ve Bulus (2013) mantıklı ve mantıksız inançlarla ilişkilendirmişlerdir. Ancak konunun pazarlama ve tüketici davranışları bağlamında ele alınışı ise görece olarak tatminkar olmaktan uzaktır. Ertelemeyi *akademik erteleme* (academic procrastination), gündelik görevlerin çoğunu erteleme eğilimi olarak tanımlanan *rutin işlerde erteleme* (Lay, 1988) (life routine procrastination), zamanında karar alamama konusunda güçlü bir eğilim olarak tanımlanan *karar vermeyi erteleme* (Janis ve Mann,

1977) (decisional procrastination) ve bireyin işlerini başlatıp bitirmesine mani olacak biçimde erteleme davranışını alışkanlık haline getirmiş olması durumunu ifade eden *kompulsif erteleme* (Vestervelt, 2000: 30; Ferrari ve Emmons, 1995; Ferrari, Uzun Özer ve Demir, 2009) (compulsive procrastination) olarak sayılabilir (Uzun ve Demir, 2015: 110).

Erteleme ile ilgili yapılmış çalışmalara baktığımız zaman yurtdışındaki alan yazının 50 yıllık bir geçmişe, yurtiçindeki alan yazınının 20 yıllık bir geçmişe sahip olduğunu söylemek mümkündür. Hem akademik hem de gündelik yaşam süreçlerinde son derece yaygın bir davranış olan erteleme eğilimi bazı sorunları da beraberinde getirmektedir.

Erteleme eğiliminin sebepleri, yol açtığı sonuçları ve etkileri konusunda yabancı yazında hatırı sayılır bir yazın oluşmasına rağmen, ülkemizde erteleme eğilimi kavramına yeterince önem verilmediği gözlenmektedir (Balkıs, 2006: 7). Erteleme, tüketicinin satın alma niyeti olduğu ve bunu yapma imkânı olduğu zaman ortaya çıkar (finansal yetenek ve istek veya satın alma ihtiyacı). Bununla birlikte, tüketici davranışları yazınında beklenmedik olaylar ve olaylar üzerinde kontrolün yetersizliği nedeniyle de zaman zaman bir alım ertelenebileceği ifade edilmektedir (Darpy, 2000: 3, Ajzen, 1985). Erteleme, bir satın alma niyetinin varlığına bağlı olarak değerlendirildiğinde, tüketici ertelemesi “planlı bir alımın yavaşlatılması veya azaltılması için kronik ve bilinçli bir eğilim” olarak tanımlanmaktadır (Darpy, 2000: 3).

Satın alma erteleme sebepleri kişisel olabileceği gibi çevresel, demografik, ekonomik ve kültürel de olabilmektedir. Örneğin ekonomik kriz dönemlerinde tüketicilerin satın alma davranışlarını ertelediği gözlemlenmiştir (Hayta, 2012: 7). Bu ekonomik bir sebeptir. Yaşam ömrü açısından bakıldığında yaşlanma arttıkça ertelemelerin azaldığı görülmektedir (Kaftan ve Freund, 2018: 253). Bu demografik bir sebeptir. Bunun yanında algılanan risk oranı arttıkça erteleme eğilimlerinde artış görülmüştür (Cunningham vd, 2005: 359). Bu ise kişisel bir sebeptir. Tüketim bağlamında ertelemenin gerçekleşmesinin çok sayıda sebebi olabilmektedir. Bunun sebepleri kişisel özelliklerle ilgili olabileceği gibi incelenen konunun bağlamına bağlı olarak da değişim gösterebilecektir.

3. Araştırma Metodolojisi

Erteleme eğilimi ağırlıklı olarak eğitim alanında incelenen (ödevlerin sürekli olarak geç teslim edilmesi veya verilen görevlerin son ana bırakılması şeklinde) bir konu olsa da pazarlama ve tüketici davranışları yazınında da son zamanlarda konu ele alınmaya başlamıştır. Fakat yeterli sayıda kaynağa ve veriye ulaşılamamaktadır. Bu sebeple tüketicilerin satın alma erteleme davranışının altında yatan sebeplerin neler olduğu konusu bu çalışmanın temel amacını teşkil etmektedir. Bu amaçla, konuyla ilgili tatminkâr bir yazının olmaması sebebiyle, öncelikle, nitel araştırma yöntemlerinden derinlemesine mülakatlar ve odak grup görüşmeleri yapılarak konuya ilişkin (satın almada erteleme sebepleri) daha fazla ön bilgi elde etmek ve takip eden nicel araştırmaya temel teşkil edecek olan enformasyonun elde edilmesi sağlanmıştır.

Bu amaç doğrultusunda yapılan çalışmalar neticesinde satın alma erteleme sebebi olabilecek 34 maddelik bir sebepler listesi oluşturulmuştur. Bu maddeleri içeren bir anket formu pilot çalışma amaçlı olarak 67 katılımcı üzerinde uygulanmış ve elde edilen veriler SPSS programı yardımıyla faktör analizine tabi tutularak erteleme eğiliminin boyutsal analizi değerlendirilmeye çalışılmıştır. Bu aşamada çeşitli soruların anlam açısından uygunluğu, ifadeler arası tutarlılık ve amaca katkı potansiyeli açılarından gözden geçirildikten sonra 113 kişi üzerinde ikinci bir pilot çalışma uygulanmıştır. Burada elde edilen bulgular ışığında anket formunda ve soru yapılarında çeşitli iyileştirmeler yapılarak 119 kişilik son pilot çalışma yapılmış yapılan analizlerin uygunluğu göz önüne alınarak anketin son hali elde edilmiştir. Anketin son hali toplamda 24 sorudan ve demografik özelliklerden oluşmaktadır. Araştırma bağlamında anketin son hali 510 katılımcı üzerinde uygulanmış ve elde edilen veriler üzerinden analizler gerçekleştirilmiştir.

3.1 Demografik Özellikler

Evren büyüklüğü sebebiyle çalışmanın yürütülmekte olduğu Sakarya ili örneklem çerçevesi olarak ele alınmıştır. Katılımcılara ait cinsiyet, yaş, öğrenim durumu ve gelir düzeyi gibi demografik özellikler Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1: Demografik Özellikler

n=510	Demografik Özellikler	Frekans	%
Cinsiyet	Erkek	311	61,0
	Kadın	199	39,0
Yaş	20-29	347	68,0
	30-39	116	22,7
	40ve üzeri	47	9,3
Öğrenim Durumu	İlkokul	20	3,9
	Lise	109	21,4
	Yüksekokul	95	18,6
	Fakülte	217	42,5
	Yüksek Lisans	44	8,6
Gelir Düzeyi	0-2.000 ₺	160	31,4
	2.001-3.000 ₺	116	22,7
	3.001-5.000 ₺	153	30,0
	5.001-10.000 ₺	63	12,4
	10.001 ve üzeri ₺	18	3,5
TOPLAM		510	100

Tablo 1’e göre katılımcıların 5’te 3’ü erkek 5’te 2’si kadınlardan oluşmaktadır. Bu katılımcıların büyük çoğunluğunu %68 ile 20-29 yaş grubu oluşturmaktadır. Bu çoğunluğu sırasıyla %22,7 ile 30-39 yaş grubu %9,3 ile 40 ve üzeri yaş grubu takip etmektedir. Çalışma grubunun büyük çoğunluğu fakülte mezunudur. Bu çoğunluğu, %21,4 oran ile lise mezunları ve %18,6 ile yüksekokul mezunları takip etmektedir. Katılımcıların %8,6’sı yüksek lisans mezunu, %4,9’u doktora mezunu iken en düşük orana sahip grup ise %3,9 ile ilkokul mezunudur. Katılımcıların %31,4’ü en fazla 2.000 ₺ aylık gelire, %30’u 3001-5.000 ₺ arası aylık gelire, %22,7’si 2.001-3.000 ₺ arası aylık gelire, %12,4’ü 5.001-10.000 ₺ arası aylık gelire sahiptir. Katılımcıların sadece % 3,5’i en yüksek gelir grubuna sahip olanların oluşturduğu 10.001 ₺ ve üzeri grubundadır.

3.2 Katılımcıların Satın Alma Erteleleme Eğilimleri ve Sebepleri

Yapılmış olan 3 tane pilot çalışma ile erteleme eğiliminin, tüketimin de bir parçası olduğu sonucu net bir şekilde ortaya konmuştur. Bu çalışmalar neticesinde satın alma erteleme davranışını ölçmek için yeni bir ölçek geliştirilmiştir. Tablo 2’de satın alma erteleme davranışlarını ölçmek için oluşturulan ifadeler verilen cevapların frekans dağılımları yer almaktadır. Cevaplar tablodan da anlaşılacağı üzere “katılıyorum” ve “kesinlikle katılıyorum” ifadelerinde yoğunlaşmıştır. “Ne katılıyorum ne katılmıyorum” ifadeleri yadsınamayacak düzeyde oranlara sahiptir. Yalnızca iki ifadenin frekans ağırlığı bu seçenekte yoğunlaşmış olsa da tablonun çıktıkları tüketicilerin satın alma davranışlarındaki kararsızlıklarının bir göstergesi olarak karşımıza çıkmaktadır. “Daha önce kullandığım ürüne benzer ürünleri almaktan kaçınırım.” ve “Beğendiğim bir ürünün indirimde girmesini beklerim.” ifadeleri %26,5 ve %30,6 oranlarıyla kararsızlığın en çok yaşandığı durumları ifade etmektedir. Frekans tablosundaki bazı ifadeleri ayrı değerlendirmek gerekirse, “genellikle alışverişlerimde karar vermekte zorlanırım” ifadesi oransal olarak homojen dağılıma yaklaşmıştır. Olumlu ve olumsuz cevaplar birbirine yakın değerler almıştır. Bu durumda tüketicinin kararsızlık sebebiyle tüketimini ertelemiş olabileceği gibi bir sonuç yorumlanabilmektedir. Benzer şekilde “Daha önce kullandığım ürüne benzer ürünleri almaktan kaçınırım.” ifadesinde zıt cevaplar birbirlerine yakın frekanslara sahiptir. Tüketici standart kalıplara uyum sağlamış yeniliğe açık bir kişiliğe sahip değilse benzer ürünleri satın almaktan çekinmemektedir. Fakat yenilik arayışında olan tüketiciler için benzer ürünleri satın almama tercihi söz konusudur, bu da ertelemeye daha yeni ve farklı olana gitme sürecinin bir göstergesidir. Tablodan anlaşılacağı üzere, tüketim için içine girdiği zaman erteleme çoğu tüketicinin başvurduğu bir seçenek olarak karşımıza çıkmaktadır.

Tablo 2: Satın Alma Erteleleme Sebeplerini Belirleme İfadelerine Katılma Dereceleri

İfadeler	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılmıyorum Ne Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
S1-Alışveriş yaparken başkalarının yorumlarını önemserim.	12,2	13,1	13,9	39,2	21,6
S2-Genellikle alışverişlerimde karar vermekte zorlanırım.	15,7	24,9	16,3	26,1	17,1
S3-Ürüne acilen ihtiyacım yoksa satın alma konusunda acele etmem.	7,1	12,2	15,1	36,7	29,0
S4-Zaman baskısı altında alışveriş yapmaktan hoşlanmam.	8,2	6,5	9,4	35,7	40,2
S5-Alışverişlerimi geniş bir zamanda yapmayı tercih ederim.	7,6	10,6	11,8	32,2	37,6
S6-Daha önce kullandığım ürüne benzer ürünleri almaktan kaçınırım.	11,2	23,9	26,5	24,1	14,1
S7-Alışverişte israftan kaçınırım.	8,0	13,5	20,6	32,7	25,1
S8-Alışverişlerde alternatifin çok olması karar vermeme zorlaştırır.	12,2	13,3	18,6	31,4	24,5
S9-Satın alma kararı vermeden önce ürünler hakkında araştırma yaparım.	11,6	14,1	19,8	35,3	19,2
S10-Bir ürünü satın alırken vaktimi boşa harcamasından çekinirim.	10,8	19,6	22,9	29,8	16,9
S11-Güvenmediğim markaları satın almamaya çalışırım.	7,3	9,2	14,3	32,9	36,3
S12-Alışverişte yanımda bulunan kişinin tutum ve algısı satın alma kararlarımda etkilidir.	10,6	13,5	21,0	33,3	21,6
S13-Satın alacağım ürünü daha önceden kullanmış kişilerin yorumları satın alma kararlarımda etkilidir.	5,9	13,7	17,6	40,8	22,0
S14-Beğendiğim bir ürünü satın almadan önce çevremden onay almak isterim.	11,4	17,8	27,1	27,3	16,5
S15-Bir ürünün ihtiyacımı yeterince karşılayamayacağını düşünüyorsam satın alma kararımı geciktiririm.	8,2	8,0	18,6	42,4	22,7
S16-Bir ürün satın almak bütçemi zorlayacaksa satın almayı ertelerim.	8,6	9,4	15,9	36,9	29,2
S17-Alacağım ürünle ilgili yeterli bilgiye sahip değilsem daha çok araştırmak için zaman harcarım.	8,4	15,5	22,7	35,7	17,6
S18-Ekonomik kriz dönemlerinde alışverişlerimin çoğunu ertelerim.	7,6	11,8	26,9	32,0	21,8
S19-Ürünün fiyatı ona ayırdığım paydan fazlaysa satın almayı ertelerim.	8,6	11,6	26,7	34,9	18,2
S20-Beğendiğim bir ürünün indirimde girmesini beklerim.	10,2	12,5	30,6	27,6	19,0
S21-Ödediğim fiyata ürünün kalitesinin değmeyeceğini düşünürsem satın almaktan kaçınırım.	6,3	6,9	12,7	36,7	37,5
S22-Bir ürünü beğendiğimde satın almadan önce başka mağazaları da gezmek isterim.	7,5	9,0	17,6	36,7	29,2
S23-Satın alma kararlarım o anki ruh halime göre bir anda değişebilir.	9,6	7,6	16,7	38,2	27,8
S24-Ürün tam olarak içime sinmediyse son anda bile satın almaktan vazgeçebilirim.	7,1	7,3	12,9	34,3	38,4

3.3 Satın Alma Erteleleme Ölçeğine Faktör Analizinin Uygulanması

Yapılan faktör analizi neticesinde KMO değeri 0,816 olup açıklanan varyans değeri ise %56,764 ve Cronbach's Alpha katsayısı 0,852 olarak tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlar Keşifsel Faktör Analizinin (Temel Bileşenler Faktör Analizi) geçerli ve amaç için uygun olduğuna işaret etmektedir. Tablo 3'de Satın Alma Erteleleme Ölçeğinin faktör analiz sonuçları yer almaktadır. Oluşturulmuş 24 ifadeden 8 tanesi faktör analizi açısından sorunlar yaratması (faktör yükü düşüklüğü, ilgili boyuta uymama, vb.) sebebiyle ölçekten çıkarılmıştır. Analiz sonuçları, satın alma erteleme eğiliminin dört boyut altında incelenmesine uygun olduğuna işaret etmektedir. Kararsız tüketici grubunu ifade eden tüketiciler 1. boyutu oluşturmaktadır. Bu gruba dâhil olan tüketiciler satın alma esnasında fikir danışmak istemektedirler bu nedenle yalnız alışveriş yaparken kararsız kalmaktadır ve erteleme eğiliminde bulunmaktadırlar. Ekonomik sebeplerden satın alma erteleme davranışında bulunan tüketici

grubunu 2. boyutta yer almaktadır. Bu tüketici grubu ya ileri bir tarihte ekonomik durumunun daha iyi olacağını düşündüğünü için almamaktadır ya da bütçesini ona daha yararlı olacağını düşündüğü ürünleri almak için harcamak istemektedir. Bu yüzden satın alımlarını erteleme yoluna gitmektedir. Zaman riskinden veya psikolojik risklerden kaçınmayı tercih eden grup 3. boyutu oluşturmaktadır. Garantici tavır sergilemeyi tercih eden bu grup tüketiciler izleyici rol oynamaktadır. Diğer tüketicilerin yorumlarını izlemekte ve geniş bir zamanda en rahat hissettikleri anlarda alışveriş yapmayı tercih etmektedirler. 4. boyut tüketici grubu araştırmacı kişilik yapısına sahip tüketici grubu olarak ifade edilebilmektedir. Pazar Kurdu (Market Maven) olarak da adlandırılan bu tüketici grubu pazardaki en kaliteli ürünü en uygun fiyata bulmak için vakit ve enerji harcamaktan çekinmeyen tüketici grubudur. Yapılan araştırma süresi boyunca tüketim ertelenmeye devam etmektedir.

Tablo 3: Satın Alma Erteleme Eğilimi Ölçeğinin Faktör Analizi

Döndürülmüş Bileşen Matrisi				
Değişen	Faktör			
	1	2	3	4
S14-Beğendiğim bir ürünü satın almadan önce çevremden onay almak isterim.	,768			
S12-Alışverişte yanımda bulunan kişinin tutum ve algısı satın alma kararlarımda etkilidir.	,733			
S1-Alışveriş yaparken başkalarının yorumlarını önemserim.	,637			
S2-Genellikle alışverişlerimde karar vermekte zorlanırım..	,624			
S8-Alışverişlerde alternatifin çok olması karar vermeme zorlaştırır.	,615			
S16-Bir ürün satın almak bütçemi zorlayacaksa satın almayı ertelerim.		,808		
S19-Ürünün fiyatı ona ayırdığım paydan fazlaysa satın almayı ertelerim.		,785		
S18-Ekonomik kriz dönemlerinde alışverişlerimin çoğunu ertelerim.		,772		
S21-Ödediğim fiyata ürünün kalitesinin değmeyeceğini düşünürsem satın almaktan kaçınırım.		,592		
S4-Zaman baskısı altında alışveriş yapmaktan hoşlanmam.			,781	
S5-Alışverişlerimi geniş bir zamanda yapmayı tercih ederim.			,727	
S24-Ürün tam olarak içime sinmediyse son anda bile satın almaktan vazgeçebilirim.			,554	
S23-Satın alma kararlarım o anki ruh halime göre bir anda değişebilir.			,479	
S9-Satın alma kararı vermeden önce ürünler hakkında araştırma yaparım.				,793
S17-Alacağım ürünle ilgili yeterli bilgiye sahip değilsem daha çok araştırmak için zaman harcarım.				,729
S13-Satın alacağım ürünü daha önceden kullanmış kişilerin yorumları satın alma kararlarımda etkilidir.				,573

4. SONUÇ

Araştırmanın sonuçları bize iki farklı yarar sağlamaktadır. Bunlardan ilki satın alma erteleme sebeplerinin belirlenmesine yönelik yapılmış bir ön çalışma olmasıdır. Diğeri ise geniş kapsamlı yeni bir ölçeğin geliştirilmesi konusunda atılmış bir adım olmasıdır. Satın alma erteleme davranışlarını ölçmek için yapılan bu çalışmadan elde edilen bulgulara göre tüketicilerin büyük çoğunluğu tüketimini ertelemektedir. Satın alma erteleme davranışında bulunmadığını ifade eden tüketicilerin frekans dağılımları düşük seviyede seyretmektedir. Eşit veya orta seviyede frekansları seyreden cevaplar tüketicilerin kararsızlığını göstermektedir. Kararsızlık erteleme baş sebeplerinden bir tanesidir. Yapılan araştırma ve analizler bunu destekler niteliktedir. Geliştirilen Satın Alma Erteleme Ölçeği ise kararsız tüketici grubu, ekonomik sebeplerden dolayı satın almayı erteleyenler, risk algısından kaçınanlar ve araştırmacı kişilik yapısına sahip tüketici grubunun oluşturduğu dört farklı faktör boyutunun varlığını bize göstermiştir. Sonuç olarak, son derece yaygın olan bu davranışın daha detaylı bir şekilde araştırılması ve olası sebeplerinin görece önemlerinin ortaya konması hem akademik hem de uygulama açısından önemli katkılarına olacağı düşünülmektedir. Özellikle de mağaza içi düzenlemelerin ve mağaza atmosferinin tüketicilerin erteleme davranışları üzerinde ne tür bir etkisinin olduğu ve erteleme eğilimini yavaşlatmanın yollarının araştırılması bu konuda son derece yararlı olacak bulgular olacaktır.

KAYNAKÇA

- Balkıs, M. (2006). “Öğretmen Adaylarının Davranışlarındaki Erteleme Eğiliminin, Düşünme ve Karar Verme Tarzları ile İlişkisi” Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi, İzmir. (Tez No: 189853)
- Balkıs, M., Duru, E., ve Bulus M. (2013). Analysis of the Relation Between Academic Procrastination, Academic Rational/Irrational Beliefs, Time Preferences to Study for Exams, and Academic Achievement: A Structural Model, *European Journal of Psychology of Education*, 28 (3), 825–839.
- Bayazıt Hayta, A. (2012). Ekonomik Krizin Tüketicilerin Satın Alma Davranışı Üzerine Etkileri, Tüketici Yazıları (III), Ankara: Elma Teknik Basım.
- Burka J. B., ve Yuen, L. M. (2008). Procrastination; Why You Do It, What to Do About It Now? United States of America: Da Capo Press.
- Cunningham, L. F., Gerlach, J. H., Harper, M. D., ve Young, C. E. (2005). Perceived Risk and The Consumer Buying Process: Internet Airline Reservations, *International Journal of Service Industry Management*, 16 (4), 357-372.
- Darpy, D. (2000). Consumer Procrastination and Purchase Delay. 29th Annual Conference EMAC, Rotterdam, Netherlands, 8.
- Ferrari, J. R., Johnson, J. L., ve McCown, W. G. (1995). Procrastination and Task Avoidance, Theory, Research and Treatment. New York: Plenum Press.
- Ferrari, J. R., Özer Uzun, B. ve Demir, A. (2009). Cronic Procrastination among Turkish Adults: Exploring Decisional, Avoidant, and Arousal Styles, *Journal of Social Psychology*, 149, 302-307.
- Ferrari, J. R., ve Emmons, R. A. (1995). Methods of Procrastination and Their Relation to Selfcontrol and Self-Reinforcement: An Exploratory Study. *Journal of Social Behavior and Personality*, 10, 135-142.
- Ferrari, J. R., ve Olivette, M. J. (1993). Perceptions of Parentel Control and The Development of Indecision among Late Adolescent Females, *Adolescence*, 28 (112), 963-970.
- Flett, G. L., Blankstein, K. R., Hewitt, P. L., ve Koledin, S. (1992). Components of Perfectionism and Procrastination in College Students, *Social Behavior and Personality: an International Journal*, 20 (2), 85-94.
- Janis, I., ve Mann, L. (1977b). Emergency Decision Making: A Theoretical Analysis of Responses to Disaster Warnings, *Journal of Human Stress*, 3, 35–48.
- Kaftan, O. J., ve Freund, A. M. (2018). A Motivational Life-Span Perspective on Procrastination: The Development of Delaying Goal Pursuit Across Adulthood, *Research in Human Development*, 1 (13), 252-264.
- Lay, C. H. (1988). The Relationship of Procrastination and Optimism to Judgements of Time to Complete An Essay and Anticipation of Setbacks. *Journal of Social Behavior and Personality*, 3, 201-214.
- Milgram, N. A., Mey-tal, G. ve Levison, Y. (1998). Procrastination, Generalized or Specific, in College Students and Their Parents, *Personality and Individual Differences*, 25, 297-316.
- Odabaşı, Y., ve Barış, G. (2004). Tüketici Davranışı. 4. Baskı, İstanbul: Kapital Medya Hizmetleri.
- Senecal, C., Koestner, R., ve Vallerand, R. J. (1995). Self-Regulation and Academic Procrastination. *The Journal of Social Psychology*, 135 (5), 607-619.
- Sirois, F. M. (2012). Procrastination and Stress: Exploring the Role of Self-Compassion, Self and Identity Journal, 13, 128-145.
- Steel, P., Brothen, T., ve Wambach, C. (2001). Procrastination and Personality, Performance, and Mood, *Personality and Individual Differences*, 30 (1), 95-106.
- Uzun, B., ve Demir A. (2015). Erteleme: Türleri, Bileşenleri, Demografik Etkenler ve Kültürel Farklılıklar, *Ege Eğitim Dergisi*, 16 (1), 106-121.
- Vestervelt, C. M. (2000). An Examination of The Content and Construct Validity of Four Measures of Procrastination. Carleton Üniversitesi, Kanada. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi)

ENERJİ İLETİM HAVA HATLARINDA BUZ YÜKÜ NEDENİYLE OLUŞAN HASAR MALİYETLERİNİN ENDEKS SAYILARI KULLANILARAK ANALİZİ

Öğr.Gör. Sadettin YILMAZ

Kocaeli Üniversitesi / Kocaeli Meslek Yüksekokulu / Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü
syilmaz@kocaeli.edu.tr

Prof.Dr. Selim AY

Yıldız Teknik Üniversitesi / Elektrik-Elektronik Fakültesi / Elektrik Mühendisliği Bölümü
selimay@yildiz.edu.tr

Özet

Türkiye’de enerji iletimi ağırlıklı olarak 154 kV ve 400 kV’luk hava hatları ile gerçekleştirilmektedir. Türkiye Buz Yükü Haritasına göre ülkemizde beş buz bölgesi tanımlanmıştır. Buz yükü bölgesinin numarası arttıkça, gerek iletkenler gerekse kafes direkler daha yüksek buz yüküne (kg/m) göre tasarlanmaktadır. Ancak yoğun kış koşullarında beklenmeyen şiddette buz yükleri ortaya çıkmakta ve enerji iletim hatlarında ciddi hasarlara yol açmaktadır. Geçmişte bunun çok sayıda örneği vardır. Aşırı buz yükü sonucu oluşan hasarın giderilmesine ait maliyet; kafes direk/temeli, faz iletkeni, koruma teli, izolatör ve hırdavatın onarımını/yenilenmesini içerir. Söz konusu maliyet, istatistikten bilinen “endeks sayıları” yardımıyla formüle edilmiştir. Endeks sayıları hem fiyatlar hem de miktarlar için tanımlıdır. Literatürde en çok kullanılan endeksler Laspeyres, Paasche ve Fisher endeksleridir. Bu çalışmada bir buz bölgesindeki enerji iletim hattında t_0 tarihinde, g_{b0} (kg/m) buz yükünün neden olduğu hasar maliyeti baz alındığında, aynı bölgedeki t_1 tarihinde, g_{b1} (kg/m) buz yükünün neden olduğu hasar maliyeti endeks sayıları ile ifade edilmiştir. Endeks formüllerinin iletim hattına uyarlanması sırasında arazi yapısını, ortalama direk açıklığını, devre sayısını, demet sayısını, hat uzunluğunu ve rüzgâr hızını içeren “düzeltme katsayıları” kullanılmıştır. Enerji iletim hattının buz yükünden hasar gören bileşenleri; kafes direk temeli ($m^3/adet$), kafes direk (kg/adet), faz iletkeni ve koruma teli (kg/km), izolatör ve hırdavat (adet/faz). Bu miktarların ilgili birim fiyatlarla çarpımı hat boyunca toplam hasar maliyetini verir. Baz tarihindeki (t_0) birim fiyatlar ile hasarın olduğu tarihteki (t_1) birim fiyatlar eskalasyon nedeniyle aynı değildir. Dolayısıyla buz yükü hasar endeksi hem miktarlardaki hem de fiyatlardaki değişimleri içermektedir. “Buz yükü hasar maliyet endeksi” 100’ün üstünde ise, oluşan hasarın yüksek olduğu anlaşılabacaktır.

Anahtar Kelimeler: Eskalasyon, hasar maliyet endeksi, Laspeyres endeksi, Paasche endeksi

ESTIMATION OF DAMAGE COSTS DUE TO ICE LOAD IN ENERGY TRANSMISSION AERIAL LINES USING INDEX NUMBERS

Abstract

Energy transfer is mainly carried out via 154 kV and 400 kV aerial lines in Turkey. Turkey's map is divided into 5 zones in terms of Ice Load. Depending on the the increase in the number of ice load zones, both conductors and lattice towers are designed to stand against higher ice loads (kg/m). However, in heavy winter conditions, unexpected ice loads occur and they cause serious damage to power/energy transmission lines. There are many examples of this in the past. The cost of eliminating damage caused by excessive ice load includes the repair/ renewal of the lattice pole/foundation, phase conductor, ground wire, insulator and the other hardware. The cost is formulated with the help of index numbers known from statistics. Index numbers are defined for both prices and quantities. The most commonly used indexes in the literature are Laspeyres, Paasche and Fisher indices. In this study, the damage cost caused by ice load g_{b0} (kg/m) on a t_0 date in an energy transmission line in an ice region is taken as base, and the damage cost caused by g_{b1} (kg/m) ice load in the same region is expressed with the number of indices on a t_1 date. During the adaptation of index formulas to the transmission line, the "correction coefficients" for the terrain structure, average pole span, number of circuits, bundle conductors per phase, line length and the wind velocity were used. Components of the power transmission line damaged by ice load are lattice pole base (m^3/pcs), lattice pole (kg/pcs), phase

conductor and protection wire (kg/km), insulator and hardware (pcs/phase). Multiplying these amounts by the relevant unit prices gives the total cost of damage along the line. Unit prices on base date (t_0) and unit prices on damage date (t_1) are not the same due to escalation. Therefore, the ice load damage index includes changes in both quantities and prices. If the “ice load damage cost index” is above 100 due to the ice load, the damage will be seen to be high.

Keywords: Escalation, damage cost index, Laspeyres index, Paasche index

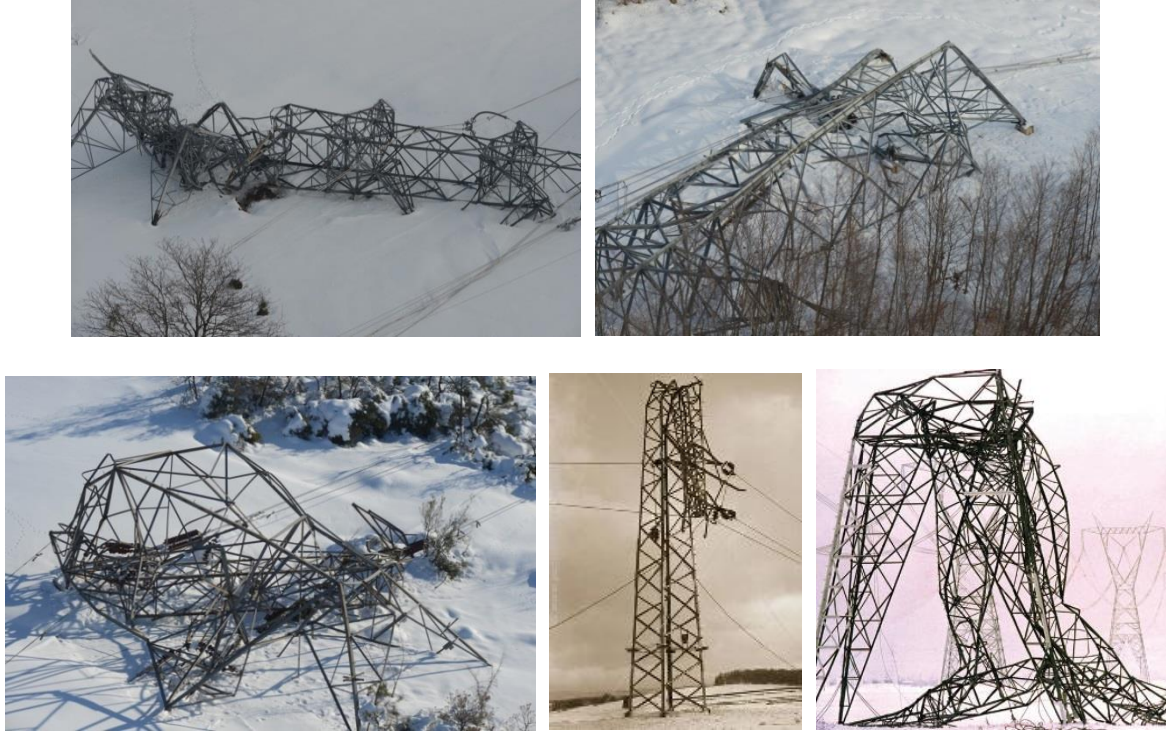
1. GİRİŞ

Uygulamada enerji iletim hava hatlarında arızalara en çok neden faktörler; buz yükü veya rüzgâr yükü ya da bu iki yükün eşzamanlı oluşmasıdır. Buz kılıfı iletkenlere ve direklere düşey kuvvet olarak etki ederken, rüzgâr kuvveti yatay kuvvet olarak etki eder. Her iki yükün aynı anda oluşmasıyla ortaya çıkan bileşke kuvvet arıza riski bakımından en olumsuz durumdur. Yürürlükteki Elektrik Kuvvetli Akım Tesisleri Yönetmeliğinde “Türkiye Buz Yükü Haritası” verilmiş, bu harita üzerinde beş farklı buz yükü bölgesi (I, II, III, IV ve V. bölgeler) tanımlanmıştır. Buzlanma deniz seviyesinden yüksek dağlık bölgelerde daha fazla olmaktadır; örneğin ülkemizde kış turizminin önemli merkezlerinde Bursa-Uludağ buz yükü bakımından V. Bölgedir. TEİAŞ her yıl yayınladığı “Arıza İstatistiği Kitabı” ile iletim sistemimizdeki arızalara ilişkin olarak, ilgili ve sorumlu birimlerin bu verileri kullanarak arızaların nedenlerini incelemeleri ve çözüm önerilerini araştırarak tekrarını önleyici tedbirleri almaları amaçlanmaktadır.

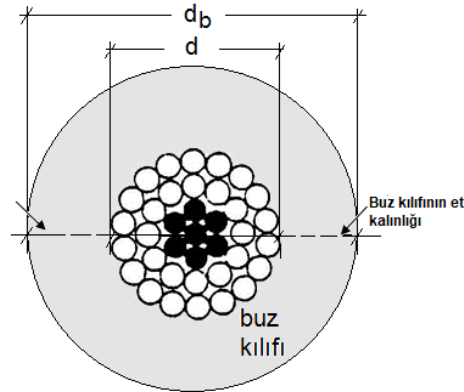
TEİAŞ sorumluluğundaki 400 kV ve 154 kV Enerji İletim Hatlarının elektro-optik ekipmanlar (termal kamera, korona kamerası, HD video kamera, fotoğraf makinesi) ile havadan helikopterler vasıtasıyla kontrol edilmesi ve arızaların veya arıza olabilecek yerlerin tespit edilip kayıt altına alınması, belirli formatta ve periyotta raporlanması, arıza durumunda TEİAŞ’ın talep etmesi halinde arıza yeri tespiti, arıza mahalline personel ve/veya malzeme nakli sağlanacaktır. Bu raporlara göre oluşabilecek arızalara ve oluşan arızalara daha çabuk müdahale edilerek arıza endeksinin düşürülmesi hedeflenmektedir (TEİAŞ Stratejik Planı (2015-2019)).

Örneğin 29.12.2016 tarihinde Kocaeli iline bağlı Derince, İzmit ve Körfez İlçelerinin kuzeyinde, yaklaşık 40 km uzunluğunda ve 20 km genişliğinde bir koridorda çok şiddetli kar yağışı ve rüzgâr meydana gelmiştir. Bu şiddetli kar yağışı ve rüzgârdan dolayı doğal bir afet yaşanmıştır. Bu koridordan geçen 400 kV ve 154 kV Enerji İletim Hatları, hatları dik yönde kesen 60-90 km/h, lokal ve hamleli 100 km/h hızla esen rüzgâra maruz kalmıştır. Aşırı kar yağışı nedeniyle iletken ve koruma tellerinde çapı 20 cm’nin üzerinde buz yükü oluşmuştur. Aşırı buz yükü ve şiddetli rüzgâra maruz kalan enerji iletim hatlarında direk yıkılmaları, direk kule ve konsollarının yıkılmaları, koruma tellerinin kopması ve faz iletkenlerinin kopması gibi çok sayıda arıza oluşmuştur (Kaynak: TEİAŞ Arıza Raporu). Örneğin;

- 400 kV Kocaeli-Makina OSB hattında 216 no’lu 3PE tip transpozisyon direğinin hasarlı kule, konsol ve beşiği yıkılmıştır.
- 400 kV Ada 2-Beykoz ve Osmanca-Paşaköy Çift devre Enerji İletim Hattında 9 adet direk yıkılmıştır.
- 400 kV Adapazarı-Tepeören (K) hattında 4 adet direk yıkılmıştır.
- 154 kV Adapazarı-Paşalar hattında 71 nolu direkte konsol hasarlanmıştır.
- 154 kV Yarımca 2-Nuh Çimento ve Adapazarı Makine OSB çift devre Enerji İletim Hatlarında 3 adet direk yıkılmıştır.
- 154 kV İzmit GİS-Makine OSB ve Yarımca 1-Tepeören Çift devre Enerji İletim hattında 11 adet direk yıkılmıştır.
- 154 kV Enerji İletim Hatlarımızda yaklaşık 130 km’lik bir alanda direk ve iletkenlerde hasar meydana gelmiştir.



Şekil 1. Aşırı buz yükü sonucu oluşan kafes direk hasarları



Şekil 2. ACSR iletken üzerinde oluşmuş (silindirik) buz kılıfının enine kesiti

(Burada d iletkenin çapı ve d_b buz kılıfının çapıdır.)

Projelendirme sırasında iletkendeki buz yükünün ağırlığı aşağıdaki ampirik bağıntı ile hesaplanır:

$$g_b = k\sqrt{d} \quad (1)$$

Burada g_b iletkendeki buz yükünün (buz örtüsünün/kılıfının) ağırlığı (kg/m), d iletkenin çapı (mm) ve k buz yükü katsayısıdır. k katsayısı I, II, III, IV ve V. Bölgeler için sırasıyla 0, 0.2, 0.3, 0.5 ve 1.2 değerlerini alır. Ancak V. Bölgede TEİAŞ'a ait iletim hattı bulunmamaktadır (Ay, 2019).

2. ENDEKS SAYILARI

Endeks sayıları (index numbers) belirli bir temel yıla (baz yıla) göre, bir değerler dizisinde oluşan bağıl değişimleri ölçmeye yarar. Baz yıla ait endeks değeri 100 kabul edilir ve değişimler yüzdelere şeklinde ifade edilir. Endekste yer alan ürünler tür ve birim (adet, kg, m, m^3 , vb.) bakımından birbirinden çok farklıdır. Endeks sayıları yardımıyla makroekonomik büyüklükler (örneğin milli gelir, sanayi üretimi, dış ticaret hacmi, üretici ve tüketici enflasyonları, vb.) kolayca anlaşılabilir

biçimde ifade edilebilmektedir. Oluşturulan bir endekste baz yıl seçilir ve endeksteeki ürünlerin ne olacağı belirlenir, ardından literatürdeki endeks formüllerinden birisi (Laspeyres, Paasche, Fisher, vb.) kullanılır. Endeks sayıları mikro ve makro ekonomik analizlerde sıkça kullanılır. Çünkü farklı birim ve miktarlardaki ürünlerden oluşan mal ve hizmet sepetindeki baz yıl ve cari yıl arasındaki fiyat değişimleri ancak endeks kavramı kullanılarak ölçülebilir. En sık kullanılan endeks hesaplama formülleri şunlardır (Selvanathan ve Rao, 1994; Ralph ve ark., 2015; Ay, 2018; Kılıçkaplan, 2019):

$$\text{Laspeyres fiyat endeksi} = \frac{\sum p_1 \times q_0}{\sum p_0 \times q_0} \times 100 \quad (2)$$

$$\text{Paasche fiyat endeksi} = \frac{\sum p_1 \times q_1}{\sum p_0 \times q_1} \times 100 \quad (3)$$

$$\text{Fisher endeksi} = \sqrt{\text{Laspeyres endeksi} \times \text{Paasche endeksi}} \quad (4)$$

$$\text{Bowley endeksi} = \frac{\text{Laspeyres endeksi} + \text{Paasche endeksi}}{2} \quad (5)$$

Burada p_1 ve q_1 cari yıla ait fiyatı (price) ve miktarı (quantity), p_0 ve q_0 ise baz yıla ait fiyatı ve miktarı göstermektedir. Aşağıda bir endekste yer alan her ürünün birim fiyat×miktar toplamı “ Σ ” ile pay’da ve payda’da gösterilmektedir.

$$\text{Marshall-Edgeworth endeksi} = \frac{\sum p_1 \times q_0 + \sum p_1 \times q_1}{\sum p_0 \times q_0 + \sum p_0 \times q_1} \times 100 \quad (6)$$

$$\text{Walsh endeksi} = \frac{\sum (p_1 \sqrt{q_0 \times q_1})}{\sum (p_0 \sqrt{q_0 \times q_1})} \times 100 \quad (7)$$

$$\text{Geary-Khamis endeksi} = \frac{\sum p_1 \times \frac{q_0 \times q_1}{q_0 + q_1}}{\sum p_0 \times \frac{q_0 \times q_1}{q_0 + q_1}} \times 100 \quad (8)$$

$$\text{Drobisch endeksi} = \frac{\sum p_1 \times \sqrt{q_0 \times q_1}}{\sum p_0 \times \sqrt{q_0 \times q_1}} \times 100 \quad (9)$$

$$\text{Değer endeksi} = \frac{\sum p_1 \times q_1}{\sum p_0 \times q_0} \times 100 \quad (10)$$

3. BUZ YÜKÜNDEN KAYNAKLANAN İLETİM HATTI “HASAR MALİYETİ ENDEKSİ”

Bir bölgede bulunan ℓ_0 (km) uzunluğundaki iletim hattında $t=0$ anında etkili olan g_{b0} (kg/m) buz yükü nedeniyle tespit edilen hasar maliyeti “baz değer” seçildiğinde, sonraki yıllarda oluşacak buz yüklerindeki hasar maliyetlerinde karşılaştırma yapmaya imkân sağlayacak “hasar maliyeti endeksi” oluşturulabilir.

$t=0$ anındaki birim fiyat×miktar ($p_0 \times q_0$) büyüklükleri, sırasıyla “hasarlı” Direkleri, Temelleri, Faz iletkenlerini, Koruma tellerini, İzolatörleri ve Hırdavatları kapsamaktadır. Buna göre $t=0$ anındaki hasar maliyeti (HM_0) şöyle ifade edilebilir:

$$HM_0 = m_{D,0} \times n_{D,0} + m_{T,0} \times n_{T,0} + m_{F,0} \times n_{F,0} + m_{K,0} \times n_{K,0} + m_{i,0} \times n_{i,0} + m_{H,0} \times n_{H,0} \quad \dots(TL) \quad (11)$$

Burada $m_{D,0}$ ve $m_{T,0}$ (TL/adet), $m_{F,0}$ ve $m_{K,0}$ (TL/km), $m_{i,0}$ ve $m_{H,0}$ (TL/adet) birimindedir. $n_{D,0}$ $n_{T,0}$ $n_{i,0}$ $n_{H,0}$ (adet) ve $n_{F,0}$ $n_{K,0}$ (km) birimindedir.

Aynı bölgede ℓ_1 (km) uzunluğundaki iletim hattında $t=t_1$ anında etkili olan g_{b1} (kg/m) buz yükü nedeniyle oluşan hasar maliyeti (HM_1) (11) denklemi formatında şöyle yazılabilir:

$$HM_1 = m_{D,1} \times n_{D,1} + m_{T,1} \times n_{T,1} + m_{F,1} \times n_{F,1} + m_{K,1} \times n_{K,1} + m_{i,1} \times n_{i,1} + m_{H,1} \times n_{H,1} \quad \dots(TL) \quad (12)$$

Burada da $m_{D,1}$ ve $m_{T,1}$ (TL/adet), $m_{F,1}$ ve $m_{K,1}$ (TL/km), $m_{i,1}$ ve $m_{H,1}$ (TL/adet) birimindedir. $n_{D,1}$ $n_{T,1}$ $n_{i,1}$ $n_{H,1}$ (adet) ve $n_{F,1}$ $n_{K,1}$ (km) birimindedir.

Denklem (2)-(10)’daki endeks formüllerinden birisi kullanılarak “hasar maliyet endeksi (HME)” bulunabilir. Ancak HM_0 ve HM_1 hasar maliyetleri yardımıyla “hasar maliyet endeksi” oluşturabilmek için “düzeltme katsayılarının” kullanılması gerekir. Çünkü baz alınan ℓ_0 uzunluğundaki enerji iletim hattı ile ℓ_1 uzunluğundaki enerji iletim hattı özdeş değildir. Baz alınan ℓ_0 uzunluğundaki enerji iletim hattının devre sayısı $N_{F,0}$; izolatör sıra sayısı $N_{i,0}$; koruma teli sayısı $N_{K,0}$ olsun. ℓ_1 uzunluğundaki enerji iletim hattının devre sayısı $N_{F,1}$; izolatör sıra sayısı $N_{i,1}$; koruma teli sayısı $N_{K,1}$ ise “düzeltme katsayıları” sırasıyla şöyle ifade edilir:

Direkler için düzeltme katsayısı K_1

$$K_1 = \left(\frac{\ell_0 / a_0}{\ell_1 / a_1} \right) \times \left(\frac{N_{F,0}}{N_{F,1}} \right) \quad (13)$$

Burada a_0 ve a_1 sırasıyla, ℓ_0 ve ℓ_1 uzunluğundaki enerji iletim hatlarındaki ortalama direk açıklıklarını (metre) göstermektedir.

Temeller için düzeltme katsayısı K_2

$$K_2 = \left(\frac{\ell_0 / a_0}{\ell_1 / a_1} \right) \times \left(\frac{G_0}{G_1} \right) \quad (14)$$

Burada G_0 ve G_1 sırasıyla, ℓ_0 ve ℓ_1 uzunluğundaki enerji iletim hatlarındaki ortalama direk ağırlıklarını (kg) göstermektedir.

Faz iletkenleri için K_3

$$K_3 = \left(\frac{\ell_0}{\ell_1} \right) \times \left(\frac{N_{F,0}}{N_{F,1}} \right) \quad (15)$$

Koruma telleri için K_4

$$K_4 = \left(\frac{\ell_0}{\ell_1} \right) \times \left(\frac{N_{K,0}}{N_{K,1}} \right) \quad (16)$$

İzolatörler için K_5

$$K_5 = \left(\frac{\ell_0 / a_0}{\ell_1 / a_1} \right) \times \left(\frac{N_{i,0}}{N_{i,1}} \right) \quad (17)$$

tanımlandığında, örneğin Laspeyres fiyat endeksi yardımıyla “Hasar Maliyet Endeksi (HME)” şöyle yazılır:

$$HME = \frac{m_{D,1} \times n_{D,1} \times K_1 + m_{T,1} \times n_{T,1} \times K_2 + m_{F,1} \times n_{F,1} \times K_3 + m_{K,1} \times n_{K,1} \times K_4 + m_{i,1} \times n_{i,1} \times K_5 + m_{H,1} \times n_{H,1}}{m_{D,0} \times n_{D,0} + m_{T,0} \times n_{T,0} + m_{F,0} \times n_{F,0} + m_{K,0} \times n_{K,0} + m_{i,0} \times n_{i,0} + m_{H,0} \times n_{H,0}} \times 100 \quad (18)$$

$t=0$ ve $t=t_1$ tarihlerindeki $m_{t=0}$ ve $m_{t=t_1}$ birim fiyatları eskalasyon nedeniyle değişmiş olabilir ($m_{t_1} > m_{t=0}$).

Bu durumda her birim maliyet için eskalasyon oranı şöyle bulunur:

$$esk = \left(\frac{m_{t=0}}{m_{t=t_1}} - 1 \right) \times 100 \quad \dots(\%) \quad (19)$$

$m_{t_1} < m_{t=0}$ ise birim fiyatlarda düşme (de-eskalasyon) olduğu anlaşılır ve esk oranının işareti negatif olur.

Reel eskalasyon oranı (esk_{reel}) $t=0 \dots t=t_1$ arasındaki ulusal enflasyondan arındırılmış eskalasyon oranı anlamındadır. Ulusal enflasyon oranı (e) olarak üretici fiyatları endeksi (ÜFE) veya yeniden değerlendirme oranı (YDO) kullanılabilir.

$$esk_{reel} = \left(\frac{1 + esk}{1 + e} - 1 \right) \times 100 \quad \dots(\%) \quad (20)$$

Öte yandan hasar maliyet endeksi (HSM) -yaklaşık olarak- aşağıdaki biçimde de ifade edilebilir:

$$HME \approx \frac{HM_1}{HM_0} \times \frac{\ell_1}{\ell_0} \times \frac{N_{F,1}}{N_{F,0}} \times 100 \quad (21)$$

4. SONUÇ

Buz yükü nedeniyle enerji iletim hatlarında oluşan hasar maliyetlerinin karşılaştırılabilir olması için o buz bölgesine (II, III, IV. Bölgeye) ilişkin “hasar maliyet endeksi (HME)” ortaya konulmuştur. Hasar maliyet endeksinin aynı tarih ($t=0$) baz alınarak her buz bölgesi için ayrı hesaplanması gerekir. Aslında buz yükü rüzgâr hızı v (m/s) ile ilişkilidir: $g_{b0}=f(v_0)$ ve $g_{b1}=f(v_1)$. Ancak hasar endeksi buz yüküne ilişkin olduğundan endekste ayrıca rüzgâr hızına yer verilmemiştir. Öte yandan buz yükü ile bölgenin deniz seviyesinden ortalama yüksekliği (rakım) arasında da yakın ilişki vardır. Örneğin ℓ_0 ve ℓ_1 uzunluğundaki iletim hatlarının deniz seviyesinden ortalama yüksekliği, sırasıyla H_0 (m) ve H_1 (m) ise, diğer tüm parametreler aynı olmak koşuluyla, $H_0 > H_1$ için $g_{b0} > g_{b1}$ olması beklenir.

$t=t_1$ anında ℓ_1 uzunluğundaki enerji iletim hattında $HME > 100$ hesaplanmış olması;

- $g_{b1} > g_{b0}$ olması,
- $N_{F,1} > N_{F,0}$; $N_{K,1} > N_{K,0}$; $N_{i,1} > N_{i,0}$ olması,
- Fiyat eskalasyonları nedeniyle “m” birim fiyatlarının artmış olması,

ile açıklanabilir.

Hasar maliyet endeksinin reel değerini (HME_{reel}) bulmak için, “1” indisli birim maliyetlerin (20) denklemi ile ulusal enflasyon oranından arındırıldıktan sonra denklem (18)’de yerlerine yazılması gerekir.

KAYNAKÇA

AY, S. (2018), *Mühendislik Ekonomisi*, İstanbul: Efe Akademi Yayınları.

AY, S. (2019), *Enerji İletim Sistemleri Cilt 1*, İstanbul: Birsen Yayınevi.

KILIÇKAPLAN, S. (2019), *İndeks Sayıları Kuramı ve Uygulamaları*, Ankara: Gazi Kitabevi Yayınları.

RALPH, J., O’NEILL, R., WINTON, J. (2015), *A Practical Introduction to Index Numbers*, West Sussex: John Wiley&Sons.

SELVANATHAN, E.A. ve RAO, D.S.P. (1994), *Index Numbers: A Stochastic Approach*, London: The Macmillan Press Ltd.

TEİAŞ (2019), *TEİAŞ Stratejik Plan (2015-2019)* 14 Ekim 2019 tarihinde www.teias.gov.tr sitesi

teias.gov.tr/sites/default/files/2018-06/TEİAŞ%20Stratejik%20Plan%202015-2019.pdf adresinden alındı.

ENERJİ İLETİM HAVA HATLARINDAKİ KUŞKOVAR SİSTEMLERİNİN EKONOMİK ANALİZİ

Öğr.Gör. Sadettin YILMAZ

Kocaeli Üniversitesi / Kocaeli Meslek Yüksekokulu / Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü
syilmaz@kocaeli.edu.tr

Prof.Dr. Selim AY

Yıldız Teknik Üniversitesi / Elektrik-Elektronik Fakültesi / Elektrik Mühendisliği Bölümü
selimay@yildiz.edu.tr

Özet

Bilindiği gibi Türkiye, ornitolojik çalışmalara göre, çeşitli kuşların göç yolları üzerinde bulunmaktadır, Türkiye’de enerji iletiminde kullanılan 154 kV ve 400 kV gerilimli kafes direkler, hem yerden yükseklikleri hem de uzun konsol boyları nedeniyle kuşların konmasına çok uygundur. Kuşları konsol uçlarındaki izolatörlerden uzak tutmak için değişik kuşkovar sistemleri kullanılmaktadır. Kuşkovar sistemleri kafes direklerin konsollarına monte edilmektedir. Kuşkovar sistemlerinin kullanılmasının nedenleri şöyle özetlenebilir: İzolatörlerde kuş pislikleri nedeniyle oluşan ek kirlenmeyi ortadan kaldırmak, kuşların zincir izolatörlere takılmış olan krepaj artırıcı silikon şapkaları ve polimer çubuk izolatörleri gagalayarak hasar vermelerini önlemek. Kuş pislikleri; porselen ve cam izolatör yüzeylerinde var olan kirlenme düzeyini artırır, bu nedenle izolatör yüzeyindeki toz, tuz, kül taneciklerine ilaveten etkili bir kir kaynağıdır. İzolatördeki kirlenme düzeyi standart sınır değeri (25 mm/kV veya 31 mm/kV) aştığında atlama ortaya çıkmaktadır. Atlama sonucunda iletim hattının devre dışı olması ve enerji iletiminde kesinti anlamına gelmektedir. Yıl içinde sık sık açma-kapama işlemlerinin olması kesicilerin ömürlerini azaltmaktadır. Kuşların neden olduğu izolatör atlamalarından kaynaklanan enerji kesintilerinin maliyeti ve izolatör yıkama peryotlarının kısaltmasının getirdiği ek maliyet, kuşkovar sistemler tarafından en aza indirilmektedir. Kuşkonmaz sistemlerin ekonomik analizinde “net şimdiki değer yöntemi”, “fayda/maliyet yöntemi”, “geri ödeme süresi yöntemi ” kullanılmıştır. Fiyat eskalasyonları ekonomik analize yansıtılmış ve riske göre değiştirilmiş değerlendirme oranı yaklaşımı kullanılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kuşlar, izolatör atlaması, kuşkovar sistemler, ornitoloji

ECONOMIC ANALYSIS OF BIRD REPELLENT SYSTEMS IN ENERGY TRANSMISSION AERIAL LINES

Abstract

Turkey is known to be located on the migration routes of various birds according to the ornithological studies. Used in energy transmission in Turkey, 154 kV and 400 kV voltage lattice towers are convenient for bird landing both due to their height from the ground and to the long crossarm lengths. Bird guard/repellent systems are used to keep birds away from the insulators on the crossarm ends. The reasons for the use of bird repellent systems can be summarized as follows: To eliminate the pollution caused by bird droppings on the insulators, to prevent the birds from damaging by pecking the high voltage creepage extender (HVCE) on the string insulators and the polymer rod insulators. Bird droppings increases the level of contamination on porcelain and glass insulator surfaces. Therefore, they are a source of extra and effective dirt on the insulator surfaces in addition to dust, salt and ash particles. The flashover occurs when the level of contamination in the insulator exceeds the standard limit value (25 mm/kV or 31 mm/kV). This means that the transmission line is disabled as a result of the flashover, leading to interruption of the energy transmission. Frequent on-off operations throughout the year reduce the life of circuit breakers. The cost of energy interruptions by insulator flashovers caused by birds and the additional cost of shortening of insulator flushing periods are minimized by bird repellent systems. "Net present value method ", "benefit / cost method", and "payback period method" are used in the economic analysis of bird repellent systems. Price escalations are reflected in economic analysis and risk-adjusted return approach is used.

Keywords: Birds, insulator flashover, bird repellent systems, ornithology

1. GİRİŞ

Göçmen kuşlar konsol üzerine tünediğinde zincir izolatorlerini kirletebilmektedir, bu durum hatlar için arıza nedenidir. Örneğin kuru (temiz) zincir izolatörün direnci (R_{iz}) yüzlerce mega-ohm mertebesindedir; dolayısıyla zincir üzerinden geçecek kaçak akım da, Ohm kanunu gereği, ancak mA'ler mertebesinde olur. İzolatörler kuşlar tarafından kirletildiğinde ise, eşdeğer izolatör direncinin değeri hızla düşer. Bu durumda eşdeğer izolatör direnci R_{iz} direncinden çok küçük değerler alabilmektedir. Böylece izolatörün faz iletkenini direktten izole etme performansında zayıflama olacak ve atlama/arıza oluşabilecektir. Göçmen kuşların direklerin üstüne, özellikle konsolların uç noktalarında tünemelerine engel olacak şekilde yapılan demir çubuk vb. biçimli engellere “kuşkavar/kuşkonmaz” adı verilir. F. Behçet Yücel’in Yüksek Gerilim’li Yıllar isimli eserinde yer alan şu bilgi ilginçtir: *1974 yılında devreye giren 380 kV’luk Ankara-İstanbul, Ankara-Gökçekaya ve Seyitömer-İzmir hatlarında özellikle bahar ve yaz gecelerinde, teknik hiçbir neden olmadığı halde, sık sık arızaların meydana gelmesi üzerine TEK tarafından yoğun bir çalışma yapılmış, yurt dışından teknik ekipler çağırılmış, ancak bir arıza tespit edilememiştir. TEK yetkilileri sonunda geceleri nöbetçiler tutarak bu hatları beklemeye başlamışlardır. Nöbetçiler, bahar ve yaz geceleri direklere, kanatları açıkken boylar 1 metreye yaklaşan akbabaların tünediklerini saptayınca, bütün araştırmalar bu kuşların üzerinde toplanmıştır. Mısır akbabaları denilen bu göçmen kuşların 1.5 metre uzunluğunda ve 100-150 gram ağırlığındaki beyaz renkli dışkılarının direğin ortasına düşerek iletken niteliği ile kısa devre yaptırarak hattın devreden çıkmasına yol açtığı anlaşılmıştır. Mısır akbabalarının gece kendilerini emniyete almak için direklere tünedikleri, yasal olarak koruma altında bulunan bu kuşlara silah ile müdahale edilemeyeceği anlaşılmıştır. Öncelikle geceleri en çok arıza yapan Ankara-Gökçekaya hattındaki 300 direğe kuşların konmasını engelleyen demirler konulmuştur, bu işlem sonrasında geceleri arıza görülmemiştir (Yücel, 1997).*

Kuşkavar sistemler enerji iletim hatlarının izolasyon performansını artırmanın yanı sıra, kuş ölümlerini önlemeye de önemli katkı sağlarlar (Beaulaurier, 1981; Janss ve Ferrer, 1998; Bavenger ve Broseth, 2004; Haas ve ark., 2005; Rubolini ve ark., 2005; Jenkins ve ark., 2010; Rioux ve ark., 2013; Bernardino ve ark., 2018; Raptor Protection of Slovakia, 2019).

Örneğin Macaristan’da 2011 yılından beri ilgili projelerin en az %25’lik kısmının enerji şirketleri tarafından ortak finansman yoluyla desteklenmesi, Macaristan Çevre ve Enerji Operasyonel Programı’nın bir gerekliliğidir. Söz konusu anlaşma kapsamında “Birdlife Hungary (Macaristan Kuş Hayatı)”, Macaristan’daki tüm enerji iletim hatlarının önceliklendirildiği bir harita oluşturmuştur. Öncelikle iyileştirilmesi gereken enerji iletim hatlarının toplam uzunluğu 21700 km’dir. Büyük-ölçekli projeler, Hortobágy Milli Parkı ile Borsodi Mezőség Peyzaj Koruma Alanı kapsamında yer alan sırasıyla 80 km ile 11 km uzunluklara sahip orta gerilim enerji iletim hatlarını içermektedir. Kuş çarpma olaylarının önlenmesi için Macaristan’da en önemli Toy Kuşu yaşam alanlarının bazılarında bulunan 45 km uzunluğundaki orta ve yüksek gerilim enerji iletim hatlarına kuş kaçırıcılar yerleştirilmiştir. Öncelikli olarak Ulu Doğan ve Ala Doğan türlerinin korunması amacıyla, Two LIFE Nature projeleri kapsamında elektrik çarpmalarının önlenmesi için toplam 910 km uzunluğundaki orta gerilim enerji iletim hatlarına izolasyon yapılmıştır. Enerji şirketleri ve koruma uzmanlarının işbirliği ile kuş dostu enerji iletim hattı projeleri yürütmek için en iyi mevcut teknoloji sürekli olarak güncellenmekte ve yeni çözümler saha testlerine tabi tutulmaktadır (Kaynak: Çevresel Etkiler ve Alınacak Önlemler Kılavuzu-Enerji İletim Hatları, Çevre ve Şehircilik Bakanlığının ÇED Alanında Kapasitesinin Güçlendirilmesi için Teknik Yardım Projesi, Ankara, 2017).

Çevresel Etki Değerlendirmesi (ÇED) raporlarında kuşları iletim hattından uzaklaştırmak için alınan önlemler mutlaka belirtilmektedir. Ornitoloji Raporu kapsamında, projenin proje sahasında kuşlar tarafından kullanılan habitatlar ile lokal ve göçmen kuş türleri üzerine olası etkilerinin değerlendirilmesi, etki azaltım önlemlerinin ve gerekiyorsa izleme planlarının hazırlanması gerçekleştirilmektedir.

Değişik modellerdeki kuşkovar sistemler her kafes direğin konsoluna/konsollarına monte edilir. İletim hattı boyunca kuşkovar sistemler için katlanılan toplam maliyet (malzeme+montaj maliyeti) bellidir. Kuşkovar sisteminin kurulması sonucu; kuşların neden olduğu izolator atlamalarının ve dolayısıyla enerji kesintilerinin önlenmesi/minimize edilmesi, izolatorların yıkanma periyotlarının arasının uzatılması böylece izolator yıkama maliyetinin azaltılması gibi bir dizi ekonomik fayda sağlar. Bu çalışmada kuşkovar sistemlerinin fayda/maliyet ekseninde ekonomik analizi gerçekleştirilmiştir.

2. ENERJİ İLETİM HATLARINDA KULLANILAN KUŞKOVAR/KUŞKONMAZ SİSTEMLERİ

Enerji iletim hattının elektriksel güvenliğinin sağlanması amacıyla hat boyunca bulunan direklere “kuşkonmaz (kuşkovar, kuşkovan)” düzenekleri yerleştirilmektedir. Enerji iletim hatlarında konsolda izolatorların bağlantı yerinin üst kısmına kuş konması veya yuva yapması istenmez. Bu nedenle konsolların/traverslerin bu kısmına kuşların konmaması için U veya V şeklinde kuşkonmaz malzemeleri montaj edilir. Söz konusu malzeme arası çapraz bir şekilde galvanizli ince (2 mm’lik) bağlama teli ile bağlanır. Aksi halde kuş pislikleri izolatorları kısa devre ederek faz-toprak arızasına sebep olur. Özellikle büyük yapılı kuşlar konarken ya da havalanırken gerilim hatlarına temasta bulunarak hem kendilerini hem de hat güvenliğini tehlikeye sokabilirler. Kuşların konmasını ve özellikle göçmen kuşların yuva yapmasını önlemek için yapılan çalışmalarda yapılan kuşkonmazların %100 etkili olduğu belirtilmektedir. Kuşkonmazlar; kimyasallık içermeyen, geri dönüşümlü malzemeden yapılmış olup kuşlara ve insanlara hiçbir zararı olmayan, UV ışınlarından ve hava şartlarından etkilenmeyen, esnek ve kırılmaz özelliklere sahiptir.

Direklerde alınan önlemlere karşılık kuşların verdiği zararlar devam etmektedir. Özellikle açık alanlardan geçen hatlar, orman yakınındaki hatlara göre daha fazla risk altındadır; çünkü kuşların ağaç dallarında tünemeyi tercih ettikleri gözlemlenmiştir.



Şekil 1. Metal ve metal olmayan malzemeden yapılmış diken biçiminde kuşkonmazlar

Günümüzde gerek kafes direkler gerekse beton direkler uygun geometrilere sahip kuşkonmazlar ile donatılmıştır. Kuşkonmaz için standart bir model yoktur, amaç kuşların konsol üst başlıklarına tünemelerini engellemektir (testere dişi, tırmık, diken vb. geometride kuşkonmazlar kullanılabilir.) Örneğin 15 cm eninde, 50 cm boyundaki polikarbonat kuşkonmaz düzeneğinde 12 cm yüksekliğinde 32 adet diken vardır.

Kuşkonmaz kuşların konsola tünemelerini engellemektedir. Kuşların faz iletkenlerine ve koruma tellerine tünemelerinin önüne geçmek ve iletkenleri dikkat çekici hale getirip göç sırasında iletim hatlarına çarpmalarını önlemek için de “kuşkovarlar” geliştirilmiştir (bird diverter). Plastik malzemeden yapılan bu elemanlar iletkenlere ya spiral biçimde sarılmakta ya da belirli aralıklarla (örneğin 30 ft aralıklarla) asılmaktadır. Özel plastik malzemeden yayılan ışık -sisli havalarda bile- kuşları ürkütmekte ve iletim hattından uzaklaşmalarını ve yaklaşmalarını sağlamaktadır. -30 °C...70 °C ortam sıcaklıklarında kullanılabilen bu elemanlar 8 mm...70 mm çapındaki iletkenlere kolayca monte edilebilmektedir. Montajda helikopter veya vinç kullanılmaktadır.



Şekil 2. İletkenlere takılan spiral biçimli kuşkovarlar



Şekil 3. Türkiye için “kuş göç yolları haritası” (L. Turan, Ornitoloji Raporu)

3. KUŞKOVAR SİSTEMLERİNİN EKONOMİK ANALİZİ

Uzunluğu ℓ (km) olan bir iletim hattında n adet kafes direk (Taşıyıcı, Durdurucu, Some, Nihayet, Transpozisyon tipi direk) varsa ve kuşkovar sistemin maliyeti m_K (TL/direk) ise, iletim hattının toplam kuşkovar sistem maliyeti $M_K = n \times m_K$ olur. $t=0$. yılda enerji iletim hattının yıllık devre dışı olma/açma sonucu ortaya çıkan gelir kaybı GK_0 ; sanayideki üretim kaybını ve iletim hattının mahrum kalacağı enerji iletim bedelini içine almaktadır. GK_0 içinde kuşların neden olduğu gelir kaybı $\alpha \times GK_0$ olsun. İletim hattının bir yıl içinde T periyot aralıklarla yapılan izolatör yıkama maliyeti M_0 (TL/periyot), toplam izolatör yıkama maliyeti $T \times M_0$ ve kuşların neden olduğu izolatör yıkama maliyeti $\beta \times T \times M_0$ olur. Burada $\beta = T'/T$ olarak tanımlanmıştır. O halde $t=0$. yılda kuşların neden olduğu gelir kaybı ve (ek) izolatör yıkama maliyeti $\alpha_0 \times GK_0 + \beta_0 \times T \times M_0 \dots$ (TL/yıl) olacaktır. Kuşkovar sistemin kuşları kafes direklerden tamamen uzaklaştıracağı kabul edilirse, $\alpha_0 \times GK_0 + \beta_0 \times T \times M_0$ maliyeti (para çıkışı) olmayacağından bu değer, bir “sanal gelir (para girişi)” gibi düşünülebilir (Gönen, 1990; Newnan ve ark., 2017; Ay, 2018; Park, 2019).

Net Şimdiki Değer (NŞD); ekonomik ömrü N (yıl) olan bir tesiste, tesisin $t=0 \dots N$ aralığındaki tüm para girişlerinin ve tüm para çıkışlarının $t=0$ anına (bugüne) indirgenmesiyle bulunmaktadır. Öte yandan GK gelir kaybının “enflasyon (e)” kadar ve izolatör yıkama maliyetinin “eskalasyon (esk)” kadar artacağı öngörülebilir; burada e ve esk oranları öngörülen yıllık ortalama oranlardır (%/yıl).

Kuşkovar sistemi için NŞD şöyle yazılır:

$$\begin{aligned}
 N\dot{S}D &= \sum_{t=1}^N \alpha_t \times GK_t \times (1+e)^t \times (1+i)^{-t} + \beta_t \times T \times M_t \times (1+esk)^t \times (1+i)^{-t} - M_K \\
 &= \sum_{t=1}^N (A_t + B_t) \times (1+i)^{-t} - M_K
 \end{aligned} \tag{1}$$

Burada i , paranın öngörülen zaman değeri (öngörülen faiz oranı) olup (%/yıl) birimindedir.

Eğer $0 \dots N$ aralığında paranın zaman değerine ilişkin artış yönünde belirgin riskler öngörülüyorsa, değerlendirme oranı olarak $i \rightarrow (i + \Delta i)$ yazılır. Burada Δi risk puanını göstermektedir. Bu yaklaşım, risk olasılıklarının belirlenmesi yerine değerlendirme oranının risk puanı kadar artırılması esasına dayanmaktadır ve “Riske Göre Değiştirilmiş Değerleme Oranı Yöntemi” olarak bilinir. Böylece NŞD şöyle yazılabilir:

$$NŞD = (A_1 + B_1) \times (1 + \Delta i_1)^{-1} + \dots + (A_N + B_N) \times (1 + \Delta i_1)^{-1} \times (1 + i_2)^{-1} \dots (1 + \Delta i_N)^{-1} - M_K \quad (2)$$

Eğer N (yıl) boyunca her yıl için sabit i oranı değil de i_1, i_2, i_3 gibi farklı oranlar öngörülüyorsa NŞD eşitliği şöyle yazılır:

$$NŞD = (A_1 + B_1) \times (1 + i_1)^{-1} + \dots + (A_N + B_N) \times (1 + i_1)^{-1} \times (1 + i_2)^{-1} \dots (1 + i_N)^{-1} - M_K \quad (3)$$

Yıllık enflasyon (e) ve eskalasyon (esk) ihmal edildiğinde “Yıllık Eşdeğer Gelir (YEG)” $t=0$ anındaki büyüklüklere (A_0 ve B_0) bağlı olarak ifade edilebilir:

$$YEG = (A_0 + B_0) - M_K \times \left[\frac{i \times (1 + i)^N}{(1 + i)^N - 1} \right] - M_K \quad (4)$$

$(A_t + B_t)$ “geometrik artış, g (%/yıl)” formatında ifade edilebilir. Eğer para akışları 1. yıl $A_1 + B_1$, 2. yıl $(A_1 + B_1) \times (1 + g)$, 3. yıl $(A_1 + B_1) \times (1 + g)^2, \dots, N$. yıl $(A_1 + B_1) \times (1 + g)^{N-1}$ şeklinde “geometrik” artıyorsa, aşağıdaki eşitlikler yazılabilir (Gönen, 1990; Ay, 2018):

$$NŞD = \frac{(A_1 + B_1)}{1 + i} \times \left[\frac{(1 + i^*)^N - 1}{i^*} \right] - M_K \quad ; \quad g > i \text{ ise} \quad (5.a)$$

Burada i^* şöyle tanımlanmıştır:

$$i^* = \frac{1 + g}{1 + i} - 1 \quad (5.b)$$

$$NŞD = \frac{A_1 + B_1}{1 + g} \times \left[\frac{(1 + i^{**})^N - 1}{i^{**}(1 + i^{**})^N} \right] - M_K \quad ; \quad g < i \text{ ise} \quad (6.a)$$

Burada i^{**} şöyle tanımlanmıştır:

$$i^{**} = \frac{1 + i}{1 + g} - 1 \quad (6.b)$$

$$NŞD = \frac{(A_1 + B_1) \times N}{1 + g} - M_K \quad ; \quad g = i \text{ ise} \quad (7)$$

Eğer $0 \dots N$ aralığında “reel değerlendirme oranı” kullanılacak olursa, i_r reel değerlendirme oranı, $0 \dots N$ aralığında öngörülen (ortalama) yıllık Üretici Fiyatları Endeksi (ÜFE) veya Yeniden Değerleme Oranı (YDO) yardımıyla hesaplanır:

$$i_r = \frac{1 + i}{1 + \text{ÜFE}} - 1 \quad \dots (\%/yıl) \quad (8.a)$$

$$i_r = \frac{1+i}{1+YDO} - 1 \quad \dots(\%/yıl)$$

(8.b)

Kuşkovar sistemi için Fayda/Maliyet oranı ise şöyle yazılır:

$$(Fayda/Maliyet) = (N\text{ŞD} - M_K) / M_K \quad (9)$$

Kuşkovar sistemin “İç Verim Oranı (İVO)” net şimdiki değeri sıfıra eşit yapan orandır ve aşağıdaki eşitlikten -deneme ve yanılma yöntemi ile- bulunur:

$$0 = \sum_{t=1}^N (A_t + B_t) \times (1 + İVO)^{-t} - M_K$$

Kuşkovar sistemi için “Geri Ödeme Süresi (GÖS)” şöyle yazılır:

$$GÖS = \frac{M_K}{\alpha_0 \times GK_0 + \beta_0 \times T \times M_0} \quad \dots(yıl) \quad (10)$$

4. SONUÇ

Bir enerji iletim hattının direklerine monte edilen kuşkovar sistemi başlangıç maliyeti (M_K) ile birlikte dolaylı para girişleri de sağlamaktadır. Kuşkovar sistemine mühendislik ekonomisinden bilinen net şimdiki değer, fayda/maliyet oranı, geri ödeme süresi vb. yöntemler uygulandığında enflasyon, paranın zaman değeri ve eskalasyon pozitif reel sayılar olduğundan daima aşağıdaki eşitsizlikler geçerli olur:

- $N\text{ŞD} \gg M_K$
- $(N\text{ŞD}/M_K - 1) > 0$
- $İVO > 0$
- $(1/GÖS) \times 100 > \%100$
- Fırsat maliyeti < 0

Kuşkovar sistemler, kuşların neden olduğu enerji kesintilerini önleyerek ekonomik kazanım sağlamanın dışında kuş ölümlerini en aza indirerek ornitoloji/çevre/ekoloji yönünden de önemli görev yapmaktadır.

KAYNAKÇA

- AY, S. (2018), *Mühendislik Ekonomisi*, İstanbul: Efe Akademi Yayınları.
- AY, S. (2019), *Enerji İletim Sistemleri Cilt 2/Kısım 2*, İstanbul: Birsan Yayınevi.
- BAVENGER, K. ve BROSETH, H. (2004), Impact of Power Lines on Bird Mortality in a Subalpine Area, *Animal Biodiversity and Conservation*, 278, 67-77.
- BEAULAUER, D.L. (1981), *Mitigation of Bird Collisions with Transmission Lines*, Portland: Bonneville Power Administration (BPA).
- BERNARDINO, J., BEVANGES, K., BARRIENTOS, R., DWYER, J.F., MARQUES, A.T., MARTINS, R.C., MOREIRA, F. (2018), *Biological Conservation*, 222(1), 894-913.
- D'AMÍCO M., MARTINS, R.C., ALVAREZ-MARTINEZ, J.M., PORT, M., BARRIENTOS, R., MOREIRA, F., (2019), Bird Collisions with Power Lines: Prioritizing Species and Areas by Estimating Potential Population-level Impacts, *Diversity and Distributions*, 25, 975-982. 14 Ekim 2019 tarihinde <https://doi.org/10.1111/ddi.12903> adresinden alındı.
- GÖNEN, T. (1990), *Engineering Economy for Engineering Managers*, New York: John Wiley&Sons.

- JANSS, G.F.E. ve FERRER, M. (1998), Rate of Bird Collision with Power Lines: Effects of Conductor-marking and Static Wire-marking, *Journal of Field Ornithology*, 69, 8-17.
- JENKINS, A.R., SMALLIE, J.J. ve DIAMOND, M. (2010), Avian Collisions with Power Lines: A Global Review of Causes and Mitigation with a South African Perspective, *Bird Conservation International*, 20(3), 263-278.
- HAAS, D., NIPKOW, M., FREIDLER, G., SCHNEIDER, R., HAAS, W., SCHÜRENBERG, B. (2005), *Protecting Birds from Powerlines (Nature and Environment, No. 140)*, Strasbourg: Council of Europe Publishing.
- NEWMAN, D.G., ESCHENBACH, T.G. ve LAVELLE, J.P. (2017), *Engineering Economic Analysis*, Oxford: Oxford University Press.
- PARK, C.S. (2019), *Fundamentals of Engineering Economics*, 4th Edition, New York: Pearson Education.
- RAPTOR PROTECTION of SLOVAKIA (2019), *Protecting Birds from Power Lines Focusing on Countries of Danube/Carpathian Region*, Interreg Danube Transnational Programme.
- 14 Ekim 2019 tarihinde file:///C:/Users/SEL%C4%B0M%20AY/Downloads/Study_Birds_FIN.pdf adresinden alındı.
- RIOUX, S., SAVARD, J.P.L., GERICK, A.A. (2013), Avian Mortalities due to Transmission Line Collisions: A Review of Current Estimates and Field Methods with an Emphasis on Applications to the Canadian Electric Network, *Arian Conservation and Ecology*, 8(2), Art. 7. 14 Ekim 2018 tarihinde <http://www.ace-eco.org/vol8/iss2/art7> adresinden alındı.
- RUBOLINI, D., GUSTIN, M., BOGLIANI, G., GARAVAGLIA, R. (2005), Birds and Power Lines in Italy: An Assessment, *Bird Conservation International*, 15, 131-145.
- YÜCEL, F.B. (1997), *Yüksek Gerilim’li Yıllar (70’li Yıllar)*, İstanbul: Febel.

JEOTERMAL KAYNAK KULLANIMI: TERMAL OTELLER ÖRNEĞİ**Arş. Gör. Mehmet BOYRAZ**Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü
mboyraz@aku.edu.tr**Özet**

Bu araştırmanın amacı termal otel işletmelerinde jeotermal kaynak kullanımının arz, kullanım alanları, avantajları ve ikincil suların değerlendirilmesi açısından incelenmesidir. Araştırmanın evrenini, Nisan 2018 itibarıyla Türkiye’de 25 ayrı ilde faaliyet gösteren T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından turizm işletme belgeli 83 termal otel işletmesi oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında herhangi bir örnekleme alınmamış ve tam sayım ile tüm evrene ulaşılmaya çalışılmıştır. Araştırma nicel olarak tasarlanmış olup veri toplama aracı olarak anket tekniği kullanılmıştır. Verilerin toplanmasında dokuzu çevrimiçi ve 31’i yüz yüze olmak üzere toplam 40 yöneticiye anket uygulanmış. Elde edilen veriler sıklık ve yüzde analizine tabi tutulmuştur. Araştırma sonucunda, termal otel işletmelerinde jeotermal kaynakların %82,5 ile en çok termal havuzlarda ve SPA bölümlerinde ve temel olarak %81,8’lik oranda sağlık ve tedavi amacıyla kullanıldığı; jeotermal kaynakların en büyük faydasının %70 ile otelin doluluğunu artırma yönünde olduğu; ikincil termal suları geri dönüşüme gönderme oranlarının ise %42,5 ile sınırlı kaldığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Jeotermal Kaynak, Termal Otel İşletmeleri, Yönetmelik Bakış.**THE USE OF GEOTHERMAL RESOURCES: CASE OF THERMAL HOTELS****Abstract**

The purpose of the study is to evaluate the use of geothermal resources in terms of where and how to supply of it, operating areas, benefits, where and how to utilize the secondary waters in thermal hotel enterprises. The research population, consists of 83 thermal hotel establishments which are certified by the Ministry of Culture and Tourism and operates in 25 different provinces in Turkey as of April 2018. No sampling was conducted within the scope of the research and it is aimed to reach the whole population with full count. The research was designed as a quantitative method and the as a data collection tool survey technique was used. To collect the data, a total of 40 managers were interviewed, nine of whom were online and 31 were face to face. Frequency and percentage analysis were used to examine obtained data. As a result of the research, it was found that the thermal springs in were used with 82.5% in thermal pools and SPA sections, and mainly 81.8% in basic health and treatment; the major benefit of geothermal resources is to increase the occupancy rate of the hotel with 70%; the ratio of sending secondary thermal waters to recycling was limited to 42.5%.

Keywords: Tourism, Geothermal Resources, Thermal Hotel Establishment, Managerial Perspective.**1. GİRİŞ**

Turizm ve doğal çevre arasında karşılıklı ve sıkı bir ilişki vardır (Kahraman ve Türkay, 2014; Boyacıoğlu, 2013). Çevresel değerler, doğal yer üstü zenginlikler ve yer altı kaynaklar turistik ürünün oluşumunda hayati öneme sahip ana unsurlar arasındadır. Turizm endüstrisinin, bugün dünyanın en büyük endüstrilerinden biri haline gelmesi ve hızlı gelişim göstermeye devam etmesi doğal kaynaklar üzerinde birtakım çevresel etkileşimleri de beraberinde getirmeye başlamıştır. Yıllar itibarıyla, turizm ve çevre ikilisi arasındaki etkileşimler ve doğal kaynakların yoğun olarak kullanılmaya başlanması nedeniyle çevrenin ve doğal zenginliklerin korunması ve sürdürülebilirliği önemli bir hal almıştır. Doğada bulunun yeraltı kaynaklarının pek çoğu tükenebilir özelliktedir (Öztürk ve Kaya, 2015). Söz konusu kaynaklara yeterince sahip olamayan veya var olan kaynakları gelişigüzel kullanan ülkelerde doğal kaynakların korunması ve sürdürülebilir hale getirilmesi için çalışmalar yapılmaktadır.

Turizm endüstrisinin en büyük alt sektörünü oluşturan konaklama işletmeleri tarafından yoğun olarak kullanılan doğal yer altı kaynaklarının başında jeotermal kaynaklar gelmektedir. 2023 Türkiye Turizm

Stratejisi’nde, turizmin çeşitlendirilmesi stratejisi kapsamında termal turizm, sağlık turizmi ile birlikte ülkemizde desteklenmesi/geliştirilmesi ve bu noktada öncelik verilmesi gereken bir turizm türü olarak yer almasıyla birlikte termal otellere yapılan yatırımların artmasına neden olmuştur. Ülkemizin sağlık ve termal turizm ile bölgesel bir cazibe merkezi olmayı arzulaması ve bu doğrultuda 2 milyon sağlık turisti ve 20 milyar dolar gelir hedefi koyması bir taraftan termal otel işletmelerinin sayısını diğer taraftan ise bu tesislerin temel bileşeni olan jeotermal kaynak suların önemini de artırmıştır. Çünkü jeotermal kaynak suları, termal otellerin bünyesinde başta kür ünitesi, SPA ve ıslak alanlarda olmak üzere tedavi ve enerji elde etmek amacıyla birçok bölümde farklı niteliklerde oldukça yoğun bir şekilde kullanılmaktadır. Bu doğrultuda doğal kaynakların tüketimi turizm hareketlerindeki artışa paralel olarak hızlanmakta, kaynak kullanımının değerlendirilmesi, takip edilmesi ve kontrol altına alınması ise bir zorunluluk haline gelmektedir.

Tüm bu hususlar özellikle termal turizmin gerçekleştirilmesi noktasında jeotermal kaynaklara ilişkin önemli akademik çalışmaları da gerektirmektedir. Bu durum, termal otel işletmeleri için de geçerlidir. Doğal kaynakların hizmet verilen işletme türü açısından termal oteller için verimli ve etkin kullanımında, sürdürülebilirliğin desteklenmesinde ve kaynakların korunmasında yönetsel bakış açısı ve uygulamalar en önemli belirleyiciler arasında yer almaktadır. Çünkü işletmelerde çevre yönetim sisteminin oluşturulması, yürütülmesi ve jeotermal kaynakların korunması konusundaki karar verici ve denetleyiciler üst düzey yöneticilerdir. Termal otel işletmelerinde jeotermal kaynak kullanımının detaylandırılarak yönetici bakış açısıyla ele alınması bu doğrultuda büyük önem arz etmektedir. Bu noktadan hareketle, Türkiye’de faaliyet gösteren termal otel işletmelerinde jeotermal kaynak kullanımının çeşitli parametreler doğrultusunda incelenmesi araştırmanın odak noktasını oluşturmuştur.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Jeotermal Kaynaklar

Jeotermal kaynaklar; *“Jeolojik yapıya bağlı olarak yerkabuğu ısısının etkisiyle sıcaklığı sürekli olarak bölgesel atmosferik yıllık ortalama sıcaklığın üzerinde olan, çevresindeki sulara göre daha fazla miktarda erimiş madde ve gaz içerebilen, doğal olarak çıkan veya çıkarılan su, buhar ve gazlar ile yeraltına insan düzenlemeleri vasıtasıyla gönderilerek yerkabuğu veya kızgın kuru kayaların ısı ile ısıtılarak su, buhar ve gazların elde edildiği yerler”* olarak tanımlanmaktadır (JKDMSK, 2007). Jeotermal kaynakların; ısı kaynağı, ısıyı yeraltından yüzeye taşıyan akışkan, suyun dolaşımını sağlamaya yeterli kayaç geçirgenliği olmak üzere üç temel bileşeni bulunmaktadır (YEGM, 2018). Magmanın kabuğa doğru yükselmesi ve dolayısıyla ısıyı taşıması; kabuğun incelendiği yerlerde yüksek sıcaklık farkı sonucunda oluşan ısı akışı; yeraltı suyunun birkaç kilometre derine inip ısındıktan sonra yüzeye doğru yükselmesi gibi nedenlerden ötürü jeotermal alanlarda sıcak kayaç ve yüksek yeraltı suyu sıcaklığı normal alanlara göre daha sık yerlerde bulunmaktadır.

İlk çağlardan 20. yüzyıl başına kadar sadece sağlık ve yiyecekleri pişirme amacı ile yararlanılan jeotermal kaynakların kullanım alanları gelişen teknolojiye paralel olarak günümüzde birçok farklı alanda yaygınlaşmış ve çeşitlenmiştir (YEGM, 2018). Jeotermal kaynakların kullanım alanları, akışkanların sıcaklıklarına göre (Lindal, 1973) farklılık göstermektedir. Bunların başında elektrik üretimi, ısıtma, endüstrideki çeşitli kullanımlar ile turizm sektörü gelmektedir.

Jeotermal kaynaklar, yeryüzündeki en önemli yenilenebilir ve sürdürülebilir enerji kaynaklarıdır. Özellikle suyun egemen olduğu jeotermal rezervuarlardan çok yüksek miktarlarda sıcak su üretimi yapılmaktadır (Ulutürk, 2016:36). Alp-Himalaya tektonik kuşağı üzerinde bulunan Türkiye, gerek debi ve sıcaklıkları gerekse de çeşitli fiziksel ve kimyasal özellikleri ile Avrupa’daki termal sulardan daha üstün nitelikler taşımakta ve İzlanda ve Japonya ile birlikte en zengin jeotermal kaynaklara sahip öncelikli ülkeler arasında yer almaktadır (KTİB, 2018c). Türkiye’de sıcaklığı 30 °C’nin üzerinde 347 adet jeotermal saha bulunmaktadır. Bu sahaların 44’ü enerji üretimi yapabilecek nitelikte, 110’u 50 °C’nin üzerinde ısıtmada yararlanılabilecek nitelikte, geriye kalan sıcaklığı 50 °C’nin altındaki sahalar ise; sera sağlık, termal turizm ve diğer uygulamalardaki kullanımlar için potansiyel alanlardır (Akkuş ve Başarır, 2018:37). Türkiye jeotermal kaynak zenginliği bakımından kurulu elektrik gücü olarak

1100 MWe ile Dünya’da ABD, Filipinler ve Endonezya’dan sonra dördüncü sırada; ısıtma ve kaplıca amaçlı kullanımında Dünya’nın ilk beş ülkesi arasında yer almaktadır.

Jeotermal enerji, “*Yerin derinliklerindeki kayalarda birikmiş olan ısıнын, akışkanlarca taşınarak rezervuarlarda depoladığı sıcak su, buhar ve gazlardan doğrudan veya dolaylı olarak faydalanmayı kapsayan; yenilenebilir, sürdürülebilir, tükenmez, ekonomik, güvenilir, temiz ve yeşil bir enerji türü*”dür. Jeotermal enerji, yer kabuğunda depolanmış ısı enerjisinin tümünü kapsamakta olup en önemli özelliği yeryüzüne yakın bulunmasıdır. Jeotermal enerji kullanımının ekonomik, sürdürülebilir, güvenilir ve yeşil enerji kaynağı olarak birtakım avantajları bulunmaktadır. İlk olarak; doğal (öz) kaynakların değerlendirilmesi, diğer enerji kaynaklarına göre yakıt ve enerji tasarrufu sağlanması, % 95’in üzerinde verimlilik sağlaması ve diğer enerji türleri üretiminin göre tesis alanı ihtiyacının asgari düzeyde olması, döviz tasarrufu sağlanması, ucuz ısı enerjisinin üretimi ile yeni kullanım alanlarının geliştirilmesi, altyapı ve hizmet getirmesi, kullanıma hazır olması ve herhangi bir ikincil taşıma ya da nakliyat gerektirmemesi ve yerel niteliği nedeniyle ithalinin ve ihracının uluslararası konjonktür, krizler, savaşlar gibi faktörlerden etkilenmemesi jeotermal enerji kullanımının ekonomik faydaları arasında sayılabilir. Sürdürülebilir avantajlar arasında; meteorolojik şartlardan bağımsız olması, kısa süreli atmosfer koşullarından etkilenmemesi, arama kuyularının doğrudan üretim tesislerine ve bazen de re-enjeksiyon alanlarına dönüştürülebilmesi, jeotermal rezervlerin yağmur, kar, deniz ve magma suları ya da re-enjeksiyon ile beslenmesi yer almaktadır. Son olarak jeotermal kaynaklar; yangın, patlama, zehirlenme gibi risk faktörleri taşımadığı için güvenilir olması ile yanma teknolojisi kullanılmadığı için sifıra yakın emisyonla konut, tarım, endüstri, sera ısıtması ve benzeri alanlarda çok amaçlı ısıtma uygulamaları için ideal şartlar sunması azaltılması bakımından yeşil enerji avantajına sahiptir (Jeotermal Enerji, 2018; JEVAK, 2018a).

2.2. Termal Turizm

Termal turizm “*termomineral su banyosu, içme, inhalasyon, çamur banyosu gibi çeşitli türdeki yöntemlerin yanında iklim kürü, fizik tedavi, rehabilitasyon, egzersiz, psikoterapi, diyet gibi destek tedavilerinin birleştirilmesi ile yapılan kür (tedavi) uygulamaları yanı sıra termal suların eğlence ve rekreasyon amaçlı kullanımı ile meydana gelen turizm türü*”dür (KTB, 2018d). Termal otel işletmeleri ise, insanların şifa bulmak veya sağlık amaçlı gittiği şifalı suların bulunduğu yerlerde konaklama, yeme-içme, spor, dinlenme, eğlence, rekreasyon vb. hizmetlerin yanı sıra termal havuz ve banyolar, su kürü, çamur kürü, fizik tedavi vb. hizmetleri de uzman personellerle sunan ve bünyesinde yer aldıkları konaklama tesislerinin tür ve sınıfı belirtilerek isimlendirilen işletmelerdir (Çakıcı vd., 2002).

Termal otel işletmeleri sundukları bu hizmetler doğrultusunda diğer otel işletmelerine göre birtakım farklılıklar göstermektedir. Bu farklılığın temel kaynağı olan ve çeşitli alanlarda kullanılabilen jeotermal kaynakların, doğrudan ve dolaylı olarak her iki şekilde de kullanıldığı sektörlerden en başında turizm endüstrisi ve termal işletmeler gelmektedir (Boyras, 2017). T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı’nca 2005-2006 yıllarında hazırlanan ve 02.03.2007 tarih 26450 sayılı Resmi Gazetede yayınlanarak yürürlüğe giren “Türkiye 2023 Turizm Stratejisi’nde termal turizm, öncelikli olarak geliştirilmesi, desteklenmesi ve öncelik verilmesi gereken alternatif turizm türleri arasında bulunmaktadır. Bu doğrultuda,

- Jeotermal kaynakların bulunduğu bölgeler dikkate alınarak tüm kaynakların değerlendirilmesi,
- Jeotermal suyun etkin bir şekilde dağıtımı amacıyla pilot bölgelerde mahalli idareler birliği ve dağıtım şirketlerinin kurulması,
- Jeotermal kaynak odaklı “Turizm Merkezi” ilan edilebilecek alanların belirlenmesi ve turizm yatırımcılarına tahsisinin gerçekleştirilmesi,
- Troya, Frigya ve Afrodiseya bölgelerinin her birinin termal temalı bölgesel varış noktası olarak geliştirilmesi ve termal turizm kapasitesinin alternatif turizm türleri ile bütünleşmesinin sağlanması,
- Jeotermal kaynakların esas alınarak, termal kentlerin ve nitelikli kür ve tedavi merkezlerinin geliştirilmesi ile Avrupa’da termal turizm konusunda birinci varış noktası olması hedeflenmiştir.

2023 Turizm Stratejisi'nin yayınlandığı 2007 yılı itibariyle, Türkiye'de 10'u yatırım belgeli 12'i işletme belgeli termal otelin toplamda 3,472 odaya ve 9,194 yatak kapasitesine sahiptir (KTB, 2007). Aradan geçen 12 yılı aşkın süre zarfında, termal otel işletmelerinin sayısı 2018 yılında 18'i yatırım belgeli, 69'u işletme belgeli olmak üzere toplamda 87'ye ulaşmış ve yaklaşık üç kat artış göstermiştir. Buna ilave olarak, bu tesislerin yatak kapasitesi ise yine üç kattan fazla artarak 41,506'ya yükselmiştir (KTB, 2019). Termal turizm tesislerindeki bu hızlı büyüme ve gelişmeler doğrultusunda, işletmelerin ihtiyaç duyduğu jeotermal kaynak miktarı da artış göstermiştir. Birincil kullanım sonrasında ortaya çok fazla miktarlarda ikincil termal su çıkması, söz konusu bu suların ise iyi bir şekilde yönetilmesini, değerlendirilmesini, kaynakların koruma ve sürdürülebilirlik açısından ele alınmasını gerektirmektedir.

3. METODOLOJİ

Araştırmanın temel amacı, termal otel işletmelerinde jeotermal kaynak kullanımının yönetsel bakış açısıyla değerlendirilmesidir. Bu doğrultuda; termal otellerde jeotermal kaynakların nasıl ve ne şekilde tedarik edildiği, kullanım alanları ve faydaları ile ilk kullanım sonrasında ikincil suların nasıl ve nerelerde kullanıldığı konusunda işletmelerden bilgiler edinilmesi hedeflenmiştir. Araştırmanın evreni, Türkiye'de faaliyet gösteren T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından turizm işletme belgeli termal otel işletmelerini kapsamaktadır. Bu kapsamda, 2018 yılı Nisan ayında yayınlanan verilere göre Türkiye'de farklı sınıf ve türlerde 25 ayrı ilde 83 adet termal otel işletmesi yer almaktadır (KTB, 2018a). Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket tekniği kullanılmıştır. Anket formu konu ile ilgili Boyraz ve Çetin (2019), Boyraz (2017), Boyraz ve Baytok'un (2017) gerçekleştirmiş olduğu nitel çalışmalarda elde edilen sonuçlar doğrultusunda hazırlanmıştır.

Araştırmada kullanılan anket formu üç bölüm ve 20 sorudan oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların demografik bilgilerini temin etmeye yönelik dokuz; ikinci bölümde işletme niteliklerine yönelik altı; üçüncü bölümde jeotermal kaynak kullanımına yönelik beş soru bulunmaktadır. Araştırma verilerinin toplanmasında Afyonkarahisar, Amasya, Ankara, Denizli, İzmir, Kütahya, Nevşehir ve Yalova illerinde yer alan ve randevu sağlanan termal otel yöneticileri ile yüz yüze görüşülerek anketler uygulanmıştır. Bu illerin dışında kalan diğer 17 ilde faaliyet gösteren termal otellere mail ortamında anketler yönlendirilmiş ve hatırlatma amacıyla birer hafta arayla üç defa tekrar yöneticilere yönlendirilmiştir. Bu doğrultuda üç termal otel işletmesinin kapalı olduğu saptanmış, kalan 80 termal otel işletmesinden ise 40'ının yöneticilerine ulaşılmıştır. Elde edilen verilerin analizinde ise betimsel analiz yöntemi kapsamında; sıklık ve frekans analizi birlikte kullanılmıştır.

4. BULGULAR

Araştırmanın örneklemini oluşturan otellerin faaliyet gösterdikleri illere göre dağılımları incelendiğinde ulaşılan 40 termal otel işletmesinden %50'si Ege Bölgesi'nde yer alan İzmir, Denizli, Afyonkarahisar ve Kütahya illerinde yer almaktadır. Bu illeri takiben Ankara, Nevşehir, Yalova'dan da dörder termal otel, en çok işletme ile temsil edilen diğer iller olarak öne çıkmaktadır. Katılımcıların cinsiyetleri bakımından %90'ını erkekler, %10'unu ise kadınlar oluşturmaktadır. Bunların %80'i 35 ve üzeri yaşa sahipken %20'sinin ise 25-34 yaş aralığında olduğu; %57,5'inin en az lisans mezunu olmasına karşın %25'i lise ve %17,5'i ise önlisans mezunu durumundadır.

Daha önce herhangi bir kademedeki turizm eğitimi almış olan yöneticilerin ise %65'lik bir orana sahiptir. Bununla birlikte katılımcıların yaklaşık %90'ının üst düzey yönetici (genel müdür, genel müdür yrd.) konumunda görev yapmaktadır. Katılımcılar sektör deneyimleri açısından ele alındığında %80'inin konaklama sektöründe en az 11 ve üzeri yıl deneyime sahip olduğu, bu grupta yer alan yöneticilerin ise yarısının termal otel işletmelerinde benzeri bir süre tecrübeye sahip oldukları belirlenmiştir. Diğer bir deyişle, katılımcıların %40'ının termal otellerde, %30'unun ise şuan aktif olarak çalışıyor oldukları işletmelerde en az 11 yıl ve üzeri sürelerde deneyime sahip oldukları tespit edilmiştir. Termal otel işletmeleri faaliyete başladıkları yıllar itibariyle değerlendirildiğinde; %80'inin 20 yıldan, %45'inin ise 10 yıldan daha genç birer işletme oldukları ortaya çıkmıştır.

Araştırmaya katılan termal otel işletmelerinin %77,5'inin bağımsız, %22,5'inin ise zincir oteller bünyesinde gerek ulusal gerekse de uluslararası olarak faaliyet gösterdiği belirlenmiştir. Termal

tesislerin sınıflar açısından ise; çoğunluğunun %52,5 ile beş yıldızlı, ikincil olarak %32,5'inin dört yıldızlı ve en az grubun ise %15 ile üç yıldızlı otel işletmeleri şeklinde dağılım göstermektedir. Oda sayısı bakımından otellerin %67,5'inin 101 oda ve üzeri; yatak sayısı bakımından ise %70'inin 201 yatak ve üzeri kapasiteye sahip olduğu tespit edilmiştir. Tesislerin bu denli yüksek kapasiteye sahip ve %72,5'inin son beş yıllık ortalama doluluk oranlarının %60'ın üzerinde olmasına karşın yarısının 100 kişi ve altında personel ile hizmet verdikleri belirlenmiştir. Jeotermal kaynak sularının kullanım alanı, şekli ve amacı ile bu kullanıma paralel olarak elde edilen avantajların ve kullanım sonrası ortaya çıkan ikincil suların değerlendirilmesi farklı alt boyutları itibarıyla termal otellerde bu değerlere verilen önem ve yoğunluklar değişkenlik gösterebilmektedir. Tablo-1'de termal otellerde jeotermal kaynakların kullanımına yönelik söz konusu bu değişkenler açısından elde edilen bulgulara yer verilmiştir. Başta tesis yapılarının durumu, işletme türü, sınıfı ve faaliyet gösterilen destinasyon olmak üzere pek çok parametre bu önem düzeyindeki değişkenliğe neden olmaktadır. Termal otel işletmelerinde jeotermal kaynak suların tedarik edilme yöntemleri bölgelere ve illere göre değişkenlik gösterebilmektedir. Yöneticilerin verdiği cevaplar incelendiğinde, termal otel işletmelerinin %30'unun kendi kuyuları aracılığıyla termal suların arzını sağlarken, %35'inin belediye veya il özel idareleri tarafından merkezi dağıtım veya merkezi kuyulardan kendi kurdukları taşıma sistemleri ile termal su temin ettiği belirlenmiştir. Bunun yanı sıra termal otellerin %35'inin ise özel dağıtım şirketi tarafından merkezi olarak dağıtım yapılan ya da ayrıca var olan termal turizm boru hatlarından termal su tedarik ettiği saptanmıştır. Araştırma kapsamında termal otel işletmelerinde jeotermal kaynakların %82,5 ile en çok termal havuzlarda ve SPA bölümlerinde; temel olarak %67,5'lik oranda sağlık ve tedavi amacıyla kullanıldığı tespit edilmiştir. Buna karşın termal tesislerin odalarında termal suyu kullanım oranının ise %40 ile sınırlı olduğu görülmektedir. Jeotermal su kaynaklarının önemli kullanım amaçları arasında yer alan enerji ihtiyacının karşılanması ihtiyacı, katılımcı termal otel işletmelerinde de %55 ile önemli bir oranda ve işletmenin farklı bölümlerinde gerçekleştiği görülmektedir. Bu doğrultuda termal otellerin %42,5'inin genel alanların, %37,5'inin odaların ve %22,5'inin ise şebeke sularının ısıtılması amacıyla kullandığı tespit edilmiştir.

Tablo 1: Jeotermal Kaynak Kullanımına İlişkin Bulgular

Belirtilen Özellik	f	%	Belirtilen Özellik	f	%	Belirtilen Özellik	f	%
Tedarik Şekli								
Kendi Kuyusu	12	%30,0	Belediye / Özel İdare	14	%35,0	Özel Dağıtım Şirketi	14	%35,0
Kullanım Alanı/Amacı	Faydaları			İkincil Suların Değerlendirilmesi				
Enerji Kaynağı Olarak	22	%55,0	Enerji Maliyetlerini Azaltır	23	%57,5	Re-enjeksiyon Yapıyoruz	3	%7,5
Genel Alan Isıtılması	17	%42,5	Turistik Çekicilikleri Oluşturur	25	%62,5	Re-enjeksiyona Gönderiyoruz	14	%35,0
Odaların Isıtılması	15	%37,5	Otelin Doluluğunu Artırır	28	%70,0	Kanalizasyona Gönderiyoruz	18	%45,0
Şebeke Suyu Isıtılması	9	%22,5	Müşteriler için Çekim Unsurudur	27	%67,5	Toprağa Deşarj Ediyoruz	7	%17,5
Sağlık ve Tedavi	27	%67,5	Müşterileri Tedavi Eder	27	%67,5	Denize Deşarj Ediyoruz	3	%7,5
Havuzlar ve SPA	33	%82,5	Çevre Kirliliğini Azaltır	16	%40,0	Otel Bahçesinin Sulanması	9	%22,5
Odalar (Banyolar)	16	%40,0	Çevreye Yeni Değerler Katar	22	%55,0	Tarımsal Arazi Sulaması	3	%7,5

Yöneticilerin jeotermal kaynakların en büyük faydasının %70 ile otelin doluluğunu artırma yönünde olduğu; bunun nedeni olarak termal suların tedavi edici özelliğinin olmasıdır. Yöneticilerin jeotermal kaynakların ikincil öncelikli faydasının %67,5 oranı ile müşterileri tedavi etmesi ve müşteriler için çekim unsuru olduğu yönünde görüş bildirmişlerdir. Elde edilen bulgular, bu iki önemli avantajın birbirini tamamlayıcı ve kanıtlayıcı nitelikte olduğunu göstermektedir. Bir diğer önemli bulgu olarak; jeotermal kaynak kullanımının otel işletmeleri için enerji maliyetlerini azalttığı ve minimum seviyeye indirilmesinde %57,5 ile yöneticilerin aynı görüşü paylaştığı tespit edilmiştir. Bu bulgu, jeotermal suların enerji kaynağı amacıyla kullanımına yönelik elde edilen bulgu ile paralellik göstermekte olup; bu amaçla jeotermal kaynak suyu kullanan termal otel işletmelerinin tamamının maliyet avantajı

sağladığı görülmüştür. Yöneticiler, jeotermal kaynakların çevreye yönelik katkılarının gerek yeni değerlerin kazandırılması gerek kirliliğin önlenmesi noktasında diğer faydaları arasında en düşük düzeyde gerçekleştiğini belirtmişlerdir. Bu kapsamda, %40 ile en az faydasının çevre kirliliğinin azaltılması noktasında olduğunu vurgulamışlardır. Bu oran, yöneticilerin çevresel değerlerin korunması ve geliştirilmesi konusunda bilgi eksikliklerinin olduğunu, kullandıkları doğal kaynakların niteliklerine tam olarak hâkim olmadıklarının bir göstergesidir.

Jeotermal kaynak suları termal otel işletmelerinin temel arzını oluşturduğu için yoğun olarak kullanılmaktadır. Sonrasında ise kayıp sular dışında enerji olarak ya da ıslak alanlarda kullanım ile ısıyı düşen jeotermal suların neredeyse tamamına yakını ikincil termal su olarak ortaya çıkmaktadır. Termal otel işletmeleri ikincil suları farklı şekillerde değerlendirebilmekte olup bunların en temel olanı; doğal kaynakların korunması ve sürdürülebilirliğinin sağlanması için geri dönüşümlerinin tamamlanması sürecidir. Yöneticilerin, araştırma kapsamında ikincil termal suları geri dönüşüme gönderme oranlarının %42,5 ile sınırlı kaldığı görülmektedir. Termal oteller gerek kendi imkanları ile %7,5'lik gerekse de özel dağıtım şirketleri tarafından %35'lik oranda re-enjeksiyon yaptıkları; termal kaynak arzını bu özel dağıtım şirketlerinden sağlayan otellerin ise tamamının ikincil termal suları geri dönüşüme gönderdikleri tespit edilmiştir. Buna karşın kendi kuyuları ya da belediye veya il özel idare tarafından termal kaynak arzi sağlayan otellerin ise; merkezi geri dönüşüm hattı olmadığı için kendi imkânları re-enjeksiyon yapmaya çalıştıkları ve bu grupta yer alan otellerin sadece %11,5'inin bunu başardığı belirlenmiştir. Bu durumun nedeni, jeotermal kaynakların korunmasına yönelik kendi kuyusu olan otellerin teknik bilgi birikimlerinin eksik olmasının yanı sıra alanında uzman personel istihdamı sağlamaması; belediye veya il özel idarelerin ise bulundukları bölgelerde geri dönüşüm hatlarında altyapı hizmetlerin eksikliğidir. Yöneticilerin %45'inin, ilk kullanım sonrasında ikincil termal suları direk olarak kanalizasyona gönderdiklerini belirtmesi ilgili illerde geri dönüşüm hatlarının olmadığını doğrular niteliktedir.

5. SONUÇ

Yönetimsel bakış açısı ile termal otel işletmelerinde jeotermal kaynak kullanımının değerlendirilmesi birçok parametre doğrultusunda gerçekleştirilebilir. Araştırma kapsamında öncelikli olarak tedarik yöntemi, kullanım alanları, avantajları ve ikincil suların değerlendirilmesi parametreleri yönünden jeotermal kaynakların kullanımı termal otel işletmeleri açısından incelenmiştir. Araştırmada yapılan veri analizleri elde edilen bulgular dikkate alındığında konuyla ilgili literatür ve jeotermal kaynakların turizm işletmelerinde kullanımı bakımından önemli sonuçlar elde edildiği görülmektedir. Bu sonuçlar arasında; jeotermal kaynakların tedarik yönteminin termal otel işletmeleri arasında çeşitlilik gösterdiği, net ve baskın bir yöntemin olmadığı, destinasyon bazında illere ve bölgelere göre değiştiği, tedarik yöntemi bakımından kendi kuyusundan, merkezi bir dağıtım firması tarafından ya da belediye veya il özel idaresi tarafından termal su tedarik eden işletme sayılarının benzer düzeyde olduğu yer almaktadır. Jeotermal kaynakların termal otellerde en çok termal havuzlarda ve SPA bölümlerinde temel olarak sağlık ve tedavi amacıyla kullanıldığı ve bu doğrultuda jeotermal kaynakların en büyük faydasının ise doluluğu artırması, müşterileri tedavi etmesi ve müşteriler için çekim unsuru olduğu belirlenmiştir. Jeotermal kaynakların bir diğer önemli kullanım amacı ve faydası ise; bu kaynakların enerji kaynağı olarak kullanılması ve bu doğrultuda otel işletmelerinin enerji maliyetlerini azaltması olarak tespit edilmiştir. Jeotermal kaynakların korunması ve sürdürülebilirliği açısından ikincil termal suların geri dönüşüme (re-enjeksiyona) gönderme oranlarının termal otel işletmelerinde çok düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Doğal kaynakların hizmet verilen işletme türü açısından termal oteller için verimli ve etkin kullanımında, sürdürülebilirliğin desteklemesinde ve kaynakların korunmasında karar verici ve denetleyiciler olarak üst düzey yöneticilerin bakış açısı en önemli belirleyiciler olarak jeotermal kaynaklara otel işletmelerinde kullanımına yönelik hassasiyetlerin de en üst düzeyde olması bu turizm türünün gelişimi ve geleceği açısından önem teşkil etmektedir.

KAYNAKÇA

Akkuş, İ. ve Başarır, N. (2018). Türkiye'de Jeotermal Kaynaklar: Araştırmalar, Kullanımlar, Hedef ve Beklentiler. Uluslararası Katılımlı IV. Jeotermal Kaynaklar ve Doğal Mineralli Sular Sempozyumu ve Sergisi, 22-25 Şubat 2018, Afyonkarahisar, 37-38.

- Boyacıoğlu, E.Z. (2013). Turizm İşletmelerinin Çevresel Etkileri. Ş.T. Aydın ve M. Boz (Ed.). *Turizmde Güncel Konu ve Eğilimler* içinde (123-146). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Boyraz, M. (2017). *Termal Otel İşletmelerinde Yönetmelik Bakış Açısıyla Çevre Yönetimi Uygulamalarının Değerlendirilmesi (Yayımlanmamış YL Tezi)*. Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyonkarahisar.
- Boyraz, M. ve Baytok, A. (2018). The Usage Stage of Geothermal Resources: An Application in Environmentally Sensitive Thermal Hotel Establishments. *IV. Uluslararası Katılımlı Jeotermal Kaynaklar ve Doğal Mineralli Sular Sempozyumu ve Sergisi Bildiri Özleri Kitabı*, 21-24 Şubat 2018 Afyonkarahisar, ss.23-24.
- Boyraz, M. ve Çetin, A. (2019). Termal Otel İşletmelerinde Jeotermal Kaynak Kullanımının Yönetici Bakış Açısıyla Değerlendirilmesi: Denizli İli Örneği, *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 10(23), 84-98.
- Çakıcı, A.C., Kozak, M.A., Azaltun, M., Sökmen, A. ve Sarıışık, M. (2002). *Otel İşletmeciliği*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- İzmir Jeotermal (2018). Jeotermal Hakkında http://izmirjeotermal.com.tr/jeotermal_hakkinda_jeotermal_hakkinda-l-1-sayfa_id-101-id-248488-g_id-39981-f-b92d1fd7200 5393f2f12b076a5343662 [Erişim Tarihi: 29.05.2018]
- Jeotermal Kaynaklar ve Doğal Mineralli Sular Kanunu Uygulama Yönetmeliği (JKDMSK). (2007). <http://www.mevzuat.gov.tr/Metin.Aspx?MevzuatKod=7.5.11767&sourceXml=Search&MevzuatIliski=0> [Erişim Tarihi: 29.05.2018]
- Jeotermal Vakfı (JEVAK). (2018a). Jeotermal Projelerin Başlıca Amaç ve Gerekçeleri. <http://www.jeotermalvakfi.org.tr/jeoamac.html> [Erişim Tarihi: 29.05.2018]
- Jeotermal Vakfı (JEVAK). (2018b). Jeotermal Enerji ve Çevre. <http://www.jeotermalvakfi.org.tr/enerjicevre.html> [Erişim Tarihi: 29.05.2018]
- Kahraman, N. ve Türkay, O. (2014). *Turizm ve Çevre*. (6. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (KTB). (2007). Turizm Belgeli Tesisler – İşletme ve Yatırım Belgeli Tesis İstatistikleri 2007. <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,9857/isletme-belgeli-tesisler.html> [Erişim Tarihi: 29.05.2018]
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (KTB). (2019). Turizm İstatistikleri Genel Değerlendirme 2018. <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/Eklenti/62462,2018turizmgenelistatistiklerpdf.pdf?0> [Erişim Tarihi: 10.03.2019]
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (KTB). (2018b). Termal Turizm Master Planı 2007-2023 <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,11481/termal-turizm-master-planı-2007-2023.html> [Erişim Tarihi: 29.05.2018]
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (KTB). (2018c). Türkiye’de Sağlık ve Termal Turizm <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,11479/turkiyede-saglik-ve-termal-turizm.html> [Erişim Tarihi: 29.05.2018]
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (KTB). (2018d). Genel Tanımlar. <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,11475/genel-tanimlar.html> [Erişim Tarihi: 29.05.2018]
- Lindal, B. (1973). Industrial and Other Applications of Geothermal Energy, Armstead, H.C.H Geothermal Energy, UNESCO, Paris.
- Öztürk, H.H. ve Kaya, D. (2015). Jeotermal Enerji Uygulamaları. Kocaeli: Umuttepe Yayınları
- Seçkin, M. (2016). Jeotermal Enerjinin Diğer Kaynaklarla Karşılaştırılması. *Termal Yaşam*. 1(2). 56-57.
- Ulutürk, Y. (2016). Sürdürülebilir Bir Kaynak Yönetimi için Re-enjeksiyonun Önemi. *Termal Yaşam*. 1(2). 36-42.
- Yenilenebilir Enerji Genel Müdürlüğü (YEGM). (2018). “Jeotermal Enerji Nedir?” http://www.eic.gov.tr/yenilenebilir/jeo_enerji_nedir.aspx [Erişim Tarihi: 29.05.2018]

TURİZM KONGRELERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ: 2018 TÜRKİYE ÖRNEĞİ**Arş. Gör. Mehmet BOYRAZ**Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü
mboyraz@aku.edu.tr**Özet**

Bu araştırmanın amacı, Türkiye’de düzenlenen “turizm” ana temalı bilimsel etkinliklerden kongre ve sempozyumların çeşitli bibliyometrik parametreler açısından değerlendirilmesidir. Bu kapsamda, Türkiye’de düzenlenen turizm kongrelerinin ne zaman, nerede, hangi üniversite/üniversitelerin ev sahipliğinde ve nasıl bir formatta düzenlendiği, yayın olanakları, kongre kurulları, katılımcıların dağılımı ve unvanı ile üretilen bilimsel araştırmaların kongrelere ve yazar sayılarına göre dağılımına dikkat çekilerek 2018 yılı itibarıyla mevcut durumun genel olarak ortaya konması benimsenmiştir. Araştırmanın evreni, Türkiye’de 2018 yılı içerisinde düzenlenen 25 ayrı turizm ana temalı kongre ve sempozyumları kapsamaktadır. Veri toplama tekniği olarak nitel araştırma yöntemlerinde doküman-arşiv tarama, verilerin çözümlenmesinde ise betimsel analiz kullanılarak kongre ve bildiriler, sıklık ve yüzde analizlerine tabi tutulmuştur. En çok kongrenin dörder adet ile Şubat, Eylül ve Ekim aylarında yoğunlaştığı, etkinlikler sayı bakımından en çok üç adet İzmir’de olmak üzere 20 ayrı ilde düzenlendiği belirlenmiştir. Araştırma sonucunda, etkinliklerin %76’sı uluslararası, %24’ü ise ulusal nitelikli olduğu; %56’sında tam metin bildiriler ve %40’ında özet bildiriler kitabının yayımlandığı; bilim kurulu üyelerinin akademik unvanları ve uyrukları açısından dağılımların çok farklı dağılımlar gösterdiği ve benzerlik oranlarının çok düşük olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Bilimsel Etkinlik, Akademik Konferans, Turizm Kongreleri.**EVALUATION OF TOURISM CONGRESS: CASE OF TURKEY 2018****Abstract**

The purpose of this research is evaluate scientific tourism congresses and symposium that are held in Turkey in terms of various bibliometric parameters. In this context, the general situation of the current situation of the tourism congress, held in Turkey, has been adopted in terms of time, location, hosting university or universities, formats, publication possibilities, congress committees, types of the participant’s appellations and distribution of proceeding papers according to the number of congresses and authors. The research population includes 25 different conferences and symposiums which has a main theme in tourism and held in 2018 in Turkey. In this qualitative designed research, document-archive scanning was used as a data collection technique, and in the analysis of the data, congresses and papers were subjected to frequency and percentage analysis from descriptive analysis. It was determined that the most congress was held in February, September and October with four, highest number of three in İzmir and in total events were held in 20 different provinces. As a result of the research, it has been determined that the 76% of the academic conferences qualified namely as international and 24% of them as national; 56% of evets published full text proceeding papers book and 40% of them published abstract papers; scientific board members have very different distributions in terms of their academic titles and nationalities, and their similarity rates are very low.

Keywords: Scientific Meeting, Academic Conference, Tourism Congress.**1. GİRİŞ**

Bir alanın kurumsallaşabilmesinin en önemli ölçütlerinden birisi, disiplinle ilgili kongre ve bilimsel etkinlikler düzenlenmesidir (Balci, 2008; Aydın vd., 2005). Akademik kongre ve konferanslar, alanın varlığının veya var olduğunun bir işareti olmalarının yanı sıra, alan katılımcıların özel ilgilerinin paylaşıldığı, tartışıldığı ve yeniden tanımlandığı bir sahanın varlığına da göndermede bulunmaktadır (Oplatka, 2007, 2008, 2012). Akademik toplantılarda müzakere edilen, güncel ve teorik konular ışığında tartışılan bildiriler; alanın entelektüel niteliğinin gelişimi, oluşumu, sınırlarının belirlenmesi

ve tartışılmaya açılması, bilgi temellerinin yeniden inşa edilmesi ve tanımlanması ile ilgili bir platform fırsatı sunarlar (Turan vd., 2015).

Dünyada ve Türkiye’de her yıl, düzenlenen/planlanan bilimsel toplantılara duyulan ilgi giderek artmaktadır. Bu yükselişin en iyi hissedildiği alanlardan birisi olarak sosyal bilimler ve turizm gösterilebilir. Bilimsel kongre ve sempozyum organizasyonların nicelik olarak hızlı bir şekilde artması, aynı tarihlerde birden fazla kongrenin eş zamanlı olarak düzenlenmesi, aynı temaya yönelik farklı zaman dilimlerinde ve farklı kurumlar tarafından organize edilen fakat yakın tarihli gerçekleştirilen kongrelerin artış göstermesi akıllara turizm kongrelerinin niceliğe karşılık ne kadar nitelikli olduğu sorusunu getirmektedir. Son zamanlarda akademik konferansların bilimsel nitelikten ziyade ticari amaçla para kazanmak için gerçekleştirilmesi, kongre organizasyon masraflarının karşılanmasına yönelik kaygıların giderilmesi için farklı ücret tarifelerinin sunulması, birden fazla çalışma için yüksek ek ücretlerin talep edilmesi, gönderilen bildirilerin herhangi bir hakem değerlendirmesinden geçmeden direk olarak kabul edilmesi, bazı kongrelerde bildirilerin sunulmasına gerek duyulmaması veya canlı bağlantı olmaksızın önceden kaydedilmiş kısa bir video ile bildiri sunumlarının kabul edilebildiği vb. düşünceler diğer kongreler üzerinde baskı oluşturabilmekte ve sanki tüm bilimsel etkinliklerin böyle olduğu yönünde negatif bir algı ortaya çıkmakta, akademik yükselmelerde ise etkilerinin azaldığı görülmektedir. Bu noktadan hareketle, turizm kongrelerine yönelik bir durum değerlendirilmesinin yapılmasının gerekliliği ortaya çıkmıştır. Araştırma kapsamında ise bu doğrultuda 2018 yılı içerisinde Türkiye’de gerçekleştirilen turizm temalı kongreler incelenmiştir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bibliyometri kavramı matematiksel ve istatistiksel yöntemlerin kitaplar ve diğer iletişim ortamlarına uygulanması olarak ifade edilmektedir (Pritchard 1969:348). Bibliyometrik analiz ise, belirli bir alanda belirli bir dönemde ve belirli bir bölgede kişiler ya da kurumlar tarafından üretilmiş yayınların ve bu yayınlar arasındaki ilişkilerin sayısal olarak analizidir (Tübitak Cabim, 2019). Bibliyometrik araştırmalarda belgelerin ya da yayınların belirli özellikleri çözümlenerek bilimsel iletişime ilişkin çeşitli bulgular elde edilmektedir.

Bilimsel etkinlikler, turizm alanının teorik temellerinin oluşturulması sürecinde belirleyici olabilmekte, birçok yönüyle ilgili alandaki mevcut kuramların ve yeni olguların sınanması, farklı izahları ve modellerin ortaya konulması açısından çok sayıda araştırmacının bir araya gelmesiyle bilimsel araştırmaların yönü ve niteliği hakkında önemli tartışmalarına imkân verebilmektedir. Kongre veya sempozyumlarda sözlü olarak sunulan ve sonrasında tam metin olarak yayınlanan bildiriler, bilimsel etkinliklerin somut çıktısı olarak ilgili alana yönelik güncel gelişme ve değişimler hakkında bilgi verebilir (Boyraz ve Sandıkcı, 2018). Ulusal literatür incelendiğinde, Türkiye’de turizm alanındaki yayınlara yönelik yapılan bibliyometri araştırmalarının çoğunlukla tez ve makalelere yönelik gerçekleştirildiği, bildirilere ilişkin değerlendirmelerin ise daha düşük düzeyde kaldığı görülmektedir.

Akademik kongrelere yönelik ise literatürde sadece kongre çıktıları olarak yer alan bildirilerin ya tekil bir kongre ya düzenli olarak gerçekleştirilen bir kongre dizisi (Liu vd., 2011; Çakıcı vd., 2013; Türktarhan, 2014; Şahin ve Acun, 2015; Yılmaz, 2017; Baytok vd., 2018; Sümer, 2018) ya da belirli bir tarih dönemi (Boyraz ve Sandıkcı, 2018; Boyraz, 2018, Sandıkcı vd., 2018) açısından incelendiği belirlenmiştir. Kongre Uzmanı (2019) verilerine göre 2018 yılı boyunca Türkiye’de 1972 adet kongre, sempozyum vb. bilimsel etkinlik düzenlenmiştir. Ancak herhangi bir bilimsel kongrenin niteliklerinin veya belirli bir dönemdeki kongrelerin hepsinin birden ele alındığı bir araştırmaya rastlanmamıştır.

3. YÖNTEM

Bu araştırmanın amacı, 2018 yılı içerisinde Türkiye’de düzenlenen “turizm” ana temalı bilimsel etkinliklerden kongre ve sempozyumların çeşitli bibliyometrik parametreler açısından değerlendirilmesidir. Bu kapsamda, Türkiye’de düzenlenen turizm kongrelerinin ne zaman, nerede, hangi üniversite/üniversitelerin ev sahipliğinde ve nasıl bir formatta düzenlendiği, yayın olanakları, kongre kurulları, katılımcıların dağılımı ve unvanı ile üretilen bilimsel araştırmaların kongrelere ve

yazar sayılarına göre dağılımına dikkat çekilerek 2018 yılı itibariyle mevcut durumun genel olarak ortaya konması benimsenmiştir. Araştırmanın evreni, Türkiye’de 2018 yılı içerisinde düzenlenen turizm kongreleri ile bu kongrelerde sözlü olarak sunulan bildirileri kapsamaktadır. Bu aşamada ilk etapta akademik kongre/sempozyum sektörüne yönelik güncel bilgi paylaşımı yapan Kongre Uzmanı (2019) web sitesi üzerinden belirtilen yıllar itibariyle düzenlenmiş turizm temalı kongreler tespit edilmiştir. İkinci aşamada, belirtilen kongre ve sempozyumlara yönelik bu organizasyonlara aktif katılım sağlayan ve turizm eğitimi veren kurumlarda en az 10 yıllık deneyim sahibi öğretim üyeleri ile görüşme gerçekleştirilerek isimleri netleştirilmiştir. Sonrasında ise tespit edilen kongre ve sempozyumların web sitelerine ve bildirimlere yönelik basılı olan materyallere erişim sağlanmıştır.

Dördüncü aşamada ise ulaşılan web siteleri ile bildirimlere yönelik basılı veya elektronik olarak yayınlanan özet bildiriler kitap, tam metin bildiriler kitabı, sponsor dergilerin kongre bildirimlerine yönelik özel sayıları ve kongre sonrası hazırlanan kitaplar incelenmiştir. Araştırma ile Türkiye’de 2018 yılı içerisinde 29 farklı turizm kongresi planlandığı fakat iki kongrenin belirlenemeyen nedenlerden dolayı iptal edildiği, iki kongrenin ise tarih değişikliği ile 2019 yılına ertelendiği tespit edilmiştir. İki kongre kapsamında ise tam metin bildiriler kitabı olmadığı için değerlendirmeye tabi tutulmamıştır. Bu noktadan hareketle, belirtilen nitelikleri taşıyan 25 ayrı turizm temalı kongre ve sempozyumu araştırmanın örneklem grubunu oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplama tekniği olarak nitel araştırma yöntemlerinde doküman-arşiv tarama, verilerin analiz edilmesi için ise betimsel analiz ile içerik analizi birlikte kullanılmıştır. Kongre ve bildiriler, istatistik paket programı aracılığıyla sıklık ve yüzde analizlerine tabi tutulmuş ve çapraz tablolar eşliğinde değerlendirilmiştir.

4. BULGULAR

Türkiye’de 2018 yılı içerisinde Ocak ve Ağustos ayları dışında 10 farklı ayda 25 adet turizm temalı kongre, sempozyum vb. nitelikli bilimsel etkinlik düzenlenmiştir. Bu etkinliklerin düzenlendiği şehir, tarih ve üniversiteler ile üretilen bildiri çalışmalarının kongre çıktılarında yer alma düzeyine göre dağılımına ilişkin bulgular Tablo-1’de yer verilmiştir. Düzenlenen tarih itibariyle organizasyonların en fazla dörder adet ile Şubat, Eylül ve Ekim aylarında yoğunlaştığı, etkinlikler sayı bakımından ise en çok üç adet İzmir’de ve ikişer adet Kocaeli, Nevşehir ve Sivas illerinde olmak üzere 20 ayrı ilde düzenlendiği görülmektedir. Bilimsel etkinliklerin düzenleyen üniversite veya kurum açısından %88’i en az bir üniversitenin ev sahipliğinde/koordinatörlüğünde, geri kalan %12’si ise sivil toplum kuruluşları tarafından gerçekleştirilmiştir. Kongre ve sempozyumların isimleri doğrultusunda %76’sının uluslararası, %24’ünün ise ulusal nitelik düzeyinde olduğu vurgulanmaktadır. Bilimsel etkinlik çıktısı olarak yayın türleri incelendiğinde; etkinliklerin %56’sında tam metin bildiriler kitabı, %40’ında özet bildiriler kitabı ile %44’ünde bir akademik dergi kapsamında kongre veya sempozyuma özel olarak hazırlanan bir sayı kapsamında ve %16’sında ise bildirilerin kitapta bir bölüm olarak ulusal veya uluslararası bir yayınevi tarafından kitap şeklinde yayımlandığı tespit edilmiştir. Bununla birlikte etkinliklerin %16’sında bildiriler için hem özet hem de tam metin kitapları yayınlanırken bir etkinlik için herhangi bir türde yayın çıktısı olmamıştır.

Tablo 1: 2018 Yılında Türkiye’de Gerçekleştirilen Turizm Kongreleri/Sempozyumları

#	Kongre Adı	Şehir/İlçe	Tarih	Üniversite/Kurum	Ö	TM	ÖS	K
1	Uluslararası Sivas Turizmi Kongresi (1. SUTK)	Sivas	23-25 Şubat	Cumhuriyet	-	√	-	-
2	4. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu (4. DTS)	İzmir	23-24 Şubat	Dokuz Eylül	-	-	-	-
3	Gastronomi Zirvesi (GZ)	Ankara	22-25 Mart	Gazi	√	-	√	-
4	3. Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu (3. UDATS)	Hatay İskenderun	20-21 Nisan	İskenderun Teknik	-	√	-	-
5	1. Uluslararası Çocuk Dostu Turizm Kongresi (1. UÇDTK)	Sivas	25-28 Nisan	Cumhuriyet	√	-	√	-
6	17. Geleneksel Turizm	Düzce	26 Nisan	Düzce	-	-	-	-

	Sempozyumu (17. GTS)							
7	1. Turizm Rehberliği Kongresi (1. TRK)	Balıkesir	27-28 Nisan	Balıkesir	√	-	-	√
8	8. Uluslararası Sağlık Turizmi Kongresi (8. STK)	Aydın Kuşadası	03-06 Mayıs	Sağlık Turizmi Derneği	√	√	-	-
9	5. Uluslararası Spor Bilimler, Turizm ve Rekreasyon Öğrenci Kongresi (5. USBTRK)	Manisa	07-09 Mayıs	Manisa Celal Bayar	√	-	-	-
10	7. Ulusal 2. Uluslararası Kırsal Turizm Kongresi (7. Kırsal TK)	Muğla Bodrum	10-13 Mayıs	Muğla Sıtkı Koçman	√	√	√	-
11	Cittaslow Türkiye 3. Eko-Gastronomi Kongresi (3. Eko GK)	Bolu Göynük	29-30 Haziran	Ataşehir Adıgüzel MYO	√	-	-	√
12	4. Uluslararası Türk Dünyası Turizm Sempozyumu (4. UTDTS)	Kastamonu Ilgaz	19-21 Temmuz	Kastamonu	√	√	√	-
13	2. Uluslararası Sürdürülebilir Turizm Kongresi (2. USTK)	Gümüşhane	20-22 Eylül	Gümüşhane	-	√	-	-
14	1. Uluslararası Gastronomi Turizmi Araştırmaları Kongresi (1. UGAK)	Kocaeli	20-22 Eylül	Kocaeli	-	√	-	-
15	2. Uluslararası Batı Asya Turizm Araştırmaları Kongresi (2. IWACT)	Van	27-30 Eylül	Van Yüzüncü Yıl	√	√	√	-
16	2. Uluslararası Turizmin Geleceği; İnovasyon, Girişimcilik ve Sürdürülebilirlik Kongresi (2. FUT)	Mersin	27-29 Eylül	Mersin	-	√	√	-
17	10 th World Conference for Graduate Research in Tourism, Hospitality and Leisure (10. CGR)	Nevşehir Kapadokya	02-07 Ekim	Anatolia Turizm Akademisi	-	√	√	√
18	6 th Interdisciplinary Tourism Research Conference (6. ITRC)				-	√	√	√
19	19. Ulusal Turizm Kongresi (19. UTK)	Afyonkarahisar	17-21 Ekim	Afyon Kocatepe	-	√	-	-
20	Prof. Dr. Hasan Olalı Turizm Sempozyumu (1. HOTS)	İzmir Foça	18-21 Ekim	Dokuz Eylül	-	-	√	-
21	1. Uluslararası Turizm ve Mimarlık Konferansı (1. MTK)	Karabük Safranbolu	24-27 Ekim	Karabük	√	-	-	-
22	1. Uluslararası Turizmde Yeni Jenerasyonlar ve Yeni Trendler (1. INGANT)	Sakarya	01-03 Kasım	Sakarya Uygulamalı Bilimler	-	√	-	-
23	2. Uluslararası Turizm, Ekonomi ve İşletme Bilimleri Kongresi (2. ICTEBS)	Kocaeli Kartepe	01-04 Kasım	Kocaeli	-	-	√	-
24	2. Uluslararası Turizm ve Kültürel Miras Kongresi (2. UTKM)	Şanlıurfa	07-11 Kasım	Muğla Sıtkı Koçman	-	-	√	-
25	4. Uluslararası Gastronomi Turizmi Kongresi (4. UGTK)	İzmir	06-08 Aralık	İzmir Ekonomi, Dokuz Eylül	-	√	-	-

Ö: Özet bildiriler kitabı, **TM:** Tam metin bildiriler kitabı, **ÖS:** Akademik bir dergide özel sayı, **K:** Kitap veya kitapta bir bölüm

Tablo-2’de turizm kongre ve sempozyumlarında yer alan çeşitli kurullar ile bu kurullarda yer alan üyelerin dağılımına ilişkin bulgulara yer verilmiştir. İlk olarak, etkinliklerin %68’inde onur kurulu olarak ulusal ve yerel düzeyde bakanlık, valilik, belediye veya rektörlük gibi kamu kurumlarından yetkililerin yer aldığı belirlenmiştir. İkinci olarak, kongre ve sempozyumların %72’sinde bir danışma kurulunun var olduğu, bunların ise sadece %33’ünde en az bir yabancı uyruklu akademisyenin yer aldığı tespit edilmiştir.

Uluslararası nitelikli kongrelerde danışma kurulunun varlığı %79 iken ulusal kongrelerde ise %50’dir. Bilim kurulu üyeleri açısından etkinlikler incelendiğinde, gerek kuruldaki toplam üye sayısı ile görev yapılan kurum türü açısından gerek üyelerin milliyet bakımından yerli ya da yabancı olmaları gerekse de kurul üyelerinin akademik unvanları açısından çok farklı dağılımlar gösterdiği ve benzerlik oranlarının çok düşük olduğu görülmektedir. Kongrelerin uluslararası veya ulusal olarak nitelendirilmesine göre bilim kurulu üyelerinin taşıdığı özelliklerin de benzer şekilde belirli bir uyum göstermemektedir. Son olarak düzenleme kurulları ve üyelerinin de etkinlikler arasında belirli bir standart taşımadığı, beş kişilik düzenleme komitelerine karşın 37 veya 33 kişilik organizasyon ekiplerinin de var olduğu görülmektedir.

Kongre ve sempozyumlardaki toplam yazar sayısı ve çeşidi açısından etkinlik bazlı değerlendirme yapıldığında, en fazla çoklu bildiri üretiminin yapıldığı organizasyonun %59 ile “7. Kırsal Turizm Kongresi” ile “2. Uluslararası Turizm, Ekonomi ve İşletme Bilimleri Kongresi”, bireysel katılma oranının en yüksek olduğu etkinlik ise ulusal nitelikte %98 ile “Prof. Dr. Hasan Olalı Turizm Sempozyumu” ve uluslararası olarak %94 ile “4. Uluslararası Gastronomi Turizmi Kongresi” öne çıkmaktadır. İkinci olarak, katılımcı üniversitelerin yerli/yabancı durumlarına göz önüne alındığında, birtakım uluslararası nitelik taşıyan kongre ve sempozyumların bilim kurullarında yabancı öğretim üyesi bulundurmasına rağmen üretilen bildirilerde herhangi bir yabancı uyruklu yazarın yer almadığı görülmektedir. Bu durum organizasyonların taşıdığı isim niteliği ile kapsam niteliğinin uyuşmadığını, diğer bir ifade ile adı uluslararası olarak tanımlanan kongre veya sempozyumların içerdiği özellikler çerçevesinde uluslararası bir nitelik taşımadığını göstermektedir.

Etkinliklerde yer alan bildirilerin yayın türü açısından yaklaşık %49’unun özet olarak, %45’inin ise tam metin formatında olduğu; iki etkinlik kapsamında ise bildirilere yönelik herhangi bir çıktının olmadığına rastlanmıştır. Yayın dili bakımından ise bildirilerin %88 gibi büyük çoğunluğunun Türkçe, geri kalan yaklaşık %12’lik oranın ise İngilizce, Rusça, Azerice ve Orta Asya ülkelerinin dillerinde yazıldığı tespit edilmiştir.

Dolayısıyla bu noktada da, adında uluslararası tamlaması olan kongre ve sempozyumlardan bazılarının hem katılımcıları hem temsil edilen üniversiteler hem de çalışmaların yayın dili gibi tüm değişkenler açısından Türkçe nitelik taşıması bir çelişki oluşturmaktadır. Böylece tüm paydaşları yerli (ulusal) olan etkinliklerin uluslararası olarak nitelendirildiği görülmektedir. Diğer taraftan tam tersi bir durum olarak, yayın dili tamamen Türkçe dışındaki dillere odaklanmış tüm paydaşları yabancı nitelik taşıyan uluslararası etkinliklerin de varlığı söz konusudur.

Tablo 2: Kongre ve Sempozyum Kurulları ile Kurul Üyelerinin Dağılımı

#	Onur Kurulu	Danışma Kurulu			Bilim Kurulu								Düzenleme Kurulu						
		Toplam	Yerli	Yabancı	Toplam	Üniversite	Yerli	Yabancı	Prof. Dr.	Doç. Dr.	Öğr. Ü.	Dr.	Toplam	Prof. Dr.	Doç. Dr.	Dr. Öğr. Ü.	Öğr. Gör.	Arş. Gör.	Diğer
1	3	9	9	-	46	23	39	7	3	17	21	5	5	1	-	-	-	-	4
2	-	-	-	-	88	28	88	-	45	24	19	-	12	-	1	4	1	6	-
3	1 4	10	10	-	189	73	18 2	7	56	53	77	3	10	2	-	-	-	6	2
4	1	21	21	-	78	-	71	7	20	18	35	5	11	-	1	5	4	-	1
5	3	-	-	-	35	30	30	5	28	5	2	-	18	1	2	8	3	2	2
6	-	-	-	-	81	5	81	-	24	25	27	5	8	1	3	1	-	3	-
7	2	-	-	-	104	-	10 4	-	46	42	16	-	7	1	3	1	-	2	-
8	1 3	30	26	4	59	-	53	6	43	13	3	-	5	1	-	-	-	-	4
9	7	13	13	-	82	-	21	61	-	-	-	82	37	-	-	18	11	8	-
10	-	6	6	-	97	43	88	9	41	56	-	-	15	2	2	7	3	-	1
11	3	5	5	-	12	10	12	-	11	-	-	1	7	-	-	1	-	-	6
12	4	4	1	3	130	53	98	32	71	59	-	-	34	2	4	11	9	4	4
13	3	13	13	-	150	61	13 9	11	60	45	45	-	13	1	-	5	5	2	-
14	4	18	18	-	107	64	10 2	5	39	35	33	-	7	1	4	2	-	-	-
15	2	-	-	-	93	45	81	12	50	14	18	11	10	1	-	8	1	-	-
16	9	12	9	3	119	42	10 6	13	39	43	37	-	24	1	4	2	-	17	-
17	-	21	4	17	69	65	1	68	69	-	-	-	9	2	-	2	-	1	4
18	-	21	4	17	69	65	1	68	69	-	-	-	9	2	-	2	-	1	4
19	4	13	13	-	76	47	76	-	76	-	-	-	19	1	6	4	5	3	-
20	-	11	11	-	48	29	48	-	-	-	-	48	9	2	-	3	-	4	-
21	-	-	-	-	39	19	32	7	11	9	17	2	33	3	3	17	1	9	-
22	4	17	15	2	89	51	81	8	89	-	-	-	11	-	-	4	1	5	1
23	-	15	15	-	61	34	51	10	36	25	-	-	11	-	1	4	6	-	-
24	6	9	8	1	114	53	88	26	44	43	27	-	12	-	6	3	3	-	-
25	3	-	-	-	47	35	40	7	17	14	11	5	16	1	1	3	-	-	11
f	8 5	22 7	19 7	30	201 3	81 0	17 12	30 1	91 8	54 0	38 8	16 7	34 3	2 4	41	11 3	53	72	40
%	-	10 0	86, 8	13, 2	100	-	85, 0	15, 0	45, 6	26, 8	19, 3	8, 3	10 0	7, 0	12, 0	32, 9	15, 5	21, 0	11, 7
x	3, 4	9, 1	7,9	1,2	80, 9	32, 4	68, 5	12, 4	37, 1	21, 6	15, 5	6, 7	13, 7	1, 0	1,6	4,5	2,1	2,9	1,6

Tablo-3'te kongre ve sempozyumlarda sunulan bildirilerin katkı sunan yazarların sayıları ve ortalamaları bakımından dağılımına ilişkin bulgulara yer verilmiştir. Bu kapsamda, bildirilerin en çok %43,9 ile iki yazarlı olarak gerçekleştirildiği, onu takiben %25,2 ile üç yazarlı ve %18,5 ile tek yazarlı olarak hazırlandığı görülmektedir. Etkinlik bazında incelendiğinde ise, bildiri başına en düşük yazar sayısının 1,71 ile "*Prof. Dr. Hasan Olalı Turizm Sempozyumu*"nda ve en yüksek ortalamanın ise 3,34 ile "*5. Uluslararası Spor Bilimler, Turizm ve Rekreasyon Öğrenci Kongresi*"nde olduğu belirlenmiştir.

Etkinlik isimlerinin ulusal veya uluslararası nitelendirilmesine göre yazar sayılarının dağılımlarında belirgin bir farka rastlanılmamasına rağmen, Akademik Teşvik Ödeneği Yönetmeliği'nin değiştiği tarih itibarıyla bilimsel toplantılar değerlendirildiğinde önceki döneme göre tekil yayınların oranının belirgin şekilde arttığı tespit edilmiştir. Diğer taraftan kongrelerde birkaç yazarlı ortak çalışmaların yanı sıra katkı sunan yazar sayısının altı, yedi ve sekize ulaştığı bildiri çalışmalarının da var olduğu göze çarpmaktadır.

Son olarak, kongre ve sempozyumlara katılım sağlayan ve bildirilere katkı sunan yazarların akademik unvanlarına göre dağılımı incelenmiştir. Bu doğrultuda, bilimsel toplantılara en çok %27,3 ile doktor unvanını almış (*doktor, doktor araştırma görevlisi, doktor öğretim görevlisi ve doktor öğretim üyesi*) öğretim elemanlarının katılım sağladığı, onu %25,8 ile henüz doktora eğitimini tamamlamamış araştırma görevlileri ve öğretim görevlilerinin oluşturduğu akademik grubun takip ettiği saptanmıştır. Akademik kariyerin iki önemli dönüm noktası olan doktora ve doçentlik aşamaları göze önüne alındığında bu durumun ortaya çıkması normal karşılanabilir. Diğer taraftan, katılımcıların %12,7'sini doçentler ve %10,8'ini ise profesörler oluştururken yazarların %23,5'ine ilişkin herhangi bir unvan bilgisine ulaşılamamıştır.

Tablo 3: Kongrelerdeki Yayınların Yazar Sayısı Bakımından Dağılımı

	1		2		3		4		5		6		7		8		Topla m Bildiri	Yaza r*
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
1. SUTK	8	17,0	14	29,8	16	34,0	9	19,1	-	-	-	-	-	-	-	-	47	2,55
4. DTS	2	11,1	8	44,4	7	38,9	-	-	-	-	-	-	1	5,6	-	-	18	2,56
GZ	12	9,9	71	58,7	27	22,3	8	6,6	3	2,5	-	-	-	-	-	-	121	2,33
3. UDATS	22	11,8	75	40,1	60	32,1	22	11,8	6	3,2	1	0,5	1	0,5	-	-	187	2,58
1. UÇDTK	5	13,5	14	37,8	18	48,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	37	2,35
17. GTS	-	-	33	82,5	6	15,0	1	2,5	-	-	-	-	-	-	-	-	40	2,20
1. TRK	10	14,7	27	39,7	21	30,9	9	13,2	1	1,5	-	-	-	-	-	-	68	2,47
8. STK	8	21,6	12	32,4	7	18,9	5	13,5	3	8,1	2	5,4	-	-	-	-	37	2,70
5. USBTRK	9	5,2	40	23,3	46	26,7	46	26,7	23	13,4	8	4,7	-	-	-	-	172	3,34
7. Kırsal TK	47	23,4	91	45,3	48	23,9	13	6,5	-	-	-	-	-	-	2	1,0	201	2,19
3. Eko GK	4	36,4	5	45,5	2	18,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	11	1,82
4. UTDTs	22	23,2	43	45,3	23	24,2	7	7,4	-	-	-	-	-	-	-	-	95	2,16
2. USTK	10	16,4	24	39,3	15	24,6	11	18,0	-	-	1	1,6	-	-	-	-	61	2,51
1. UGAK	7	9,5	30	40,5	25	33,8	11	14,9	1	1,4	-	-	-	-	-	-	74	2,58
2. IWACT	45	23,3	101	52,3	38	19,7	6	3,1	3	1,6	-	-	-	-	-	-	193	2,07
2. FUT	21	16,7	61	48,4	34	27,0	8	6,3	2	1,6	-	-	-	-	-	-	126	2,28
10. CGR	15	55,6	2	7,4	3	11,1	6	22,2	1	3,7	-	-	-	-	-	-	27	2,11
6. ITRC	2	11,1	9	50,0	2	11,1	2	11,1	1	5,6	2	11,1	-	-	-	-	18	2,83
19. UTK	13	14,0	47	50,5	27	29,0	3	3,2	2	2,2	-	-	1	1,1	-	-	93	2,33
1. HOTS	10	41,7	11	45,8	3	12,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	24	1,71
1. MTK	17	26,6	38	59,4	9	14,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	64	1,88
1. INGANT	10	13,5	36	48,6	25	33,8	3	4,1	-	-	-	-	-	-	-	-	74	2,28
2. ICTEBS	40	35,1	48	42,1	21	18,4	4	3,5	1	0,9	-	-	-	-	-	-	114	1,93
2. UTKM	21	37,5	21	37,5	12	21,4	2	3,6	-	-	-	-	-	-	-	-	56	1,91
4. UGTK	4	30,8	5	38,5	2	15,4	1	7,7	-	-	-	-	1	7,7	-	-	13	2,38
Toplam	364	18,5	866	43,9	497	25,2	177	9,0	47	2,4	14	0,7	4	0,2	2	0,1	1971	

* Kongredeki bildiri başına düşen yazar sayısını ifade etmektedir.

5. SONUÇ

Bu çalışmada Türkiye’de organize edilen “turizm” ana temalı bilimsel etkinliklerden kongre ve sempozyumlar çeşitli bibliyometrik parametreler açısından değerlendirilmiş ve 2018 yılı itibariyle mevcut durumun genel olarak ortaya konması benimsenmiştir. Çalışma ile Türkiye’de 2018 yılı içerisinde 10 farklı ayda 25 adet turizm temalı kongre veya sempozyumun düzenlendiği, bu etkinliklerin Şubat, Eylül ve Ekim aylarında yoğunlaştığı, en çok etkinliğin üç adet İzmir’de ve toplamda 20 ayrı ilde düzenlendiği, %88’i en az bir üniversitenin ev sahipliğinde gerçekleştirildiği, %76’sının uluslararası ve %24’ünün ulusal olarak nitelendirildiği tespit edilmiştir. Kongre veya sempozyumların %56’sında tam metin bildiriler kitabı, %40’ında özet bildiriler kitabı, %44’ünde akademik dergilerde makale ve %16’sında kitapta bir bölüm olarak bilimsel etkinliklerin çıktısı olan bildirilerin değerlendirildiği belirlenmiştir. Deniz turizmi, sürdürülebilir turizm, kırsal turizm, çocuk dostu turizm, sağlık turizmi, turizm rehberliği gibi farklı turizm türlerine yönelik gerçekleştirilen kongre ve sempozyumlarda en çok ilginin dört adet ile gastronomi turizmi ana temalı konferansa yönelik olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Kongre ve sempozyumlarda yazarların katılım sıklığının %59 ile %98 arasında değişkenlik gösterdiği, birtakım uluslararası nitelik taşıyan etkinliklerin bilim kurullarında yabancı öğretim üyesi bulundurmasına rağmen üretilen bildirilerde herhangi bir yabancı uyruklu yazarın yer almadığı, organizasyonların taşıdığı isim niteliği ile kapsam niteliğinin uyuşmadığını, diğer bir ifade ile adı uluslararası olarak tanımlanan kongre veya sempozyumların içerdiği özellikler çerçevesinde uluslararası bir nitelik taşımadığını sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmalarda İngilizce, Rusça, Azerice ve Orta Asya ülkelerinin dillerinin kullanıldığı ancak oranının %12 ile çok düşük düzeyde kaldığı, adında uluslararası tamlaması olan kongre ve sempozyumlardan bazılarının hem katılımcıları hem temsil edilen üniversiteler hem de çalışmaların yayın dili gibi tüm değişkenler açısından Türkçe nitelik taşıdığı ve tüm paydaşları yerli (ulusal) olan etkinliklerin uluslararası olarak nitelendirildiği araştırmada elde edilen diğer önemli bir sonuçtur. Diğer taraftan akademisyenlerin gün geçtikçe çoğalan bu tür etkinliklere daha fazla ilgi duyduğu ve artan sayıda bildirilerde paydaş olarak yer aldığı, bu tür etkinliklerde ortalama 1,71 ile 3,34 arasında değişen ortalama yazar sayısı ile çalışmaları ortak olarak yürüttükleri tespit edilmiştir.

Türkiye’de bilimsel toplantıların takip edileceği ortak bir ağ bulunmamaktadır. Yaygınlaşan internet kullanımı ve gelişen internet teknolojilerine bağlı olarak bir internet sitesinin bulunmaması, bilimsel toplantıların düzenlenmesinde eşgüdümlü hareket edilmesi imkânını sınırlamaktadır. Çünkü bu tür etkinliklere katılmayı planlayan akademisyenlerin ilgi alanları içerisinde yer alan konularda aynı tarihte ve aynı çalışma alanında iki benzer ya da farklı konulardaki bilimsel toplantının yapılabilecek olması ihtimali araştırmacıları sınırlandırmakta ve ortaya konulacak akademik çalışmaların niteliğini olumsuz yönde etkilemektedir. Araştırmacılar ilgi duydukları ve tarih olarak çakışan fakat lokasyon olarak iki ayrı (uzak) şehirde planlanan toplantıların her ikisine de katılım imkânı bulamamakta ve bu durumda katılımcı bir tercih yapmak durumunda kalmaktadır. Bilimsel toplantılar düzenleyecek üniversite ve kurumlar tarafından resmi yazı, elektronik posta, internet duyurusu, sosyal medya kullanımı, davetiye gönderimi, afiş basımı vb. yöntemler ile duyurulmakta, duyuru içerisinde bilimsel toplantılara ait özel bilgilere yer verilmektedir.

Planlama ve bilimsel toplantının duyurulması aşaması, bilimsel toplantıların tarihinden oldukça önce (ortalama altı ay-bir yıl) olacağından ileri tarihte düzenlenecek bilimsel toplantıların tamamını toplu, sistematik ve düzenli bir şekilde görmek bilimsel çalışma gayreti içinde olan tüm katılımcıların daha programlı ve bütüncül bir çalışma disiplini ortaya koymalarına olanak sunacaktır (Göçoğlu vd., 2016). Böylece çoğunlukla tesadüf eseri söz konusu bilimsel toplantılardan haberdar olan katılımcılar açısından birtakım aksaklıklar henüz ortaya çıkmadan giderilebilecektir.

KAYNAKÇA

Aydın, İ., Kepenekçi, Y., Memduhoğlu, H. ve Oğuz, E. (2005). Eğitim Bilimlerinin Dünyadaki Kurumsal Gelişimi (185- 191). XIV. Ulusal Eğitim Bilimleri Kongresi. Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi. 28-30 Eylül 2005. Denizli. Kongre Kita- bı. Ed. Hüseyin Kıran. Ankara: Anı yayıncılık.

- Balcı, A. (2008). Türkiye’de Eğitim Yönetiminin Bilimleşme Düzeyi. Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi, 14(2), 181-209.
- Baytok, A., Boyraz, M., Çetin, A., Mutlu, H. ve Katırcıoğlu, E. (2018). Ulusal Turizm Kongrelerinde Yer Alan Etik ve Sosyal Sorumluluk Konulu Bildirilerin Değerlendirilmesi, 19. *Ulusal Turizm Kongresi*, 17-21 Ekim 2018, Afyonkarahisar, 391-404.
- Boyraz, M. ve Sandıkcı, M. (2018). Gastronomi Bildirilerinin Değerlendirilmesi: Turizm Kongreleri Örneği (2013-2017), *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4), 873-889.
- Çakıcı, A.C., Yıldırım, O. ve Karacaoğlu, S. (2013). Ulusal Turizm Kongreleri Bildirilerinin Bibliyometrik Profili, 14. *Ulusal Turizm Kongresi*, Kayseri.
- Göçoğlu, V., Turna, A. ve Öktem, M.K. (2016). Türkiye’de Bilimsel Toplantıların Organize Edilmesi: TÜBİTAK1 Üzerine Bir Örgüt Geliştirme Önerisi, *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 4(4), 1-31.
- Kongre Uzmanı (2019). Türkiye’de Düzenlenen Kongreler <https://www.kongreuzmani.com/> [Erişim Tarihi: 01.01.2019]
- Liu, W., Zhong, L., Ip, C. ve Leung, D. (2011) *An Analysis of Research on Tourism Information Technology: The Case of ENTER Proceedings*. In: Law, R., Fuchs, M. ve Ricci, F. (Eds) *Information and Communication Technologies in Tourism 2011*. Vienna: Springer.
- Oplatka, I. (2007). The Scholarship of Educational Management: Reflections from The 2006 CCEAM Conference. *International Studies in Educational Administration*, 35(1), 92-104.
- Oplatka, I. (2008). The Field of Educational Management: Some Intellectual Insights from the 2007 BELMAS Conference. *Management in Education*, 22(3), 4-10.
- Oplatka, I. (2012). The 2011 BELMAS Conference: New Topics, Diverse Ideas, Much More International Than Before. *Management in Education*, 26(1), 21-27.
- Özdemir, M.Ç. ve Akın, F. (2018). Türkiye’de Uygulanan Akademik Teşvik Sisteminin Karşılaştırmalı Analizi, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(56), 834-850.
- Pritchard, A. (1969). Statistical Bibliography or Bibliometrics? *Journal of Documentation*, 25(4), 348-349.
- Şahin, S. ve Acun, A. (2015). Turist Rehberliği Alanının Bibliyometrik Profili (Ulusal Turizm Kongreleri Bildirileri), *Balıkesir Üniversitesi SBE Dergisi*, 18(34): 213-234.
- Sandıkcı, M., Boyraz, M., Mutlu, H. ve Gökçe, F. (2018). Gastronomi Araştırmaları Bibliyografyası Bildiri, Makale, Tez 2013-2017, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Sümer, S.I. (2018). A Brief Assessment of Tourism Related Studies: An Example of ICSSR Conferences. *Journal of Tourism Theory and Research*, 4(1), 16-20.
- Tübitak Cabim (Cahit Arf Bilgi Merkezi). (2019). Bibliyometri Nedir? <http://cabim.ulakbim.gov.tr/bibliyometrik-analiz/bibliyometrik-analiz-sikca-sorulan-sorular/> [Erişim Tarihi:05.02.2019]
- Turan, S., Bektaş, F., Yalçın, M. ve Armağan, Y. (2015). Eğitim Yönetimi Alanında Bilgi Üretim Süreci: Eğitim Yönetimi Kongrelerinin Rolü ve Serüveni, 10. *Ulusal Eğitim Yönetimi Kongresi*, 142-144.
- Türkatarhan, G. (2014). Türkiye’de Turizm Alan Yazınının İncelenmesi “Sistematik Türkiye Turizm İşletmeciliği Bibliyografyası (1929-1984)” Üzerine Bir İnceleme. *VII. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi*. Ankara: Detay Yayıncılık, 182-199.
- Yılmaz, G. (2017). Ulusal Turizm Kongrelerinde Gastronomi Ve Mutfak Sanatları Alanı İle İlgili Yayınlanan Bildiriler Üzerine Bir Araştırma. *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 6(1), 24-39.

MUHASEBE MESLEK MENSUPLARININ KURUMLAR VERGİSİNE BAKIŞI**Dr.Öğr.Üyesi Hakan Yavuz**Sakarya Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, Maliye Bölümü
hyavuz@sakarya.edu.tr**Zeynep Bakır**Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Maliye Bölümü
zeynep54012@gmail.com**Özet**

Kurumlar vergisi, hemen hemen tüm ülkelerde en önemli vergi gelir kalemlerinden biridir. Sermaye hareketliliğinin hız kazanmasıyla birlikte kurumlar vergisinin ülke ekonomileri üzerindeki etkisi de artmıştır. Bu çalışmanın amacı kurumlar vergisinin hesaplanması ve ödenmesi aşamasında etkin rol alan muhasebe meslek mensuplarının kurumlar vergisine yönelik bakışlarını belirlemektir. Literatürde kurumlar vergisiyle ilgili yapılan çalışmaların bir kısmı hukuki ve teorik yönden, bir kısmı doğrudan mükellefler özelinde ampirik metotlarla ele alınmıştır. Bu çalışmada ise mükellefle vergi idaresi arasında köprü vazifesi gören muhasebe meslek mensuplarının, kurumlar vergisi ile ilgili düşünceleri ve ifadelerine anket yöntemi kullanılarak yer verilmiştir. Bursa ilinde 287 muhasebe meslek mensubu ile yapılan anket aracılığıyla kurumlar vergisinde vergi uyumunun düşük olduğu, kurumlar vergisi oranının yüksek olduğu ve bu oranın düşürülmesi halinde uzun vadede yatırım, istihdam ve üretim potansiyelinin artacağı belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Vergi, Kurumlar Vergisi, Muhasebe Personeli**THE OVERVIEW OF CORPORATION TAX OF ACCOUNTING PROFESSIONALS****Abstract**

Corporation tax is one of the most important tax revenue items in almost all countries. With the acceleration of capital mobility, the impact of corporation tax on national economies has also increased. The aim of this study is to determine the attitudes of professional accountants who have an active role in the calculation and payment of corporation tax on corporation tax. In the literature, some of the studies on corporation tax have been handled legally and theoretically, and some have been handled directly by taxpayers by empirical methods. In this study, the opinions and expressions of the professional accountants who act as bridges between taxpayers and tax administration about corporation tax are given by using survey method. In the survey conducted with 287 professional accountants in Bursa, it was determined that the tax compliance in corporation tax is low, corporation tax rate is high and if this rate is decreased, investment, employment and production potential will increase in the long term.

Keywords: Tax, Corporation Tax, Professional Accountant**1. GİRİŞ**

Devletler kamu hizmetlerini gerçekleştirebilmek ve sosyal devlet ilkesinin gereklerini yerine getirebilmek için çeşitli kaynaklara ihtiyaç duyar. Vergiler bu kaynakların başında gelmektedir. Tarihi süreçle birlikte vergiler kamu hizmetlerinin finansmanını sağlamanın yanında ekonomik ve sosyal çeşitli amaçlara da hizmet etmektedir. Kurumlar vergisi ve gelir vergisi ülkemizde geliri vergilendirmek düşüncesiyle alınmaktadır. Kurumlar vergisi ve gelir vergisinin konusu aynı olmakla birlikte bu iki vergiyi birbirinden ayıran temel özellik vergilendirilen kazancı elde eden mükellefin hukuki statüsüdür. Kurumlar vergisinin mükellefleri; sermaye şirketleri, kooperatifler, iktisadi kamu kuruluşları, dernek ve vakıflara ait iktisadi işletmeler, iş ortaklıklarıdır. Kurumlar vergisi, vergi gelirleri içerisinde önemli bir paya sahiptir. 2018 yılında toplam vergi gelirlerinin %11,4'ünü kurumlar vergisi oluşturmuştur. Dünyadaki sermaye hareketliliğinin hız kazanması ve ülke ekonomilerinin sermayeyi kendilerine çekme isteği üzerinde kurumlar vergisinin de etkin rol oynaması, kurumlar

vergisıyla ilgili yapılan çalışmalarda artış meydana getirmiştir. Birçok dünya ülkesinde kurumlar vergisi, matrahı ve oranı başta olmak üzere tartışma konusu olmaktadır. Ülkemizde de kurumlar vergisi uygulanmaya başlandığı tarihten itibaren konusu, matrahı ve oranı olmak üzere daha verimli bir kaynak haline getirilebilmesi için çeşitli reformlar gerçekleştirilmiş ve gerçekleştirilmeye de devam edilmektedir.

Bu çalışmada öncelikle kurumlar vergisinin tanımına gerekliliğine yer verilecek daha sonra kurumlar vergisinin toplanması aşamasında önemli role sahip olan muhasebe meslek mensuplarının vergiye bakışının analiz edilmesi için yapılan anket çalışmasıyla ilgili özgün yorumlara değinilecektir.

2. KURUMLAR VERGİSİNİN TANIMI VE GEREKLİLİĞİ

Gelir vergisinin konusu kurumlar vergisinin konusunu da kapsamaktadır. Bir kurum şayet gelir vergisi kanunda yer alan yedi unsurdan herhangi birinden, birkaçından veya tamamından gelir elde ediyorsa bu gelir kurum kazancı olarak tanımlanmaktadır. Kurumlar tarafından elde edilen kazanç ve iratlar kurum kazancını oluşturmaktadır (Şenyüz ve diğ., 2019: 159). Kurumlar vergisi tarife yapısı düz oranlıdır. Gelir vergisi artan oranlı uygulanırken kurumlar vergisinin düz oranlı uygulanması iki vergiyi birbirinden ayıran bir diğer özelliktir.

Vergi sistemimiz içerisinde kurumlar vergisinin ayrı bir kanun olarak kabul edilmesinin temel gerekçelerinden biri 'kurum' statüsünün faydalarından yararlanan, ortaklarının ise sorumluluklarının sınırlı olduğu sermaye şirketlerini, ortaklarından bağımsız daha etkin bir şekilde vergilendirilmesi gerektiği düşüncesidir (Öncel ve diğ., 2015: 329).

Kurumlar vergisinin gerekliliği ve haklılığı ile ilgili birçok düşünce geliştirilmektedir. Bu başlıklara örnek verilecek olunduğunda:

- Ayırma Teorisi: Emek ve sermaye gelirinin aynı şekilde vergilendirilmemesi gerektiği, sermaye gelirinin emekten daha yüksek vergilendirilmesi düşüncesi bu düşüncenin toplum üzerinde vergi adaletini sağlaması açısından gerekli olduğu savunulmaktadır.
- Gelir Vergisini Tamamlama Aracı: Bir başka gerekliliğini savunan düşünceye göre ise kurum kazancının tamamının dağıtılmaması gelir vergisine göre vergilendirilmesini güçleştirdiği için gelir vergisini tamamlama aracı olarak varlığı önem arz etmektedir.
- Hizmet ve Sosyal Devlet Bedeli Teorisi: Kurumların üretim faaliyetlerini gerçekleştirirken meydana getirmiş olduğu negatif dışsallıkların bir bedeli olarak gerekli görülmektedir.
- Devlet İçin Uygun Gelir Kaynağı Olma Teorisi: Kamu hizmetlerinin gerçekleştirilmesi için gelir kaynaklarına ihtiyaç duyan devletlerin kurum gelirlerindeki potansiyeli vergilendirmek istemesi bu vergilendirme neticesinde elde edilen gelirin vergi gelirleri içerisinde önemli bir dilimi meydana getiriyor olması en önemli gerekçelerinden birini oluşturmaktadır (Edizdoğan ve diğ., 2015: 285).

3. TÜRKİYE'DE KURUMLAR VERGİSİNİN VE ORANININ TARİHİ GELİŞİMİ

Kurumlar vergisi dünyanın birçok ülkesinde Birinci Dünya Savaşından sonra yeni bir kaynak oluşturulabilmesi için gelir vergisinden bağımsız olarak uygulamaya konulmuştur. Ülkemizde de 1949 yılında kabul edilmiş olan 5422 sayılı Kurumlar Vergisi Kanunu ile yürürlüğe girmiş ve 1950 yılında uygulamaya başlanılmıştır. 5422 Sayılı Kanun 2006 yılına gelindiğinde 5520 Sayılı Kanun olarak revize edilmiştir.

3.1. Kurumlar Vergisi Oranının Tarihi Gelişimi

Ülkemizde kurumlar vergisi ilk uygulamaya başlanıldığında %10 civarındayken, 1980 yıllarına gelindiğinde bu oran %50'ler civarına ulaşmıştır (Avcı, 2009: 90). Kurumlar vergisi oranı ülkemizde düz oranlı uygulanıyor olup, kurumlar vergisinin adil etkin ve basit bir şekilde uygulama alanı bulabilmesi için en uygun tarifenin düz oranlı olduğu çeşitli yazarlar arasında hâkim düşüncedir.

Tablo 1: Türkiye’de Kurumlar Vergisi Oranının Yıllar İtibarıyla Değişimi(%)

Yıllar	Oran	Yıllar	Oran
1990	46	1999	30
1991	46	2000	30
1992	46	2001	30
1993	46	2002	30
1994	25	2003	30
1995	25	2004	33
1996	25	2005	30
1997	25	2006	20
1998	25	2007/2008	20
		2018/2020	22

Tablo 1’de görüldüğü gibi kurumlar vergisi oranı 1990 yılında %46’iken yıllar itibarıyla düşüş eğilimi gösterdiği gözlemlenmektedir. Kurumlar vergisi oranı başta olmak üzere teşvikler ve mükelleflere sağlanan ödeme kolaylıkları özellikle çok uluslu şirketlerin yatırım yapma kararları konusunda etkin rol oynamaktadır (Hines, 2001: 2). Son yıllarda birçok ülke vergi rekabetinin hız kazanmasıyla vergi reformları gerçekleştirilmiş olup, vergi oranlarında düşüş gerçekleştirdiği bilinmektedir. Kurumlar vergisi oranının ülkemizde de düşürülmesi rakip ekonomiler arasında dezavantajlı olmamızın önüne geçecektir.

4. LİTERATÜR İNCELEMESİ

Öncel (2005) yılında kurumlar vergisindeki değişim sürecini ve uluslararası vergi rekabetini incelemiştir. Çalışmaya bakılacak olduğunda hemen hemen birçok ülkenin vergi sistemi içerisinde önemli paya sahip olan kurumlar vergisinin süreç içerisinde ekonomik ve sosyal fonksiyonlarının öneminin artmasıyla matrahı ve oranı başta olmak üzere bir değişim süreci gerçekleştirdiği vurgulanmaktadır. Kurumlar vergisinin şirketlerin yatırım kararları üzerindeki etkisinin artması vergi oranındaki değişimleri de beraberinde getirmiştir. Türkiye’ de de bu oranın güncellenerek uluslararası vergi rekabeti içerisinde dezavantajlı olmasının önüne geçilmiştir.

Avcı (2009) yılında vergi oranlarının yatırımlar üzerine etkisini ölçmek amacıyla 20 OECD ülkesi üzerinde bir inceleme yapmıştır. Yapılan çalışmanın sonucunda istenilen sermayenin ülke ekonomilerine çekilebilmesi için maliye politikası ve iktisat politikalarının birbirlerinden destek alınarak yürütülmesi gerektiği, vergi oranının düşürülmesinin yabancı yatırımların ülke ekonomilerine çekilebilmesinde etkili olabileceği sonucuna varılmıştır.

Berkay ve Armağan (2011) yılında uluslararası boyutta çifte vergilendirme sorunu ve sebeplerine değinmiş, Türk vergi sistemini bu açıdan ele almıştır. Çifte vergileme aynı matrah üzerinden birden fazla vergi alınmasından kaynaklanmaktadır. Çifte vergilemenin modern vergileme ilkelerine ters düştüğü, AB ülkelerinde vergi uyumlaştırılmasının tam anlamıyla sağlanamadığı ve Türkiye’de Vergi Usul Kanununu maddelerinin yoruma açık olmasının olumsuz sonuçlar meydana getirdiği sonucuna varılmıştır.

Tarcan (2018) yılında kurumlar vergisinin ekonomik etkilerini analiz etmek ve bu alandaki problemleri ortaya koymak amacıyla bir çalışma yapmıştır. Çalışmanın neticesinde kurumlar vergisi oranının düşürülmesinin yatırımları artıracığı, mükellefin üzerindeki yükü azaltacağı ve daha yüksek miktarda vergi toplanarak ekonomiye katkısının artacağı sonucuna ulaşılmıştır.

Dökmen(2018) yılında OECD ülkelerinde kurumlar vergisi oranı ile hasılat ilişkisini incelemiştir. Yapılan çalışmanın sonucunda kurumlar vergisi oranı ile hasılat arasında ters oranlı bir ilişki olduğu, Laffer eğrisinin kurumlar vergisi açısından da geçerli olduğu, kurumlar vergisi hasılatının maksimum seviyede olduğu vergi oranının ise %34 olduğu belirlenmiştir.

5. ALAN ARAŞTIRMASI

Bu bölümde muhasebe meslek mensuplarının kurumlar vergisine bakışı anket çalışması yürütülerek belirlenmeye çalışılmış alınan yanıtlar değerlendirilerek kısa yorumlara yer verilmiştir.

5.1. Bulgular

Tablo 2: Anket Katılımcılarının Demografik Bilgileri

Yaş	Frekans	Yüzde
19-26	29	10,1
27-35	100	34,8
36-44	70	24,4
45 ve üstü	88	30,7
Eğitim Durumu	Frekans	Yüzde
Lise	18	6,3
Önlisans	25	8,7
Lisans	224	78
Lisansüstü	20	7
Çalışma Süresi	Frekans	Yüzde
1-10 yıl	171	67,9
11-20 yıl	81	32,1
21-30 yıl	63	22
31 yıl ve üstü	20	7
Cinsiyet	Frekans	Yüzde
Kadın	117	40,8
Erkek	170	59,2

Tablo 2'e bakıldığında anket katılımcılarının %40,8'i kadın, %59,2 si ise erkek katılımcılardan oluşmaktadır. Muhasebe meslek mensuplarının çalışma süreleri analiz edildiğinde çalışma süresi 1-10 yıl aralığında olanlar %67,9 kalan kısım ise 11 yıl ve üzerini kapsamaktadır.

Anket katılımcılarının eğitim durumlarına bakılacak olunduğunda lise ve önlisans toplamı %15'lik payı oluştururken lisans ve lisansüstü katılımcıların çoğunlukta olduğu %85'lik payı oluşturduğu gözlemlenmektedir. Katılımcıların yaş aralığının ise 19-26 yaş aralığının %10,1'lik kısmı kalan kısmın 27 yaş ve üstü olduğu gözlemlenmektedir.

Tablo 3: Muhasebe Meslek Mensuplarının Kurumlar Vergisi Oranına Bakışı

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
	%	%	%	%	%
Kurumlar vergisini adaletli buluyorum.	32,1	34,1	12,5	12,2	9,1
Kurumlar ödedikleri verginin karşılığını kamu hizmeti olarak geri almaktadır.	33,1	33,1	19,5	9,8	4,5
Kurumlar vergisi mükellefleri ödedikleri vergi hakkında yeterli bilgiye sahiptir.	29,3	36,9	11,8	18,8	3,1
Kurumlar vergisine yönelik vergi aflarını destekliyorum.	40,1	26,8	7,7	16,7	8,7
Kurumlar vergisi mükellefleri vergisini zamanında ödemektedir.	22,3	39,7	21,6	14,6	1,7
Kurumlar vergisi ödeme süresi artırılmalıdır.	16	22,3	16	31	14,6
Kurumlar vergisi mükellefleri vergisini eksiksiz ödemektedir.	28,9	38,3	19,2	11,1	2,4
Kurumlar vergisi mevzuatını anlaşılır buluyorum.	37,6	25,1	19,5	15,3	2,4
Kurumlar vergisine ilişkin değişiklikleri yakından takip ederim.	4,9	3,8	11,5	53,7	25,8
Kurumlara yönelik vergi teşviklerini yeterli buluyorum.	26,8	38,3	17,8	13,2	3,8

Tablo 3'e bakacak olunduğunda muhasebe meslek mensuplarının "Kurumlar vergisini adaletli buluyorum", "Kurumlar ödedikleri verginin karşılığını kamu hizmeti olarak geri almaktadır." İfadesine katılmadıkları gözlemlenmektedir. Kurumlar vergisinin adaletli bulunmaması karşılığının kamu hizmeti olarak geri alındığının yüksek oranda ifade edilmesi vergiye katılımı, vergi uyumunu negatif yönde etkileyeceği düşünülmektedir.

"Kurumlar vergisi mükellefleri ödedikleri vergi hakkında yeterli bilgiye sahiptir", "Kurumlar vergisi mevzuatını anlaşılır buluyorum.", ifadelerine yüksek oranda katılım sağlanmadığı tespit edilmiştir. Kurumlar vergisi mevzuatının sık sık değiştiği ve anlaşılabilir olmadığı ifade edilmiş olup bu durumun verginin özümsemesini güçleştirdiği düşünülmektedir. Buna rağmen muhasebe meslek mensuplarının "Kurumlar vergisine ilişkin değişiklikleri yakından takip ederim" ifadesine yüksek oranda katıldıkları değişikliklerin takip edilmesinin vergi alacağının sağlanması konusunda çaba gösterdikleri tespit edilmiştir.

"Kurumlar vergisine yönelik afları destekliyorum" ifadesine yüksek oranda katılmadıkları afların vergisini gününde ödeyen mükellefin vergiyi zamanında ödeme konusundaki motivasyonunu düşürdüğü, idareye olan güvenin azalmasına sebep olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4: Muhasebe Meslek Mensuplarının Kurumlar Vergisi Oranına Bakışı

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Kurumlar Vergisi Oranıyla İlgili Görüşler					
	%	%	%	%	%
Kurumlar vergisi oranı yüksektir.	11,1	15,3	9,4	32,4	31,7
Kurumlar vergisi oranının düşürülmesi yatırım kararlarını olumlu etkiler.	3,1	11,1	10,5	43,9	31,4
Kurumlar vergisi oranının indirilmesi kayıtdışı ekonomiyi azaltır.	4,9	9,8	13,6	40,4	31,4
Kurumlar vergisi oranının düşürülmesi vergi gelirlerini artırır.	3,8	10,5	13,2	39,7	32,8
Kurumlar vergisi oranının düşürülmesi, bu vergide mükellef sayısını artırır.	4,5	7,1	14,3	40,1	34,1

Tablo 3' e bakıldığında kurumlar vergisi oranının yüksek olduğu düşüncesinin hakim olduğu tespit edilmiştir. Kurumlar vergisi oranının yüksek olması yerli ve yabancı yatırım kararlarını olumsuz yönde etkilediği, kurumlar vergisi oranının düşmesi halinde yatırım kararlarının olumlu yönde etkileneceği düşünülmektedir. Bunun yanı sıra kurumlar vergisi oranının düşmesi halinde kurumların vergi yüklerinin azalacağı bunun ise kayıt dışı ekonomiyi azaltacağı düşünülmektedir.

Kurumlar vergisi oranının düşmesinin vergi gelirlerine pozitif etki yaratacağı ve kurumlar vergisi mükellef sayısını artıracığı görülmektedir. Kurumlar vergisi oranı ile mükellef sayısı ve vergi hasılatı arasında doğru orantılı bir ilişki olduğu görülmektedir.

6. SONUÇ

Günümüzde kurumlar vergisi dünyada ve ülkemizde önemli bir yere sahiptir. Vergi rekabetinin artması kurumlar vergisinin yatırım kararları üzerinde etkin rol oynaması bu konu ile ilgili tartışmalar ve reformlar yapılmasının gerekçesini oluşturmaktadır. Kurumlar vergisinin ülke ekonomileri içerisindeki öneminin artması bu konuyla ilgili yapılan çalışmaların çoğalmasını da beraberinde getirmiştir.

Yapılan çalışmada kurumlar vergisinin toplanması aşamasında mükellefle idare arasında önemli bir yere sahip olan muhasebe meslek mensuplarının kurumlar vergisine bakışı anket çalışması yürütülerek tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu çalışma Bursa ili özelinde gerçekleştirilmiş olup vergiye katılımın

artırılabilmesi, vergi oranının belirlenebilmesi ve ekonomi üzerine etkisinin daha olumlu hale getirilebilmesine yönelik sonuçlar elde edilmiştir.

Anket katılımcılarının kurumlar vergisini adil bulmadığı bunun sebebini ise kurum olmanın ülkemizde çok kolay bir şekilde gerçekleştirilip kurumlar vergisi mükellefi olunmasının ve gelir vergisine nazaran daha düşük oranda bir vergi oranı uygulanmasının, gelir vergisi mükellefine yönelik adaletsiz bir sonuç meydana getirdiği düşünülmektedir.

Vergi oranının yüksek olduğu, düşürülmesi halinde yatırım, istihdam ve vergiye gönüllü katılımı pozitif yönde etkileyeceği sonucuna varılmıştır. Vergi aflarının mükellefin idareye olan güveni üzerinde olumsuz etki yarattığı, vergi aflarının desteklenmediği tespit edilmiştir. Kurumlar vergisi ödeme süresiyle ilgili sorulan soruya alınan yanıtlar doğrultusunda mükelleflerin ödeme süresinden ziyade, ödeme kolaylıkları sağlanması gerektiği örneğin taksit sayısı oluşturulması gibi çözüm yolları geliştirilmesinin vergiye katılım ve vergi gelirleri üzerinde artış meydana getireceği, vergi aflarına ve yapılandırılmalara duyulan ihtiyaçların ise azalacağı sonucuna varılmıştır.

KAYNAKÇA

- Avcı, H.B. (2009), Kurumlar Vergisi Oranının Yabancı Sermaye Yatırımları Üzerine Etkisi: OECD Ülkelerine Yönelik Bir Panel Çalışması, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Berkay, A., Armağan, R., (2011), Vergilendirmenin Uluslararası Boyutlarından Çifte Vergilendirme Sorunsalının Türk Vergi Sistemine Etkisi, *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, Cilt:3, Sayı:5.
- Dökmen, G. (2018), Kurumlar Vergisi Oranı Hasılat İlişkisi: OECD Örneği, *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt: 1, Sayı:3,ss.77-97. .
- Jr.Hines, James R. (2001). Corporate Taxation, University of Michigan and NBER, (February,2001).
- Öncel, M., Kumrulu, A., Çağan, Nami. (2015), *Vergi Hukuku*, Turan Kitap Evi, 24. Baskı, Ankara.
- Tarcan, Y. (2018), Kurumlar Vergisi Mükellefinin Vergiye Bakışı, Yüksek Lisans Tezi, Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Şenyüz, D., Yüce M., Gerçek A. (2019), *Türk Vergi Sistemi*, Bursa: Ekin Kitap Evi, 16. Baskı.
- Öncel, Yenal. (2005), Kurumlar Vergisinde Değişim ve Uluslararası Vergi Rekabeti, *Maliye Araştırma Merkezi Konferansı*, 47.Seri, İstanbul.

ŞEHİR İMAJININ AİDİYET ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: KANDIRA ÖRNEĞİ**Doç. Dr. Fatih KOÇ**Kocaeli Üniversitesi, Kandıra Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Uluslararası İşletmecilik ve Ticaret
Bölümü, fatihkoc2004@gmail.com**Öğr. Gör. Oktay ÇETİN**Kocaeli Üniversitesi, Kandıra Meslek Yüksekokulu, Pazarlama ve Dış Ticaret Bölümü,
oktaycetin@hotmail.com**Prof. Dr. Ümit ALNİAÇIK**Kocaeli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü,
ualniacik@hotmail.com**Özet**

Günümüzde, gelişmek isteyen şehirlerin kullandığı önemli araçlardan birisi de şehir pazarlamasıdır. Şehir pazarlamasının da ilk adımı eşsiz bir şehir imajı oluşturmaktır. Şehir imajının oluşturulmasında, şehrin sahip olduğu özelliklerin çekicilik unsuru olarak kullanılması önem arz etmektedir. Dünyadaki önemli şehirler sahip oldukları doğal, tarihi, kültürel, sanatsal ve ekonomik çeşitli özelliklerini turistleri, yatırımcıları, nitelikli çalışanları ve ekonomik değer oluşturacak diğer bireyleri (öğrenci vb.) şehre çekmek için imaj ögesi olarak kullanmaktadırlar. Bu çalışmada, küçük bir ilçe olan Kandıra şehrinin imajı ve şehre duyulan aidiyet değişkenleri, şehirde yaşayanlar ve şehre üniversite eğitimi almaya gelmiş öğrenciler üzerinden karşılaştırma yaparak incelenmiştir. Araştırmanın temel amacı, şehir imajının aidiyet üzerindeki etkisinin, küçük şehirler için nasıl çalıştığını belirlemektir. Bu kapsamda, toplam 554 kişiden yüz yüze anket yöntemi ile veri toplanmıştır. Araştırmanın amacına ulaşmak için, basit doğrusal regresyon analizi kullanılmıştır. Yapılan analizler sonucunda, şehir imajının çevre ve eğlence boyutunun Kandıra'da yaşayanlar için aidiyetin oluşmasında etkili olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte, öğrencilerin şehre aidiyetinin oluşmasında gelişmişlik ve eğlence boyutu ön plana çıkmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Şehir İmajı, Aidiyet, Kandıra**THE EFFECTS OF CITY IMAGE ON PLACE ATTACHMENT: THE CASE OF KANDIRA****Abstract**

Nowadays, city marketing is one of important tools used by cities that want to develop. The first step in city marketing is to create a unique city image. In creating the image of the city, it is important to use the features of the city as an attraction element. Important cities in the world use their natural, historical, cultural, artistic and economic features as an image element to attract tourists, investors, qualified employees and other individuals (students, etc.). In this study, the place attachment and the city image of Kandıra, which is a small district, were examined by comparing the city residents and the students who came to Kandıra for higher education. The main purpose of the research is to determine how the impact of city image on place attachment employs for small cities. In this context, the data were collected from 554 people by face to face survey method. In order to achieve the aim of the study, linear regression analysis was used. As a result of the analyses, for the people living in Kandıra, it was found that environment and entertainment dimensions of city image have effect on place attachment. However, the development and entertainment dimensions come into prominence in the formation of the students' place attachment.

Keywords: City Image, Place Attachment, Kandıra District

1. GİRİŞ

Günümüzde, gelişmek isteyen şehirlerin kullandığı önemli araçlardan birisi de şehir pazarlamasıdır. Şehir pazarlamasının da ilk adımı eşsiz bir şehir imajı oluşturmaktır. Şehir imajının oluşturulmasında, şehrin sahip olduğu özelliklerin çekicilik unsuru olarak kullanılması önem arz etmektedir.

Dünyadaki önemli şehirler sahip oldukları doğal, tarihi, kültürel, sanatsal ve ekonomik özelliklerini turistleri, yatırımcıları, nitelikli çalışanları ve ekonomik değer oluşturacak diğer bireyleri (öğrenci vb.) şehre çekmek için şehir imajını kullanmaktadırlar. Literatürde, büyük ölçekli (nüfus, ekonomik ve coğrafi büyüklük gibi) şehirlerin imajını inceleyen bir çok çalışma vardır (Kim ve Lee, 2015; Ci ve Choi, 2017; Cassia, Vigolo, Ugolini ve Baratta, 2017; Del Rio, 1992). Bu çalışmada, küçük ölçekteki kırsal şehirlerin şehir imajı ele alınmıştır.

Literatürde yapılan çalışmalarda, genellikle, şehrin sakinleri ve turistlerin şehir imajı algıları incelenmiştir (Ramkissoon ve Nunkoo, 2011; Smith, 2005; Bramwell ve Rawding, 1996; Papadimitriou, Apostolopoulou ve Kaplanidou, 2013). Bu çalışmada ise, şehrin sakinleri ve şehirde geçici olarak belli bir süre yaşamış kişilerin (öğrenci) şehir imajı algıları karşılaştırma yapılarak incelenmiştir. Böylece, kırsal küçük şehirlerin imajının sakinler ve geçici bir süre şehirde yaşayanlara göre karşılaştırılması yapılmıştır.

Şehir imajı dışında bu çalışmada ele alınan önemli bir diğer konu ise, bir yere duyulan aidiyettir. Aidiyet bireyin bir yere bağlanması ile ilgili bir kavramdır. Bu çalışmada, şehir imajının aidiyet üzerindeki etkisi incelenmiştir. Şehir imajının bireyin yere bağlanmasında önemli bir gücü olduğu, yapılan çeşitli araştırmalar sonucunda tespit edilmişti (Manyiwa, Priporas ve Wang, 2018; Silva, Kastenholz ve Abrantes, 2013). Bu çalışmada ise bu etki, kırsal küçük şehirler için, hem şehirde yaşayanlar hem de geçici bir süre şehirde kalanlarda nasıl gerçekleştiği sorusu irdelenmiştir.

Bu çalışmada kırsal küçük şehir olarak Kocaeli'ye bağlı Kandıra ilçesi ele alınmıştır. Araştırmanın temel amacı, kırsal küçük şehirlerin imajının aidiyetin oluşumundaki etkisinin şehirde yaşayanlara ve şehre üniversite eğitimi almaya gelmiş öğrencilere göre karşılaştırma yaparak incelenmektir.

2. LİTERATÜR

2.1. Kandıra İlçesi

Kandıra İlçesi Kocaeli'nin Karadeniz kıyısında bulunan tek ilçesidir. Nüfusu yaklaşık 50 bin dir. Tarihinin milattan önceki dönemlere kadar ulaştığı çeşitli kaynaklarda ifade edilmektedir (<https://kocaeli.ktb.gov.tr>). Kandıra turizm, tarım ve hayvancılık alanlarında ekonomik faaliyetlerin sürdürüldüğü bir şehirdir. Özellikle, yaz aylarında Karadeniz kıyısındaki bir çok bölgede deniz turizmi yapılmaktadır ve çok fazla turist çekmektedir. Bunların yanı sıra Kandıra, Kandıra bezi ve Kandıra taşı gibi tarihsel ve ekonomik değeri olan alanlara sahiptir (www.kandira.gov.tr).

2.2. Şehir İmajı

İmaj, bir nesne hakkında insanların zihninde oluşan mental resimdir ve şehir imajı da insanların şehre yönelik tutum ve eylemlerinden oluşmaktadır (Gilboa, Jaffe, Vianelli, Pastore ve Herstein, 2015). Şehir imajı, insanların bir kentle ilgili sahip oldukları inanç, fikir ve izlenimlerin toplamı olarak tanımlanmıştır (Kotler, 1997).

Şehirde yaşayan, turist ve diğer tarafların şehir hakkındaki düşünceleri genel olarak şehir imajını oluşturmaktadır. Bu noktada, şehirlerin sahip olduğu özelliklerin şehir imajının oluşmasında etkili olduğu söylenebilir. Şehir imajı çok boyutlu bir yapıya sahiptir. Yapılan çeşitli çalışmalarda, şehirlerin sahip olduğu özellikler şehir imajının boyutları olarak kullanılmaktadır (Gilboa vd., 2015).

Şehir imajı kavramı, şehirlerin yönetilmesi ve pazarlanması alanlarında çok fazla ön plana çıkmıştır. Günümüzde şehirler birçok yönleri ile diğer şehirlerle rekabet halindedir. Bu açıdan bakıldığında şehir pazarlaması ve şehir imajı kavramları daha da önemli hale gelmektedir.

Şehir imajı şehirde yaşama, ziyaret etme (Paddison, 1993; Chen ve Funk, 2010), şehri başkalarına önerme (Papadimitriou, Apostolopoulou ve Kaplanidou, 2013) ve şehirden memnuniyet (Chon, 1990) gibi pozitif sonuçlar doğurabileceği gibi, şehirden kaçma (Preus, 2005 şeklinde negatif sonuçlarda doğurabilir.

Bu çalışmada şehir imajının şehre yönelik aidiyetin oluşmasındaki olası etkisi ele alınmıştır. literatürde yapılan çalışmalarda, şehir imajının aidiyet üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir (Lee, Busser ve Yang, 2015; Manyiwa vd. 2018). Bir yerde yaşayanlar (sakinler), şehirde uzun süre kaldıkları için, doğrudan temas yoluyla şehre aidiyet geliştirirken (Manyiwa vd. 2018), turistler veya kısa süreli geçici olarak şehirde bulunanlar ikincil bilgi kaynakları ile şehri tanırlar ve aidiyetleri diğer gruba göre daha düşük olur (Prentice ve Andersen, 2003; Tan ve Chang, 2016). Bu nedenle, şehir imajının aidiyet üzerindeki etkisi her iki grup için farklılık gösterebilir. Bu bilgilerden hareketle, bu çalışma için aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir.

H1: Şehir imajı şehirde yaşayanlar ve geçici süre şehirde bulunanlara (öğrenci) göre farklılık göstermektedir.

H1a: Şehir imajının gelişmişlik boyutu şehirde yaşayanlar ve geçici süre şehirde bulunanlara göre farklılık göstermektedir.

H1b: Şehir imajının çevre boyutu şehirde yaşayanlar ve geçici süre şehirde bulunanlara göre farklılık göstermektedir.

H1c: Şehir imajının eğlence boyutu şehirde yaşayanlar ve geçici süre şehirde bulunanlara göre farklılık göstermektedir.

H2: Aidiyet şehirde yaşayanlar ve geçici süre şehirde bulunanlara (öğrenci) göre farklılık göstermektedir.

H3: Şehir imajının gelişmişlik boyutu aidiyetin oluşmasında pozitif etkiye sahiptir.

H3a: Kandıra'da yaşayanlar için, şehir imajının gelişmişlik boyutu aidiyet oluşumunda pozitif bir etkiye sahiptir.

H3b: Kandıra'da geçici süre şehirde bulunanlar için, şehir imajının gelişmişlik boyutu aidiyet oluşumunda pozitif bir etkiye sahiptir.

H4: Şehir imajının çevre boyutu aidiyetin oluşmasında pozitif etkiye sahiptir.

H4a: Kandıra'da yaşayanlar için, şehir imajının çevre boyutu aidiyet oluşumunda pozitif bir etkiye sahiptir.

H4b: Kandıra'da geçici süre şehirde bulunanlar için, şehir imajının çevre boyutu aidiyet oluşumunda pozitif bir etkiye sahiptir.

H5: Şehir imajının eğlence boyutu aidiyetin oluşmasında pozitif etkiye sahiptir.

H5a: Kandıra'da yaşayanlar için, şehir imajının eğlence boyutu aidiyet oluşumunda pozitif bir etkiye sahiptir.

H5b: Kandıra'da geçici süre şehirde bulunanlar için, şehir imajının eğlence boyutu aidiyet oluşumunda pozitif bir etkiye sahiptir.

2.3. Yere Duyulan Aidiyet

Son yıllarda aidiyet, pazarlama ve turizm pazarlaması alanlarında incelenen bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Buna ek olarak, şehir çalışmalarında, şehir ile ilişki içinde olan paydaşların bir tutumu ve bu tutuma bağlı davranışlara bağlı olarak ta incelenmektedir.

Aidiyet kavramı bir yere aşk düzeyinde bağlanma, bir yer ile özdeşleşme, çevreyle iç içe geçme, o yerde kökleşme ve yer ile aynı duygularda birleşme gibi benzer kavramlar ile aynı anlamda kullanılmaktadır (Brocato, 2006'den aktaran Bezirgan ve Koç, 2014). Bireyin bir yerde yaşama isteği ve bunun devamlılığı aidiyet ile açıklanmaktadır (Hidalgo ve Hernandez, 2001). Low ve Altmann (1992) aidiyetin bilişsel ve duygusal yönünden bahsetmektedir. Buna paralel olarak Weidemann ve Anderson (1985) aidiyeti, bir yerde yaşayanların sahip oldukları olumlu ve olumsuz duygular şeklinde tanımlamıştır.

Aidiyetin toplum duygusu ve kimlik gelişimi üzerinde önemli etkisinin bulunduğu söylenebilir (Hidalgo ve Hernandez, 2001). Toplum duygusunun oluşması ve bireyin kendini bu topluma ait

hissetmesi, bireyin bulunduğu yere bağlılığını artırmakta ve burada yaşama ve burası için fedakarlık yapma sonuçlarını doğurmaktadır (Ayazlar ve Ayazlar, 2016).

3. Araştırmanın Yöntemi

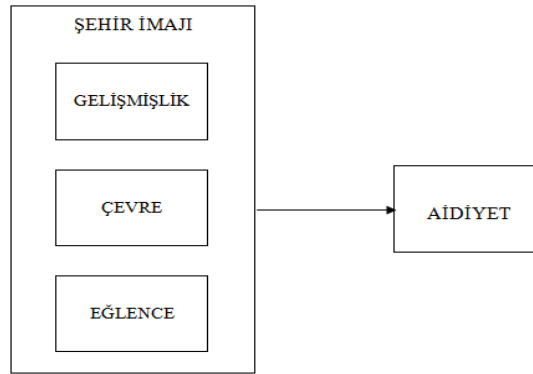
Araştırma Kandıra’da yaşayanlar ve Kandıra’ya dışarıdan gelen bireyler (bu kapsamda üniversite öğrencileri ele alınmıştır) üzerinde gerçekleştirilmiştir. Toplam 554 kişi ile görüşülmüştür.

Veri toplama yöntemi olarak yüz yüze anket tekniği kullanılmıştır. Anket formu, iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorulardan oluşmaktadır. İkinci bölüm ise, şehir imajı ve kente yönelik aidiyet ölçeğinden oluşmaktadır. Şehir imajı ölçeği, Canarslan ve Barış (2014) ve Gümüş (2012) çalışmalarından alınmıştır. Kente yönelik aidiyet ölçeği; Brown, Smith ve Assaker (2016) ve Ram, Björk ve Weidenfeld (2016) çalışmalarından alınmıştır. Tüm ölçekler 5’li Likert tipi şeklinde düzenlenmiştir.

Ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirliklerini belirlemek için Açıklayıcı Faktör Analizi yapılmış ve Alfa katsayısı hesaplanmıştır. Şehir imajının gruplara göre farklılığını test etmek için t testi yapılmıştır. Araştırmanın modelini test etmek için regresyon analizi kullanılmıştır. Analizler SPSS paket program aracılığı ile yapılmıştır.

3.1 Araştırmanın Modeli

Araştırmanın değişkenleri kullanılarak hazırlanan ve araştırmanın hipotezlerini yansıtan model aşağıda sunulmuştur.



Şekil 1: Araştırmanın Modeli

4. BULGULAR

4.1. Demografik Özellikler

Katılımcıların % 59,7’si erkek, %40,1’i ise kadındır. Katılımcıların %65,5’i lise mezunu iken, %20,4’ü ilköğretim, %9,6’sı ön lisans ve %4’ü lisans mezunudur. Kandıra’da yaşayanların oranı %51,1 ve Kandıra’ya yükseköğrenim görmek için gelenler oranı ise, %48,9’dur. Araştırmaya katılanların yaş ortalaması 28,62 dir. Katılımcıların aylık gelir ortalaması ise, 3273, 35 TL dir.

4.2. Geçerlilik ve Güvenirlilik

Araştırmada kullanılan ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirliklerinin tespiti için açıklayıcı faktör analizi yapılmış ve Cronbach’s Alpha katsayısı hesaplanmıştır. Analiz sonuçları aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Tablo 1. Geçerlilik ve Güvenirlilik

Ölçekler	Faktörler ve Faktör Yükleri				Özdeğer	Açıklanan Varyans	Cronbach Alfa
	Aidiyet	Eğlence	Çevre	Gelişmişlik			
Aidiyet3	,868				11,547	42,768	0,961
Aidiyet6	,866						
Aidiyet4	,856						
Aidiyet13	,831						
Aidiyet1	,829						
Aidiyet5	,815						
Aidiyet9	,813						
Aidiyet12	,804						
Aidiyet10	,787						
Aidiyet11	,779						
Aidiyet8	,755						
Aidiyet7	,751						
Aidiyet2	,615						
Sehirimajı16		,737			3,054	11,309	0,839
Sehirimajı17		,725					
Sehirimajı14		,708					
Sehirimajı18		,668					
Sehirimajı20		,607					
Sehirimajı23		,588					
Sehirimajı10			,790		1,615	5,981	0,721
Sehirimajı12			,781				
Sehirimajı19			,622				
Sehirimajı15			,532				
Sehirimajı2				,714	1,167	4,324	0,709
Sehirimajı4				,692			
Sehirimajı7				,665			
Sehirimajı3				,635			

Çıkarım Metodu: Principal Component Analysis.

Döndürme Metodu: Varimax with Kaiser Normalization.

Açıklanan Toplam Varyans: 64,382

Yapılan faktör analizi sonucunda, KMO (0,953) ve Barlett (0,001) testi sonuçları elde edilen bu veriye faktör analizi yapılabileceğini göstermektedir. Özdeğeri 1'in üstünde olan faktörler dikkate alınmıştır. Açıklayıcı faktör analizi ile şehir imajının 3 boyutlu ve aidiyetin tek boyutlu olduğu tespit edilmiştir. Tüm faktör yükleri 0,50'nin üstündedir. Elde edilen 4 faktörün açıkladığı varyans miktarı 64,382'dir. Elde edilen bu sonuçlar ışığında ölçeklerin geçerliliklerinin sağlandığı söylenebilir (Hair, Black, Babin ve Anderson, 2010).

Güvenirlilik için alfa katsayısı hesaplanmıştır. Faktörlerin alfa değerleri incelendiğinde, tüm faktörlerin 0,70'in üstünde olduğu görülmüştür. Bu sayı yüksek düzeyde güvenilirlik düzeyini ifade etmektedir (Hair, Black, Babin ve Anderson, 2010). Değişkenler arasındaki ilişkileri görmek amacıyla korelasyon katsayıları hesaplanmıştır. Analizi sonuçları aşağıda sunulmuştur.

Tablo 2. Korelasyonlar

Değişkenler	1	2	3
(1) Aidiyet			
(2) Gelişmişlik	,390**		
(3) Çevre	,507**	,194**	
(4) Eğlence	,490**	,581**	,301**

** Korelasyonlar 0.01 düzeyinde anlamlıdır.

4.3. Farklılık Analizleri

Şehirde yaşayanlar ve geçici bir süre şehirde bulunanlara (öğrenci) göre şehir imajı ve aidiyetin farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için, bağımsız örneklem t testi yapılmıştır. Analiz sonuçları aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Tablo 3. T Testi Farklılık Analizleri

Değişkenler	Levene Testi		T testi		
	F	Anlam.	t	df	Anlam.
Gelişmişlik	12,170	,001	5,629	552	,001
Çevre	,025	,873	10,487	551,733	,001
Eğlence	17,485	,000	5,298	552	,001
Aidiyet	,914	,339	17,645	551,939	,001

Yapılan farklılık analizleri sonucunda, hem şehir imajı hem de aidiyetin Kandıra'da yaşayanlara ve geçici süre Kandıra'da bulunanlara göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Buradan hareketle H1a, H1b, H1c ve H2 hipotezleri kabul edilmiştir. Bu noktadan sonra her iki grubun değişkenlere ilişkin ortalamalarını incelemek gerekmektedir. Aşağıdaki tabloda değişkenlere ilişkin ortalamalar sunulmuştur.

Tablo 4. Değişkenlere İlişkin Ortalamalar

Değişkenler	Tür	N	Ortalama
Gelişmişlik	Yaşayan	283	2,5688
	Öğrenci	271	2,0950
Çevre	Yaşayan	283	3,9676
	Öğrenci	271	3,1273
Eğlence	Yaşayan	283	2,5828
	Öğrenci	271	2,1368
Aidiyet	Yaşayan	283	3,5458
	Öğrenci	271	1,9500

Ortalamalar incelendiğinde şehir imajının gelişmişlik, çevre ve eğlence boyutları Kandıra'da yaşayanlara ve öğrencilere göre farklılık göstermektedir. Her üç alt boyutta da şehirde yaşayanların ortalamalarının daha yüksek olduğu görülmektedir.

4.4. Araştırma Modelinin Test Edilmesi

Araştırmanın modelini test etmek için regresyon analizi yapılmıştır. Analiz sonuçları aşağıda sunulmuştur.

Tablo5. Araştırmanın Modelinin Test Edilmesi

Model	Genel			Kandıra'da Yaşayanlar			KMYO Öğrenci		
	Standardize Beta	t	Anlam.	Standardize Beta	t	Anlam.	Standardize Beta	t	Anlam.
Gelişmişlik	,147	3,618	,001	,040	,6570	,512	,237	3,975	,001
Çevre	,393	11,302	,001	,389	,7766	,001	,086	1,598	,111
Eğlence	,286	6,823	,001	,332	5,397	,001	,362	5,883	,001
Model Değerleri	R ² = 0,397 F= 120,454 Anlamlılık= 0,001			R ² = 0,323 F= 44,326 Anlamlılık= 0,001			R ² = 0,315 F= 40,909 Anlamlılık= 0,001		

Tüm veri üzerinden bir değerlendirme yapıldığında, şehir imajının tüm boyutlarının aidiyetin oluşmasında etkili olduğu tespit edilmiştir. Aynı zamanda, model değerleri incelendiğinde, R²

değerinin 0,397, F değerinin 120,454 ve anlamlılık düzeyinin 0,001 düzeyinde olduğu görülmüştür. Bu sonuçlardan hareketle H3, H4 ve H5 hipotezlerinin kabul edildiği söylenebilir.

Kandıra'da yaşayanlara ilişkin veri incelendiğinde, çevre (Anlam.=0,001) ve eğlence (Anlam.=0,001) boyutlarının aidiyetin oluşmasında etkili olduğu görülürken, gelişmişlik (Anlam.=0,512) boyutunun etkili çıkmadığı tespit edilmiştir. Model değerleri incelendiğinde, R^2 değerinin 0,323, F değerinin 44,326 ve anlamlılık düzeyinin 0,001 düzeyinde olduğu görülmüştür. Buradan hareketle, H4a ve H5a hipotezleri kabul edilirken, H3a hipotezi reddedilmiştir.

Kandıra'da geçici süre yaşayanlara (öğrenci) ilişkin veri incelendiğinde, gelişmişlik (Anlam.= 0,001) ve eğlence (Anlam.= 0,001) boyutlarının aidiyetin oluşmasında etkili olduğu görülürken, çevre (Anlam.= 0,111) boyutunun etkili olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Model değerleri incelendiğinde, R^2 değerinin 0,315, F değerinin 40,909 ve anlamlılık düzeyinin 0,001 düzeyinde olduğu görülmüştür. Buradan hareketle, H3b ve H5b hipotezleri kabul edilirken, H4b hipotezi reddedilmiştir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Yapılan faktör analizi sonucunda, aidiyet ölçeği tek boyutlu ve şehir imajı ölçeği 3 boyutlu olarak belirlenmiştir. Şehir imajı ölçeğinin boyutları gelişmişlik, çevre ve eğlence olarak sınıflandırılmıştır. Buradan hareketle, şehir imajı boyutlarının (şehrin çekici yönlerinin) aidiyet oluşumundaki etkisi belirlenmeye çalışılmıştır.

Araştırmada ele alınan değişkenlerin Kandıra'da yaşayanlar ve dışarıdan gelenlere göre karşılaştırılması sonucunda, Kandıra'da yaşayanların ortalamalarının daha yüksek olduğu görülmektedir. Özellikle aidiyet incelendiğinde, Kandıra'da yaşayanlar (3,54) ile dışarıdan gelenlerin (1,95) ortalamaları arasında ciddi fark olduğu görülmektedir. Kandıranın kırsal ve küçük bir şehir olması nedeniyle, hem Kandıra'da yaşayanlar hem de dışarıdan gelenlerin gelişmişlik ve eğlence ortalamalarının düşük olduğu görülmektedir. Ancak, bu düşüklük dışarıdan Kandıra'ya gelenlerde daha fazla oranda olmaktadır. Kandıranın temiz havası ve sahip olduğu doğal güzellikler katılımcıların çevreye ilişkin ortalamalarının ortalamanın üstünde olmasının nedeni olarak gösterilebilir.

Elde edilen veriler birleştirildiğinde, Kandıra şehir imajını oluşturan gelişmişlik boyutunun, Kandıra'nın çevresel özelliklerini ifade eden çevre boyutunun ve Kandıra'daki eğlence imkanlarını ifade eden eğlence boyutunun aidiyet oluşumunda etkili olduğu bulgusu, bu araştırma ile elde edilen önemli bir sonuçtur. Kandıra gibi küçük şehirlerin çok fazla imkana sahip olmamaları onların bir handikapı iken, bu gibi şehirlerin paydaşların ihtiyaçlarını karşılayabilecek asgari niteliklere sahip olması, paydaşların aidiyetini olumlu yönde etkilemektedir. Özellikle çevre ve daha sonra eğlence boyutu daha yüksek düzeyde aidiyet üzerinde etkili olmaktadır.

Araştırmanın modeli ayrı ayrı analiz edildiğinde, Kandıra'da yaşayanlar için gelişmişlik boyutu aidiyet oluşumunda etkili çıkmamıştır. Bunun aksine, çevre ve eğlence boyutları etkili çıkmıştır. Her iki boyutun aidiyet oluşumundaki etkisi (çevre std beta= 0,389 ve eğlence std beta= 0,332) birbirine yakındır. Kandıra'ya dışarıdan gelenler (öğrenciler) incelendiğinde, çevre boyutunun aidiyet oluşumunda etkili olmadığı tespit edilmiştir. Bunun aksine, eğlence boyutu aidiyet oluşumunda yüksek düzeyde etkili çıkmıştır. Buradan hareketle, öğrenci gibi grupların bir yere yönelik bağlılıklarını belirleyen temel faktörün eğlence olduğu anlaşılmaktadır.

Bu çalışmada dışarıdan gelen (şehirden en fazla 2-3 yıl kalan) bireyler olarak öğrenciler ele alınmıştır. Öğrencilerin genel olarak eğitim almak için gittikleri şehirlere ilişkin değerlendirmelerinin çok yüksek düzeyde olmadığı, yapılan diğer çalışmalarda da ortaya konan bir sonuçtur. Bu çalışmada kırsal bir şehrin ele alınması, öğrencilerin değerlendirmelerinin neden çok düşük düzeyde kaldığını açıklamaktadır. Öğrencilerin şehirden memnun kalması, onların şehirde yaşama (kalma) ve şehri başkalarına anlatma (gönüllü elçilik) davranışlarını ortaya çıkaracaktır. Ancak, Kandıra gibi kırsal küçük ilçelerde bu durumun ortaya çıkması, bu araştırma sonuçlarına göre çok olası görünmemektedir.

KAYNAKLAR

- AYAZLAR, R. A. ve AYAZLAR, G. (2016) Yerel Halkın Turizmin Etkilerine Yönelik Tutumunda Aidiyet Duygusu ve Yaşam Tatmininin Rolü, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(4): 1451-1470
- BRAMWELL, B. ve RAWDING, L. (1996) Tourism marketing images of industrial cities, *Annals of Tourism Research*, 23, (1) ,201-221, [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(95\)00061-5](https://doi.org/10.1016/0160-7383(95)00061-5).
- BROCATO, E. D. (2006). Place Attachment: An Investigation Of Environments and Outcomes In Service Context. *Unpublished Doctoral Thesis. The University of Texas at Arlington.Texas.*
- CASSIA, F., VIGOLO, V., UGOLINI, M. M., ve BARATTA, R. (2018) "Exploring city image: residents' versus tourists' perceptions", *The TQM Journal*, 30(5), 476-489. <https://doi.org/10.1108/TQM-11-2017-0161>
- CHEN, N., ve FUNK, D. C. (2010). Exploring destination image, experience and revisit intention: a comparison of sport and non-sport tourist perceptions. *Journal of Sport & Tourism*, 15(3), 239-259.
- CI, C. ve CHOI, S. (2017) How to manage a city's image using the brand concept map and network analysis: a case of Seoul, *Qual Quant* , 51, 2441–2456. DOI 10.1007/s11135-016-0402-6
- DEL RIO, V. (1992) Urban design and conflicting city images of Brazil: Rio de Janeiro and Curitiba, *Cities*, 9 (4), 270-279, [https://doi.org/10.1016/0264-2751\(92\)90027-3](https://doi.org/10.1016/0264-2751(92)90027-3).
- GILBOA, S., JAFFE, E. D., VIANELLI, D., PASTORE, A. ve HERSTEIN, R. (2015) A summated rating scale for measuring city image, *Cities*, 44, 50-59, <https://doi.org/10.1016/j.cities.2015.01.002>.
- HONG-BUMM, K. ve SANGGUN, L., (2015) Impacts of city personality and image on revisit intention, *International Journal of Tourism Cities*, 1(1), 50-69, <https://doi.org/10.1108/IJTC-08-2014-0004>
- HIDALGO, M. C. ve HERNANDEZ, B. (2001). Place Attachment: Conceptual And Empirical Questions. *Journal of Environmental Psychology*, 21, 273-281.
- KANDIRA, <https://kocaeli.ktb.gov.tr/TR-174630/kandira.html>. Erişim tarihi: 01.11.2019
- KANDIRA, <http://www.kandira.gov.tr/ilcemiz>, Erişim tarihi: 01.11.2019
- KOTLER, P. (1997), Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control, 9th ed., *Prentice-Hall International*
- KYE-SUNG, C., (1990) The role of destination image in tourism: A review and discussion, *The Tourist Review*, 45(2), 2-9, <https://doi.org/10.1108/eb058040>
- LEE, S.J., BUSSER, J. ve YANG, J. (2015), Exploring the dimensional relationships among image formation agents, destination image, and place attachment from the perspectives of pop star fans, *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 32(6), 730-746.
- LOW S.M., ve ALTMAN I. (1992) Place Attachment. In: Altman I., Low S.M. (eds) Place Attachment. *Human Behavior and Environment (Advances in Theory and Research)*, 12, Springer, Boston, MA
- MANYIWA, S., PRIPORAS, C. ve WANG, X. (2018) Influence of perceived city brand image on emotional attachment to the city, *Journal of Place Management and Development*, 11(1), 60-77. <https://doi.org/10.1108/JPMD-01-2017-0011>
- PADDISON, R. (1993) City Marketing, Image Reconstruction and Urban Regeneration, *Urban Studies*, 30(2), 339-350
- PAPADIMITRIOU, D., APOSTOLOPOULOU, A., ve KAPLANIDOU, K. (Kiki). (2013). Destination Personality, Affective Image, and Behavioral Intentions in Domestic Urban Tourism. *Journal of Travel Research*, 54(3), 302–315. <https://doi.org/10.1177/0047287513516389>
- PRENTICE, R. ve ANDERSEN, V. (2003), Festival as creative destination, *Annals of Tourism Research*, 30(1), 7-30.
- RAMKISSOON, H. ve NUNKOO, R. (2011) City Image and Perceived Tourism Impact: Evidence from Port Louis, Mauritius, *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 12(2), 123-143, DOI: 10.1080/15256480.2011.564493
- SILVA, C., KASTENHOLZ, E. ve ABRANTES, J. L. (2013) Place-attachment, destination image and impacts of tourism in mountain destinations, *Anatolia*, 24(1), 17-29, DOI: 10.1080/13032917.2012.762312

- SMITH, A. (2005) Conceptualizing City Image Change: The ‘Re-Imaging’ of Barcelona, *Tourism Geographies*, 7(4), 398-423, DOI: 10.1080/14616680500291188
- TAN, W.K. ve CHANG, Y.G. (2016), Place familiarity and attachment: moderators of the relationship between readers’ credibility assessment of a travel blog and review acceptance, *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 33(4), 453-470.
- WEIDEMAN, S. ve ANDERSON, J. R. (1985) A Conceptual Framework for Residential Satisfaction, *In book: Home Environments (Human Behavior and Environment) Edition: 1985*, Chapter: 7, Publisher: Springer Editors: Irwind Altman & Carol M. Werner

EARTHQUAKE INSURANCE PRODUCT – IS IT NEED OR NECESSITY? (Case study Durrës Albanian)

Dr.Violeta Neza

University of "Aleksandër Moisiu" Durrës Faculty of Business Department of Marketing
nezaleta@hotmail.com

Lecturer İsmail Kılıçaslan

Kocaeli University, Kocaeli Vocational School, Accounting and Tax Application
isokaslan@hotmail.com

Abstract

Earthquake insurance is a challenge we are often facing with nowadays. This insurance can reduce the impact of this devastating natural phenomenon. Do we all need earthquake insurance? To answer this question we need to explore the willingness and ability of Albanian families to perceive the benefits this type of insurance provides to the population. No one can give a more accurate answer than we do. Many of us, especially people living in areas that do not have much tectonic cracking in their home country, choose not to receive this coverage. In the case of this natural occurrence that we often tend to call natural disasters, we must be prepared for the worst. In fact, the earthquake is a natural phenomenon. We know that risk is not simply eliminated, we try to minimize it through forms of insurance. Are we able to cover the cost of rebuilding the house in the event of an earthquake and even more to replace the household equipment? Do we know the benefits of earthquake insurance? What is the value we have to pay for this type of insurance? Are Albanian families able to pay for it? This paper answers all these questions by analyzing questionnaires designed for this problem and distributed to the residents in one of the most seismic areas of Albania, Durrës area.

Keywords: Earthquake, insurance, risk, natural phenomenon, ability.

INTRODUCTION

Earthquakes are a great threat to human life and economic development. We think about this phenomenon over and over, but when they happen, we take note of the dangers we face and think of ways we can minimize the devastating effects of earthquakes. The latest case was the September 21, 2019 earthquake of magnitude 5.8 on the Richter scale that involved Durrës, Tirana and other districts in Albania. There was no loss of human life, but it was accompanied by material damage that caused panic and uncertainty about the future. This earthquake clearly showed that the Albanian population is at risk because the rules for earthquake resistant construction are not functioning properly. Albania is a country with seismic activity in some of its areas, including the coastline. However, measures are being taken to raise public awareness of the need to secure property from phenomena such as fire, explosion, earthquake, etc. Damage reduction requires better building standards and a population that is risk-aware and actively involved in mitigation efforts through property insurance, and the first step is to recognize the risks. Let's hope this material will be some kind of awareness call. We all know that the earthquake is not a "disaster", but is a phenomenon that cannot be stopped, but their effects can be minimized.

LITERATURE REVIEW

The earth has four main layers: the inner core, the outer core, the cloak and the crust. The crust and surface of the cloak make up a thin skin on the surface of our planet. But this skin is not all one - it is made up of many parts like a puzzle covering the surface of the earth. Not only that, but these pieces of the puzzle continue to move slowly, sliding into each other and slamming into each other. These parts are called tectonic plates, and the edges of the plates are called plate boundaries <http://www.geologypage.com/>

Earthquake is one of the most devastating natural calamities which causes sudden shaking of the earth surface. It not only causes damage to buildings and other structures but also affects the surrounding environment and our lifestyle significantly. Ischemic waves are produced when the form of energy

stored in the Earth's crust is suddenly released, usually when the rock's clamping measures against each other suddenly "slip".

An earthquake can cause sudden changes in the environment which can be classified as primary (surface demolition) and secondary effects (rock displacement, tsunami, earthquakes, landslides). These effects are known as the earthquake environmental effects .

Bevere, Lucia et.al (2018) in their paper emphasize the importance of improving building standards and strict enforcement, along with infrastructure and efforts to mitigate and mitigate the negative effects of earthquakes.

Lu, Yi Xu, Jiuping (2015) provide guidance on formulating planning before disaster occurs, setting up structures for public involvement, process coordination, developing disaster insurance, protecting disaster-affected groups, and evaluating plan quality.

Property (earthquake) Insurance scheme in Albania

Fire and additional perils covers property from:

- ✓ Basic perils: Fire, explosion, lightning, fall of aircraft or parts of aircraft, removal of debris.
- ✓ Additional perils: earthquake, flood, storm, landslide, etc.

Earthquake:

Damages of property secured as a result of seismic events , not less than 4 scale by Richter are covered. (AMF Albania)

Questions in our minds:

Is Earthquake automatically covered on my policy?

Answer: A regular property insurance policy does not include this coverage.It is needed an additional coverage.

Is the Earthquake coverage expensive?

- ❖ The Earthquake coverage expense depends on the risk area that we live in.
- ❖ It depends on the surface of the property.
- ❖ The higher the risk of an earthquake - higher the rates.

How do I know if my insurer can pay out my claim?

- ❖ The ability for insurance companies to pay out catastrophic claims from earthquakes is no different than fire or other events that damages our homes. We must be aware of the consequences of this phenomenon and and to be convinced to buy the earthquake insurance as we buy the property coverage.

National Seismic Activity Monitoring Center in Albania

The detailed service obligation is monitored continuously 24 hours a day, of seismological activity being restricted within and around the territory of Albania. Signal transmission and seismic wave data is realized through satellite telemetry. In this way, each seismic signal arrives at the National Center for processing in near real time. The VSAT (Very Small Aperture Telemetry) system is today one of the most advanced technologies in this field that enables almost real-time retrieval of any type of seismic information (weak, strong oscillations and GPS), without interruption and loss.

Presenting soma data about Albania:

The population of Albania on January 2019 (the end of 2018) was 2 862 427 residents. (*INSTAT Albania*) .

The following tables provide information on the market status of non-life insurance premiums in the last three years (2016, 2017 and 2018), in Albania.As you can see, there is a modest growth of this market year after year.

2016	
Gross written premiums (Non Life) in total	
Type of insurance	MARKET
Fire and other damage to property (classes 8 and 9)	1,881,536
TOTAL	1,881,536

(Source - AMF Albania)
2017

Gross written premiums (Non Life) in total

Type of insurance	MARKET
Fire and other damage to property (classes 8 and 9)	1,921,281
TOTAL	1,921,281

(Source - AMF Albania)

2018

Gross written premiums (Non Life) in total

Type of insurance	MARKET
Fire and other damage to property (classes 8 and 9)	2,098,754
TOTAL	2,098,754

(Source - AMF Albania)

As for Durres area related information on non-life insurance premiums, we will see their levels drop in 2016 compared to 2015 (9.62 percent less) and in 2017 compared to 2016 (8.47 percent less) and a big positive hop in 2018 compared to 2017 (570.62 %) . This indicates a growing awareness of property insurance.

Gross Written Premiums in Non Life Insurance Durrës 2015/2016

Type of insurance

Value (000 ALL)
Change
Share in total value

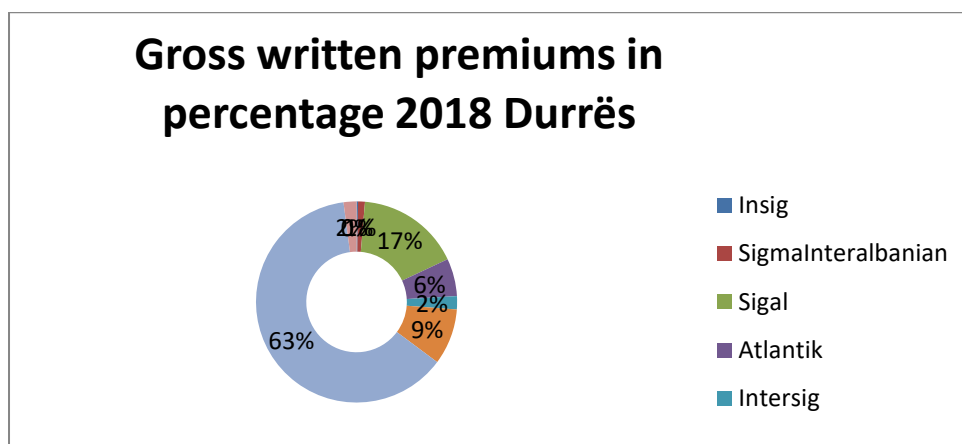
	2015	2016	(in %) `16/`15 -1	(in %)	
					2016
Fire and other damage to property (classes 8 and 9)	36,692	33,161	(9.62)	3.76	2.75
TOTAL	36,692	33,161	(9.62)	3.76	2.75

Gross Written Premiums in Non Life Insurance Durrës 2016/2017

Type of insurance	Value (000 ALL)		Change (in %)	Share in total value (in %)	
	2016	2017	`17/`16 -1	2016	2017
Fire and other damage to property (classes 8 and 9)	33,161	30,353	(8.47)	2.75	2.59
TOTAL	33,161	30,353	(8.47)	2.75	2.59

Gross Written Premiums in Non Life Insurance Durrës 2017/2018

Type of insurance	Value (000 ALL)		Change (in %)	Share in total value (in %)	
	2017	2018	'18/'17 -1	2017	2018
Fire and other damage to property (classes 8 and 9)	278	1,867	570.62	0.11	0.58
TOTAL	278	1,867	570.62	0.11	0.58



But what about earthquake insurance as additional property insurance? Let's see the results of our study below.

The research questions of this study:

- What are the factors that determine the insurance property /earthquake in Albania?
- Is this kind of insurance a necessity?

Objectives of this study:

To understand the obstacles in securing property:

- Financial reasons
- This kind of insurance is not needed
- The lack of proper information regarding this insurance
- lack of trust in service providers or Another reason

In fact, we often make questions to ourselves: Who needs earthquake insurance? Does everyone need earthquake insurance? To answer these questions we may say that: Only we can make this determination. Usually people, especially those who do not live in earthquake areas, choose not to receive this type of coverage, because they think: It is not needed. Someone thinks that: To pay for earthquake coverage can be quite costly.

RESEARCH METHODOLOGY

Sample Size-: 100 students were targeted from Durrësi city to collect responses, considering the fact that Durrësi is one of the seismic areas of Albania. **Sampling Technique-:** Simple Random sampling technique was used while selecting the target group. The sample is random because each respondent has an equal chance of being chosen. **Demographic Profile-:** 36 % Females and 64 % males were chosen randomly.

DESCRIPTIVE STATISTICS

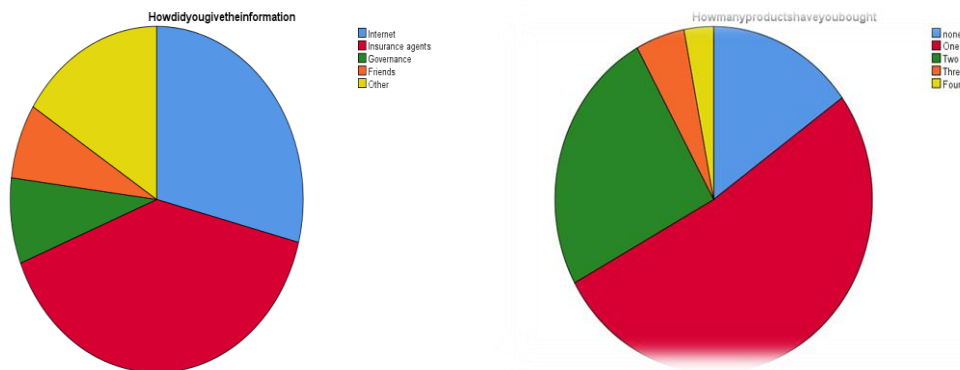
This paper uses the SPSS statistical data processing program. As a result of data analysis 36 persons (36 %) from 100 in total are female and 64 persons,(64%) are male.

The interviewed responded as the table below to the question: **The level of income**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0- 26000 All	4	4.0	4.0	4.0
	26000-50000 All	23	23.0	23.0	27.0
	50000-75000 All	30	30.0	30.0	57.0
	75000-115000 All	22	22.0	22.0	79.0
	Over 115000	4	4.0	4.0	83.0
	Other	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

26 000 All is the minimum level of the wage in Albania.

As we can easily see the 52 % of the respondents have the level of their income over 50 000 All and only 4 (four) persons have the level of income over than 115 000 which is the maximum level of wage in Albania. When we asked the respondents : How did they give the information about insurance products, most of them (40% of them) answered they have taken the information from insurance agents, 29% of them from internet and the others from friends, governance or other sources. We can see that the consumers tend to believe more to the insurance agents when they are interested in insurance products.



When we asked the respondents how many products they have bought from insurance providers , 52 percent responded they have bought one product and 25 percent of them two products , 5 percent three products and only 3 percent of them have bought four products. So, most of respondents have bought only insurance car product which is a mandatory product and the rest of the respondents have purchased more than one product and one of them is compulsory car insurance.

The respondents answered the question about the difficulty to pay the cost of insurance : 40 percent said that it was very difficult or difficult to pay it and 24 percent easy or very easy (4 percent very easy). 36 percent of them, do not prefer to answer this question. Also 77 percent of the respondents have not benefited from any of the policies they currently have and 23 percent of them have benefited. This is not a problem in terms of security offered by insurance companies, but since most of them have purchased car insurance, there have been no damages, so they have not benefited.

An interesting fact is also the fact that 81 percent of the respondents and of those who have property insurance have no property earthquake insurance and only 19% percent have additional insurance from the earthquake. Also, the majority of respondents and specifically 93 percent when asked if they would like to have earthquake insurance responded positively and only 7 percent said "no".

When respondents were asked about the reasons they refuse to buy this insurance product 31.1 percent of them responded that it were financial reasons that prevented them from buying such a product, 1 percent considered it unnecessary, 20.08 percent have no information (do not know this product) 18.8 per cent do not trust service providers (insurance companies) and the rest, 28.1 per cent for other reasons. Asked if it was time to buy this product, they answered 100 percent "yes" and when asked if it was need or necessary, 77 percent responded that it was necessary.

CONCLUSIONS

Referring to the latest information which is not yet in written form and also the earthquake that struck our country in September 2019, the Albanian government is trying to take measures to control the state of buildings over 50 years ,valuable over than 5 million All, including institutions such as schools, other public buildings, in order to take precautionary measures against the devastating effects of phenomena such as earthquakes. New buildings will not be out of this focus. Although there is a brief history of the development of insurance companies in Albania, people are aware that this type of insurance is indispensable. The insurance industry in Albania already offers earthquake insurance, but faces challenges that limit the degree of reliability. The insurance industry should undertake marketing campaigns to make this type of insurance known to the clients as the information is often missing or incomplete. Financial factors are often a barrier to this type of insurance.

The government should take measures to include some types of insurance, including earthquake insurance in the mandatory scheme, as Albania is a seismic zone. If this type of insurance is introduced as compulsory insurance, the government should take mitigation measures especially for families who are unable, as this would also facilitate the government's own work in case of disaster. The insurance industry must enhance the quality of risk management services for clients to provide solutions and thereby motivate consumer behavior towards risk

REFERENCES:

- Aunon-Nerin et al. "Why firms purchase property insurance", Journal of Financial Economics 2008
- Bevere, Lucia et.al: "Natural catastrophes and man-made disasters in 2017: a year of record-breaking losses" Sigma (2018)
- Dinc Cavlak : "Preferences for Earthquake Risk-Mitigation Mechanisms: Experimental Evidence" Natural Hazards Review journal (2018)
- Erdik, Mustafa "Earthquake risk assessment" Bulletin of Earthquake Engineering (2017)
- Goda, Katsuichiro et. al JamesInsurance and Reinsurance Models for Earthquake Encyclopedia of Earthquake Engineering (2014)
- Maccaferri, S et.al: Natural Catastrophes : "Risk relevance and Insurance Coverage in the EU" JRC Scientific and Technical Reports (2012)
- Lin, Jeng Hsiang: "Earthquake insurance pricing: a risk-based approach" Journal Disasters (2018)
- Lu, Yi Xu, Jiuping: "Comparative Study on the Key Issues of Postearthquake Recovery and Reconstruction Planning: Lessons from the United States, Japan, Iran, and China" Natural Hazards Review journal (2015)
- McRae et.al : "Reactions to earthquake hazard: Strengthening commercial buildings and voluntary earthquake safety checks on houses in Wellington, New Zealand" International Journal of Disaster Risk Reduction (2018)
- Tian, Ling Perception of earthquake risk: A study of the earthquake insurance pilot area in China - Natural Hazards (2014)
- Xu, Dingde et.al "Rural households' livelihood capital, risk perception, and willingness to purchase earthquake disaster insurance: evidence from southwestern China" International Journal of Environmental Research and Public Health (2018)

Zhang, Chun Min Qian, Zhen Wei “Minority community willingness to pay for earthquake insurance” Disaster - Prevention and Management: An International Journal (2018)

Zhu, Dongqing et.al : “When do people feel more risk? the effect of ambiguity tolerance and message source on purchasing intention of earthquake insurance” - Journal of Risk Research ,2012

Websites

<http://www.geologypage.com/>

<https://www.britannica.com/>

<https://amf.gov.al/>

**KOCAELİ KETENCİLER KÖYÜ ÇERKES MÜZİK KÜLTÜRÜ TEMSİLCİSİ
“KETENCİLER WORED KUP- KETENCİLER MÜZİK TOPLULUĞU”****“ Кэтэнджилэр орэд куп ”****Doç.Dr.Gülşen Erdal**Kocaeli Üniversitesi / Devlet Konservatuarı/Müzikoloji Bölümü
glsnerdal@gmail.com**Özet**

XVI.yüzyıl ve XX. yüzyıl arasında Osmanlı İmparatorluğu ve Rus İmparatorluğu arasındaki savaşlar, Kafkasya halklarının sürülmesine ve göçe neden olur. Rusların işgal ettikleri bölgelerin boşaltılmasını istemesi, Çerkesleri vatanlarını terk etmeye, Osmanlı topraklarına göçlerine neden olur. Çerkesler, XIX.yüzyılda da İzmit Sancağı'na yapılan Kafkas göçleri çerçevesinde İzmit'e 20 km uzaklıktaki Ketenciler köyüne yerleşirler. Çerkesler, Ketenciler köyü'nde “Ketenciler Çerkes Kültür Derneği” ile Çerkes kültürünü tüm yönleriyle yaşatıp yeni nesillere aktarmaya çalışmaktadır. Dernek bünyesinde müzik çalışmalarının başlaması ve Ketenciler Wored Cup'un kurulması, 2014 yılında açılan Çerkesce okuma-yazma kurslarının ardından gerçekleşir. Çerkes dilini okuma ve yazma çalışmalarının ardından, hem bir kültür aktarıcısı hem de dil pratiklerinin müzikli uygulama alanı olması nedeniyle Çerkes şarkılarının da seslendirilmesi, ve bir müzik topluluğu kurulması gündeme gelir. Önder Yalçın'ın Thamate'liğinde 2014-2015 sezonunda “Önder Yalçın, Aysun Yalçın, Mete Yalçın, Nuray Efe, Haluk Efe ve Efe Çetiner” ile çalışmaya başlayan topluluk, Çerkes müziklerini yaşatmayı ve yeni kuşaklara aktarmayı amaçlar. Ketenciler Çerkes Kültür Derneği üyelerini bünyesine katarak her geçen gün büyüyen ***Ketenciler Wored Kup-Ketenciler Müzik Topluluğu***, Çerkes toplumunun yaşam tecrübelerini, kahramanlıklarını, savaşlarını, acılarını anlatan Çerkes şarkılarından oluşan repertuarıyla Kocaeli ve çevre illerde Çerkes müziklerini sergilemekte ve Çerkes şarkıları yoluyla Çerkes müzikal mirasını tanıtmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Çerkes şarkıları, Ketenciler Köyü, Wored Kup**KOCAELI KETENCİLER VILLAGE REPRESENTATIVE OF CIRCASSIAN MUSIC
CULTURE "KETENCİLER WORED KUP - KETENCİLER MUSIC ENSEMBLE****“ Кэтэнджилэр орэд куп ”****Abstract**

XVI.century and XX. between the century, wars between the Ottoman Empire and the Russian Empire resulted in the expulsion and migration of the peoples of the Caucasus. The fact that the Russians wanted to evacuate the territories they occupied would cause the Circassians to leave their homeland and emigrate to Ottoman territory. Circassians, XIX.they settle in Ketenciler village 20 km away from İzmit within the framework of Caucasian migrations to İzmit sanjak in the century. Circassians, Ketenciler village “Ketenciler Circassian Culture Association” with all aspects of the Circassian culture to live and try to transfer to new generations. The start of music studies within the association and the establishment of the Ketenciler Wored Cup takes place following the Circassian literacy courses opened in 2014. After reading and writing the Circassian language, as a cultural transferor and as a musical practice area of language practices, it is also important to perform Circassian songs and to establish a musical ensemble. The group started working with “Önder Yalçın, Aysun Yalçın, Mete Yalçın, Nuray Efe, Haluk Efe and Efe Çetiner” in thamate of Önder Yalçın during the 2014-2015 season and aims to keep Circassian music alive and pass it on to new generations. Ketenciler Wored Kup-Ketenciler Music Ensemble, which is growing every day by joining members of the Circassian Cultural Association, exhibits Circassian music in Kocaeli and the surrounding provinces with its repertoire of Circassian songs describing the life experiences, heroism, wars and suffering of the Circassian society and introduces its Circassian musical heritage through Circassian songs.

Keywords: Circassian songs, Ketenciler Villiage, Wored Kup

1. GİRİŞ

Kocaeli’de Ketenciler’de Çerkes müzik kültürünü yaşatan ve dillerini müzik yoluyla pekiştirmeyi amaçlayan Ketenciler Wored Kup (Ketenciler Müzik Topluluğu), Kocaeli’de yaşayan etnik kültürlerin müzikleri açısından önemli bir örnektir. Bu çalışma özellikle Kocaeli/ Ketenciler’de yaşayan Çerkeslerin müzik ile ana vatanları ile halen kültürel bağlarının sürdüğünü göstermesi açısından da önemlidir. Bu çalışmada, Çerkes otantik çalgılarını kullanarak müzik yapan Wored Kup topluluğu incelenmiştir. Çerkesler, Kuzeybatı Kafkasya’nın en eski halklarından. Geniş anlamda Çerkes terimi yerli Kuzey Kafkas halklarını tanımlayan bir addır. Türkiye’de Çerkes adı Kuzey Kafkasya’dan göç eden tüm halklar için kullanılmaktadır. Türkiye’de Kafkasya’dan göç etmek zorunda kalan bütün topluluklar için ortak bir isim olarak “Çerkes” adının kullanımının sebepleri arasında, Çerkes adının Osmanlı döneminden itibaren kullanılan ve eskiden beri bu coğrafyada en çok bilinen ad olması, Kafkasya’dan gelen göçmenlerin büyük çoğunluğunun Çerkes olması, sayılabilir (Aktaş, 2008, s.537-540).

XVI. ve XX. yüzyıl arasında Osmanlı İmparatorluğu ve Rus İmparatorluğu arasındaki savaşlar, Kafkasya halklarının sürgün edilmesine neden olmuştur. Rusların işgal ettikleri bölgelerdeki Çerkeslerin sürgününü istemesi, Çerkesleri vatanlarını terk ederek göçe mecbur kılmıştır. İstanbul’dan Anadolu’ya göçle gelen Çerkesler için İzmit Sancağı direk geçiş yolu olması nedeniyle Çerkeslerin iskânında önemli bir yer alır. İzmit Sancağı coğrafyasının yoğun göç almasının nedenlerinin başında ise elverişli coğrafi özellikleri ve stratejik konumu etkili olur (Kalaycı; Çatal, 2016, s.457). Günümüzde Kocaeli’de merkeze bağlı Abhaz yerleşimi Fethiye Köyü, Kartepe ilçesine bağlı Uzuntarla, Maşukiye, Acısu, Yanık, Hikmetiye, Tepetarla ve Ketenciler Köyleri, Kandıra’ya bağlı Kefken, Karaağaç, Gölcük ilçesine bağlı Selimiye, sayılabilir (Bi, 2015, s.1329-1337).

Ketenciler Köyü’nde, Çerkes toplumunun kendi manevi değerlerini korumak ve köy çevresini daima temiz kılmak için “Ketenciler Köyü Kafkas Kültür ve Güzelleştirme Derneği” kurulmuş ve birçok başarılı faaliyette bulunmuştur. Açılan Adigece dil kursu buna güzel bir örnektir.



Resim 1.Ketenciler’den bir görüntü (Gülşen Erdal Arşivi)

“Çerkes” kelimesi, kültürel yapı bakımından ve konuştukları dil bakımından birbirleriyle akraba olan Kuzey Batı Kafkasya’da yaşayan halkları kapsamaktadır. Göç olgusunu tüm olumsuzluklarıyla ve kayıplarıyla yaşayan bir halk olarak Çerkeslerin özellikle diasporada kimliklerini korumak ve yaşama tutunmak için gösterdikleri çabalar kurdukları derneklerde dil öğrenme, müzik kültürünü yaşatma ve dans pratikleri yoluyla devam ettirilmeye çalışılmaktadır. Çerkes müziğinin temel yapı taşı olan en önemli kültürel kaynak Nart Destanları’dır. Bu destanlardaki kahramanlıklar, kahramanların hikayeleri, çerkes müziği konularını oluşturur. Ayrıca gündelik yaşama ilişkin iş, av-avcılık, şifa, aile yaşamı gibi konular içeren şarkılar da Çerkes müziğinde öne çıkar. Kuzey Kafkasya halklarının geleneksel müziği çok sesli yapıdadır. Çerkes halk şarkılarına temelde çok seslilik eşlik etmektedir. Çalışmamızın konusu olan Ketenciler Wored Kup (Ketenciler Müzik Topluluğu, 2014-2015 ezonunda Önder Yalçın’ın koro şefliğinde kurulur. Wored Kup, repertuvarına aldığı Çerkes müzik kültürü içinde iyi bilinen şarkılarla Çerkes Müziklerini seslendirmeye, tanıtmaya ve genç kuşaklara aktarmaya çalışmaktadır. Repertuvarında Kafkas coğrafyasında da iyi bilinen ve Türkiye’ye taşınmış olan şarkılara

yer verilmektedir. Wored Kup koro şefi Önder Yalçın toplulukla ilgili amaçlarını “Müziğimizi yaşatmak, kaybolan şarkılarımızı, ağıtlarımızı ortaya çıkarmak, günümüz koşullarında kültürlerine yabancılaşan insanları bir araya getirip kültürlerini yaşamalarını ve gelecek kuşaklara bildiklerimizi aktaracak ortamlar sağlamak, başka kültürlerle de örnek olmak amaçlarımız arasındadır. Bunun yanında müziklerimizi çalacak insanlar yetiştirmek de temel amacımızdır”¹¹ şeklinde ifade etmektedir.

Ketenciler Köyü Wored Kup (Ketenciler Müzik Topluluğu) ile yaptığımız görüşmeler esnasında topluluğun geleneksel çalgıları kullandığını ve müzikleri en otantik şekliyle icra ettiklerini gördük. Kullanılan çalgılar arasında akerdeon, garmon, doli, pşine, pkhaç, phetark çalgılarını kullandıkları tespit edilmiştir.



Resim 2: Ketenciler Wored Kup çalışması (Gülşen Erdal Arşivi).

2. MATERYAL VE METOD

Bu çalışma, betimsel bir araştırmadır. Betimsel araştırmalar, mevcut bir durumu aydınlatır, değerlendirir ve olaylar arasında ilişkiler kurar. Bu tür araştırmalarda esas amaç, incelenen olayın ya da durumu etraflıca tanımlaması ve açıklanmasıdır. Bu araştırma ile Ketenciler köyünde sözlü görüşmeler yapılmış, ve kaynak kişilere ve ailelerine ulaşılmıştır. Yine çalışmaya konu olan Wored Kup müzik topluluğu üyeleri ile görüşmeler yapılarak çalışmalarındaki genel fikirleri alınmıştır.¹² Çerkes kültürünün müzikal kökenleri betimsel metodla araştırılmıştır.

3. SONUÇ

Osmanlı-Rus savaşları sonucunda sürgün edilen Çerkes halkı, kimliğinin temel göstergelerinden olan kültürünü yaşatarak anavatan ile olan bağlarını canlı tutmak amacıyla müzik ve dansı en temel alan olarak görmekte, müzik ve dans kültürlerini genç kuşaklara aktarmayı oldukça önemsemektedirler. Çerkes gelenekleri ve savaşlar, Çerkes toplumunun yaşadığı sürgün v.b. konuların anlatıldığı şarkılar doğaçlama icra edilip notasyonu oluşturulmamasına karşın, Çerkes topluluklarınca benzer müzikal yapıda çalınıp söylenmektedir. Bu durum Çerkes topluluklarının farklı coğrafyalarda bile olsalar kültürel olarak birbirleriyle bağlarının sürdüğünün göstergesidir.

¹¹ Önder Yalçın, Sözlü Görüşme, 01.11.2019

¹² Koro Üyeleri sözlü görüşme (Önder Yalçın –Koro şefi, Birgül Özkanlı-Dernek Başkanı, Aysun Yalçın, Mete Yalçın, Efe Çetiner, Canberk Efe, Mehmet Ali Erdoğan, Erdal Peçin, Nilgün Özkanlı, Eray Efe, Nuray Efe, Işık Peçil, Haluk Efe, Niyazi Adıgüzel, İrem Tufan, Tabarik Milova Kurtoglu.

4. TARTIŞMA

Bu çalışma ile Kocaeli'deki Çerkes yerleşim birimlerinden olan ve aktif bir müzik topluluğu kurarak kendi müziklerini seslendirler Ketenciler Wored Kup ve Çerkes müzikal kültürü açısından faaliyetlerinin önemi tespit edilmiştir. Ayrıca etnomüzikolojik bir çalışma olması açısından Ketenciler köyünde söylendiği Önder Yalçın tarafından günümüze aktarılması koşuluyla kayıt altına alınmış olan iki adet ağıt derlenerek notaya alınmış ve repertuvara kazandırılmıştır.

KAYNAKLAR

AKTAŞ, A.(2008), *Kültürel Renkleriyle Sakarya*, Adapazarı: Merkez Belediyesi Kültür Yay.

Bİ, M.(2015). XIX. Yüzyılda Kocaeli Vilayetine İskân Edilen Kafkas Göçmenleri.Ed. Prof. Dr. H.SELVİ, Doç. Dr. M.B.ÇELİK. *Uluslararası Gazi Akçakoca Kocaeli ve Tarihi Sempozyumu Bildirileri*. (s.1313-1359) Kocaeli: Kocaeli Büyükşehir Belediyesi, Kültür ve Sosyal İşler Dairesi Başkanlığı Yayınları No:30

KALAYCI, İ., ÇATAL A., C. (2016). XIX. Yüzyılın İkinci Yarısında Kocaeli'ye Yapılan Çerkez Göçleri. *Uluslararası Karamürsel Alp Ve Kocaeli Tarihi Sempozyumu Bildirileri*. s. (453-473)Kocaeli : Kocaeli Büyükşehir Belediyesi, Kültür ve Sosyal İşler Dairesi Başkanlığı Yayınları No: 35

İnternet Kaynakları

*<https://www.jinepsgazetesi.com/adige-muzik-aletleri-10411.html> erişim 22.10.2019

*http://www.cogulcutv.com/tr/muzik-dans/muzik-hara-harua-reyhab-adige-nise-adige-tatsa_65.html

*<http://www.cerkesya.org/kafkasya/kultur/muzik/1452-pxhec-ic-adige-ritm-aleti>: Erişim: 22.10.2019.

*<http://www.ketencilercerkesdernegi.com/koyumuzun-tarihcesi/> Erişim 04.11.2019.

*<http://www.ketencilercerkesdernegi.com/koyumuzun-tarihcesi/> . Erişim 4.11.2019.

*<http://www.cerkesya.org/kafkasya/kultur/xabze/1489-thamade-kavrami>. Erişim: 4.11.2019.

*<https://www.haber46.com.tr/kultur-sanat/cerkeslerin-en-buyuk-destan-kahramani-sosruka-h328022.html> Erişim:23.10.2019.

Sözlü Kaynaklar

- Önder Yalçın sözlü görüşme (18.10.2019),(22.10.2019), (28.10.2019), (01.11.2019).
- Birgül Özkanlı sözlü görüşme (22.10.2019).
- Aysun Yalçın sözlü görüşme(18.10.2019), (22.10.2019).(28.10.2019).
- Mete Yalçın sözlü görüşme(18.10.2019).
- Efe Çetiner sözlü görüşme (10.10.2019)
- Gülistan Yalçın, sözlü görüşme (28.10.2019).
- Ziya Nuri Yalçın, sözlü görüşme (28.10.2019).
- Canberk Efe sözlü görüşme(18.10.2019).
- Mehmet Ali Erdoğan sözlü görüşme(18.10.2019).
- Erdal Peçin sözlü görüşme(18.10.2019).
- Nilgün Özkanlı sözlü görüşme(18.10.2019).
- Eray Efe sözlü görüşme(18.10.2019).
- Nuray Efe sözlü görüşme(18.10.2019).
- Işık Peçil sözlü görüşme(18.10.2019).
- Haluk Efe sözlü görüşme(18.10.2019).
- Niyazi Adıgüzel sözlü görüşme(18.10.2019).
- İrem Tufan sözlü görüşme(18.10.2019).
- Tabarik Milova Kurtoğlu sözlü görüşme (18.10.2019).

HASTALARIN SİBERKONDRIA DÜZEYLERİNE YÖNELİK BİR İNCELEME: BİR ARAŞTIRMA HASTANESİ ÖRNEĞİ

Emel YILMAZ

Sakarya Üniversitesi, İşletme Enstitüsü, Üretim Yön. ve Pazarlama
emel.yilmaz15@saglik.gov.tr

Prof.Dr.Remzi ALTUNIŞIK2

Sakarya Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Üretim Yön. ve Pazarlama
altunr@sakarya.edu.tr

Dr.Aysun ATAKEY3

Sakarya Eğitim ve Araştırma Hastanesi, Başhekim Yardımcısı
aysun.atakay@saglik.gov.tr

Özet

Sağlık hizmetleri bağlamında günümüzde internet, bireylerin hem kendisi hem de çevresindeki kişilerin hastalıkları ile ilgili ihtiyaç duydukları bilgilere kolaylıkla ulaşabilmesini sağlamakla birlikte benzer tanı almış hastaların bir arada bulunduğu forum sayfalarına katılma ve deneyimlerini paylaşabilme gibi pek çok imkanı beraberinde getirmektedir. Ancak daha fazla hastalık bilgisi için internetin bilgi edinme amaçlı her kullanımı, bireylerin edindiği bilgileri yanlış yorumlamasına yol açarak, sağlığını olumsuz yönde etkilemesine bir adım daha yaklaştırmaktadır. Kısacası, doğruluğu ve yorumlanması uzmanlık gerektiren bilgilere sıradan vatandaşlarca internet üzerinden ulaşımı sağlık hizmeti sunan hekimin görevini etkin bir şekilde yapmasını yavaşlatması yanında hekime olan güven ve hastanın tedavi sürecini olumsuz etkileme olasılığı sebebiyle arzu edilmeyen sonuçlar doğurabilmektedir. Dolayısıyla hastalar arasında bu tür eğilim içinde olanların siberkondrik eğilimlerinin belirlenmesi önem arz etmektedir.

Araştırma bağlamında bir eğitim ve araştırma hastanesinde hastalara ilk muayene, tetkik, tanı ve tedavi işlemlerinin yapıldığı poliklinik hizmetlerine başvuran 124 hastaya yüz yüze anket yöntemiyle ulaşılarak toplanan veriler SPSS yardımıyla analiz edilmiştir. Anket formunda Siberkondria Şiddet Ölçeği yanında katılımcıların bazı sosyodemografik özellikleri ile sağlık bilgisi edinme yöntemlerini belirleyici sorular katılımcılara yöneltilmiştir. .

Araştırma bulguları boyutsal yapı açısından Siberkonria Ciddiyet Ölçeğinin önceki çalışmalarla uyum içinde olduğuna işaret etmektedir. Bulgularımız SiberkondriCiddiyet Ölçeği ortalama puanı literatür ortalamalarından yüksek çıkmıştır. Ölçeğin alt boyutlarında en yüksek puan aşırılık boyutunda görülmekte olup, araştırmaya katılan hastaların sıklıkla internete hastalık bilgisi için başvurdukları fakat edinmiş oldukları bilgilerden sağlığı uzmanlarına güvendikleri görülmüştür. Araştırma kapsamında hastaların siberkondri düzeylerinin demografik özelliklere göre farklılık göstermediği gözlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Siberkondri, ayaktan hasta, çevrimiçi hastalık arama

AN EXAMINATION OF THE CYBERCHONDRIA LEVELS OF PATIENTS: THE CASE OF A RESEARCH HOSPITAL

Abstract

In healthcare services context, Internet provides individuals with easy access to information they search about illnesses and contact people around them as well as joining forums with similarly diagnosed patients. However, the use of Internet for information search may lead to undesirable outcomes in the form of psychological deterioration and weakening the trust to healthcare professionals providing the health service. In short, easy and/or uncontrolled access to health related information may lead to undesirable consequences for both patients as well as doctors who

give the healthcare service since any information reached through Internet may be misunderstood or requires expertise in terms of interpretation. Therefore, it is important to determine the cyberchondric tendencies of patients as well as the frequency of use of Internet for health related topics.

In the context of study, we have conducted a survey through face-to-face approach on 120 patients who applied to the polyclinic services in a research hospital where the first examination, examination, diagnosis and treatment procedures. Data collected from the survey were analyzed with SPSS package. The questionnaire form contained questions with respect to the Siberkondria Severity Scale, participants' information acquisition methods for health related issues as well as sociodemographic characteristics of patients. Findings indicate that there was a parallelism between our findings and literature in terms of dimensional structure of Siberkondria Severity Scale. The mean score of the cyberchondric severity of the participants were higher than the literature. The highest score was observed in the severity sub-dimensions of the scale, and it was observed that the patients who participated in there search frequently applied to the internet but they tend to trust the health professionals rather than the information they had acquired. It was also observed that the cyberchondria tendency levels of the patients did not vary across demographic characteristics.

Keywords: Siberkondria, outpatient, online disease search.

1. GİRİŞ

İçinde bulunduğumuz bilişim çağında ihtiyaç duyulan birçok bilgiye internet üzerinden ulaşılmaya çalışılması gibi tıbbi bilgi arama davranışı da oldukça yaygındır (Fox, 2006; McElroy, 2012). Ancak sağlıklarıyla ilgili endişeleri olan bireylerden beklenen davranış internetten araştırma yapmak değil en yakın aile sağlığı merkezine veya diğer sağlık kurumlarına müracaat ederek kendilerinde bulunan endişenin sebepleri veya semptomlarına dair muayene talep etmesidir. Sonsuz bilgi kaynağı olan internet birçok kişi için faydalı bir sağlık bilgisi kaynağı sağlamasına rağmen, çevrimiçi hastalık bilgisi araştırmanın, “siberkondri” olarak adlandırılan bu fenomenin, sağlık kaygısını arttırabileceği öne sürülmüştür (Ryan ve Wilson, 2008; Stone ve Sharpe, 2003; Taylor, 1999, 2002, 2010; White ve Horvitz, 2009; Muse, 2012). Sağlık kaygısı, bireylerin sağlıkları hakkında sahip olabileceği çok çeşitli endişeler olarak tanımlanmaktadır (Asmundson ve Taylor, 2005; McElroy, 2012).

Amerikan Psikoloji Derneği'ne göre hipokondriasis olarak da adlandırılan sağlık kaygısı; kişinin bedenle ilgili belirtilerini yanlış algılamasına dayanan, ciddi bir hastalığı olduğu korkusu ya da inancını taşıması olarak tanımlanmaktadır. Siberkondri ise web içeriğinin incelenmesine dayanarak ortaya çıkan asılsız tıbbi korku veya ciddi bozukluklara verilen isimdir (Elciyar, 2017). Ülkemizdeki sağlık hizmetleri sunumunda, acil servis sağlık hizmetleri kapsamı dışındaki hallerde sağlık kurumlarında, Yataklı Tedavi Kurumları İşletme Yönetmeliği'ne göre ayaktan muayene, tetkik, teşhis ve tedavi hizmetlerinin yapıldığı hastaların yataklı tedavi kurumlarında ilk müracaat üniteleri polikliniklerdir (Resmi Gazete, 1983). Bu çalışmada bir eğitim ve araştırma hastanesine poliklinik hizmeti için başvuran hastaların çevrimiçi hastalık arama davranışları ve sağlık uzmanlarına güven düzeylerinin incelenmesi amaçlanmıştır.

2. METOD

Bu araştırma pozitivist bir yaklaşıma göre kurgulanmış olup sağlık hizmeti almak üzere başvuran kişiler üzerinde bir anket uygulaması şeklindedir. Araştırmanın örneklemi, bir eğitim ve araştırma hastanesinden ayaktan hasta olarak poliklinik hizmeti alan hastalardan kolayda örnekleme yöntemi ile belirlenmiştir. Veri toplama aracı olarak hazırlanan anket, Mayıs-Temmuz 2019 tarihinde, gönüllülük esasına dayalı yüz yüze anket yöntemi ile 124 hastaya uygulanmıştır.

İki bölümden oluşan anketin birinci bölümünde kişisel bilgilere ek olarak çalışmaya katılmayı kabul eden hastaların günlük olarak internet kullanım süreleri ve çevrimiçi hastalık bilgisi edinme yöntemlerini belirleyici sorular yer almaktadır. İkinci bölümde siberkondri algısını ölçmek amacıyla McElroy ve Shevlin (2014) tarafından geliştirilen Türkçe'ye çevirisi ve adaptasyonu Uzun (2016) tarafından yapılan, “Siberkondri Ciddiyet Ölçeği” kullanılmıştır. Ölçek 33 ifadeden ve 5 alt boyuttan (zorlantı, kaygı, aşırılık, içini rahatlatma ve sağlık uzmanlarına güvensizlik) oluşmaktadır. Ölçekteki

maddeler beşli Likert tipi dereceleme şeklindedir. Sayfa kısıtı sebebiyle ölçeğin kendisi burada verilememiştir. Ölçekten alınan puanların yüksekliği siberkondri algısının yüksek olduğunu gösterir. Çalışmada ölçeğin güvenirlik değeri (Cronbach's alfa) 0,914 olarak bulunmuştur. Çalışmanın verileri SPSS programı ile analiz edilmiştir. Verilerin analizinde tanımlayıcı analizler, güvenirlik analizi, iki bağımsız-grup t testi, tek yönlü varyans analizi ve varyans analizinde farklılığın hangi grup ya da gruplardan kaynaklandığının belirlenmesi için ise Tukey testinden yararlanılmıştır.

3. BULGULAR

Araştırmaya katılmayı kabul eden poliklinik hastalarının Siberkondri Ciddiyet Ölçeği'ne göre ortalama puanı $91,81 \pm 19,06$ 'dır (min: 39, mak:142). Uzun (2016), literatürde siberkondri ortalamasının 60-75 arasında değişmekte olduğunu söylemektedir. Elciyar (2017), Siberkondri Ciddiyet Ölçeği kullanarak 120 öğrenci ile yapmış olduğu çalışmada ortalama puanı 86 olarak belirtmiştir. Araştırma kapsamında katılımcıların siberkondri ortalamasının literatür ortalamalarından yüksek çıktığı gözlenmektedir.

Tablo 1- Araştırmaya Katılan Hastaların Demografik Özellikleri ve İnternet Kullanım Süreleri

Cinsiyet	f	%	Medeni Hal	f	%
Kadın	98	79,0	Evli	67	54,0
Erkek	26	21,0	Bekar	57	46,0
Toplam	124	100,0	Toplam	124	100,0
Öğrenim	f	%	Yaş	f	%
Lise	48	38,7	(18-24)	32	25,8
Önlisans	18	14,5	(25-31)	40	32,3
Lisans	30	24,2	(32-38)	26	21,0
Yüksek L.	8	6,5	(39-45)	18	14,5
Diğer	20	16,1	(46-51)	5	4,0
Total	124	100,0	Toplam	124	100,0
Gelir(TL)	f	%	İnternet Kullanım Süreleri		
2001-3000	44	35,5	Zaman	f	%
3001-4000	30	24,2	t< 1 saat	28	22,6
4001-5000	14	11,3	1 - 3 saat	57	46,0
5001-6000	14	11,3	t> 3 saat	39	31,5
6001-7000	8	6,5			
Toplam	124	100,0	Toplam	124	100,0

Tablo 1'de araştırmaya katılan poliklinik hastalarının, % 79'u kadın, %21'i erkektir. Katılımcıların, %38,7'si lise, %16,1'i lise altı, %14,5'i önlisans, % 24,2'si lisans, %6,5'i yüksek lisans mezunudur. Çalışmaya katılmayı kabul edenlerin yaklaşık olarak %26'sı 18-24 yaş aralığında iken, %32,3 'ü 25-31, %21'i 32-38, %14'ü 39-45 yaş aralığındadır. Kişisel bilgilere ek olarak çalışmaya katılmayı kabul eden hastaların günlük olarak internet kullanım sürelerini belirlemeye yönelik ifade edilen soruya %46'sı 1-3 saat internette aktif olduklarını belirtirken %31,5'i 3 saatin üzerinde internet kullandıklarını belirtmiştir.

Tablo 2- Araştırmaya Katılan Hastaların Sağlık Bilgisi Edinme Yöntemlerini Belirleyici Sorular

Sorular		n	(%)
S1 Doktora gittikten sonra rahatsızlığınız/hastalığınız konusunda internette araştırma yapar mısınız?	Evet	106	85,5
	Hayır	18	14,5
S2 Doktora gitmeden önce rahatsızlığınız/hastalığınız konusunda internette araştırma yapar mısınız?	Evet	108	87,1
	Hayır	16	12,9
S3 TV’ de yayınlanan sağlık programlarını takip eder misiniz?	Evet	56	45,2
	Hayır	68	54,8
S4 Hastalıklar ve tedaviler konusunda arkadaşlarınızın tavsiyelerini dikkate alır mısınız?	Evet	72	58,1
	Hayır	52	41,9
S5 Doktor tarafından tanı konulmuş bir hastalığınız var mı? (Tansiyon, Şeker, Kalp Hastalığı, KOAH, Depresyon, Romatizma, Kanser vb.)	Evet	33	26,6
	Hayır	89	71,8

Tablo 2’de sağlık bilgisi edinme yöntemlerine dair yöneltilen ifadelerde hastaların %85’inin doktora gittikten sonra rahatsızlığı/hastalığı hakkında araştırma yaptığını belirtmiştir. Aynı şekilde %87’sinin de doktora gitmeden önce internette araştırma yaptığı görülmektedir. Katılımcıların %45’i TV’de yayınlanan sağlık programlarını takip ederken, %58’i hastalıklar ve tedaviler konusunda arkadaşlarının tavsiyelerini dikkate aldıklarını belirtmiştir. Çalışmaya katılmayı kabul edenlere sorulan “Doktor tarafından tanı konulmuş bir hastalığınız var mı? (Tansiyon, Şeker, Kalp Hastalığı, KOAH, Depresyon, Romatizma, Kanser vb.)” sorusuna %71,8’inin “Hayır” yanıtı vermiş olması, bilinen kronik bir hastalığı olmayan, herhangi bir sağlık veya hastalık bilgisi için ilk muayene, tetkik, tanı ve tedavi işlemleri için kurumun poliklinik hizmetlerine başvuran hasta grubu olduğunu göstermektedir.

Tablo 3- Araştırmaya Katılan Hastaların Siberkondri Puan Ortalamaları

Boyutlar(33)	Min.-Max	Ortalama	Std. Sapma
Zorlantı (Compulsion) boyutu (8)	1,00-5,00	2,38	0,99
Kaygı (Distress) boyutu(8)	1,00-5,00	2,76	1,03
Aşırılık (Excessiveness) boyutu(8)	1,00-5,00	3,31	0,90
İçini Rahatlatma (Reassurance) boyutu(6)	1,00-5,00	2,98	0,92
Güvensizlik (Mistrust) boyutu(3)	1,00-5,00	2,04	1,06

Tablo 3’te araştırmaya katılan hastaların Siberkondri Ciddiyet Ölçeği’nin alt boyutlarına ilişkin puanlarına bakıldığında zorlantı ($\bar{x}=2,38$) ve sağlık uzmanlarına güvensizlik boyutu puanları ($\bar{x}=2,04$) 5’li derecelendirilmiş ölçeğin yarı puanından az durumdadır. Kaygı boyutu ortalama puanları ($\bar{x}= 2,76$) ve içini rahatlatma alt boyutu puanı ($\bar{x}= 2,98$) olarak görülmektedir. Aşırılık alt boyutu ortalamaları ($\bar{x}=3,31$) diğer boyutlara göre oldukça yüksek durumdadır. Araştırma kapsamındaki bu bulgular ışığında zorlantı ve sağlık uzmanlarına güvensizlik boyutu puanlarına bakıldığında hastaların günlük rutinlerini ve ilişkilerini olumsuz etkileyecek düzeyde yüksek puanları olmadığı ve katılımcıların doktora internette daha çok güvenmekte olduğu görülmektedir.

Tablo 4-Araştırmaya Katılan Hastaların Çeşitli Değişkenlere Göre Siberkondria Puanları

Değişkenler		$\bar{x}$	ss	t	p
Cinsiyet	Kadın	92,34	19,77	0,602	,548
	Erkek	89,80	18,31		
Medeni Durum	Evli	92,67	19,77	0,487	,627
	Bekar	90,98	18,43		
GitmedenÖnce	Evet	93,58	17,98	2,756	,007
	Hayır	79,87	22,31		
GittiktenSonra	Evet	94,32	17,57	3,735	,000
	Hayır	77,05	21,23		
Yaş	(18-24)	89,21	20,40	1,229*	,300
	(25-31)	91,25	17,76		
	(32-38)	98,88	16,60		
	(39-45)	88,55	18,65		
	(46-51)	83,60	26,01		
	(51 ve üstü)	99,00	29,46		
Mezuniyet	Lise	92,35	19,79	0,393*	,853
	Yüksekokul	94,44	14,30		
	Fakülte	90,83	22,41		
	YL	96,00	19,00		
	Diğer (LiseAltı)	88,52	16,61		
İnternet KullanımSüreleri	< 1 saat	91,17	18,22	0,292*	,748
	1-3 saat	93,19	20,27		
	> 3 saat	90,25	18,12		

* F değerleridir.

Katılımcıların siberkondri puanları ile cinsiyet, medeni durum, yaş, mezuniyet ve internet kullanım süreleri değişkenleri arasındaki ilişkiyi görmek amacıyla bağımsız örneklem arası t-testi uygulanmıştır (Tablo 4). Sonuçlara bakıldığında cinsiyet ($t= 0,602; p=0,548$), medeni durum ($t= 0,487; p= 0,627$), yaş ($F=1,1229; p=0,300$), mezuniyet ($F=0,393; p=0,853$) ve internet kullanım süreleri ($F=0,292; p=0,748$) bulunmuştur. Katılımcıların siberkondri puanları ile bu değişkenler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görülmemektedir. Ancak doktora gitmeden önce hastalığına dair araştırma yapanların siberkondri puanları ($M= 93,58$) yapmayanların puanlarına göre ($M=79,87$) istatistiksel olarak anlamlı şekilde daha yüksektir. Aynı şekilde doktora gittikten sonra hastalığına dair araştırma yapanların siberkondri puanlarının ($M= 94,32$) yapmayanların puanlarına göre ($M= 77,05$) istatistiksel olarak anlamlı şekilde daha yüksek olduğu görülmektedir.

4. SONUÇ ve ÖNERİLER

Aşırılık boyutu ortalaması diğer boyutlara göre yüksek durumdadır. Katılımcılar sağlık veya hastalık bilgisi edinmeye yönelik çevrimiçi ortamlarda araştırma yapmaktadır. Bir diğer boyut olan içini rahatlatma boyutunun ortalama değeri diğer boyutlara göre ikinci sırada yer almaktadır. Bu durumda çevrimiçi olarak yapılan sağlık bilgisi araştırmalarının, bireyleri aynı branşta hizmet veren sağlık uzmanlarına tekrarlı olarak yönlendirilme olduğu söylenebilir. Sonuç olarak, katılımcılar hastalıklarına dair araştırmalarını internetten yapsalar da son noktada yine doktorlara güvenmektedirler.

Bu bağlamda toplumumuza yönelik, sağlık hizmetlerinden nasıl yararlanacağı, ilaçların doğru kullanımı, aydınlatılmış onam formlarını anlamak gibi sağlık bilgilerini kavrama ve değerlendirme yetisi kapsamında sağlık okuryazarlığı ile ilgili programların artırılması gerekmektedir. Ayrıca aile sağlığı merkezlerinde aile hekimi ve aile sağlığı çalışanları tarafından, birinci basamak sağlık hizmetlerinden bireye yönelik koruyucu, tanı, tedavi ve rehabilite edici sağlık hizmetlerine ek olarak kişilere rehberlik hizmetinin geliştirilmesi düşünülebilir.

KAYNAKLAR

- Elciyar K. ve Taşçı (2017). Siberkondri ciddiye ölçeğinin Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi öğrencilerine uygulanması. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 2(4):231-244
- McElroy, E. ve Shevlin, M. (2014). The development and initial validation of the cyberchondria severity scale (CSS). *Journal of Anxiety Disorders*, 28(2): 259-265.
- Muse, Kate et al. (2012) Cyberchondriasis: fact or fiction? A preliminary examination of the relationship between health anxiety and searching for health information on the Internet. *Journal of anxiety disorders*, 26(1): 189-196.
- Resmi Gazete. (1983). Yataklı tedavi kurumları işletme yönetmeliği. Ankara: Resmi *Gazete*, Sayı: 17927 Mük., Tarih: 13.01.1983.
- Uzun S.U., Pamukkale Üniversitesi çalışanlarında siberkondri düzeyi ve etkileyen etmenler, Pamukkale Üniversitesi, *Tıp Fakültesi, Tıpta Uzmanlık Tezi, Halk Sağlığı Anabilim Dalı*, Denizli.

YÜKSEK LİSANS VE DOKTORA ÖĞRENCİSİ SEÇİM MÜLAKATINDA KABUL KRİTERLERİNE İLİŞKİN ÖNEM DÜZEYLERİNİN SWARA YÖNTEMİ İLE BELİRLENMESİ

Melisa NARİN

Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Üretim Yönetimi ve Pazarlama
narinenarin10@gmail.com

Dr. Öğr. Üyesi Serdar YARLIKAŞ

Kocaeli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü
serdar.yarlikas@kocaeli.edu.tr

Özet

Bu çalışma, lisans veya yüksek lisans mezunu öğrencilerin, yüksek lisans veya doktora programına mülakat sürecinde kabul edilmeleri için önem arz eden kriterlerin ağırlıklarının SWARA yöntemi ile belirlenmesi ve böylece üniversitelerde akademik kariyer yapmak isteyen öğrencilerin mülakatta hangi kriterlere ağırlık vermesi gerektiği konusunda yol göstermektir. Uygulama, yüksek lisans ve doktora programını almak isteyen öğrencilerin mülakat başvurularının değerlendirmesinde rol alan akademisyenler (karar vericiler) ile gerçekleştirilmiştir. Çalışmada öncelikle her bir karar verici, kriterleri en önemlisi ilk sırada olacak şekilde sıralamış, daha sonra kriterler arası önem düzeylerini ortaya koymuştur. Son olarak, karar vericilerden elde edilen verilerin SWARA yöntemi ile hesaplanması sonucunda kriterlerin önem düzeyleri (ağırlıkları) belirlenmiştir. SWARA yöntemi ile yapılan değerlendirme sonucuna göre en önemli kriterin “öğrencinin not ortalaması” olduğu, ikinci en önemli kriterin “öğrencinin kendini ifade ediş şekli, özgüven” ve üçüncü en önemli kriterin ise “derse devamlılık arzusu” olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar kelimeler: Öğrenci seçim kriterleri, SWARA Yöntemi, Mülakat, Yüksek Lisans ve Doktora Programı.

DETERMINATION OF IMPORTANCE LEVELS OF THE ACCEPTANCE CRITERIA USED AT GRADUATE AND DOCTORATE STUDENT SELECTION INTERVIEW THROUGH SWARA METHOD

Özet

The main purpose of this study is to determine the importance level of criteria used in selection process to accept the graduate and doctorate students into the related academic graduate and doctorate programs. Thus, this study will guide students who want to make academic career at universities about which of the criteria they should give more importance to. The decision making questionnaire was carried out with three academicians that take place in the evaluation process of graduate and doctorate applicants interview. In the scope of the questionnaire, first of all, each of the decision makers sorted the criteria in descending order of “Importance of Criteria”, then they expressed the relative importance of each of the criteria. Finally, Through the SWARA Method, the importance levels of each of the criteria was determined by using the data obtained from the questionnaire. As a result of the evaluation of SWARA Method Results, it was revealed that the most important criterion was “Student’s Grade Point Average” followed by “Self-expression Skill and Self Confidence”, and the third important criterion was “Desire to Attend Courses”.

Keywords: Student Selection Criteria, SWARA Method, Interview, Graduate and Doctorate Programs.

1.GİRİŞ

Lisans eğitiminin sonlarına yaklaştıkça aklımızda beliren en önemli sorunlardan biri akademik kariyerin nasıl yapılacağıdır. Akademik kariyer yapma sürecinin, çevremizden sıkça duyduğumuz yüksek lisans ve doktora kelimeleriyle ilişki içinde olduğunu biliriz.

Teknolojik gelişmelerin ve yoğun rekabetin yaşandığı günümüzde, bilgi bireyleri ve toplumları belirli alanlarda öncü duruma getirmektedir. Bu sebeple bireyin kendisini sürekli olarak geliştirmesi ve eğitim sürecinin içerisinde yer alması ister istemez zorunlu hale gelmektedir. Bu süreç içerisinde yüksek lisans ve doktora programlarına girebilmek için öğrenciler çok çeşitli aşamalardan geçerek, belirli kriterleri sağlaması gerekmektedir. Her üniversitenin belirli kriterleri vardır ve mülakat kimileri için bu sürecin en zorlu aşamasını içermektedir.

Öğrencilerin başvuru yaptıkları üniversitelerin, bu öğrencilerin programa kabul edilmesinde mülakatta hangi kriterlerin daha önemli görüldüğü konusunda açıklık getirilmesi, öğrencilerin başvuru öncesi kendilerini bu kriterlerde yeterli hale getirmeleri açısından önem arz etmektedir. Böylece akademisyenlerin talepleri doğrultusunda öğrenciler gerekli bilgiyi alacak ve programa kabul edilme ihtimalleri arttırılacaktır.

Bu çalışmada programa kabul kriterlerinin önem düzeylerinin belirlenmesi amacıyla çok kriterli karar verme yöntemlerinden SWARA yönteminden yararlanılmıştır. Yöntem, herkes tarafından kolaylıkla yapılabilir olması nedeniyle tercih edilmiştir. Öğrenci seçiminden sorumlu anabilim dalı başkanı ve mülakatta bulunan diğer akademisyenlere yüksek lisans ve doktora programı öğrenci kabul kriterlerini sıralamaları, ardından da sıralama yaptıkları kriterlerin görece önem düzeylerini belirlemeleri istenmiştir. Tüm karar vericilerin kriterler için atadığı değerlerin ortalaması alınarak, nihai kriter ağırlıklarına ulaşılmıştır.

2. LİTERATÜR İNCELEMESİ

Bilimin gelişmesi ve bilimsel bilginin üretilmesi, bilimsel bilgiyi kullanabilecek yeterlilikte bireylerin yetiştirilmesi ile mümkün olabilecektir (Kaya ve ark., 2013).

Bir bireyin bilimsel bilgiyi anlama, analiz edebilme ve kullanabilme yeterliliğini elde edebilmesi eğitim kurumları sayesinde olabilmektedir. Eğitim kurumları gerekli yeterliliklerin kazanılmasını öğretim programları sayesinde yapabilirler. Öğretim programlarının dinamik ve yeniliğe açık olması, güncel bilgileri takip etmesi bireylerin yeterliliklerini arttırmasına katkıda bulunmaktadır (Toptaş, 2011).

Bilimsel çalışmaların büyük çoğunluğu üniversitelerde üretilmektedir. Bilim üreten bireylerin ise bilim üretirken mantıksal analizler yapabilme ve eleştirel değerlendirebilme yapabilme gibi niteliklere sahip olmaları gerekmektedir (Yaşar, 1998). Bilim üretecek bireylerin, bilim insanlarının yetiştirilmesi lisansüstü eğitim-öğretim ile gerçekleştirilmektedir. (Yükseköğretim Kanunu, 1981). Lisansüstü eğitim, ilgili bilimsel alanda teorik bilgileri uygulama ile birleştirerek bilimsel bilgi üretmeyi amaçlayan bir eğitim sürecini ifade etmektedir (Varış, 1984). Lisansüstü öğretim lisans derecesi kazanıldıktan sonra, yüksek lisans ve doktora programlarını içeren bir süreçtir (Lisansüstü Eğitim Öğretim Yönetmeliği, 1996).

Bilim üretmek için lisansüstü eğitim-öğretim alması gereken bireylerin yüksek lisans ve doktora programlarına seçimlerinde gerekli olan ölçütlerin tespiti, nitelikli bireylerin seçimi için bir zorunluluk gerektirmektedir (Kayahan Karakul ve Karakütük, 2015). Lisansüstü programlardan yararlanmak isteyen birçok öğrenci her okulun belirlemiş olduğu şartlar doğrultusunda lisansüstü programlara başvuru yapabilirler. Bu şartlar kimi üniversiteler arasında benzerlik gösterebileceği gibi kimi üniversitelerin istekleri arasında farklılıklar olabilir. Bu koşullardan biri olan mülakat birçok adayın bu aşamada elenmesine sebep olurken kimi öğrenciler için bir fırsat haline dönüşmüş olur. Akademisyenlerin mülakat sürecinde dikkat ettiği birden çok ölçüt belirlenmeli ve ağırlıkları tespit edilmelidir. Eğer ölçütler ve ağırlık değerleri belirlenebilirse, lisansüstü öğrenim görme düşüncesinde olan bireyler, bu ölçütlerin önem düzeylerini bilerek hangi ölçüt ya da ölçütler konusunda kendilerini daha fazla geliştirmeleri ve daha yeterli düzeye gelebilmeleri gerektiği hususunda fikir sahibi olacaklardır.

3. VERİ VE YÖNTEM

3.1. Çok Kriterli Karar Verme

Karar verme süreci mevcut seçenekler arasından en uygun seçeneği belirleme sürecidir. En uygun seçeneği belirlemek için ise, çok sayıda faktörün birarada dikkate alınması gerekmektedir, bu nedenden dolayı, çok kriterli karar verme yöntemleri, hem matematiksel analizlerde sağladığı yeterlilik hem de değerlendirmelerde sağladığı yorumsal üstünlük açısından, karar verme sürecinde ön plana çıkar (Evren ve Ülengin, 1992). Çok kriterli karar verme; birlikte değerlendirilmesi gereken çok sayıda ölçütün dikkate alınarak en uygun alternatifin seçilmesini sağlayan ve seçeneklerin sıralanmasını, seçenekler arasında seçim yapılmasını ve seçeneklerin sınıflanmasına olanak tanıyan bir yaklaşımdır (Türkoğlu, 2017).

3.2. SWARA (Adım Adım Ağırlık Değerlendirme Oran Analizi) Yöntemi

SWARA yöntemi, uzman değerlendirmelerini dikkate alarak ölçütlerin önem düzeylerinin belirlenmesini sağlayan bir çok kriterli karar verme yöntemidir (Çakır ve Yaylagül, 2017). Bu yöntemde öncelikle ölçütler önem sırasına göre her bir karar verici tarafından sıralanır. Bu sıralamayı takiben, kriterlerin kendinden bir önceki kritere göre göreceli önemini belirleyen karar vericilerin, belirlediği göreceli önem seviyeleri dikkate alınarak her ölçütün her bir karar verici için ağırlık değeri hesaplanır. Bu ağırlık değerleri temel alınarak her karar verici için ölçütler sıralanır. Daha sonra, karar vericilerin ortak bir karar olarak önem düzeyi sıralamasını belirleyebilmeleri için her bir karar vericinin her bir ölçüt için belirledikleri sıralamaların geometrik ortalaması alınarak konusunda uzman olan karar vericilerin ortak bir karara ulaşması da sağlanmış olur (Özbek, 2017).

3.2.1. SWARA İşlem Adımları

SWARA Yöntemi aşağıdaki adımlarda ifade edilen matematiksel formüller uygulanarak yerine getirilmektedir (Stanujkic ve ark., 2015).

Adım 1: Bu aşamada kriterler karar vericiler tarafından en önemliden en önemsiz doğru sıralanır.

Adım 2: Bu aşamada ise kriterlerin sırayla birbirlerine göre göreceli önemi karar vericiler tarafından belirlenir. Örneğin birinci kriterin ikinci kritere göre, ikinci kriterin üçüncü kritere göre göreceli önem düzeyi belirlenerek aynı şekilde karar verme probleminde yer alan birbirini sırayla takip eden tüm kriterlerin birbirlerine önem düzeyleri belirlenir. Böylece bu aşamada ortalama değerin karşılaştırmalı önemi belirlenir ve bu matematiksel oran ise s_j simgesi ile ifade edilmektedir.

Adım 3: En önemli ölçüt 1 değerini alacak şekilde önem katsayısı olarak ifade edilen parametre aşağıdaki parçalı fonksiyonu içeren eşitlik ile belirtilmektedir:

$$k_j = \begin{cases} 1 & j = 1 \\ s_j + 1 & j > 1 \end{cases} \quad (1)$$

Adım 4: Vektörel olarak önem düzeylerinin gösterimi ise aşağıdaki parçalı fonksiyonu içeren eşitlik ile belirtilmektedir:

$$q_j = \begin{cases} 1 & j = 1 \\ \frac{q_{j-1}}{k_j} & j > 1 \end{cases} \quad (2)$$

Adım 5: Her bir ölçütün ağırlığı ise aşağıdaki eşitlik ile hesaplanmaktadır:

$$w_j = \frac{q_j}{\sum_{k=1}^n q_k} \quad (3)$$

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Uygulamada öncelikle kriterler belirlenerek, SWARA yöntemiyle bu kriterler ağırlıklandırılmıştır.

4.1. Öğrencilerin Seçiminde Rol Oynayan Akademisyenlerin (Karar Vericilerin) Belirlenmesi

Bu çalışmada, karar verici olarak mülakat sürecinde anabilim dallarında yüksek lisans ve doktora öğrencisi seçiminde görev alan akademisyenler yer almıştır.

Tablo 1. Araştırmaya Katılan Karar Vericilere İlişkin Bilgiler

ÜNVAN	MEZUN OLUNAN DOKTORA PROGRAMI	KIDEM YILI
Dr. Öğr. Üyesi	Üretim Yönetimi ve Pazarlama	30
Dr. Öğr. Üyesi	Üretim Yönetimi ve Pazarlama	18
Prof. Dr.	Yönetim ve Organizasyon	32

4.2.Öğrencilerin Seçiminde Kullanılacak Kriterlerin Belirlenmesi

Bu aşamada, mülakat sürecinde akademisyenler tarafından dikkate alınan, literatürde benzer örnekleri olan ölçütler ele alınmış ve çalışmanın devamlılığı için gerekli olan ölçütler belirlenmiştir.

Tablo 2. Öğrenci Seçim Kriterleri

K1: Öğrencinin Not Ortalaması
K2: Öğrencinin ALES Notu
K3: Öğrencinin YDS/YÖKDİL Notu
K4: Öğrencinin İş Tecrübesi
K5: Öğrencinin Kendini İfade Ediş Şekli/ Özgüven
K6: Derse Devamlılık Arzusu

Öğrencinin not ortalaması, öğrencinin yüksek lisans ve doktora olarak ifade edilen lisansüstü eğitim öncesi üniversite eğitimindeki başarı durumunu, derslerden başarılı olarak aldığı toplam kredi skorunun aldığı derslerin toplam kredi sayısına bölünmesi ile elde edilen nicel bir ölçüttür. ALES (Akademik Personel ve Lisansüstü Eğitim Sınavı), lisansüstü akademik eğitim almak isteyenlerin katılması gereken, bireyleri sözel ve sayısal nitelikler ve yetenekler açısından ölçen bir sınavdır. Yükseköğretim Kurumları Yabancı Dil Sınavı (YÖKDİL) lisansüstü eğitim almak isteyen bireylerin kendi bilimsel alanlarındaki dil yeteneklerini ve yeterliliklerini tespit etmek için düzenlenen bir yabancı dil sınavıdır.

4.3.Öğrencilerin Seçiminde Kullanılacak Kriterlerin Ağırlıklarının Hesaplanması

Öğrenci Seçim kriterlerinin önem düzeyleri daha önce belirtildiği üzere çalışmaya katılan üç akademisyen tarafından belirlenmiştir. Çalışmaya katılan akademisyenlerin her biri, kriterleri önem düzeylerine göre azalan önem sırasına dikkat ederek sıralamışlardır. Dolayısıyla çalışmada üç karar verici yer almaktadır.

Karar vericilerin kriterlere ilişkin sıralama değerlendirmeleri Tablo 3'te gösterilmiştir. Tabloya göre, Karar verici 1 (KV1) için en önemli kriterin “ K5 – Öğrencinin Kendini İfade Ediş Şekli/ Özgüven, “ ikinci sırada “K6- Derse devamlılık arzusu”, üçüncü sırada “K1-Öğrencinin not ortalaması”, dördüncü sırada “K2-Öğrencinin ALES notu”, beşinci sırada “K4-Öğrencinin iş tecrübesi” ve son sırada ise “K3-Öğrencinin YDS/YÖKDİL notu” olduğu görülmektedir.

Tablo 3. Karar Vericilere Göre Kriter Sıralaması

	KV1	KV2	KV3
K1	3	1	1
K2	4	2	4
K3	6	5	5
K4	5	3	6
K5	1	4	3
K6	2	6	2

Tablo 3'te belirtilen kriter sıralamaları dikkate alınarak karar vericiler tarafından belirlenen kriterlerin göreceli önem düzeyleri Tablo 4'te ifade edilmektedir. Örneğin, Tablo 4, Karar verici 1 için K5 kriterinin K6 kriterine göre %10 daha önemli olduğunu göstermektedir.

Tablo 4. Kriterlerin Karar Vericiler Düzeyinde Karşılaştırmalı Önemi

Önem sırası	KV1		KV2		KV3	
	Sıra	Sj	Sıra	Sj	Sıra	Sj
1	K5		K1		K1	
2	K6	0.10	K2	0.60	K6	0.30
3	K1	0.15	K4	0.10	K5	0.10
4	K2	0.20	K5	0.20	K2	0.40
5	K4	0.25	K3	0.10	K3	0.05
6	K3	0.30	K6	0.40	K4	0.20

SWARA yönteminin uygulanması ile hesaplanan tüm katsayılar, birinci karar verici için k_j , q_j ve w_j değerleri olarak Tablo 5’de gösterilmiştir.

Tablo 5. SWARA Yöntemi ile Karar Verici 1’e Ait Kriter Ağırlıklarını Hesaplama İşlemi

Sıralama	Kriterler	s_j	k_j	q_j	w_j
1	K5		1.00	1.000	0.233
2	K6	0.10	1.10	0.909	0.212
3	K1	0.15	1.15	0.791	0.184
4	K2	0.20	1.20	0.659	0.154
5	K4	0.25	1.25	0.527	0.123
6	K3	0.30	1.30	0.406	0.095

Tablo 5’te, Karar verici 1’den elde edilen veriler ile yapılan hesaplamalar diğer iki karar verici için de yapılarak, karar vericilerin her biri için hesaplanan kriter ağırlık değerleri Tablo 6’da belirtilmiştir.

Tablo 6. Kriterlerin Karar Vericiler Bazında Hesaplanan Ağırlıkları

Kriterler	KV1	KV2	KV3
K1	0.184	0.294	0.260
K2	0.154	0.184	0.130
K3	0.095	0.126	0.124
K4	0.123	0.167	0.103
K5	0.233	0.139	0.182
K6	0.212	0.090	0.200

Karar vericilerin kriter ağırlık değerlerinin aritmetik ortalamalarının alınması sonucu elde edilen kriter ağırlıkları ise, Tablo 7’de belirtilmiştir. Aritmetik ortalama kullanımı ile ortak kriter ağırlıkları hesaplandığında, en önemli kriterin 0.246 değeriyle “ K1 – Öğrencinin Not Ortalaması” olduğu sonucuna varılmıştır.

Tablo 7. Nihai Kriter Ağırlıkları ve Sıralama

KRİTERLER	Nihai Kriter Ağırlığı	Sıralama
K1: Öğrencinin Not Ortalaması	0.246	1
K2: Öğrencinin ALES Notu	0.156	4
K3: Öğrencinin YDS/YÖKDİL Notu	0.115	6
K4: Öğrencinin İş Tecrübesi	0.131	5
K5: Öğrencinin Kendini İfade Ediş Şekli/ Özgüven	0.185	2
K6: Öğrencinin Derse Devamlılık Arzusu	0.167	3

Tablo 7 temel alınarak, kriter ağırlıkları en önemliden en az önemliye doğru sıralanacak olursa; **K1>K5>K6>K2>K4>K3** şeklinde bir sıralama ile karşılaşılmaktadır.

Aynı karar verme problemi geometrik ortalama ile çözüldüğünde ise aritmetik ortalama yapılan hesaplamaların benzeri yapılmış ve ilgili sonuçlar Tablo 8, Tablo 9 ve Tablo 10’a yansıtılmıştır. Tablo 9’da örnek çözümleme Karar Verici 1 için yapılmış, Tablo 10’da ise tüm karar vericiler için yapılan kriter ağırlıkları hesaplama sonuçları Aritmetik ve Geometrik ortalama için birarada verilmiştir.

Tablo 8. Genel Sıralamanın Hesaplanması

	KV1	KV2	KV3	Geometrik Ortalama
K1	3	1	1	1.44
K2	4	2	4	3.17
K3	6	5	5	5.31
K4	5	3	6	4.48
K5	1	4	3	2.29
K6	2	6	2	2.88

Tablo 9. Parametrelerin Hesaplanması (KV1)

Kriter Adı	Sıra	Önem Sırası	s _j	k _j	q _j	w _j
Öğrencinin Not Ortalaması (K1)	1.44	1	-	1.00	1.00	0.235
Öğrencinin Kendini İfade Ediş Şekli/ Özgüven (K5)	2.29	2	0.15	1.15	0.869	0.204
Öğrencinin Derse Devamlılık Arzusu (K6)	2.88	3	0.10	1.10	0.790	0.186
Öğrencinin ALES Notu (K2)	3.17	4	0.20	1.20	0.658	0.155
Öğrencinin İş Tecrübesi (K4)	4.48	5	0.25	1.25	0.527	0.124
Öğrencinin YDS/YÖKDİL Notu (K3)	5.31	6	0.30	1.30	0.405	0.095

Tablo 10. Kriterlerin Genel Sıralaması

Kriter Adı	Aritmetik Ortalama	Geometrik Ortalama
Öğrencinin Not Ortalaması (K1)	0.26	0.26
Öğrencinin Kendini İfade Ediş Şekli/ Özgüven (K5)	0.225	0.225
Öğrencinin Derse Devamlılık Arzusu (K6)	0.178	0.178
Öğrencinin ALES Notu (K2)	0.130	0.128
Öğrencinin İş Tecrübesi (K4)	0.109	0.109
Öğrencinin YDS/YÖKDİL Notu (K3)	0.094	0.094

Geometrik ortalama sonucunda da elde edilen kriter ağırlıkları sonucu aritmetik ortalama ile tamamen aynı olduğu için, Karar vericilerin görüşleri doğrultusunda mülakat sürecinde öğrenci seçimi ile ilgili kriterlerin sıralamasının **K1>K5>K6>K2>K4>K3** şeklinde olduğu belirtilebilmektedir.

5. SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

Çalışma sonucunda, yüksek lisans ve doktora programına başvuru yapan öğrencilerin mülakat sonucunda kabul edilmesine en önemli ilk üç kriter:

1. Öğrencinin not ortalaması,
2. Öğrencinin kendini ifade ediş şekli, özgüven,
3. Öğrencinin derse devamlılık arzusu

şeklinde sıralanırken devamında ise; öğrencinin ALES notu dördüncü sırada, öğrencinin iş tecrübesi beşinci sırada ve son olarak öğrencinin YDS/YÖKDİL notu son sırada yer almaktadır.

Öğrencinin not ortalamasının mülakatta en çok dikkat edilen kriter olmasının temel nedeni, öğrencinin eğitim süresi boyunca akademik başarısında süreklilik olup olmadığını gösteren bir ölçüt olmasından kaynaklanmaktadır. Diğer ölçütlere göre akademik not ortalamasının daha uzun süreli elde edilen somut bir başarı göstergesi olması, diğer ölçütlere göre ilk sırada seçilmiş olmasının nedeni olabilir. Birçok öğrenci bu faktörü dikkate almayarak, ALES ve YDS notlarını yüksek tutma çabası içine girebilirler. Üniversitelerin öğrenci kabul koşullarında bu tür sınavların yüksek yüzde değerlerine sahip olması öğrencileri bu duruma yönlendirebilir. Oysa yapılan analizler sonucunda öğrenci not ortalamasının mülakat sürecinde en önemli kriter olması, akademisyenler tarafından ilk sırada seçilmesi bu faktörün ciddi ve yüksek derecede bir önem seviyesine sahip olduğunu göstermektedir.

Öğrencinin kendini ifade ediş şekli, özgüven kriterinin ikinci sırada seçilmesi ise, diğer kriterleri yüksek olmasına rağmen kendini ifade edemeyen birçok bireyin mülakat sürecinde elenebileceğini

açıkça belirtmektedir. Öğrenciler mülakatta başarılı olmak adına bu faktöre yönelik kendilerini geliştirebilir, stres yönetimine yönelik çeşitli eğitimler alabilirler, farklı mülakat süreçlerine katılarak tecrübe kazanabilirler. Bir diğer kriter olan öğrencinin derse devamlılık arzusu ise akademisyenler tarafından seçilen önemli kriterler arasındadır. Bunun sebebi ise çeşitli sebeplerden ötürü ders devamlılığı sağlayamayan öğrencilerin özellikle teorik bilgileri tam anlamı ile öğrenemedikleri için uygulama konusunda da başarılı olamayacakları ve dolayısıyla akademik gelişim ve katkı sağlayamayacak olmalarıdır. Fakat, bununla beraber dikkat edilmesi gereken diğer bir nokta ise bazı yüksek lisans ve doktora programlarının yoğun devamlılık gerektirmediği gerçeğidir.

Analiz sonuçlarına göre ALES'in dördüncü sırada yer alması ise, akademisyenlerin çoğunluğu tarafından ALES sınavının, yüksek lisans ve doktora öğrencisi olarak seçilmek için gerekli olan yeteneği ve bilgiyi ölçmediğine dair görüşlerini yansıtmaktadır. Bu sınavın sene içerisinde birkaç kez yapılarak, öğrencinin akademik bilgisini ölçmek yerine daha çok sayısal ve sözel yeteneğini ölçtüğüne dair görüş bu analiz sonucu ile desteklenmektedir. Her üniversitenin lisansüstü programa kabul koşulları farklılıklar gösterirken, bu çalışma ile öğrenciler mülakat süreci öncesinde bu kriterleri göz önünde bulundurarak, yüksek lisans veya doktora programlarına kabul edilmeleri için hangi kriterlere daha fazla dikkat ederek hazırlanmaları konusunda fikir sahibi olabilirler. Gelecek çalışmalarda bu çalışmada yer alan kriter sayıları artırılabilir ve diğer çok kriterli karar verme yöntemleri kullanılarak farklı tekniklerin sonuçları kıyaslanarak hangi ölçütlerin daha önemli olduğu genelleştirilebilir.

KAYNAKÇA

- ÇAKIR, E., YAYLAGÜL, Ş. (2017). İşletmelerin Stajyer Öğrenci Kabul Kriterlerine İlişkin Önem Düzeylerinin Swara Yöntemi ile Belirlenmesi: İnsan Kaynakları Önlisans Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Press Academia Procedia*, 447-456.
- EVREN, R., ÜLENGİN, F. (1992), *Yönetimde Çok Amaçlı Karar Verme*. İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi Yayınları.
- KAYA, R., GÜVEN, A., AKKUŞ, Z., GÜNAL, H. (2013), Tarih Öğretmenlerinin Yeni Tarih Öğretim Programlarındaki Ölçme-Değerlendirme Etkinliklerinin Uygulama Süreci Hakkındaki Görüşleri (Erzurum Örneği), *Dicle Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi*, 20(1), 117-137.
- KAYAHAN KARAKUL, A., KARAKÜTÜK, K. (2015), Lisansüstü Öğretime Öğrenci Seçiminde Kullanılan Ölçütlere İlişkin Öğretim Elemanlarının Görüşleri, *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 47(2), 179-200.
- LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ÖĞRETİM YÖNETMELİĞİ (1996), Madde 1.
- STANUJKIC, D., KARABASEVIC, D., ZAVADSKAS, E.K. (2015), A framework for the selection of a packaging desing based on the SWARA method, *Engineering Economics*, 26(2), 181-187.
- TOPTAŞ, V. (2011), Sınıf Öğretmenlerinin Matematik Dersinde Alternatif Ölçme Ve Değerlendirme Yöntemlerinin Kullanımı ile İlgili Algıları, *Eğitim ve Bilim*, 36(1), 205-219.
- TÜRKOĞLU, S. P. (2017), Karar Vermede Hedef Programlama Yöntemi ve Uygulamaları. *Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(2), 29-46.
- ÖZBEK, A. (2017), SWARA, A. ÖZBEK içinde, *Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri ve Excel İle Problem Çözümü* (s.55-56), Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- VARIŞ, F. (1984), Lisansüstü Düzeyde Eğitim Elemanı Yetiştirme, *Eğitim Bilimleri Sempozyumu, Eğitim Bilimleri Fakültesi Yayınları içinde* (s. 49-54), Ankara: Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Yayınları.
- YAŞAR, Ş. (1998), Çağdaş Bilim Anlayışı. G. CAN içinde, *Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi İlköğretim Öğretmenliği Lisans Tamamlama Programı Çağdaş Yaşam Çağdaş İnsan* (s. 153-160), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- YÜKSEKÖĞRETİM KANUNU (1981), Madde 22.

MYO ÖĞRENCİLERİNİN AKADEMİK AZİM DÜZEYLERİNİN BAZI DEĞİŞKENLER AÇISINDAN İNCELENMESİ

Prof.Dr. C.Gazi UÇKUN

Kocaeli Üniversitesi Hereke Ömer İsmet Uzunyol MYO, Mülkiyet Koruma ve Güvenlik Bölümü,
Kocaeli /TÜRKİYE

Doç.Dr. Öznür Gökkaya

Kocaeli Üniversitesi İ.İ.B.F, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, Kocaeli /TÜRKİYE

Öğr. Gör. Aykut TOSUN

Kocaeli Üniversitesi, Hereke Ömer İsmet Uzunyol MYO, Mülkiyet Koruma ve Güvenlik Bölümü,
Kocaeli /TÜRKİYE

Öğr. Gör. Orkun KONAK

Kocaeli Üniversitesi, Hereke Ömer İsmet Uzunyol MYO, Mülkiyet Koruma ve Güvenlik Bölümü,
Kocaeli /TÜRKİYE

Özet

Son yıllarda yapılan çalışmalar, akademik azim becerisinin başarıya ulaşmak için bireyin sahip olması gereken özellikler arasında olduğunu ortaya koymaktadır. Araştırmada meslek yüksekokulu öğrencilerinin akademik azim düzeyleri ve bu düzeyin bazı değişkenler açısından incelenmesi amaçlanmaktadır. Araştırmada veri toplama aracı olarak Türkçe uyarlaması, geçerlik ve güvenilirlik çalışması Bozgün ve Başgöl (2018) tarafından yapılan akademik azim ölçeği kullanılmıştır. Bu çalışmada Kocaeli Üniversitesi Hereke Ömer İsmet Uzunyol MYO' da öğrenim gören 207 öğrenciye anket uygulaması yapılmıştır. Veriler SPSS 16.0'da değerlendirilmiştir. Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin akademik azim düzeylerinin orta düzeyde olduğu ve bu düzeyin cinsiyet ve bölüm değişkenlerine göre istatistiki olarak anlamlı bir farklılık gösterdiği görülmüştür. Ancak yaş, lise türü, sınıf değişkenlerine göre ise istatistiki olarak farklılaşmadığı sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Meslek yüksekokulu, akademik azim, başarı

Research Of The Academic Grit Levels Of Vocational School Students In Terms Of Certain Assessment Requirements

Abstract

Recent studies have shown that academic grit is one of the characteristics that an individual must possess to achieve success. In this research, it is aimed to examine the academic grit levels of vocational school students in terms of some variables. Academic grit scale was used as data collection tool in the research. The Turkish adaptation, validity and reliability study was conducted by Bozgün and Başgöl (2018). In this study, a questionnaire was applied to 207 students studying at Hereke Ömer İsmet Uzunyol Vocational School of Kocaeli University. Data were evaluated in SPSS 16.0. It was seen that the levels of academic grit of Vocational School students were moderate and this level showed a statistically significant difference according to gender and department variables. However, age, high school type, class, income level and the educational status of the parents did not differ statistically according to the variables.

Keywords: Vocational School, academic grit, success

GİRİŞ

Başarılı olabilmek, uzun vadede ulaşmak istenen hedefler için her türlü engele rağmen gösterilen aşırı istek ve kararlılığı azim olarak adlandırırız. (Duckworth, Peterson, Matthews ve Kelly, 2007) TDK (2019) da ise azim, "Bir işteki engelleri yenme kararlılığı" olarak tanımlanmıştır. Azim bir kişilik özelliği olarak ifade edilen kavramdır. Ayrıca Duckworth ve diğerleri (2007), yine aynı

çalışmada, kişilik özelliklerinin ve zekanın ilişki içinde olduğu ve performansa göreceli katkıları olduğunu da ifade etmiştir. Akademik azim ise öğrencilerin ders, ödev, çalışma ve planlama gibi konularda önüne çıkan zorluklarla baş edebilme ve vazgeçmeme olarak ifade edilebilir. Neden bazı bireyler eşit zekayla diğerlerinden daha başarılı olduğu sorusuna cevap olarak, bilişsel yeteneğe ek olarak, yüksek başarmaya sahip bireylerin niteliklerini, yaratıcılık, kuvvet, duygusal zeka, karizma, kendine güven, duygusal istikrar, fiziksel çekicilik ve diğer olumlu nitelikleri olarak sayılmıştır. (Duckworth, Peterson, Matthews ve Kelly, 2007:1087) Olumsuz olarak ise, Bazeliyas ve diğerleri, Azim gibi kişilik özelliği üzerine güncel araştırmalara dayanan çalışmaları sonucunda, azmin üniversite öncesi düzeyinde fizik programında akademik başarı için önemli bir belirleyici olmadığını ifade etmiştir. (Bazeliyas, Lemay, Doleck, 2016:42) Azim ya da sebat (grit) bir kişilik özelliği olarak huy bağlamında değerlendirilirken; bir hedefi gerçekleştirmede önüne çıkan engeller ve zorluklar karşısında duygusal, bilişsel ve davranışsal yılmazlığı ifade etmektedir. (Sarıçam, Çelik, Oğuz, 2016:929)

1. YÖNTEM

Bu araştırmada, anket yöntemi uygulanmıştır. Bu yaklaşımla elde edilen bilgiler kullanılarak sonuca ulaşılmıştır. Araştırmada veri toplama araçları örneklem içine giren çalışanlara ulaşılarak basılı soru kâğıdı üzerinden uygulanmıştır ve veriler 15 gün içinde toplanmıştır. Veriler elektronik olarak SPSS 15.0 yazılımına aktarılmıştır.

1.1. Araştırma Soruları

1. Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin akademik azim düzeyleri nasıldır?
2. Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin akademik düzeyleri, cinsiyet, yaş, lise türü, bölüm ve sınıf değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?

1.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın çalışma grubunu; gönüllülük esasına dayalı olarak katılan 2019-2020 eğitim öğretim yılında Hereke Ömer İsmet Uzunyol MYO'nda öğrenimine devam eden 207 öğrenci oluşturmaktadır. Öğrencilere ilişkin kişisel bilgiler Tablo 1'de özetlenmiştir.

Tablo 1. Araştırma Kapsamındaki Öğrencilere İlişkin Demografik Bilgiler

		f	%
Cinsiyet	Kadın	123	59,4
	Erkek	84	40,6
Yaş	17-20 arası	145	70,0
	21-23 arası	45	21,7
	24-26 arası	12	5,7
	27 ve üzeri	5	2,6
Lise Türü	Düz Lise	47	22,7
	Meslek lisesi	103	49,7
	Anadolu Lisesi	53	25,6
	Diğer	4	1,9
Sınıf	1.sınıf	105	50,7
	2.sınıf	102	49,3
Bölüm	Teknik	26	12,5
	Sosyal	181	87,5
Toplam		207	100

Tablo 1'e göre araştırma kapsamında yer alan öğrencilerin %59,4'ü kadın, %40,6'sı erkek öğrenciden oluşmaktadır. 17- 20 yaş arası öğrenciler %70,0, 21-23 yaş arası % 21,7, 24-26 yaş arası öğrenciler %5,7, 27 ve üstü yaş %2,6 olduğu görülmüştür. Araştırmaya katılan öğrencilerin %49,7'si Meslek Lisesi, %25,6'sı Anadolu Lisesi, %22,7'si Düz Lise mezunudur. Öğrencilerin sınıf durumu incelendiğinde 1.sınıf %50,7 2.sınıf olanların ise %49,3 olduğu, bölümü teknik olanların %12,5, sosyal olanların ise %87,5'nin olduğu görülmüştür.

1.3. Veri Toplama Aracı ve Verilerin Toplanması

Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin akademik azim düzeylerini ortaya çıkarmayı amaçlayan bu çalışmada, Türkçe uyarlaması, geçerlik ve güvenilirlik çalışması Bozgün ve Başgöl (2018) tarafından yapılan akademik azim ölçeği kullanılmıştır. Ölçekte yer alan 10 maddenin güvenilirliğini belirlemeye yönelik yapılan analiz sonucunda Cronbach's Alpha değeri 0.757 olarak bulunmuştur.

1.4. Verilerin Çözümlemesi

Verilerin analizinde yüzde, frekans, aritmetik ortalama, standart sapma ve tek yönlü varyans analizi kullanılmıştır. Varyans analizi sonucunda anlamlı farklılığın çıktığı durumlarda gruplar arasında farkın kaynağını belirlemek için post-hoc testlerden Tukey testi kullanılmıştır.

2. BULGULAR

Bu kısımda öğrencilerin Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin akademik azim düzeylerini ve düzeylerinin cinsiyet, yaş, lise türü, bölüm ve sınıf değişkenlerine göre değişip değişmediğini ortaya koyan bulgulara yer verilmiştir.

Tablo2. Öğrencilerin Akademik Azim Düzeylerine İlişkin Maddelerin Aritmetik Ortalamaları

	Madde	X
AAÖ	Bir ödev zor olduğunda kolaylıkla vazgeçerim.	2,08
	Bir ödev yaptığımda tüm gayretimi o ödev veririm.	3,25
	Ödevimi bitirene kadar yapmaya devam ederim.	3,11
	Bir ödev için çalışma planı yaptığımda o plana sadık kalırım.	3,40
	Bir ödevi yapmaya söz verdiğimde o ödevi tamamlarım.	2,88
	Çok çalışkan bir öğrenciyim.	3,12
	Başarısız olsam bile denemeye devam ederim.	2,65
	Bir ödev zor olsa bile üzerinde çalışmaya devam ederim.	3,01
	Okulla ilgili sorumluluklarımı her zaman yerine getirmem.	2,14
	Çalışma isteğim olmasa bile yapılması gereken ödevleri yaparım.	2,89
	TOPLAM	2,85

Tablo2’de akademik azim düzeylerine ilişkin görüşler incelendiğinde, en yüksek ortalamanın “Bir ödev için çalışma planı yaptığımda o plana sadık kalırım.” ($X=3,40$) ve en düşük ortalamanın “Bir ödev zor olduğunda kolaylıkla vazgeçerim.” ($X=2,08$) olduğu bulunmuştur. Ulaşılan bu bulgular öğrencilerinin akademik azim düzeylerine ilişkin görüşlerinin puan ortalamalarının orta düzeyde olduğu söylenebilir ($X=2,85$).

Tablo 3. Cinsiyet, Lise Türü, Yaş, Bölüm ve Sınıf Değişkenlerine Göre Akademik Azim Düzeylerine İlişkin Bağımsız Gruplar T Testi ile Varyans Analizi Sonuçları

Değişkenler		X	ss	f	p	t
Cinsiyet	Kadın	3,01	,464	,385	,033*	2,093
	Erkek	2,69	,507			
Sınıf	1.sınıf	2,96	,414	,273	,074	2,140
	2.sınıf	2,74	,519			
Bölüm	Teknik	3,29	,334	,229	,006*	2,250
	Sosyal	2,43	,530			
Değişkenler		X	ss	F	p	Tukey
Lise Türü	Düz Lise	2,97	,498	,097	,526	
	Meslek lisesi	2,60	,568			
	Anadolu Lisesi	2,88	,506			
Yaş	17-20 arası	2,94	,444	,607	,543	
	21-23 arası	2,64	,586			
	24-26 arası	2,65	,456			
	27 ve üzeri	3,07	.			

Tablo3'teki bulgular öğrencilerinin akademik azim düzeylerine yönelik görüşlerinin cinsiyet [$t=-2,093$, $p=.033$] değişkenine göre farklılaştığını göstermektedir. Bu farklılığın cinsiyeti “kadın” olan öğrencilerden kaynaklandığı belirlenmiştir. Ayrıca öğrencilerinin akademik azim düzeylerine yönelik görüşlerinin; bölüm değişkenine [$t=-2,250$ $p=.006$] göre de farklılaştığı görülmüştür. Bu farkın bölümü teknik olanguptan kaynaklandığı görülmüştür

Öğrencilerin akademik azim düzeylerine yönelik görüşlerinin; lise türü, yaş ve sınıf değişkenlerine göre istatistiki olarak farklılaşmadığı görülmüştür.

3. SONUÇ

Çalışma bulgularına göre öğrencilerinin akademik azim düzeylerine yönelik görüşlerinin cinsiyet ve bölüm değişkenlerine göre de farklılaştığı görülmüştür. Öğrencilerin akademik azim düzeylerine yönelik görüşlerinin; lise türü, yaş ve sınıf değişkenlerine göre istatistiki olarak farklılaşmadığı bulunmuştur.

Akademik azim düzeylerine ilişkin görüşler incelendiğinde, en yüksek ortalamanın “Bir ödev için çalışma planı yaptığımda o plana sadık kalırım.” ve en düşük ortalamanın “Bir ödev zor olduğunda kolaylıkla vazgeçerim.” olduğu bulunmuştur. Ulaşılan bu bulgular öğrencilerinin akademik azim düzeylerine ilişkin görüşlerinin puan ortalamalarının orta düzeyde olduğu söylenebilir. Azim düzeyi düşük olan bireyler başarısızlık karşısında azimli bireylerle karşılaştırıldığında daha çabuk pes etme eğiliminde iken; azimli bireyler yönlerini değiştirmeden hedefe doğru ilerlemeye devam ederek başarılı olma ihtimallerinin daha yüksek olduğu bilinmektedir. Bu doğrultuda öğrencilerimize başarılarını yükseltebilmeleri için, azimlerini artırmaya yönelik uygulamalar yapılmalı, gerekirse MEB uygulanan rehberlik çalışmaları yürütülmelidir.

Kaynakça

- Bazelaïs, P., Lemay, D. J., & Doleck, T. (2016). How Does Grit Impact Students' Academic Achievement in Science? *European Journal of Science and Mathematics Education*, 4(1), 33–43.
- Bozgün, K., ve Başgöl, M. (2018). Akademik Azim Ölçeğinin Türkçeye Uyarlanması: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(25), 435-445.
- Duckworth, A. L., Peterson, C., Matthews, M. D. and Kelly, D. R. (2007). Grit: Perseverance and passion for long-term goals. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1087-1101. https://www.researchgate.net/publication/6290064_Grit_Perseverance_and_Passion_for_Long-Term_Goals
- Sarıçam, H., Çelik, İ. ve Oğuz, A. (2016). Kısa Azim (Sebat) Ölçeğinin Türkçeye Uyarlanması: Geçerlik ve güvenirlik Çalışması. *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi*, 5(2), 927-935.
- TDK, <https://sozluk.gov.tr/> (10,10.2019)

ORTAOKUL ÖĞRENCİLERİNİN BİLİM FUARLARINDA GÖREV ALMALARININ FEN ÖĞRENMEYE YÖNELİK MOTİVASYONLARINA ETKİSİNİN İNCELENMESİ

Mustafa Kemal YÜZBAŞIOĞLU

Kastamonu Üniversitesi / Fen Bilimleri Enstitüsü
m.kemalyuzbasioglu@gmail.com

Prof. Dr. Mehmet Altan KURNAZ

Kastamonu Üniversitesi / Eğitim Fakültesi / Matematik ve Fen Bilimleri Eğitimi Bölümü
makurnaz@kastamonu.edu.tr

Özet

Yürütülen çalışmada ortaokul 5–8. sınıf öğrencilerinin bilim fuarında aktif olarak görev alma durumlarının, fen öğrenmeye yönelik motivasyonlarına olan etkisinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırma, tek grup ön test son test zayıf deneysel desende yürütülmüştür. Yapılan çalışma, 2018-2019 eğitim öğretim yılında Türkiye'nin Batı Karadeniz bölgesinde yer alan bir köy ortaokulunda öğrenim görmekte olan 62 öğrencinin katılımıyla gerçekleştirilmiştir. Veri toplama aracı olarak ilgili literatürde yer alan 23 madde ve 5 faktörden oluşan 'Fen Öğrenmeye Yönelik Motivasyon Ölçeği' ön test ve son test olarak uygulanmıştır. Verilerin analizinde SPSS 22 Paket Programı kullanılmıştır. Yapılan analizler sonucunda öğrencilerin ilgili ölçekten aldıkları ön test ve son test ortalama puanları incelendiğinde son test puanları lehine anlamlı farklılık çıkmıştır. Ayrıca ölçeğin alt faktörlerinden 'araştırma yapmaya', 'performansa' ve 'katılıma' yönelik motivasyon son test puanları lehine de anlamlı farklılık görülmüştür. Bu durum öğrencilerin bilim fuarına katılımlarının fen öğrenmeye yönelik motivasyonlarını olumlu yönde etkilediğini göstermektedir. Elde edilen sonuçlardan hareketle araştırmada, öğrencilerin motivasyonlarını artırmak için aktif olarak görev alabilecekleri etkinliklere katılımlarının sağlanması önerilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Bilim Fuarı, Fen Eğitimi, Motivasyon

EXAMINING THE EFFECT OF SECONDARY STUDENTS' TAKING PART IN SCIENCE FAIRS ON THEIR MOTIVATION TOWARDS LEARNING SCIENCE

Abstract

The aim of this study was to determine the effect of secondary school 5th, 6th, 7th and 8th grade students' active participation in science fairs on their motivation towards learning science. The research was conducted in a single group, pre-test post-test simple experimental pattern. This study, in 2018-2019 academic year, located in the Western Black Sea region of Turkey, was carried out in a village secondary school. The data of the study was gathered by using 'Scale of Motivation toward Science Learning' consisting of 23 items in the related literature. SPSS 22 Package Program was used for the analysis of quantitative data. As a result of the analyzes, when the pre-test and post-test average scores of the students were examined, a significant difference was found in favor of the post-test scores. In addition, there was a significant difference in favor of motivation post-test scores for 'research', 'performance' and 'participation' among the sub-factors of the scale. This shows that students' participation in science fairs positively affects their motivation towards learning science. Based on the results obtained, it was suggested that students participate in activities that they can actively take part in in order to increase their motivation.

Keywords: Science fair, Science education, Motivation.

1. GİRİŞ

Fen bilimleri dersinde bireylerin fen okuryazarı olarak yetiştirilmesi amaçlanır. Bu amaca yönelik ilgili öğretim programında kazanımlar, hedefler doğrultusunda istenilen çerçeveyi tanımlar. Öğrencilerin hedeflenen kazanımları yapılandırmalarında bilişsel faktörlerin yanında duyuşsal

faktörler de önemli rol oynar. Yürütülen çalışmalar yalnızca bilişsel faktörlere ağırlık vermenin öğrencilerin başarılı olmasında yeterli olmadığını göstermektedir (Duit&Treagust, 2003; Pintrich, 2003; Seah&Bishop, 2000; Thompson&Mintzes, 2002; Wigfield & Wentzel, 2007). Bu nedenle programların ve öğrencilerin duyuşsal özelliklerini konu alan araştırmalar güncelliği korumaktadır.

Duyuşsal beceriler değer, inanç, ilgi ve tutum gibi faktörlerden oluşmakta ve öğrencilerin başarılarına doğrudan etki etmektedir. Bireylerin fen okuryazarı olarak yetiştirilmesi sürecinde, başarılı olmalarını sağlayan önemli duyuşsal faktörlerden biri de motivasyondur (Bonney vd, 2005). Yürütülen çalışmalarda motivasyonun bireylerin yaratıcılıklarını ve akademik başarılarını doğrudan etkilediği belirlenmiştir (Akbaba, 2006; Öncü, 2004; Yüksel, 2004). Motive olmuş öğrenci ve öğretmenler okuldan daha fazla keyif almakta (Öncü, 2004) ve bu durum ders işlenişine olumlu katkı sağlamaktadır (Yüksel, 2004). Derslerin işleniş sırasında öğretimin etkililiği, öğrencilerin ve öğretmenlerin motivasyonuna bağlı olup derse ilişkin motivasyon düşüğe kazanımların yapılandırılması yetersiz, motivasyon yüksekse kazanımların yapılandırılması daha fazla miktarda olmaktadır (Spitzer, 1996). Bireylerde çaba gösterme, hedeflere yönelme, göreve odaklanma gibi beceriler motivasyonu etkilemektedir (Garcia, 1995). Bunların yanında aktif öğrenme stratejilerinin motivasyonu artırdığı tespit edilmiştir (Barlia, 1999). Sert Çıbık (2009), öğrencilerin motivasyonlarını artırmak için öğrencilere yaparak yaşayarak öğrenebilecekleri öğrenme imkanları sunulup öğrenme sürecine aktif katılımlarının sağlanması gerektiğini belirtmiştir.

Öğrencilerin aktif olarak katıldıkları ve çok sayıda etkinlik yapma imkânı buldukları ortamlardan biri de bilim fuarlarıdır. Bu tarz etkinlikler öğrencilerin problem çözme becerilerine olumlu katkı sağlamakta ve bilimsel süreç becerilerini kullanma imkânı vermektedir (Yıldırım ve Şensoy, 2014). Öğrenciler böylelikle bilimsel düşünüp bilimsel süreç becerilerini kullanarak ilgi duydukları alanlarda kendi fikirlerini projeye dönüştürme fırsatı bulmaktadırlar (Camcı, 2008). Bilim fuarlarına katılım sağlayan öğrencilerin derse yönelik tutum ve ilgilerinin olumlu etkilendiği (Şahin, 2012) ve bilim fuarlarıyla ilgili olumlu düşüncelere sahip oldukları tespit edilmiştir (Karadeniz ve Ata, 2013).

İlgili literatür incelendiğinde ülkemizde bilim fuarlarıyla ilgili pek çok çalışmanın yapıldığı görülmektedir. Yapılan bu araştırmaların bilim fuarlarına katılımın bilim ve bilim insanlarına olan ilgiye etkisi (Camcı, 2008), projelere ilişkin öğrenci görüşleri (Karadeniz ve Ata, 2013) ve derse yönelik tutuma olan etkisi (Şahin, 2012; Yıldırım ve Şensoy, 2014; Yıldırım 2018) konularında olduğu belirlenmiştir. Öğrencilerin çeşitli görevler olarak aktif katıldıkları bilim fuarlarının, fen öğrenmeye yönelik motivasyonları üzerindeki etkisiyle ilgili çalışmaların yeterli olmadığı söylenebilir. Bu bağlamda bilim fuarları gibi etkinliklerin öğrencilerin bilgiyi öğrenmede etkili olan duyuşsal faktörlerine katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca öğrencilerin fen öğrenmeye yönelik motivasyonlarının artmasının fen okuryazarı bireyler olarak yetiştirilmelerine katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu gerekçelere dayanarak yürütülen çalışmada ortaokul 5-8. sınıf öğrencilerinin bilim fuarında aktif olarak görev alma durumlarının fen öğrenmeye yönelik motivasyonlarına olan etkisinin belirlenmesi amaçlanmıştır.

2. YÖNTEM

Araştırma, 2018-2019 eğitim-öğretim yılında Türkiye'nin Batı Karadeniz bölgesinde yer alan bir köy ortaokulunda tek grup ön test son test zayıf deneysel desende yürütülmüştür. Denekler kontrol ve deney olarak gruplara ayrılmamış, deneysel işlemin etkisi tek gruba yapılan çalışmayla test edilmiştir. Çalışmaya katılan kişilerin bağımlı değişkene ilişkin ölçümleri uygulama öncesi ön test ve sonrasında son test olarak aynı ölçme aracıyla elde edilir (Büyüköztürk ve diğ., 2008).

2.1. Çalışma Grubu

Çalışma 5, 6, 7 ve 8. sınıfta öğrenim gören toplam 62 öğrencinin tamamının katılımıyla gerçekleştirilmiştir. Çalışmaya katılan öğrencilerin sınıflara göre frekans ve yüzde dağılımları Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Öğrencilerin sınıflara göre frekans ve yüzde dağılımları

Sınıflar	f	%
5. Sınıf	14	22,58
6. Sınıf	14	22,58
7. Sınıf	21	33,87
8. Sınıf	13	20,97
Toplam	62	100

Araştırmanın çalışma grubunda bulunan öğrencilerin % 22,58'i (14) 5. sınıf, % 22,58'i (14) 6. sınıf, % 33,87'si (21) 7. sınıf ve % 20,97'si (13) 8. sınıf düzeyinde öğrenim görmektedir.

2.2. Veri Toplama Aracı

Ortaokul 5–8. sınıf öğrencilerinin bilim fuarında aktif olarak görev alma durumlarının, fen öğrenmeye yönelik motivasyonlarına olan etkisinin belirlenmesi amacıyla çalışmada Dede ve Yaman (2008) tarafından geliştirilmiş 'Fen Öğrenmeye Yönelik Motivasyon Ölçeği' ön test ve son test olarak uygulanmıştır. Ölçek 23 maddeden oluşan 5'li likert tipi bir ölçektir. Ölçekte 'Araştırma Yapmaya Yönelik Motivasyon', 'Performansa Yönelik Motivasyon', 'İletişime Yönelik Motivasyon', 'İşbirlikli Çalışmaya Yönelik Motivasyon' ve 'Katılıma Yönelik Motivasyon' şeklinde 5 faktör bulunmaktadır. Motivasyon ölçeğinden alınabilecek en yüksek puan 115, en düşük puan ise 23'tür.

2.3. Araştırmanın Uygulanması

Ölçek; araştırmanın başında öğrencilerin fen öğrenmeye yönelik motivasyonlarını belirleyebilmek için ön test, deneysel işlemin etkisini belirleyebilmek için araştırmanın sonunda son test olarak kullanılmıştır. Yapılan çalışmada ölçeğin uygulamaları arasında 21 haftalık zaman geçmiştir. Bu zaman diliminde ön test uygulandıktan sonra okulda yapılan öğretime paralel olarak yaklaşık 3 hafta boyunca haftada 15-20 dakika bilim fuarları hakkında bilgilendirmeler yapılmıştır. Bu bilgilendirmeler sırasında öğrencilerin seviyelerine uygun şekilde bilim fuarları, problem çözme basamakları, proje-araştırma basamakları hakkında sunumlar yapılmış ve bunlara ilişkin örnek çalışmalar gösterilmiştir. Sonraki aşamada öğrencilerden ilgilerini çeken konularda bir problem belirlemeleri, bilimsel yöntemleri kullanarak bu problem durumuna çözüm önerileri tasarlamaları istenilmiş ve 2 haftalık araştırma süresi verilmiştir. Öğrencilerin araştırmaları sonucunda buldukları fikirler arasında seviyelerine uygun olanlar seçilmiştir. Seçilen etkinlikleri gerçekleştirmek üzere öğrenciler 2-3 kişilik gruplara ayrılmış ve geri kalan 16 haftalık sürede öğrenciler, öğretmen rehberliğinde projelerini hazırlamıştır. 21 haftalık bir hazırlık sonrasında bilim fuarı açılışı yapılmış ve bir gün süresince öğrenciler hazırlamış oldukları projeleri fuara katılan ziyaretçilere ve arkadaşlarına sunmuşlardır. Bilim fuarı tamamlandıktan hemen sonra öğrencilere ilgili ölçek son test olarak uygulanmıştır.

2.4. Veri Analizi

Verilerin analizinde istatistik paket programı kullanılmıştır. Ölçeğin alındığı ilgili çalışmada Cronbach alfa güvenirlik katsayısı değeri 0,80 olarak belirtilmiştir. Bu çalışma için yapılan güvenirlik analizi sonucundaysa Cronbach alfa güvenirlik katsayısı değeri 0,73 olarak tespit edilmiştir. Araştırmada ön test ve son test puanlarının arasında anlamlı düzeyde fark olup olmadığını belirleyebilmek için bağımlı gruplar t-testi analizi uygulanmıştır.

3. BULGULAR

Araştırmaya katılan öğrencilerin, motivasyon ölçeğine verdikleri yanıtlardan elde edilen veriler analiz edilerek bu bölümde sunulmuştur. Öğrencilerin motivasyon ölçeği ön test ve son test puanlarına ilişkin bağımlı gruplar için t-testi sonuçları Tablo 2'de verilmiştir.

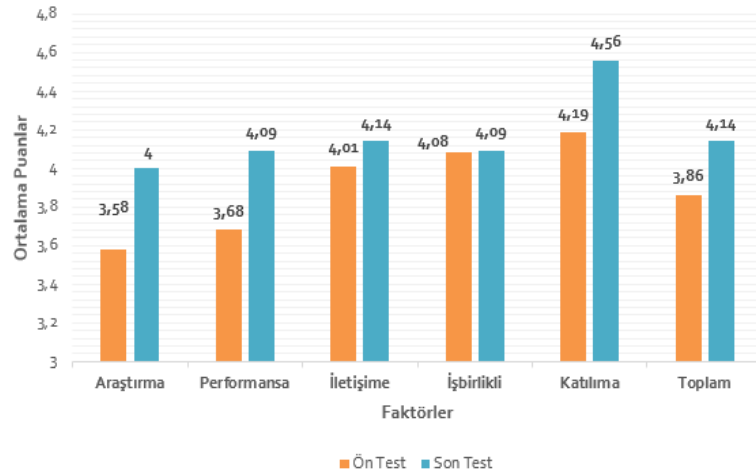
Tablo 2. Öğrencilerin 'Fen Öğrenmeye Yönelik Motivasyon Ölçeği' ön test ve son test puanlarına ilişkin bağımlı gruplar için t-testi sonuçları

Faktör	Test	N	$\bar{X}$	ss	sd	t	p
Araştırma Yapmaya Yönelik Motivasyon	Ön Test	62	3,58	,50	61	-5,103	,000*
	Son Test	62	4,00	,62			
Performansa Yönelik Motivasyon	Ön Test	62	3,68	,49	61	-4,986	,000*
	Son Test	62	4,09	,68			
İletişime Yönelik Motivasyon	Ön Test	62	4,01	,51	61	-1,591	,117
	Son Test	62	4,14	,53			
İşbirlikli Çalışmaya Yönelik Motivasyon	Ön Test	62	4,08	,61	61	-,100	,921
	Son Test	62	4,09	,57			
Katılıma Yönelik Motivasyon	Ön Test	62	4,19	,64	61	-3,979	,000*
	Son Test	62	4,56	,58			
Fen Öğrenmeye Yönelik Motivasyon	Ön Test	62	3,86	,36	61	-5,276	,000*
	Son Test	62	4,14	,40			

*p<0,05

Tablo 2 incelendiğinde, bilim fuarı öncesinde öğrencilerin fen öğrenmeye yönelik motivasyon ölçeğinden aldıkları puanların ortalaması 3,86 ve standart sapması 0,36'dır. Bilim fuarı sonrasında ise ölçeğin ortalaması 4,14 ve standart sapması 0,40'dır. Yapılan bağımlı gruplar t testi sonucuna göre bilim fuarlarına katılım sağlanması öğrencilerin fen öğrenmeye yönelik motivasyonlarına olumlu yönde katkı sağlamıştır.

Motivasyon ölçeğinin alt boyutları incelendiğinde, öğrencilerin bilim fuarlarına katılmalarının ölçeğin 'İletişime Yönelik Motivasyon' ve 'İşbirlikli Çalışmaya Yönelik Motivasyon' alt boyutlarında ön test son test puanları arası anlamlı bir farklılaşmaya neden olmadığı saptanmıştır. Ölçeğin bu alt boyutlarının ön test ve son test puanları arasında anlamlı bir farklılık olmasa da, öğrenciler bilim fuarı sonrasında puanlarını artırmışlardır. Motivasyon ölçeğinin 'Araştırma Yapmaya Yönelik Motivasyon', 'Performansa Yönelik Motivasyon' ve 'Katılıma Yönelik Motivasyon' alt boyutları ön test ve son test puanları incelendiğinde, öğrencilerin son test puanları lehine anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Buradan hareketle öğrencilerin bilim fuarlarına katılımlarının bu alt boyut puanlarına olumlu yönde katkı sağladığı sonucuna varılmıştır.



Grafik 1. Motivasyon ölçeği ön test ve son test verilerine ait bulgular

Grafik 1'de öğrencilerin fen öğrenmeye yönelik motivasyon ölçeğinden bilim fuarlarına katılımları öncesinde aldıkları ön test puanları incelendiğinde en yüksek puanın 'Katılıma Yönelik Motivasyon' en düşük puanın ise 'Araştırma Yapmaya Yönelik Motivasyon' boyutunda olduğu görülmektedir. Öğrencilerin ölçekten bilim fuarlarına katılımları sonrasında aldıkları son test puanlarına bakıldığında ise en yüksek puanın 'Katılıma Yönelik Motivasyon' en düşük puanın ise 'Araştırma Yapmaya Yönelik Motivasyon' alt boyutunda olduğu belirlenmiştir. Bu durumun ön test puanları ile uyumlu olduğu

görülmektedir. Ön test ve son test puanları arasındaki artış incelendiğinde ise bütün alt boyutlar açısından bir yükseliş olduğu, en büyük yükselişin ise 'Araştırma Yapmaya Yönelik Motivasyon' alt boyutunda olduğu tespit edilmiştir. İlgili ölçeğin 'İletişime Yönelik Motivasyon' ve 'İşbirlikli Çalışmaya Yönelik Motivasyon' alt boyutları puanları incelendiğinde ise ön test ve son test puanları arasında belirgin bir değişikliğin olmadığı görülmektedir.

4. TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Yürütülen bu çalışmada öğrencilerin bilim fuarlarına katılımlarının fen öğrenmeye yönelik motivasyonlarına olan etkisi incelenmiş ve araştırma sonucunda öğrencilerin bilim fuarlarına katılımlarının motivasyonlarını olumlu etkilediği tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlardan hareketle bilim fuarına katılımın, motivasyon gibi duyuşsal özelliklerin geliştirilmesi noktasında katkı sağlayabileceği söylenebilir. Ulusal düzeyde yapılan çalışmalarda da benzeri sonuçlar bulunmuş ve bilim fuarı tarzı etkinliklerin duyuşsal özelliklerin geliştirilmesine uygun olduğu belirtilmiştir (Camcı 2008; Karadeniz ve Ata, 2013)

Şahin (2012) yaptığı çalışmada bilim şenliklerinin, öğrencilerin derslerine yönelik tutumlarının gelişimi üzerinde olumlu etkileri olduğunu, Karadeniz ve Ata (2013) ise bilim fuarlarına katılan öğrencilerin olumlu görüş ve düşünceler geliştirdiklerini dile getirmiştir. Literatürde motivasyonun akademik başarı (Akbaba, 2006; Öncü, 2004; Spitzer, 1996; Yüksel, 2004) ve fen okuryazarı bireyler yetiştirilmesine (Bonney vd, 2005) olumlu katkı sağladığını destekleyen çalışmalar bulunmaktadır. Bu hususlardan hareketle, bilim fuarları öğrencilerin fen başarılarının artmasına ve fen okuryazarı bireyler olarak yetişmelerine katkı sağladığı söylenebilir.

Araştırma kapsamında ön test ve son test olarak uygulanan ölçekten alınan puanlara bakıldığında, bilim fuarı sonrasında ölçeğin 'Araştırma Yapmaya Yönelik Motivasyon' alt boyutunda belirgin bir artışın olduğu gözlemlenmiştir. Bu durumun sebebi olarak öğrencilerin bilim fuarı kapsamında oluşturacakları projelerle ilgili yeni fikirleri araştırmaları gösterilebilir. Ayrıca araştırma yapmaya yönelik alt boyutla ilgili maddelere bakıldığında; yeni fikirler öğrenme isteği, okulda öğretilmeyen fen konularıyla ilgilenme, sınıfta anlatılan bilgilerden fazlasını araştırma, fenle ilgili en son yenilikleri takip etme ve fen problemlerinin cevaplarını araştırmaktan hoşlanma eylemlerini temel aldığı görülmektedir. Bahsedilen bu durumlar öğrencilerin aktif olarak katıldıkları bilim fuarı süresince geçen 21 haftalık zaman diliminde sıklıkla uygulamaya dökülmüştür. Öğrencilerin etkinliklerde aktif olarak yer almaları, bilimsel araştırma sürecine uygulamalı olarak doğrudan katılım sağlamaları ve bir bilim insanı gibi çalışarak bir probleme çözüm yolları bulmaları veya ürün ortaya koyma heyecanını yaşamaları motivasyonlarına olumlu katkı sağlamaktadır (Yıldırım, 2018).

O yüzden ölçeğin araştırma yapmaya yönelik motivasyon alt boyutundaki artış bilim fuarının doğası gereği beklenen bir durum olarak gösterilebilir. 'İşbirlikli Çalışmaya Yönelik Motivasyon' alt boyutları puanları incelendiğindeyse ön test ve son test puanları arasında belirgin bir değişikliğin olmadığı belirlenmiştir. Bu alt boyutla ilgili maddelere bakıldığında ise kitaplarını ödünç vermek istememe, diğer grup arkadaşlarının fikirlerini önemsememe, ödevlerini en iyi şekilde yapma ve konuyu öğrenirken detaylı açıklama yapılmasını isteme maddelerinden oluştuğu görülmektedir. İlgili maddelere bakıldığında ön test puanı yüksek olsa da son test puanında belirgin bir artışın olmadığı gözlemlenmiştir. Bu durumun nedeni olarak alt boyutla ilgili maddelerin bilim fuarına katılımı çok ilişkili olmadıkları söylenebilir.

Elde edilen bulgulardan yola çıkılarak öğrencilerin fen öğrenme motivasyonlarının geliştirilmesinde bilim fuarlarının anlamlı seviyede etkili olduğu sonucuna varılmıştır. Bu durumun temel nedeni olarak bilim fuarlarının öğrencilerin aktif olarak katılabilmeleri, uygulamalar yapıp bir bilim insanı gibi çalışma imkânı bulmalarıdır. Araştırmanın sonucuna dayanarak fen öğrenmeye yönelik motivasyonun geliştirilmesinde bilim fuarları gibi informal öğrenme ortamlarına da yer verilmesi gerektiği söylenebilir. Böylece Fen Bilimleri Dersi Öğretim Programı'nda belirtilen fen okuryazarı bireyler yetiştirilmesi amacına ulaşılabilir. Çalışma sonucunda araştırmacılara, farklı değişkenlerin fen öğrenmeye yönelik motivasyon üzerinde etkilerini araştırmaları önerilmiştir. Aynı zamanda

öğretmenlere, öğrencilerin aktif katılımlarının sağlandığı etkinliklerin öğrenci akademik başarısını artırmak için ders öğretmeni tarafından tercih edilmesi önerilmiştir.

KAYNAKLAR

- Akbaba, S. (2006). Eğitimde motivasyon. *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, (13), 343-361.
- Barlia, L. (1999). *High school students' motivation to engage in conceptual change learning in science*. Unpublished doctoral dissertation, The Ohio State University, Ohio.
- Bonney, C., Kempler, M.T., Zusho, A., Coppola, P.B., & Pintrich, R. P. (2005). Student Learning in Science Classrooms: What role does motivation play? In Steve Alsop (Ed). *Beyond Cartesian Dualism*, 83-97.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. & Demirel, F. (2008). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. (8. Baskı). Ankara: Pegem Akademi.
- Camcı S. 2008. *Bilim şenliğine katılan ve katılmayan öğrencilerin bilim ve bilim insanlarına yönelik ilgi ve imajlarının karşılaştırılması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Dede, Y., Yaman, S. (2008). “Fen öğrenmeye yönelik motivasyon ölçeği: Geçerlik ve güvenirlik çalışması”. *Necatibey Eğitim Fakültesi Elektronik Fen ve Matematik Eğitimi Dergisi*, 2(1), 19-37.
- Duit, R., Treagust, D. (2003). Conceptual change: A powerful framework for improving science teaching and learning. *International Journal of Science Education*, 25(6), 671-688.
- Garcia, T. (1995). The role of motivational strategies in self-regulated learning. *New Directions for Teaching and Learning*, 63, 29-42.
- Karadeniz, O., Ata, B. (2013). Sosyal bilgiler dersinde proje fuarının kullanılmasına ilişkin öğrenci görüşleri. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sosyal Bilimler Öğretimi Özel Sayısı, 6 (14), 375-410.
- Öncü, H. (2004). *Motivasyon. Sınıf Yönetimi*. (Edit: Leyla KÜÇÜKAHMET). Ankara, Nobel Yayınevi, 2004
- Pintrich, P.R. (2003). “A motivational science perspective on the role of student motivation in learning and teaching contexts”. *Journal of Educational Psychology*, 95(4), 667-686.
- Seah, W. T., & Bishop, A. J. (2000). Values in mathematics textbooks: A view through the australasian regions. *Paper Presented at the Annual Meeting of the American Educational Research Association*, LA: New Orleans
- Sert-Çıbık, A. (2009). “The effect of the project based learning approach to the attitudes of students towards science lesson”. *Elementary Education*, 8(1), 36-47.
- Spitzer, D. (1996). Motivation: The neglected factor in instructional design. *Educational Technology*, 36(3), 45-49.
- Şahin, Ş. (2012). Bilim şenliklerinin 10. sınıf öğrencilerinin kimya dersine yönelik tutumlarına olan etkisi. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5 (1), 89-103.
- Thompson, T. L., & Mintzes, J. J. (2002). Cognitive structure and the affective domain: On knowing and feeling in biology. *International Journal of Science Education*, 24(6), 645-660.
- Wigfield, A., Wentzel, K.R. (2007). “Introduction to motivation at school: Interventions that work”. *Educational Psychologist*, 42(4), 191-196
- Yıldırım, H. İ. (2018). Bilim şenliklerinin ortaokul 6. sınıf öğrencilerinin problem çözme becerilerine etkisi. *Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 8(2), 390-409.
- Yıldırım, H.İ., Şensoy, Ö. (2014). Bilim şenliklerinin ortaokul 6. sınıf öğrencilerinin fen bilimleri dersine yönelik tutumlarına etkisi. *11. Ulusal Fen Bilimleri ve Matematik Eğitimi Kongresi*, 822-823. 11-14 Eylül, 2014, Adana: Çukurova Üniversitesi.
- Yüksel, G. (2004). *Öğrenme için Motivasyon. Sınıf Yönetimi*. (Edit: Şule ERÇETİN; Çağatay ÖZDEMİR). Ankara, Asil Yayınevi.

**TIMSS BİLİŞSEL BOYUTLARINA GÖRE DERS KİTABI DEĞERLENDİRME
SORULARININ İNCELENMESİ: FEN BİLİMLERİ DERS KİTABI ÖRNEĞİ****Erkan BAKIR**Fen Bilgisi Öğretmeni/ Milli Eğitim Bakanlığı/ Kastamonu
37erkan@gmail.com**Prof. Dr. Mehmet Altan KURNAZ**Kastamonu Üniversitesi / Eğitim Fakültesi / Matematik ve Fen Bilimleri Eğitimi Bölümü
makurnaz@kastamonu.edu.tr**Mustafa Kemal YÜZBAŞIOĞLU**Kastamonu Üniversitesi / Fen Bilimleri Enstitüsü
m.kemalyuzbasioglu@gmail.com**Özet**

Bu çalışmanın amacı, fen bilimleri ders kitaplarında bulunan ünite sonu değerlendirme çalışmalarını TIMSS bilişsel boyutlarına göre incelemektir. Çalışmada doküman incelemesi yöntemi kullanılmıştır. Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı tarafından onaylanmış 5–8. sınıf fen bilimleri ders kitaplarında bulunan 'dokuz yüz on bir' soru analiz edilmiştir. Analizler her sınıf seviyesindeki ders kitapları için iki kodlayıcı tarafından ayrı ayrı gerçekleştirilmiştir. Kodlamalar için yapılan güvenilirlik hesaplaması Miles ve Huberman'ın önerdiği formüle göre yapılmış ve %92 olarak bulunmuştur. Yapılan analizler sonucunda tüm ders kitaplarındaki soruların 'beş yüz on iki' tanesi bilme (~%56), 'üç yüz otuz bir' tanesi uygulama (~%36) ve 'altmış sekiz' tanesi akıl yürütme (~%8) bilişsel alanında dağılım gösterdiği tespit edilmiştir. Elde edilen bulgulardan hareketle tüm sınıf seviyelerindeki ders kitaplarında soruların belirgin bir dağılımı olmadığı tespit edilmiştir. Türkiye'nin TIMSS başarısını artırmak için yeni ders kitaplarında soruların TIMSS bilişsel alanlarına uygun olarak hazırlanması önerilmektedir. Bunun için öncelikle uygulama ve akıl yürütme bilişsel alanlarındaki soru sayısının artırılması tavsiye edilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Fen bilimleri ders kitabı, TIMSS, ünite sonu değerlendirme çalışmaları**INVESTIGATION OF TEXTBOOK EVALUATION QUESTIONS ACCORDING TO TIMSS
COGNITIVE DIMENSIONS: SCIENCE TEXTBOOK EXAMPLE****Abstract**

The aim of this study is to investigate the end-of-unit evaluation studies in science textbooks according to TIMSS cognitive dimensions. Document analysis method was used in the study. The documents examined were questions within the scope of unit end evaluation studies of the 5th-8th-grade science textbooks approved by the Board of Education. The analyses were performed separately by two coders for each grade level textbooks. As a result of analyses of the whole textbooks, it was determined that the distribution of the questions in the cognitive domain was in the knowing (f=512, %56.2), applying (f=331, %36.3), and reasoning (f=68, %7.5) cognitive domains. It was also determined in all textbooks that, 'five hundred and twelve' questions (~56%) were coded as knowing level; 'three hundred thirty-one' questions (~36%) were coded as applying level; and 'sixty-eight' questions (~8%) were coded as reasoning level. Based on the findings, it was found that there was no significant distribution of the questions in the textbooks at all grade levels. For this purpose, it is recommended to increase the number of questions in the cognitive fields of practice and reasoning.

Keywords: Science textbook, TIMSS, unit-end evaluation studies**1. GİRİŞ**

İlgili derslerin öğretim programlarında yer alan kazanımların öğrenci seviyelerine uygun olarak yapılandırılmasını sağlamak amacıyla ders kitaplarından faydalanılmaktadır. Ders kitapları basılı ders

araçlarıdır ve öğrencilere öğrendikleri bilgileri tekrar gözden geçirme imkânı vermektedir (Gülersoy, 2013). Ders kitapları, dersin işleniş sırasında öğretmen ve öğrencilere yol gösterici olmaktadır. Ders kitabı içerisindeki bir konuya olan vurgulama, öğretmen ve öğrenciyi doğrudan etkilemektedir (Kim, 2005). Ders kitaplarında aynı zamanda ölçme değerlendirme amacıyla her üniteden sonra değerlendirme çalışmaları yer almaktadır. Eğitim öğretim sürecinde 'soru' önemli bir kavramdır.

Öğretmenler eğitim öğretimin birçok aşamasında öğrenci ihtiyaçlarının belirlenerek giderilmesinde sorulardan faydalanmaktadır. Sorular öğrenci başarılarını belirlemede öğretmenler tarafından ölçme değerlendirme aşamasında kullanılan en temel araçlardır (Dindar ve Demir, 2006). Okullarda kullanılan ders kitaplarında her ünitenin sonunda değerlendirme çalışmaları bulunmaktadır. Ünite sonu değerlendirme çalışmalarında bulunan sorular öğrencilerin düşünme becerilerini etkilemekte ve ileride karşılaşılabilecek sınavlara da hazırlamaktadır.

Günümüzde bilim ve teknoloji sürekli olarak ilerleme halindedir. Bu ilerleyiş eğitim öğretim çalışmalarının güncellenmesine neden olmaktadır. Ülkemiz de bu gelişmelerden geride kalmamak adına Fen bilgisi öğretim programını 2000, 2005, 2013, 2017 ve 2018 yıllarında beş defa revize etmiştir. İlgili programlarda meydana gelen değişiklikler ders kitaplarına da doğrudan yansımaktadır. Öğretim programlarının revize edilmesinde uluslararası sınavların sonuçlarının etkili olduğu söylenebilir.

Uluslararası Eğitim Başarılarını Değerlendirme Kuruluşu (IEA) tarafından ülkemizde Uluslararası Matematik ve Fen Eğilimleri Araştırması (TIMSS) sınavı uygulanmaktadır. TIMSS sınavı dört yılda bir yapılmakta ve 60'dan fazla ülke katılım sağlamaktadır. Sınav sonuçları incelendiğinde ülkemizin ortalamasının sınava katılan diğer ülkelerden geride olduğu görülmektedir. Bu konuyla ilgili yürütülen çalışmalara bakıldığında bu durumun sebebi olarak istenilen düzeyde fen eğitiminin gerçekleştirilememesi gösterilmiştir (Eş ve Sarıkaya, 2010). Milli Eğitim Bakanlığı bu ve bunun gibi değerlendirmeleri dikkate alarak öğretim programını revize etmektedir. Öğretim programında meydana gelen değişiklikler yetersizliklerin giderilmesinde önemlidir. Ancak ders kitaplarının, öğretim programlarında meydana gelen değişiklikler sonrasında ne şekilde güncellendiği incelenmesi gereken bir araştırma konusudur.

Yürütülen çalışmalar, öğrenci başarısının öğretim sürecinden ve öğrencilere yöneltilen sorulardan etkilendiğini göstermektedir (Linn, 2003). Öğretmenler tarafından derslerin işleniş sırasında sıklıkla kullanılan ünite sonu değerlendirme çalışmalarında yer alan sorular, öğrencilere yöneltilen soruların başında gelmektedir. Bu durum, öğrencilerin eğitim öğretim hayatlarında karşılaştığı soruların TIMSS'de kullanılan soru türleri ile ne derece uyumlu olduğu sorusunu ortaya atmaktadır. Bu çalışma kapsamında, fen bilimleri ders kitapları ünite sonu değerlendirme çalışmalarındaki soruların nitelikleri analiz edilmeye çalışılmış ve bu anlamda soruların TIMSS'in bilişsel alanlarını yansıtmaları durumlarının belirlenmesi amaçlanmıştır.

2. YÖNTEM

Bu çalışmada, doküman incelemesi yöntemi kullanılmıştır. İncelenen dokümanlar 2016-2017 eğitim öğretim yılında Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı tarafından onaylanarak okullarda okutulan 5-8. sınıf fen bilimleri ders kitaplarının ünite sonu değerlendirme çalışmalarında bulunan sorulardır. İncelenen ders kitaplarının ünite sonu değerlendirme çalışmalarındaki sorularının bilişsel analizi, TIMSS sınavlarının bilişsel düzeyleri dikkate alınarak yapılmıştır. Sorular öncelikle bilgi, uygulama ve akıl yürütme bilişsel alanlarında, daha sonra her bilişsel alanın alt bilişsel alanında sınıflandırılmıştır. Sınıflandırmada kullanılan TIMSS bilişsel alan ve alt bilişsel alanları Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. TIMSS Bilişsel Alan ve Alt Bilişsel Alanları

Bilişsel Alan	Bilme	Uygulama	Akıl Yürütme
Alt Bilişsel Alan	Hatırlama	Sınıflandırma/Karşılaştırma	Analiz Etme
	Tanım/Sembol	Model Oluşturma	Sentezleme
	Anlatma	İlişkilendirme	Hipotez
	Örnek Gösterme	Yorumlama	Proje Oluşturma
	Bilimsel Alet Bilgisi	Çözüm Yolu Bulma	Sonuç Çıkarma
		Açıklama	Genelleştirme
			Değerlendirme
			Kanıtlama

Fen bilimleri ders kitaplarında yer alan ünite sonu değerlendirme çalışmalarında bulunan toplam 911 adet soru analize dâhil edilmiştir. Yapılan analizler çalışmanın iç geçerliliğini sağlamak için uzman rehberliğinde yürütülmüştür. Sorular sınıflandırdıktan sonra ikinci bir araştırmacı tarafından, her bir ders kitabından 20 adet olmak üzere toplamda 100 adet rastgele seçilen soru sınıflandırılmıştır. Her iki araştırmacının kodlamaları için Miles ve Huberman'ın (1994) önerdiği güvenilirlik formülü [Güvenirlik = Görüş Birliği / (Görüş Birliği + Görüş Ayrılığı)] kullanılmıştır. Sonuçta ikinci araştırmacının yaptığı sınıflandırmayla, araştırmacının sınıflandırması arasındaki uyum %92 olarak tespit edilmiştir. Güvenirlik hesaplarının %70'in üzerinde çıkması, o araştırma için güvenilir kabul edildiğinden (Miles ve Huberman, 1994) yapılan analizlerin yeterli ve güvenilir olduğu varsayılmıştır.

3. BULGULAR

Fen Bilimleri '5.Sınıf MEB Yayınları ile Özel Yayınlar, 6.Sınıf MEB Yayınları, 7. ve 8. Sınıf Özel Yayınlar' ders kitapları ünite sonu değerlendirme çalışmalarında bulunan soruların TIMSS'e göre olan bilişsel sınıflandırması aşağıda yer alan Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 2. Fen Bilimleri 5, 6, 7 ve 8. Sınıf Ders Kitapları Ünite Sonu Değerlendirme Çalışmaları Sorularının TIMSS Bilişsel Analizi

Bilişsel Alan	Alt Bilişsel Alan	5. Sınıf Özel		5. Sınıf MEB		6. Sınıf MEB		7. Sınıf Özel		8. Sınıf Özel	
		f	Σ	f	Σ	f	Σ	f	Σ	f	Σ
Bilme	Hatırlama	79	131	15	48	25	37	43	92	124	204
	Tanım/Sembol	20		6		2		29		33	
	Anlatma	15		12		4		1		2	
	Örnek Gösterme	17		13		6		17		45	
	Bilimsel Alet Bilgisi	0		2		0		2		0	
Uygulama	Sınıflandırma/Karşılaştırma	1	29	11	69	31	154	6	24	7	55
	Model Oluşturma	7		2		9		1		10	
	İlişkilendirme	8		11		13		7		4	
	Yorumlama	7		17		39		1		19	
	Çözüm Yolu Bulma	1		1		18		6		9	
	Açıklama	5		27		44		3		6	
Akıl Yürütme	Analiz Etme	2	4	4	33	3	27	0	1	1	3
	Sentezleme	0		1		1		0		0	
	Hipotez	0		10		4		0		1	
	Proje Oluşturma	0		1		6		0		0	
	Sonuç Çıkarma	2		10		12		1		1	

Tablo 2'nin devamı;

Akıl Yürütme	Genelleştirme	0		4		0		0		0	
	Değerlendirme	0		2		0		0		0	
	Kanıtlanma	0		1		1		0		0	
Toplam		164	164	150	150	218	218	117	117	262	262

Tablo 2'de görüldüğü gibi sınıflandırma sonucunda ders kitaplarının ünite sonu değerlendirme çalışmalarında bulunan sorular her sınıf seviyesi için ayrı şekilde gösterilmiştir.

5. sınıf özel yayınlar ders kitabının ünite sonu değerlendirme çalışmalarında yer alan toplam 164 sorunun 131 tanesinin (%80) bilme, 29 tanesinin (%18) uygulama ve 4 tanesinin (%2) akıl yürütme bilişsel alanında olduğu tespit edilmiştir.

5. sınıf MEB yayınları ders kitabının ünite sonu değerlendirme çalışmalarında yer alan toplam 150 sorunun 48 tanesinin (%32) bilme, 69 tanesinin (%46) uygulama ve 33 tanesinin (%22) akıl yürütme bilişsel alanında olduğu tespit edilmiştir.

6. sınıf MEB yayınları ders kitabının ünite sonu değerlendirme çalışmalarında yer alan toplam 218 sorunun 154 tanesinin (%71) uygulama, 37 tanesinin (%17) bilme ve 27 tanesinin (%12) akıl yürütme bilişsel alanında olduğu tespit edilmiştir.

7. sınıf özel yayınlar ders kitabının ünite sonu değerlendirme çalışmalarında yer alan toplam 117 sorunun 92 tanesinin (%79) bilme, 24 tanesinin (%20) uygulama ve 1 tanesinin (%1) akıl yürütme bilişsel alanında olduğu tespit edilmiştir.

8. sınıf özel yayınlar ders kitabının ünite sonu değerlendirme çalışmalarında yer alan toplam 262 sorunun 204 tanesinin (%78) bilme, 55 tanesinin (%21) uygulama ve 3 tanesinin (%1) akıl yürütme bilişsel alanında olduğu tespit edilmiştir.

Yapılan analizler sonucunda bilme bilişsel alanında en fazla orandaki sorunun %80 ile 5. sınıf özel yayınlar ders kitabında sorulduğu tespit edilmiştir. En az soru ise %17 ile 6. sınıf MEB yayınları ders kitabında sorulmuştur. Uygulama bilişsel alanında en fazla soru %71 ile 6.sınıf MEB yayınları ders kitabında, en az soru ise %18 ile 5.sınıf özel yayınlar kitabında sorulmuştur. Akıl yürütme bilişsel alanında en fazla soru %22 ile 5. sınıf MEB yayınları ders kitabında, en az soru ise %1 ile 7. sınıf özel yayınlar kitabında sorulmuştur.

Tüm ders kitaplarında bulunan 911 adet sorunun 512 tanesi (%56,2) bilme, 331 tanesi (%36,3) uygulama, 68 tanesi (%7,5) akıl yürütme bilişsel alanlarında olduğu tespit edilmiştir.

4. TARTIŞMA

TIMSS 2011 fen bilimleri sekizinci sınıf sınavı bilişsel düzeyler olarak; %32 bilme, %44 uygulama, %24 akıl yürütme şeklinde sınıflandırılmıştır. Dördüncü sınıf sınavının bilişsel düzeylerinin dağılımı ise %41 bilme, %41 uygulama, % 18 akıl yürütme olarak belirtilmiştir. Ders kitaplarının analizleri sonucunda sadece 5. sınıf MEB yayınlarında bulunan soruların TIMSS sınavlarındaki soruların bilişsel alanlarıyla yakın oranlarda olduğu tespit edilmiştir. Diğer kitaplarda bulunan soruların bilişsel alan dağılımları TIMSS sınavlarındaki bilişsel alan oranlarıyla uyuşmamaktadır. Fen Bilimleri 6. sınıf MEB yayınları ders kitabında bilişsel alanlar %17 bilme, %71 uygulama ve %12 akıl yürütme olarak dağılım gösterdiği tespit edilmiştir.

Bu değerlerle TIMSS sınavlarındaki bilişsel alanlardan uygulama alanından daha çok soru varken bilme ve akıl yürütme alanlarında daha az soru olduğu tespit edilmiştir. Fen Bilimleri 7. sınıf Özel Yayınlarında %79 bilme, % 20 uygulama, % 1 akıl yürütme alanlarında, Fen Bilimleri 8. sınıf Özel Yayınlarında ise % 78 bilme, % 21 uygulama, % 1 akıl yürütme alanlarında soru olduğu tespit edilmiştir. Bu kitaplarda bilme bilişsel alanında TIMSS sınavlarından daha çok soru varken uygulama

ve akıl yürütme alanlarında TIMSS sınavlarından daha az soru bulunmaktadır. Özellikle akıl yürütme bilişsel alanından çok az soru bulundurdıkları tespit edilmiştir.

İncelenen sorularda bilme bilişsel alanı oranı TIMSS verilerinin üzerinde iken uygulama ve akıl yürütme bilişsel alanlarındaki soruların oranı TIMSS verilerinin altında kalmaktadır. Aynı zamanda alt sınıftan üst sınıflara doğru bilme bilişsel alanı soruları kullanma yüzdesi artarken uygulama ve akıl yürütme bilişsel alanları sorularının azaldığı tespit edilmiştir. Yürütülen çalışmalarda ülkelerin ders kitaplarının TIMSS’de bulunan soru çeşitlerinden bulundurma durumuyla o ülkenin TIMSS sınavı sonuçları arasında ilişki olduğu tespit edilmiştir (Törnroos, 2005). Öğrencilerin ders kitaplarında bulunan sorularının bilişsel düzeyleri ile TIMSS’te sorulan soruların bilişsel düzeyleri arasındaki uyumsuzluğun Türkiye’nin TIMSS’de aldığı sonuçların sebepleri arasında gösterilebilir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışma sonucunda Fen Bilimleri 5. Sınıf MEB yayınları ders kitabındaki sorular ile TIMSS sınavlarındaki soruların bilişsel alan oranlarının oldukça yakın seviyede olduğu tespit edilmiştir. Diğer kitaplardaki soruların bilişsel alan dağılımları TIMSS sınavlarındaki bilişsel alan dağılımlarıyla uyusmamaktadır. Buradan hareketle Türkiye’nin TIMSS’den aldığı sonuçların sebepleri arasında öğrencilerin ders kitaplarında karşılaştıkları soruların TIMSS sınavında karşılaştığı sorularla bilişsel düzey olarak uyumlu olmaması gösterilebilir. Uluslararası sınavlarda daha başarılı olmak için soru dağılımların TIMSS bilişsel alan dağılımlarına daha yakın olması gerekmektedir. Özellikle uygulama ve akıl yürütme alanlarındaki soru miktarı artırılmalıdır. Çalışma sonucunda MEB tarafından hazırlanan ders kitaplarının bilişsel yapılarının oransal dağılımına bakıldığında, özel yayınevlerinin hazırladığı ders kitaplarına göre daha nitelikli oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Çalışma sonucunda hazırlanacak olan yeni ders kitaplarında yer alan soruların TIMSS bilişsel alanlarına uygun olarak hazırlanması gerektiği belirtilmiştir. Ayrıca elde edilen sonuçlardan yola çıkılarak uygulama ve akıl yürütme bilişsel alanlarındaki soruların sayısının artırılması önerilmiştir.

KAYNAKLAR

- Dindar, H. ve Demir, M. (2006). Beşinci Sınıf Öğretmenlerinin Fen Bilgisi Dersi Sınav Sorularının Bloom Taksonomisine Göre Değerlendirilmesi. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 26(3), 87-96.
- Eş, H. ve Sarıkaya, M. (2010). Türkiye ve İrlanda fen öğretimi programlarının Karşılaştırılması. *İlköğretim Online*, 9(3), 1092-1105.
- Gülersoy, A. E. (2013). İdeal Ders Kitabı Arayışında Sosyal Bilgiler Ders Kitaplarının Bazı Özellikler Açısından İncelenmesi. *International Journal of New Trends in Arts, Sports & Science Education*, 2(1), 2146-9466.
- Kim, T. (2005). Shadow education: School quality and demand for private tutoring in Korea. Kyoto University.
- Linn, R. L. (2003). The measurement of student achievement in international studies. In A. C. Porter & A. Gamoran (Eds.), *Methodological advantages in cross-national surveys of educational achievements* (pp.2-57). Washington, DC: National Research Council, National Academy Press.
- Miles, M. B., & Huberman, A. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*.
- TIMSS 2011 Ulusal Matematik ve Fen Raporu: 8 Sınıflar (<http://timss.meb.gov.tr/wp-content/uploads/TIMSS-2011-8-Sinif.pdf>, 01.10.2017 de erişildi).
- Törnroos, J. (2005). Mathematics textbooks, opportunity to learn and student achievement. *Studies in Educational Evaluation*, 31(4), 315-327.

**FEN BİLİMLERİ ÖĞRETMEN ADAYLARININ ASTRONOMİ KONULARININ
ÖĞRETİMİNE YÖNELİK ÖZ-YETERLİK İNANÇLARININ BELİRLENMESİ****Mustafa Kemal YÜZBAŞIOĞLU**Kastamonu Üniversitesi / Fen Bilimleri Enstitüsü
m.kemalyuzbasioglu@gmail.com**Prof. Dr. Mehmet Altan KURNAZ**Kastamonu Üniversitesi / Eğitim Fakültesi / Matematik ve Fen Bilimleri Eğitimi Bölümü
makurnaz@kastamonu.edu.tr**Özet**

Bu çalışmada fen bilimleri öğretmen adaylarının astronomi konularının öğretimine yönelik öz-yeterlik inançlarına 'astronomi' dersi uygulamalarının etkisini incelemek amaçlanmıştır. Tek grup ön test son test zayıf deneysel desende yürütülen araştırma, 61 fen bilgisi öğretmen adayının katılımıyla gerçekleştirilmiştir. Öğretmen adaylarının öz-yeterlik inançlarını ölçmek için veri toplama aracı olarak ilgili literatürde yer alan 13 madde ve 3 faktörden oluşan 'Astronomi Konularının Öğretimi Öz-Yeterlik İnanç Ölçeği' kullanılmıştır. Ölçek öğretmen adaylarına ön test ve son test olarak uygulanmıştır. Çalışma kapsamında elde edilen verilerin analizinde SPSS 22 Paket Programı kullanılmıştır. Yapılan analizler sonucunda öğretmen adaylarının öz-yeterlik ölçeğinden aldıkları ön test ve son test ortalama puanları incelendiğinde son test puanları lehine anlamlı farklılık çıkmıştır. Ayrıca ölçeğin alt faktörlerinden 'astronomi öğretimiyle öğrenci kazanımları', 'astronomi konularında öğretim stratejileri' ve 'astronomi öğretiminde zorlanma' son test puanları lehine de anlamlı farklılık görülmüştür. Bu durum öğretmen adaylarının astronomi dersi almalarının astronomi konularının öğretimindeki öz-yeterliliklerini olumlu yönde etkilediğini göstermektedir. Araştırma kapsamında ulaşılan sonuçlardan hareketle, öğretmen adaylarının yeterliklerini artırmak için önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Astronomi öğretimi, fen bilimleri öğretmen adayları, öz-yeterlik**DETERMINATION OF SELF-EFFICIENCY BELIEFS OF SCIENCE TEACHER
CANDIDATES FOR TEACHING ASTRONOMY ISSUES****Abstract**

In this study, it was aimed to examine the effect of 'astronomy' lessons on pre-service science teachers' self-efficacy beliefs about teaching astronomy subjects. The research was carried out with a single group pre-test and post-test with weak experimental design and with the participation of 61 science teacher candidates. In order to measure the self-efficacy beliefs of the teacher candidates, 'Self-Efficacy Belief Scale Teaching Astronomy Subjects' consisting of 13 items and 3 factors in the related literature was used as data collection tool. The scale was administered to pre-service teachers as pre-test and post-test. SPSS 22 Package Program was used in the analysis of the data obtained within the scope of the study. As a result of the analyses, when the pre-test and post-test average scores of the pre-service teachers' self-efficacy scale were examined, a significant difference was found in favour of post-test scores. In addition, a significant difference was observed in favour of the post-test scores of students 'acquisition of astronomy teaching', 'teaching strategies on astronomy' and 'difficulty in teaching astronomy', which are the sub-factors of the scale. This shows that pre-service teachers' taking astronomy lessons positively affect their self-efficacy in teaching astronomy subjects. Based on the results obtained within the scope of the research, suggestions were made to increase the competencies of prospective teachers.

Keywords: Astronomy teaching, Science teacher candidate, Self-efficacy.

1. GİRİŞ

Öz-yeterlik kavramı Bandura (1997) tarafından bireylerin olası özel bir amaca karşı başarılı performans gösterebilme kapasiteleri hakkındaki içsel yargıları olarak tanımlanmaktadır. Literatürde bireyin bir amacı gerçekleştirmesi için kendi yeteneğiyle ilgili algısı ve sonucu ortaya koymak için yeteneklerine olan inancı olarak da bahsedilmektedir (Posnanski, 2002). Denizoglu (2008) ise öz-yeterliği bireyin yeteneklerine olan inancı olarak tanımlamaktadır. Bireylerin öz-yeterlik inançları olumluysa karşılaştıkları problemleri çözebileceklerine ve olumsuzsa problemlerin çözümlerine karşı başarısızlık kaygısı yaşayabileceklerine inanılmaktadır.

Öğretmenlerin sahip oldukları mesleki donanımının yanında kendilerini hangi seviyede yeterli buldukları önemlidir (Üstüner vd., 2009). Öğretmenlerin yeterlikleriyle ilgili inançları öğretim sürecinde gerçekleştirdikleri davranışları yönlendirip öğrenci başarısını etkilediği vurgulanmaktadır (Bandura, 1997; Eshach, 2003). Chan'a (2003) göre öz-yeterlik inancı yüksek olan öğretmenler öğrencilerine daha etkili bir eğitim sunmaktadır. Friedman ve Kass (2002)'da öğretmenlerin öz-yeterlik inançlarının öğretimin etkililiğiyle ilişkili olduğunu belirtmiştir. Öğretmenlerin etkili bir öğretim yapabilmeleri için mesleki becerilerinin olduğuna inanmaları gerekmektedir (Akkoyunlu vd., 2005). Aksi takdirde öğretimin etkililiği azalabilir. Bayraktar'a (2009) göre fen bilimleri öğretimine ilişkin öz-yeterlik inançları düşük olan öğretmenler derse karşı olumsuz tutum sergileyerek öğrencilerine de bu olumsuz tutumu aktarmaktadır. Olumsuz tutuma sahip öğrenciler de konuların öğrenilmesinde zorluklar yaşabilmektedir.

Astronomi, bireylerin yaşamlarıyla ilgili konuları inceleyen ve en eski temel bilimlerden biri olarak kabul görmektedir (Bailey ve Slater, 2004). Astronomi eğitimi günümüzde okul ortamında ve dışında ele alınmaktadır. Bireyler küçük yaşlardan itibaren çeşitli eğitim kademelerinde farklı dersler kapsamında astronomi konularıyla ilgili eğitimler almaktadır. Okullarda öğretim programı kapsamında yer alan kazanımların öğrenciler tarafından yapılandırılması hedeflenirken okul dışında ise bireyler İnternet, televizyon, dergi ve kitap gibi farklı ortamlarda astronomi hakkında bilgiler edinebilmektedirler. Literatürde yer alan çalışmalar incelendiğinde, öğrencilerin fen bilimleri dersinde bulunan astronomi konularının öğreniminde zorlandıkları tespit edilmiştir (Agan, 2004; Bozdemir vd, 2017; Cin, 2007; Ezberci Çevik, Kurnaz, 2012; Kurnaz, 2016; Kurnaz vd, 2016; Öztürk, Doğanay, 2013). Astronomi konularının öğrenciler tarafından yapılandırılması gök cisimlerine karşı ilgi duymaları açısından oldukça önemlidir (Ezberci Çevik ve Kurnaz, 2016). Öğrencilerin astronomi konularının öğreniminde zorlanmasının en temel nedeni astronomi konularının öğretimindeki yetersizliklerinden kaynaklandığı düşünülmektedir. Bu yüzden öncelikli olarak öğretmenlerin özelliklerinin belirlenerek bu özelliklerin geliştirilmesi gerekmektedir. Öğretmenlerin öz-yeterlik inançlarının belirlenmesi öğretmene ilişkin fikir sahibi olmayı sağlayabilir (Karadeniz ve Sarı, 2011).

Literatürde bulunan ilgili çalışmalar incelendiğinde, öğretmenlerin fen öğretimi öz-yeterlik inançlarını bazı değişkenler tarafından irdelendiği görülmektedir (Akbaş ve Çelikkaleli, 2006; Akçil ve Oğuz, 2015; Azar, 2010; Erden 2007; Saracaloğlu ve Yenice, 2009). Fakat fen bilimleri dersi kapsamında bulunan astronomi konularının öğretimiyle ilgili yeterli çalışmanın yürütülmediği tespit edilmiştir. Buradan hareketle çalışmada, fen bilimleri öğretmen adaylarının astronomi konularının öğretimine yönelik öz-yeterlik inançlarına 'astronomi' dersi uygulamalarının etkisini incelemek amaçlanmıştır.

2. YÖNTEM

Çalışma tek gruplu ön-son test zayıf deneysel desende yürütülmüştür. Öğretim uygulamaları öncesi ve sonrasında ölçmeler yapılmış olup ölçümlerin ön-son test ortalamaları arasındaki farka bakılması sebebiyle çalışma zayıf deneysel desende yürütülmüştür. Bu araştırma yaklaşımı Fraenkel, Wallen ve Hyun (2012) tarafından desteklenmektedir.

2.1.Çalışma Grubu

Yapılan çalışma, 2018-2019 eğitim öğretim yılında Türkiye'nin Karadeniz bölgesinde yer alan bir üniversitenin Eğitim Fakültesi Fen Bilgisi Öğretmenliği Anabilim Dalının son sınıfında öğrenim görmekte olan toplam 61 fen bilimleri öğretmen adayının katılımıyla gerçekleştirilmiştir.

2.2. Veri Toplama Aracı ve Verilerin Toplanması

Öğretmen adaylarının astronomi konularının öğretimi konusundaki öz-yeterlik inançlarını belirlemek amacıyla veri toplama aracı olarak Demirci (2017) tarafından geliştirilen 'Astronomi Konularının Öğretimi Öz-Yeterlik İnanç Ölçeği' ön test ve son test olarak uygulanmıştır. Ölçek 13 maddeden oluşan 5'li likert tipi bir ölçektir. Araştırmada kullanılan öz-yeterlik inanç ölçeği 'Astronomi Öğretimiyle Öğrenci Kazanımları', 'Astronomi Konularında Öğretim Stratejileri' ve 'Astronomi Öğretiminde Zorlanma' şeklinde 3 faktörden oluşmaktadır. Öz-yeterlik inanç ölçeğinden alınabilecek en yüksek puan 65, en düşük puan ise 13'tür. Ölçek öğretmen adaylarına eğitim öğretim döneminin başlangıcında ön test, dönemin sonunda ise son test olarak uygulanmıştır.

2.3. Veri Analizi

Verilerin analizinde istatistik paket programı kullanılmıştır. Ölçeğin alındığı ilgili araştırmada Cronbach alfa güvenirlik katsayısı değeri 0,84 olarak belirtilmiştir. Bu çalışma için yapılan güvenirlik analizi sonucundaysa Cronbach alfa güvenirlik katsayısı değeri 0,88 olarak tespit edilmiştir. Araştırmada ön test ve son test puanlarının arasında anlamlı düzeyde fark olup olmadığını belirleyebilmek için bağımlı gruplar t-testi analizi uygulanmıştır.

3. BULGULAR

Araştırmaya katılan öğretmen adaylarının, öz-yeterlik inanç ölçeğine verdikleri yanıtlardan elde edilen veriler analiz edilerek bu bölümde sunulmuştur. Öğretmen adaylarının öz-yeterlik inanç ölçeği ön test ve son test puanlarına ilişkin bağımlı gruplar için t-testi sonuçları Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Öğretmen adaylarının 'Astronomi Konularının Öğretimi Öz-Yeterlik İnanç Ölçeği' ön test ve son test puanlarına ilişkin bağımlı gruplar için t-testi sonuçları

Faktör	Test	N	$\bar{X}$	ss	sd	t	p
Astronomi Öğretimiyle Öğrenci Kazanımları	Ön Test	61	3,38	,86	60	-2,698	,009*
	Son Test	61	3,70	,62			
Astronomi Konularında Öğretim Stratejileri	Ön Test	61	3,09	,78	60	-3,545	,001*
	Son Test	61	3,53	,71			
Astronomi Öğretiminde Zorlanma	Ön Test	61	3,43	,62	60	-3,738	,000*
	Son Test	61	3,79	,68			
Toplam	Ön Test	61	3,31	,62	60	-4,179	,000*
	Son Test	61	3,68	,57			

*p<0,05

Tablo 1 incelendiğinde, öğretim öncesinde öğretmen adaylarının öz-yeterlik inanç ölçeğinden aldıkları puanların ortalaması 3,31 ve standart sapması 0,62'dir. Öğretim sonrasında ise ölçeğin ortalaması 3,68 ve standart sapması 0,57'dir. Yapılan bağımlı gruplar t testi sonucuna göre astronomi dersine katılım sağlanması öğretmen adaylarının astronomi konularının öğretimi öz-yeterlik inançlarına olumlu yönde katkı sağlamıştır.

Öz-yeterlik inanç ölçeğinin alt boyutları incelendiğinde, öğretmen adaylarının astronomi dersine katılım sağlamalarının 'Astronomi Öğretimiyle Öğrenci Kazanımları', 'Astronomi Konularında Öğretim Stratejileri' ve 'Astronomi Öğretiminde Zorlanma' alt boyutlarında ön test son test puanları arası anlamlı bir farklılaşmaya neden olmadığı saptanmıştır.



Grafik 1. Öz-yeterlik inanç ölçeği ön test ve son test verilerine ait bulgular

Grafik 1’de öğretmen adaylarının öz-yeterlik inanç ölçeği ön test ve son test ortalama puanları verilmiştir. Öz-yeterlik inanç ölçeği astronomi dersine katılımları öncesinde aldıkları en yüksek puanın 'Astronomi Öğretiminde Zorlanma' en düşük puanın ise 'Astronomi Konularında Öğretim Stratejileri' boyutunda olduğu tespit edilmiştir. Öğretmen adaylarının öz-yeterlik inanç ölçeğinden astronomi dersi sonrasında aldıkları son test puanlarına bakıldığında en yüksek puanın 'Astronomi Öğretiminde Zorlanma' en düşük puanın 'Astronomi Konularında Öğretim Stratejileri' boyutunda olduğu belirlenmiştir. Ön test ve son test puanları arasındaki artış incelendiğinde bütün alt boyutlar açısından bir yükseliş olduğu ve en büyük yükselişin 'Astronomi Konularında Öğretim Stratejileri' alt boyutunda olduğu tespit edilmiştir.

4. TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Yürütülen bu çalışmada öğretmen adaylarının astronomi dersine katılımlarının, astronomi öğretimi öz yeterlik inançlarına olan etkisi incelenmiştir. Öz-yeterlik inanç ölçeği ön ve son test puanları incelendiğinde öğretmen adaylarının son test puanlarına lehine anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. Aynı zamanda ölçeğin 'Astronomi Öğretimiyle Öğrenci Kazanımları', 'Astronomi Konularında Öğretim Stratejileri' ve 'Astronomi Öğretiminde Zorlanma' alt boyutlarında da son test puanları lehine anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir. Buradan hareketle astronomi dersinin öğretmen adaylarının astronomi öz yeterlik inançlarına olumlu katkı sağladığı söylenebilir. Ölçeğin alt boyutlarına bakıldığında en yüksek ortalama puanın 'Astronomi Öğretiminde Zorlanma' boyutunda olduğu tespit edilmiştir. Bu durum öğretmen ve öğretmen adaylarıyla yürütülen farklı çalışmalara benzerlik göstermektedir (Güneş, 2010; Sert-Çıbık, Turgut ve Akkuş, 2015). Ölçeğin geneline bakıldığında öğretmen adaylarının astronomi konularının öğretimine yönelik öz-yeterlik inançlarının orta seviyede olduğu tespit edilmiştir. Yürütülen farklı çalışmalarda fen bilimleri öğretmenlerinin öğretim stratejileri öz-yeterlik inançlarının yüksek seviyede olduğu belirlenmiştir (Say, 2005). Bu çalışmada öğretmen adaylarının öğretim uygulaması öncesi (ön-testte) öz-yeterlik inançlarının orta seviyede bulunmasının nedeni olarak öğretmen adaylarının astronomi hakkındaki bilgilerinin yetersiz olması ve bu alanla ilgili yeterli seviyede eğitim almamaları gösterilebilir.

Elde edilen bulgulardan yola çıkılarak öğretmen adaylarının öz yeterlik inançlarının geliştirilmesinde astronomi dersinin anlamlı seviyede etkili olduğu sonucuna varılmıştır. Araştırmanın sonucuna dayanarak öğretmen adaylarının öz-yeterlik inançlarının geliştirilmesinde informal öğrenme ortamlarına da yer verilmesi gerektiği söylenebilir. Çalışma sonucunda araştırmacılara farklı değişkenlerden faydalanarak yeni çalışmalar yapılması ve mesleki tecrübesi fazla olan öğretmenlerin katılımlarının sağlanması önerilmiştir. Aynı zamanda öğretmen yetiştirme programlarında fen bilimleri öğretmen adaylarının astronomi öğretimi öz-yeterlik inançlarını geliştiren etkinliklere yer verilebilir. Bununla birlikte öğretmen adaylarının yetiştirilmesinde astronomi ders saati artırılabilir ve daha çok uygulamaya dönük eğitimler verilebilir.

KAYNAKLAR

- Agan, L. 2004. Stellarideas: exploring students' understanding of stars. *Astronomy Education Review*, 3(1): 77-97.
- Akbaş, A., Çelikkaleli, Ö. (2006). Sınıf öğretmeni adaylarının fen öğretimi özyeterlik inançlarının cinsiyet, öğrenim türü ve üniversitelere göre incelenmesi. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2(1), 98-110.
- Akçıl, M., Oğuz, A. (2015). Fen bilgisi öğretmenlerinin öz yeterlik inancı ile öğrenen özerkliği destekleme davranışları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 10(11), 1-16.
- Akkoyunlu, B., Orhan, F., Umay, A. 2005. Bilgisayar öğretmenleri için “bilgisayar öğretmenliği öz-yeterlik ölçeği” geliştirme çalışması. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 29: 1-8.
- Azar, A. (2010). In-service and pre-service secondary science teachers' self-efficacy beliefs about science teaching. *Educational Research and Reviews*, 5(4), 175-188.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy; The exercise of control*. New York: Freeman.
- Bailey, J.M., Slater, T.F. (2004). A Review of Astronomy Education Research. *Astronomy Education Review*, 2(2), 20-45.
- Bozdemir, H., Çevik, E. E., Altunoğlu, B. D., & Kurnaz, M. A. (2017). Astronomi Konularının Öğretiminde Kullanılan Farklı Yöntemlerin Akademik Başarıya Etkisi: Bir Meta Analiz Çalışması. *Alan Eğitimi Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 12-24.
- Chan, D.W. (2003). Multiple Intelligences and Perceived Self-Efficacy Among Chinese Secondary School Teachers in Hong Kong, *Educational Psychology*, 23(5), 521-533
- Cin, M. (2007). Alternative views of the solar system among Turkish students. *Review of Education*, 53, 39-53.
- Demirci, F. (2017). Fen Bilimleri Öğretmenlerinin Astronomi Konularının Öğretimi Öz-Yeterlilik İnançları: Bir Karma Yöntem Araştırması (Master's thesis, Fen Bilimleri Enstitüsü).
- Denizoğlu, P. (2008). Fen bilgisi öğretmen adaylarının fen bilgisi öğretimi öz-yeterlik inanç düzeyleri, öğrenme stilleri ve fen bilgisi öğretimine yönelik tutumları arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi, Adana.
- Erden, E. (2007). *Sınıf Öğretmenlerinin Fen Öğretimi Öz Yeterlilik İnançlarının Fen Tutumları ve Akademik Başarıları Üzerindeki Etkisi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Eshach, H. (2003). Inquiry-Events Es a Tool For Changing Science Teaching Efficacy Belief of Kindergarten And Elementary School Teachers, *Journal of Science Education and Technology*, 12(4), 495-501
- Ezberci Çevik, E., Kurnaz, M. A. (2016). Yıldızlarla ilgili yapılan bazı çalışmaların tematik incelenmesi. *İlköğretim Online*, 15(2).
- Fraenkel, J. R., Wallen, N. E. & Hyun, H. H. (2012). *How to design and evaluate research in education* (8th ed.). Mc Graw Hill Higher Education. New York, ABD.
- Friedman, I. A. & Kass, E. (2002). Teacher self-efficacy: a classroom-organization conceptualization. *Teaching and Teacher Education*, 18, 675-686.
- Güneş, G. (2010). Öğretmen Adaylarının Temel Astronomi Konularında Bilgi Seviyeleri ile Bilimin Doğası ve Astronomi Özyeterlilikleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana
- Karadeniz, C. B. ve Sarı, S. (2011). Coğrafya öğretimi öz-yeterlik ölçeğinin geliştirilmesi. *Eğitim bilim ve toplum*, 9(33), 9-27.
- Kurnaz, M. A. (2012). Yıldız, kuyruklu yıldız ve takımyıldız kavramlarıyla ilgili öğrenci algılamalarının belirlenmesi. *Abant İzzet Baysal University Education Faculty Journal*, 12(1), 251- 264.
- Kurnaz, M. A., Bozdemir, H., Altunoğlu, B. D., & Ezberci Çevik, E. (2016), Fen eğitiminde astronomi konu alanında yayınlanan ulusal makalelerin incelenmesi. *Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18 (2), 1398 – 1417

- Öztürk, A., Doğanay, A. 2013. İlköğretim beşinci ve sekizinci sınıf öğrencilerinin dünyanın şekli ve yerçekimi kavramlarına ilişkin anlamaları ve zihinsel modelleri. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri Dergisi*, 13(4): 2455-2476.
- Posnanski, T. J. 2002. Professional development programs for elementary science teachers: an analysis of teacher self-efficacy beliefs and a professional development model. *Journal of Science Teacher Education*, 13(2): 189-220.
- Saracaloğlu, A. S., Yenice, N. 2009. Fen bilgisi ve sınıf öğretmenlerinin öz-yeterlik inançlarının bazı değişkenler açısından incelenmesi. *Eğitimde Kuram ve Uygulama*, 5(2): 244-260.
- Çıbık, A. S., Turgut, H., & Akkuş, Ç. S. (2015). Fen bilgisi öğretmen adaylarının fiziğe yönelik öz-yeterliklerinin çeşitli değişkenler bakımından incelenmesi. *Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(2), 186-201.
- Üstüner, M., Demirtaş, H., Cömert, M., Özer, N. 2009. Ortaöğretim öğretmenlerinin öz-yeterlik algıları. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim *Fakültesi Dergisi*, 9(17): 1-16.

HIZLI MODA KAVRAMI İLE DEĞİŞEN KADIN MÜŞTERİ SATIN ALMA DAVRANIŞLARINI ETKİLEYEN TEKSTİL ÜRÜNLERİNİN ÖZELLİKLERİNİN SWARA YÖNTEMİYLE DEĞERLENDİRİLMESİ

Selin BABACAN

Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Üretim Yönetimi ve Pazarlama
selinbabacan94@gmail.com

Dr. Öğr. Üyesi Serdar YARLIKAŞ

Kocaeli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü
serdar.yarlikas@kocaeli.edu.tr

Özet

Günümüzde hızla değişen moda akımları “hızlı moda” kavramının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Eskiden giyim markaları yılda bir ya da iki kez koleksiyon üretirken, günümüzde birçok moda markası her hafta yeni bir koleksiyon üretmeye başlamıştır. Hızlı Moda giyim oldukça düşük kalitede, ucuz ve birkaç kullanımdan sonra atılan kıyafeti ifade etmektedir. Hızlı Moda Akımından dolayı, kadın müşterilerin satın alma davranışlarında değişimler gözlemlenmeye başlamıştır. Bu çalışmanın kapsamında, satın alınan tekstil ürününün ölçütlerinin ağırlığı satın alma davranışındaki değişimler dikkate alınarak incelenmektedir. Ölçütlerin ağırlıklarını belirlemek için, çok kriterli karar verme yöntemlerinden alternatifleri sıralamaya ve en uygun alternatifi oran analizi ile seçmeye olanak sağlayan SWARA Yöntemi kullanıldı. Çalışmanın sonucunda, SWARA Yöntemi sonuçlarına göre, en önemli kriterin “ürünün fiyatı” olduğu, en az önemli kriterin ise tekstil ürününü üretmek için kullanılan “kumaş türü” olduğu gözlemlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Hızlı Moda, SWARA Yöntemi, Satın Alma Davranışı, Kadın Müşteriler, Tekstil Ürünleri.

EVALUATION OF THE FEATURES OF TEXTILE PRODUCTS AFFECTING CHANGING PURCHASING BEHAVIOURS OF FEMALE CUSTOMERS WITH FAST FASHION CONCEPT THROUGH SWARA METHOD

Abstract

Nowadays, rapidly changing fashion trends caused the occurrence of “fast fashion” term. In the past, the clothing brands produced one or two collections a year, whereas, at the present time most fashion labels were beginning to produce one new collection every week. Fast fashion clothing is extremely low quality, cheap and states the clothing disposable after a few usage. Because of the fast fashion trend, changes on the purchasing behaviour of Female customers have begun to be observed. In the scope of this study, the criteria weight of the purchased Textile product is investigated by taking the changes on the purchasing behaviour into consideration. To determine the criteria weight, SWARA Method, which is one of the Multi-Criteria Decision Making Method and which provide opportunities to sort the alternatives and select the most suitable one through ratio analysis, was used in this study. As a result of the study, according to the SWARA Method results, it was observed that the most important criterion was “the price of the product”, whereas, the least important one was “fabric type” used in producing the Textile product.

Keywords: Fast Fashion, SWARA Method, Purchasing Behaviour, Female Customer, Textile Products.

1.GİRİŞ

Moda, bireylerin ayırt edici özelliklere sahip olan ürün tercihlerinde ve özellikle marka farkındalığı oluşturan ürünlerde süreklilik gösteren bir eğilimi ifade etmektedir. Modanın özellikle tekstil sektöründe benzer ürünlerin farklı biçimlerde müşteri farkındalığı oluşturmaya ile ortaya çıkan bir eğilim olduğu inkar edilemez bir gerçektir (Barnard, 1998).

Hızlı moda özellikle tekstil sektöründe son yıllarda ortaya çıkmış önemli bir iş modelidir. Hızlı modada temel amaç hızlı üretim yapıp talebe anında cevap vermek için geliştirilmiş bir iş modeli olduğu da söylenebilir (Cachon ve Swinney, 2011, Mangır, 2016). Hızlı modanın ortaya çıkmasında piyasadaki pazar payını kazanmak için ortaya çıkan rekabetin ciddi bir etkisi vardır. Bu iş modelinin temeli fiyat minimizasyonu, çok miktarda üretim ve hızlı üretim ile rekabette ön plana çıkma düşüncesine dayanmaktadır.

Hızlı moda için özellikle genel kabul görmüş piyasa zamanlaması, maliyet, satın alma döngüsü şeklinde ortaya çıkan üç temel faktör dikkate alınmaktadır. Hızlı moda tüketiciye sunduğu uygun ürüne hızlı ulaşma seçeneği ile tüketiciler tarafından benimsenirken, iş gücü ucuz olması ve ürünü hızlı ve çok miktarda üretirken ortaya çıkabilecek olası riskli çalışma koşullarını içermesi yönüyle ise eleştiri ile karşı karşıya kalmaktadır (Mangır, 2016). Tüketici davranışları hangi ürünlerin hangi zaman aralığında, hangi firmadan, firmanın hangi mağazasından, hangi fiyat, kalite ve benzeri ürün koşullarını sağlayan hangi ürünlerin satın alınması gerektiğine dair bir karar verme sürecini ifade etmektedir (Odabaşı, 1998, Zikmund ve d'Amico, 1996, Solomon, 1995). Tüketici davranışlarını etkileyen 4 temel ve birbirinden farklı faktör vardır (Kotler, 1997, Yükselen, 2019):

- 1-Kişisel
- 2-Psikolojik
- 3-Kültürel
- 4-Sosyal faktörlerdir.

Bu faktörlerin tüketici davranışlarında satın alma kararını etkileyen nedenlerin ortaya çıkarılmasında mutlaka değerlendirilmeleri gerekmektedir. Bu durum dikkate alınarak, bu çalışmada hızlı modanın tüketici davranışlarında değişiklik oluşturup oluşturmayacağı incelenmeye çalışılmıştır. Çalışma kapsamında üzerinde durulan temel konu tekstil ürünlerinin özellikleridir. Çalışma kapsamında öncelikle ilgili literatür incelenerek temel olarak bir tekstil ürününün içermesi gereken 7 temel özellik tespit edilmiştir. Daha sonra bu özellikler dikkate alınarak, bir değerlendirme anketi hazırlanmıştır. Değerlendirme anketi kapsamında tekstil konusunda uzman 3 kişi çalışmaya katılmış ve çalışmaya katılan uzmanlardan bu 7 temel özelliği önem sırasına göre sıralamaları istenmiş ve de ölçütlerin göreceli önem seviyelerine ilişkin de değerlendirmeler yapmaları istenmiştir. Bunu takiben, anketlerden toplanan veriler analiz edilerek, müşteri satın alma davranışlarını etkileyen tekstil ürün özelliklerinin ağırlık ve önem düzeylerinin belirlenmesi çok kriterli karar verme tekniklerinden biri olan SWARA Yöntemiyle gerçekleştirilmiştir.

2. MATERYAL VE METOD

2.1 SWARA Yöntemi

SWARA yöntemi, uzman değerlendirmelerini dikkate alarak ölçütlerin önem düzeylerinin belirlenmesini sağlayan bir çok kriterli karar verme yöntemidir (Çakır ve Yaylagül, 2017). Bu yöntemde öncelikle ölçütler önem sırasına göre her bir karar verici tarafından sıralanır. Bu sıralamayı takiben, kriterlerin kendinden bir önceki kritere göre göreceli önemini belirleyen karar vericilerin, belirlediği göreceli önem seviyeleri dikkate alınarak her ölçütün her bir karar verici için ağırlık değeri hesaplanır. Bu ağırlık değerleri temel alınarak her karar verici için ölçütler sıralanır. Daha sonra, karar vericilerin ortak bir karar olarak önem düzeyi sıralamasını belirleyebilmeleri için her bir karar vericinin her bir ölçüt için belirledikleri sıralamaların geometrik ortalaması alınarak konusunda uzman olan karar vericilerin ortak bir karara ulaşması da sağlanmış olur (Özbek, 2017).

2.2 SWARA Yönteminin Aşamaları

SWARA Yöntemi aşağıdaki aşamalarda ifade edilen matematiksel formüller uygulanarak yerine getirilmektedir (Stanujkic ve ark., 2015).

Adım 1: Bu aşamada kriterler karar vericiler tarafından en önemliden en önemsiz doğru sıralanır.

Adım 2: Bu aşamada ise kriterlerin sırayla birbirlerine göre göreceli önemi karar vericiler tarafından belirlenir. Örneğin birinci kriterin ikinci kritere göre, ikinci kriterin üçüncü kritere göre göreceli önem düzeyi belirlenerek aynı şekilde karar verme probleminde yer alan birbirini sırayla takip eden tüm

kriterlerin birbirlerine önem düzeyleri belirlenir. Böylece bu aşamada ortalama değerin karşılaştırmalı önemi belirlenir ve bu matematiksel oran ise s_j simgesi ile ifade edilmektedir.

Adım 3: En önemli ölçüt 1 değerini alacak şekilde önem katsayısı olarak ifade edilen parametre aşağıdaki parçalı fonksiyonu içeren eşitlik ile belirtilmektedir:

$$k_j = \begin{cases} 1 & j = 1 \\ s_j + 1 & j > 1 \end{cases} \quad (1)$$

Adım 4: Vektörel olarak önem düzeylerinin gösterimi ise aşağıdaki parçalı fonksiyonu içeren eşitlik ile belirtilmektedir:

$$q_j = \begin{cases} 1 & j = 1 \\ \frac{q_{j-1}}{k_j} & j > 1 \end{cases} \quad (2)$$

Adım 5: Her bir ölçütün ağırlığı ise aşağıdaki eşitlik ile hesaplanmaktadır:

$$w_j = \frac{q_j}{\sum_{k=1}^n q_k} \quad (3)$$

3. UYGULAMA

Bu çalışmada, kadın müşterilerin satın alma davranışlarını etkileyen tekstil ürünlerinin özelliklerinin önem düzeylerinin ne olduğu sorusuna cevap vermeye çalışılmaktadır. Çalışmaya satış ve pazarlama konularında deneyim sahibi olan üç uzman katılmıştır. Çalışmaya katılan karar vericilerin firmadaki görevleri Tablo 1’de belirtilmiştir.

Tablo 1. Karar Vericilerin Görevleri

KARAR VERİCİLER	GÖREVLERİ
Karar verici 1 (KV1)	Giyim firmasında Müdür Yardımcısı
Karar verici 2 (KV2)	Giyim firmasında Koordinatör
Karar verici 3 (KV3)	Giyim firmasında Satış Danışmanı

Çalışmada tekstil ürünlerinin özelliklerini belirlemek için daha önce de belirttiğimiz üzere literatür araştırması yapılmış ve yedi temel faktör tespit edilmiştir. Bu faktörler, sırasıyla, “ürünün fiyatı, ürünün kalitesi, ürünün modaya uygunluğu, ürünün rahatlığı, ürün özgünlüğü, kullanılan kumaş türü, ürünün rengi” olarak ifade edilmektedir. Ürünün fiyatı, alıcıların ürüne sahip olmak için firmaya ödediği parasal değeri ifade etmektedir (Yükselen, 2019, Gavcar ve Didin, 2007). Ürünün kalitesi, bir ürünün özellikleri ve tanımlamalarının kabul edilebilir bir seviyede olmasını ve dolayısıyla ürünün müşteri açısından mükemmellik derecesini ifade etmektedir (Azizağaoğlu ve Altunışık, 2011). Ürünün Modaya uygunluğu ise ürünün bulunduğu sektördeki güncel değişimlere karşı uyum sağlayabilir nitelikte olup olmadığını ve mevcut özellikleri ile modaya hitap edip etmediğini ortaya koyan bir ölçüttür (Kocatürk, 2017). Ürün özgünlüğü ise ürünün kendini diğer ürünlerden ayırt edici özellikler taşıdığını ve bu özellikleri ile tüketiciler tarafından genel kabul gördüğünü belirten bir ölçüttür (Durmaz ve ark., 2011). Ürünün rahatlığı ise hem kullanım kolaylığını hem de kişiyi rahatsız etmeden uzun süreli olarak ürünü kullanmasına ve benimsemesine neden olan bir ölçüttür. Ürünün rengi satın alınan ürünün rengini ifade etmek ile birlikte üründe renk uyumu için de gerekli olan bir ölçüttür. Kullanılan kumaş türü ise üretilen üründe kullanılan kumaşa ilişkin bilgiyi içermektedir (Baykal ve Göçer, 2012). Çalışmada kullanılan kriterler Tablo 2’de SWARA yöntemi uygulamasında kullanılacak tanımlayıcıları ile birlikte verilmiştir.

Tablo 2. Kriterler

Kriterin Tanımlayıcısı	Kriterin Adı
K1	Ürünün fiyatı
K2	Ürünün kalitesi
K3	Ürünün modaya uygunluğu
K4	Ürünün rahatlığı
K5	Ürün özgünlüğü
K6	Kullanılan kumaş türü
K7	Ürünün rengi

Kriterler tespit edildikten sonra, bu kriterleri SWARA Yöntemi kapsamında üç uzmanın önem sırasına göre sıralamaları istenmiştir. Üç karar verici önem sırasına göre kriterleri sıralamış ve daha sonra sıralamaların geometrik ortalaması alınarak genel bir sıralama oluşturulmuştur. Geometrik ortalama alınırken geometrik ortalama sonucunda kriter hangi tamsayı değerine en yakın ise kriterin genel sıralama değeri bu tamsayı değeri olarak belirlenmiştir. Kriterlere ilişkin genel sıralama değerleri Tablo 3'te belirtilmiştir.

Tablo 3. Kriterlerin Genel Sıralaması

KRİTERLER	KARAR VERİCİ1 (K1)	KARAR VERİCİ2 (K2)	KARAR VERİCİ 3 (K3)	GEOMETRİK ORTALAMANIN TAMSAYI SIRALAMA DEĞERİ
K1 (ÜRÜNÜN FİYATI)	1	1	1	1
K2 (ÜRÜNÜN KALİTESİ)	5	3	5	5
K3 (MODAYA UYGUNLUĞU)	4	5	3	4
K4 (ÜRÜNÜN RAHATLIĞI)	6	4	4	6
K5 (ÜRÜN ÖZGÜNLÜĞÜ)	2	7	2	2
K6 (KULLANILAN KUMAŞ TÜRÜ)	7	6	7	7
K7 (ÜRÜNÜN RENGİ)	3	2	6	3

Daha sonra karar vericiler yeni oluşan bu genel sıralamaya göre ölçütleri karşılaştırmış ve kriterlerin göreceli önem değerlerini genel sıralamaya uygun olarak yapmışlardır. “K1>K5>K7>K3>K2>K4>K6” şeklinde oluşan bu sıralama” dikkate alınarak her bir karar verici için SWARA yönteminde bahsettiğimiz işlem aşamaları gerçekleştirilmiş Tablo 4, Tablo 5 ve Tablo 6’de sırasıyla k_j ve q_j ile w_j parametreleri hesaplanmıştır.

Tablo 4. Karar Verici 1 İçin Parametrelerin Hesaplanması

KRİTERLER	ÖNEM SIRASI	s_j	k_j	q_j	w_j
K1	1		1	1	0.216
K5	2	0.30	1.30	0.769	0.166
K7	3	0.15	1.15	0.668	0.144
K3	4	0.10	1.10	0.607	0.131
K2	5	0.05	1.05	0.578	0.125
K4	6	0.05	1.05	0.550	0.119
K6	7	0.25	1.25	0.440	0.095

Tablo 5. Karar Verici 2 İçin Parametrelerin Hesaplanması

KRİTERLER	ÖNEM SIRASI	s_j	k_j	q_j	w_j
K1	1		1	1	0.183
K5	2	0.10	1.10	0.909	0.166
K7	3	0.05	1.05	0.865	0.158
K3	4	0.10	1.10	0.786	0.143
K2	5	0.10	1.10	0.714	0.130
K4	6	0.10	1.10	0.649	0.118
K6	7	0.20	1.20	0.540	0.098

Tablo 6. Karar Verici 3 İçin Parametrelerin Hesaplanması

KRİTERLER	ÖNEM SIRASI	s_j	k_j	q_j	w_j
K1	1		1	1	0.194
K5	2	0.20	1.20	0.833	0.161
K7	3	0.10	1.10	0.757	0.147
K3	4	0.30	1.30	0.582	0.113
K2	5	0.05	1.05	0.554	0.107
K4	6	0.15	1.15	0.481	0.093
K6	7	0.25	1.25	0.384	0.074

Daha sonraki aşamada ise, her bir kriter için karar vericilerde oluşan ölçüt ağırlık değerlerinin geometrik ortalamaları alınarak, her bir ölçütün genel ağırlık değerleri hesaplanmış ve Tablo 7’de gösterilmiştir.

Tablo 7. Ölçütlerin Öncelik Sıralamasına İlişkin Ağırlık Değerleri

KRİTERLER	W1 KV1	W2 KV2	W3 KV3	GEOMETRİK ORTALAMASI
K1	0.216	0.183	0.194	0.197
K5	0.166	0.166	0.161	0.164
K7	0.144	0.158	0.147	0.149
K3	0.131	0.143	0.113	0.128
K2	0.125	0.130	0.107	0.120
K4	0.119	0.118	0.093	0.109
K6	0.095	0.098	0.074	0.088

4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Araştırmanın sonucunda, Kriterlere ait ağırlık değerleri K1-K7’ye olacak şekilde sırasıyla, 0.197, 0.120, 0.128, 0.109, 0.164, 0.088, 0.149 şeklindedir. Bu sonuç kapsamında kriterlere ilişkin sıralamanın “K1>K5>K7>K3>K2>K4>K6” şeklinde olduğu anlaşılmış ve bu sıralamanın sağlanması yapılmıştır. Dolayısıyla bu sıralamanın geçerliliğinin olduğu söylenilebilir. Yapılan çalışma sonucunda en önemli ölçütün ürünün fiyatı (0.197), en önemsiz ölçütün ise kullanılan kumaş türü (0.088) olduğu tespit edilmiştir. Birinci sırada yer alan kriterin ağırlık değeri son sırada yer alan kriterin yaklaşık 2.2 katıdır. Ayrıca en yakın kriter K5 ile arasında yaklaşık %3’lük bir farka sahip olan ürünün fiyatı kriterinin, çalışma sonucunda yapılan matematiksel değerlendirmeler temel alındığında en önemli kriter olduğu gerçeği bir kez daha ortaya çıkmaktadır.

5. SONUÇ

Hızlı moda oluşturduğu çevresel olumsuz faktörler nedeniyle eleştirilse bile, düşük fiyatlı ve hızlı ulaşılabilir ürünler olması sebebiyle kullanımı ve üretimi artmaktadır. Olumsuz etkileri azaltmak için markalar kampanyalar ve projeler oluşturmaya başlamıştır. Yapılan bu çalışma sonucunda ürünün fiyatının hızlı modanın benimsenmesinde en önemli faktör olduğu görülmektedir. İkinci en önemli faktörün ürünün özgünlüğü olması da şaşırtıcı değildir. Çünkü her ne kadar hızlı moda da ürünün fiyatı ön planda olsa da, mutlaka ürünün diğer ürünlerden farklı olan bir niteliğinin olması tüketici tercihlerinde ürüne yönelik tercihlerin artmasına neden olacaktır. En az önem verilen faktör ise çalışma sonuçlarına göre kullanılan kumaş türüdür.

Yapılan bu çalışma sonucunda elde edilen ağırlık değerleri temel alınarak, hızlı moda ürünü olan ürünler arasında seçim yapmak için, ARAS, GRİ ve benzeri çok kriterli karar verme yöntemleri kullanılabilir. Farklı bir firma için de aynı çalışmayı uygulayarak firmaları arasında ürün özellikleri önem düzeyleri açısından bir karşılaştırma yapılabilir. Bunlara ek olarak, yapılan bu çalışmaya yeni kriterler ekleyerek ve çok sayıda hızlı moda ürününe uygulayarak çalışma genişletilebilir.

KAYNAKÇA

- AZİZAĞAOĞLU, A., ALTUNIŞIK, R. (2011) , Hazır Giyim Markalarının Fonksiyonel ve Sembolik Özelliklerinin Algılanan Kalite ve Marka Bağlılığı Üzerine Etkileri, *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 3 (2), 41-54.
- BARNARD, M. (1998), *Art, Design and Visual Culture*, London: Palgrave Macmillan.
- BAYKAL, P., GÖÇER, E. (2012), Konfeksiyonda Kumaş ve Model Çeşitliliğinin Üretimde Kalite ve Verimliliğe Etkisi, *Tekstil ve Mühendis*, 19(1), 15-23.
- CACHON, G.P., SWINNEY, R. (2011), The Value of Fast Fashion: Quick Response, Enhanced Design, and Strategic Consumer Behavior, *Management Science*, 57(4), 778-795.
- ÇAKIR, E., YAYLAGÜL, Ş. (2017), İşletmelerin Stajyer Öğrenci Kabul Kriterlerine İlişkin Önem Düzeylerinin Swara Yöntemi ile Belirlenmesi: İnsan Kaynakları Önlisans Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, *Press Academia Procedia*, 447-456.
- DURMAZ, Y., ORUÇ, B. KURLAR, M. (2011), Kişisel Faktörlerin Tüketici Satın Alma Davranışlarına Etkisi Üzerine Bir Araştırma, *Akademik Yaklaşımlar Dergisi* , 2(1), 114-133.
- GAVCAR, E., DİDİN, S., (2007), Tüketicilerin Perakendeci Markalı Ürünleri Satın Alma Kararlarını Etkileyen Faktörler: Muğla İl Merkezi'nde Bir Araştırma, *Zonguldak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(6), 21-32.
- KOCATÜRK, E. (2017), Moda Pazarlamasına Yönelik Literatür Taraması ve Moda Pazarlamasında Güncel Gelişmeler, *Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(3), 72-86.
- KOTLER, P. (1997), *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control*, New Jersey: Prentice Hall.
- MANGIR, A.F. (2016), Sürdürülebilir Kalkınma İçin Yavaş ve Hızlı Moda, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 19(1), 143-154.
- ODABAŞI, Y. (1998), *Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejisi*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- ÖZBEK, A. (2017), SWARA, A. ÖZBEK içinde, *Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri ve Excel İle Problem Çözümü* (s.55-56), Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- SOLOMON, M.R. (1995), *Consumer Behaviour*, Amerika Birleşik Devletleri: Prentice Hall
- STANUJKIC, D., KARABASEVIC, D., ZAVADSKAS, E.K. (2015), A framework for the selection of a packaging desing based on the SWARA method, *Engineering Economics*, 26(2), 181-187.
- YÜKSELEN, C. (2019), *Pazarlama dijitalleşme sürecinde ilkeler-Yönetim örnek olaylar*, Ankara: Detay yayıncılık.
- ZIKMUND, W.G., D'AMICO, M. (1996), *Marketing*. Amerika Birleşik Devletleri: West Publishing Company.

KENTE YÖNELİK AİDİYET: KANDIRA İLÇESİ ÖRNEĞİ**Öğr. Gör. Oktay ÇETİN**Kocaeli Üniversitesi, Kandıra Meslek Yüksekokulu, Pazarlama ve Dış Ticaret Bölümü
oktaycetin@hotmail.com**Özet**

Aidiyet, bireyin bir sisteme dahil olması ve kendisini bu sisteme ait hissetmesi olarak tanımlanır. Kente aidiyet ise, birey ve yaşadığı bölge arasındaki duygusal bağ olarak nitelendirilir. Bireylerin sahip olduğu bu bağ, bireyin kentte yaşaması, başkalarına kenti anlatması, kente yatırım yapması gibi birçok olumlu sonuç doğurur. Bu nedenle, bireylerin yaşadıkları kente yönelik sahip oldukları aidiyet kavramının incelenmesi kent yönetimi ve kent pazarlaması gibi birçok alan için önem arz etmektedir. Literatür incelendiğinde, birçok büyük ve önemli kente yönelik aidiyet çalışmasının yapıldığı görülmektedir. Ancak daha küçük, ekonomik ve sosyal açıdan büyük kentlerden ayrılan ilçe ve kasaba gibi kentler içinde aidiyet araştırması yapılması, büyük kentlere göre farklı sonuçlar doğurabilir. Bu çalışmada, Kocaeli ili Kandıra ilçesinde yaşayan halkın kente yönelik aidiyet duygusu ele alınmıştır. Yüz yüze anket yöntemi ile 276 kişi ile görüşülmüştür. Araştırmanın amaçlarına ulaşmak için frekans, t testi ve varyans analizi yapılmıştır. Analizler sonucunda, Kandıra’da yaşayan halkın aidiyet duygusunun ortalamanın üzerinde olduğu görülmüştür. Farklılık analizleri sonucunda, aidiyetin cinsiyet, gelir ve kandıra orijinli olup olmamaya göre değişmediği tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra yaş, meslek ve eğitime göre Kandıra’da yaşayan halkın aidiyet duygusunun değiştiği görülmüştür.

Anahtar kelimeler: Demografik Özellikler, Kent, Aidiyet, Kandıra**PLACE ATTACHMENT: THE CASE OF KANDIRA****Abstract**

Place attachment is defined as the individual's involvement in a system and the feeling of place attachment to it. Place attachment to the city, It is defined as the emotional bond between the individual and the region where he or she lives. This bond of individuals has many positive results such as living in the city, telling the city to others and investing in the city. Therefore, the examination of the concept of place attachment that individuals have towards the city in which they live is important for many areas such as urban management and urban marketing. When the literature is examined, it is seen that place attachment studies were conducted for many large and important cities. However, conducting a survey of belonging within cities such as towns and towns, which are separated from smaller, economically and socially larger cities, may have different results compared to larger cities. In this study, the sense of belonging of the people living in Kandıra district of Kocaeli province is discussed. 276 people were interviewed by the face-to-face survey method. In order to reach the objectives of the study, frequency, t test and variance analysis were performed. As a result of the analysis, it was seen that the sense of place attachment of the people living in Kandıra is above average. As a result of the differences analysis, it has been determined that place attachment does not change according to gender, income and whether or not it is of origin. In addition, according to age, occupation and education, the sense of place attachment of the people living in Kandıra has been changed.

Keywords: Demographic Factors, City, Place Attachment, Kandıra**1.GİRİŞ**

Aidiyet duygusu insanın temel gereksinimlerinden biri olup, bu gereksinim yerine getirilmediğinde bireylerde yalnızlık duygusunun arttığı ya da anti-toplumsal davranışların geliştiği görülmektedir. (Şentürk A., Gülersoy Z.N 2019) Paylaşılan anlamlar ve sosyal aidiyetin yanı sıra o “yer” de yaşama süresinin uzunluğu da yer bağlılığını etkilemektedir. (Şentürk A., Gülersoy Z.N 2019) Relph (1976)’de kimliğin anlamını insanların yer üzerindeki deneyimlerini inceleyerek açıklamaktadır. İnsanların temel davranışları üzerine araştırma yapan Relph’e göre bir yerin kimliği, büyük ölçüde

insan düşünceleri, davranışları ve deneyimlerine bağlı olarak oluşur. (Şentürk A., Gülersoy Z.N 2019) Bu nedenle bir bölgeye aidiyet duygusunu geliştirmek için demografik faktörler kadar duygu ve değerler birlikteliği de gereklidir. Bu araştırma Kandıra’da yaşayanlar üzerinde gerçekleştirilmiştir. Kandıra’da yaşayanların kente dair aidiyet duygu düzeylerinin ve etmenlerinin belirlenmesi önemli bir yönlendirici olacaktır. Bu araştırma sonucunda, aidiyet duygusu çerçevesinde, akademisyenlere ve özellikle yerel kent yöneticilerin çeşitli çıkarımları yapması sağlanacaktır.

2. LİTARETÜR ÇALIŞMASI

Yapılan araştırmaların sonuçlarına göre aidiyetin ikamet süresi, cinsiyet ve gelir seviyesi gibi etmenlerle doğrudan bağlantılı olduğu saptanmıştır.(Şentürk A., Gülersoy Z.N 2019) Bu araştırmalarda; aidiyet ve cinsiyet ilişkisinde kadın ve erkek arasında farklılıklar olduğu, kadınların yer aidiyetinin duygusal, erkeklerin aidiyetinin ise işlevsel olarak geliştiği, ikamet süresi ile aidiyet arasında doğru, gelir seviyesi ile aidiyet arasında ters orantılı bir ilişki olduğu kanıtlanmıştır. (Şentürk A., Gülersoy Z.N 2019) Sahiplenme, insanların mekânla etkileşimlerinden doğan bir eğilimi ve mekâna yönelik yaşadıkları duygusal bağı ifade ederken, yer kimliği ise, insanın mekânla olan deneyiminde ve mekâna yönelik bağlılığının gelişiminde, aidiyet sürecine işaret etmektedir. (Alpak E. M., Düzenli T., Tarakçı Eren E. 2018) Proshansky yer kimliğini, insanın çevresiyle (doğal ve yapılandırılmış çevre) ve diğer insanlarla ilişkilerinde beklentileri, tercihleri, duyguları ve değerleri tarafından belirlenen, yerin ve kişinin kimliğini kendi yapısında birleştiren karmaşık bir olgu olarak tanımlar.(Göregenli M., Karakuş P.,Özgen Kösten Y., Umuroğlu İ. 2014)

3. ARAŞTIRMANIN AMACI

Bu çalışmanın amacı, Kandıra ilçesinde yaşayanların aidiyet düzeyinin incelenmesi ve katılımcıların farklı demografik özelliklere göre aidiyet düzeyinin değişip değişmediğini tespit etmektir.

4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırma Kandıra’da yaşayanlar üzerinde gerçekleştirilmiştir. Toplam 283 kişi ile görüşülmüştür. Veri toplama yöntemi olarak yüz yüze anket tekniği kullanılmıştır. Anket formu, iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm demografik değişkenler, ikinci bölüm ise Kente Yönelik Aidiyet ölçeği kullanılmıştır. Kente yönelik aidiyet ölçeği; Brown, Smith ve Assaker (2016) ve Ram, Björk ve Weidenfeld (2016) çalışmalarından alınmıştır. Aidiyet ölçeği 5’li Likert tipi şeklinde düzenlenmiştir. Verilerin analizinde frekans tablosu, t testi, varyans analizi kullanılmıştır. Analizler SPSS paket program aracılığı ile yapılmıştır.

4.1. Araştırmanın hipotezleri

- H1: Yaşa göre Kandıra’ya duyulan aidiyet farklılık göstermektedir.
- H2: Cinsiyete göre Kandıra’ya duyulan aidiyet farklılık göstermektedir.
- H3: Mesleğe göre Kandıra’ya duyulan aidiyet farklılık göstermektedir.
- H4: Eğitime göre Kandıra’ya duyulan aidiyet farklılık göstermektedir.
- H5: Gelire göre Kandıra’ya duyulan aidiyet farklılık göstermektedir.
- H6: Kökene (Kandıralı olup olmama) göre Kandıra’ya duyulan aidiyet farklılık göstermektedir.

5. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

5.1. Demografik Faktörler

Katılımcıların 159’u erkek, 124’si kadındır. Katılımcıların yaş ortalaması 36,20’dir. Katılımcıların aylık ortalama gelir ortalaması 2852,11 TL olarak belirlenmiştir. Araştırmaya katılan kişilerin meslekleri çalışmıyor, öğrenci, emekli, ev hanımı, özel sektör, memur, esnaf ve serbest meslek şeklinde sınıflandırılmıştır. Özel sektör de çalışanlar araştırmaya katılanların %26,1 ile en önde gelmektedir. Daha sonra %17 ile ev hanımı ve %12 ile esnaf gelmektedir. İlköğretim mezunu olanlar araştırmaya katılanların %39,9’dur. Lise mezunu olanlar %32,5, ön lisans mezunu olanlar %18,7 ve lisans mezunu olanlar % 7,8 şeklinde belirlenmiştir. Araştırmaya katılanların kökenleri incelendiğinde, kandıra kökenine sahip olanlar %56,5 ve Kandıralı olmayıp Kandıra’da yaşayanların oranı %36,5’dir. Yaklaşık %5’lik kesim bu soruya cevap vermemiştir.

5.2. Aidiyet Ölçeği İçin Genel Ortalamalar

Araştırmada ele alınan temel değişken bir yere duyulan aidiyet duygusudur. Katılımcıların Kandıra ilçesine yönelik aidiyet duygusunu ifade eden ortalamalar aşağıda sunulmuştur.

Tablo 1. Aidiyet Ölçeği Ortalamalar

İfadeler	N	Min.	Maks.	Ortalama
Kandıra benim için çok özel bir şehirdir	283	1,00	5,00	3,7908
Kandıra benim için çok şey ifade eder	283	1,00	5,00	3,7979
Kandıraya çok bağlıyım	283	1,00	5,00	3,4875
Kandıraya çok güçlü bir şekilde aidiyet hissediyorum	283	1,00	5,00	3,4716
Kandırada yaşamak, benim için olduğumu tanımlayan önemli bir durumdur	283	1,00	5,00	3,4894
Kandırayı bir parçam olarak hissediyorum	283	1,00	5,00	3,4911
Benim için Kandıra ile başka hiçbir yer kıyaslanamaz	283	1,00	5,00	2,9397
Kandırada yapmış olduğum bir çok şeyi, başka hiç bir yerde yapamam	283	1,00	5,00	3,2437
Kandırada bir şeyler yapmak, benim için daha önemlidir.	283	1,00	5,00	3,5231
Kandıra, yapmak istediğim şeyler için en iyi yerdir.	283	1,00	5,00	3,2821
Kandıra halkına kendimi yakın hissedirim	283	1,00	5,00	3,9504
Kandırada çalışanlar veya yerel halk gibi hissetmek, bana çok önemli deneyimler kazandırdı.	283	1,00	5,00	3,7829
Kandırada yaşayan insanlarla özel bir bağım var.	283	1,00	5,00	3,9043

5.3 Geçerlilik ve Güvenirlilik

Araştırmada kullanılan aidiyet ölçeğinin geçerlilik ve güvenilirliğini belirlemek için açıklayıcı faktör analizi yapılmış ve Cronbach's Alpha katsayısı hesaplanmıştır. Yapılan analizlerin sonuçları aşağıda sunulmuştur.

Tablo 2. Açıklayıcı Faktör Analizi Ve Güvenirlilik

İfadeler	Faktörler	Özdeğer	Açıklanan Varyans	Cronbach Alfa
Aidiyet3	,881	8,060	61,998	0,948
Aidiyet4	,856			
Aidiyet2	,851			
Aidiyet1	,843			
Aidiyet6	,835			
Aidiyet12	,786			
Aidiyet9	,784			
Aidiyet13	,780			
Aidiyet5	,756			
Aidiyet11	,731			
Aidiyet10	,729			
Aidiyet7	,692			
Aidiyet8	,682			

Çıkarma Metodu: ~~Principal Component Analysis~~
Döndürme Metodu: ~~Varimax Component~~

Yapılan faktör analizi sonucunda, aidiyet tek faktörlü olarak belirlenmiştir. KMO (0,934) ve Barlett Testi (Anlam.= 0,001) sonuçlarına göre, bu araştırmada kullanılan veriye faktör analizi uygulanabilir, sonucu elde edilmiştir. En düşük faktör yükü 0,682 olarak belirlenmiştir. Tek faktörlü yapının açıkladığı toplam varyans %61,998'dir. Çok faktörlü desenlerde, açıklanan varyansın % 40 ile % 60 arasında olması yeterli olarak kabul edilebilir (Çokluk ve ark., 2012: 245). Aidiyet ölçeğinin Cronbach alfa katsayısı (güvenirlilik) 0,948 olarak belirlenmiştir. Faktör analizi rotasyon yöntemi Varimax olarak tercih edilmiştir. Faktör Cronbach's Alpha katsayılarına bakıldığında, 0,70'in üstünde çıkması nedeniyle bu ölçeğin güvenilir olduğu söylenebilir (Büyüköztürk, 2006; Kalaycı, 2008). Yapılan tüm bu analizler sonucunda, ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirliğini sağlanmıştır.

5.4. Hipotezlerin Testi

Araştırmanın amaçlarına ulaşmak için, farklılık analizleri yapılmıştır. Gruplara göre farklılıkları belirlemek için t testi ve varyans analizi yapılmıştır. Analizler aşağıdaki tablolarda sunulmuştur.

Tablo 3. Cinsiyete Göre Farklılık

	Levene's Test for Equality of Variances		T testi		
	F	Anlam.	t	Şd	Anlamlılık (2-tailed)
AİDİYET	,441	,507	-1,210	281	,227
			-1,218	270,417	,224

	CİNSİYET	N	Ortalama
AİDİYET	Erkek	159	3,4811
	Kadın	124	3,6391

Yapılan analiz sonucunda, kadınların aidiyet ortalamasının daha yüksek olmasına rağmen, erkekler ile kadınlar arasında anlamlı bir farkın olmadığı tespit edilmiştir. Bu sonuca göre H2 hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 4. Kökene Göre Farklılık

	Levene's Test for Equality of Variances		T testi		
	F	Anlam.	t	sd	Anlam (2-tailed)
AİDİYET	2,803	,095	1,786	267	,075
			1,731	205,836	,085

	Memleket	N	Ortalama
AİDİYET	Kandıra	160	3,6243
	Diğer	109	3,3827

Yapılan t testi farklılık analizi sonucunda, köken olarak Kandıralı olanlar ile olmayanlar arasında aidiyet açısından bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Ortalamalar incelendiğinde ise, köken olarak Kandıralı olanların ortalamasının daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu sonuca göre H2 hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 5. Yaşa Göre Farklılık

	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	F	Anlam.
Gruplar arası	43,080	5	8,476	,001
Gruplar içi	275,460	271		
Toplam	318,540	276		

Yaş Grupları	Ortalama	N
1 (18 – 25)	3,1282	27
2 (26 – 33)	3,1788	84
3 (34 – 41)	3,5293	72
4 (42 – 49)	4,0430	47
5 (50 – 58)	4,0085	36
6 (59 ve üzeri)	4,3901	11
Toplam	3,5675	277

Yapılan varyans analizi (Anova) sonucunda, yaş gruplarına göre aidiyetin farklılaştığı görülmüştür. Bu sonuca göre H1 hipotezi kabul edilmiştir. Farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu görmek için, Post-Hoc testi yapılması gerekmektedir. Aşağıdaki tabloda Post-Hoc sonuçları sunulmuştur.

Tablo 6. Tukey Post-Hoc Testi

Yaş	Yaş Grupları	Anlam.	Yaş	Yaş Grupları	Anlam.
1,00	2,00	1,000	4,00	1,00	,003
	3,00	,492		2,00	,000
	4,00	,003		3,00	,075
	5,00	,009		5,00	1,000
	6,00	,007		6,00	,908
2,00	1,00	1,000	5,00	1,00	,009
	3,00	,258		2,00	,001
	4,00	,000		3,00	,186
	5,00	,001		4,00	1,000
	6,00	,003		6,00	,882
3,00	1,00	,492	6,00	1,00	,007
	2,00	,258		2,00	,003
	4,00	,075		3,00	,092
	5,00	,186		4,00	,908
	6,00	,092		5,00	,882

Post-Hoc testi incelendiğinde, cevaplayıcıların yaş grupları arttıkça aidiyetinde arttığı (ortalamalar) tespit edilmiştir. Post-Hoc Tukey Testi incelendiğinde 4, 5 ve 6 nolu yaş grupları ile 1, 2 ve 3 nolu yaş grupları arasında aidiyet açısından ciddi fark olduğu görülmektedir.

Tablo 7. Anova – Gelir

	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	F	Anlam.
Gruplar arası	12,434	5	2,202	,056
Gruplar içi	212,313	188		
Toplam	224,747	193		

Cevaplayıcıların gelirine göre aidiyetin farklılaşıp farklılaşmadığı incelendiğinde, gelir grupları arasında anlamlı fark olmadığı Tablo 7’den anlaşılmaktadır. Bu sonuca göre H5 hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 8. Mesleğe Göre Farklılık

	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	F	Anlam.
Gruplar arası	57,409	7	8,210	,000
Gruplar içi	268,720	269		
Toplam	326,129	276		

Meslek	Ortalama	N
Memur	2,9410	28
İşçi	3,4537	74
Emekli	4,3036	23
Ev Hanımı	4,0561	48
Esnaf	3,9412	34
Serbest Meslek	3,2133	21
Çalışmıyor	2,8575	27
Diğer	3,4047	22

Tablo 8 incelendiğinde, meslek gruplarına göre anlamlı farklılığın olduğu görülmektedir. Bu sonuca göre H3 hipotezi kabul edilmiştir. Hangi meslek grupları arasında aidiyet açısından anlamlı farklılık olduğunu görmek için Post-Hoc testi yapılmıştır. Tukey Post-Hoc testi sonuçları aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Tablo 9. Tukey Post-Hoc Testi

Meslek	Meslek Grupları	Anlam.		Meslek	Meslek Grupları	Anlam.
Memur	İşçi	,291		Esnaf	Memur	,003
	Emekli	,000			İşçi	,269
	Ev Hanımı	,000			Emekli	,881
	Esnaf	,003			Ev Hanımı	1,000
	Serbest Meslek	,981			Serbest Meslek	,152
	Çalışmıyor	1,000			Çalışmıyor	,001
İşçi	Diğer	,733		Serbest Meslek	Diğer	,510
	Memur	,291			Memur	,981
	Emekli	,010			İşçi	,978
	Ev Hanımı	,028			Emekli	,009
	Esnaf	,269			Ev Hanımı	,030
	Serbest Meslek	,978			Esnaf	,152
Emekli	Çalışmıyor	,142		Çalışmıyor	Çalışmıyor	,924
	Diğer	1,000			Diğer	,998
	Memur	,000			Memur	1,000
	İşçi	,010			İşçi	,142
	Ev Hanımı	,977			Emekli	,000
	Esnaf	,881			Ev Hanımı	,000
Ev Hanımı	Serbest Meslek	,009		Diğer	Esnaf	,001
	Çalışmıyor	,000			Serbest Meslek	,924
	Diğer	,056			Diğer	,548
	Memur	,000			Memur	,733
	İşçi	,028			İşçi	1,000
	Emekli	,977			Emekli	,056
	Esnaf	1,000			Ev Hanımı	,187
	Serbest Meslek	,030			Esnaf	,510
	Çalışmıyor	,000			Serbest Meslek	,998
	Diğer	,187			Çalışmıyor	,548

Yapılan analiz sonucunda ev hanımı, emekli ve esnaf gruplarının aidiyet düzeyinin diğer meslek gruplarından daha yüksek olduğu görülmüştür. Özellikle ev hanımı, emekli ve esnafın memur, işçi ve çalışmayanlardan aidiyet açısından ciddi derecede farklılaştığı görülmektedir. Ev hanımı, emekli ve esnaf en yüksek düzeyde Kandıra'ya yönelik aidiyet duygusuna sahip meslek gruplarıdır. En düşük aidiyete ise çalışmayanlar ve memurlar sahiptir. Cevaplayıcıların eğitim durumuna göre aidiyet duygusunun farklılaşıp farklılaşmadığını görmek için varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır. Analiz sonuçları aşağıda sunulmuştur.

Tablo 10: Eğitim Durumuna Göre Farklılık

	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	F	Anlam.
Gruplar arası	30,538	3	9,240	,000
Gruplar içi	304,052	276		
Toplam	334,591	279		

Eğitim	Ortalama	N
İlköğretim	3,8647	113
Lise	3,5553	92
Önlisans	3,1100	53
Lisans	2,9073	22

Tablo 10'dan anlaşılabacağı üzere, katılımcıların eğitim durumuna göre aidiyet duygularının farklılaştığı görülmektedir. Bu sonuca göre, H4 hipotezi kabul edilmiştir. Hangi eğitim düzeyleri arasında fark olduğunu görmek için Tukey Post-Hoc Testi yapılmıştır.

Tablo 11. Tukey Post-Hoc Testi

Eğitim	Eğitim Grupları	Anlam.
İlköğretim	Lise	,156
	Önlisans	,000
	Lisans	,001
Lise	İlköğretim	,156
	Önlisans	,069
	Lisans	,048
Önlisans	İlköğretim	,000
	Lise	,069
	Lisans	,872
Lisans	İlköğretim	,001
	Lise	,048
	Önlisans	,872

Yapılan analiz sonucunda, ön lisans ve lisans mezunlarının aidiyet düzeylerinin diğerlerinden anlamlı bir şekilde farklılaştığı tespit edilmiştir. Ortalamalar incelendiğinde, ön lisans ve lisans düzeyinde eğitime sahip bireylerin Kandıra'ya yönelik aidiyetlerinin daha düşük olduğu söylenebilir. Bireylerin eğitim düzeyi arttıkça, Kandıra'ya olan aidiyetlerinin azaldığı görülmektedir.

6. ARAŞTIRMANIN SONUÇLARI

Aidiyet ölçeği farklı çalışmalardan alınıp Kandıra ilçesi için yeniden düzenlenmiştir. Bu nedenle, ölçeğin geçerlilik ve güvenilirliğine bakılmıştır. Yapılan açıklayıcı faktör analizi sonucunda, ölçeğin tek boyutlu olduğu ve yaklaşık %62'lik bir alanı açıkladığı sonucuna ulaşılmıştır. Bunun yanı sıra, ölçeğin yüksek düzeyde güvenilir olduğu tespit edilmiştir. Bu çalışmada Kandıra ilçesine yönelik bireylerin aidiyet düzeyi incelenmiştir. Bunun yanı sıra, katılımcıların farklı demografik özelliklerine göre aidiyet düzeylerinin değişip değişmediği incelenmiştir. Yapılan analizler sonucunda cinsiyet, köken ve gelire göre aidiyet düzeyinin değişmediği sonucuna ulaşılmıştır. Diğer taraftan eğitim, meslek ve yaş'a göre cevaplayıcıların Kandıra'ya yönelik aidiyet düzeyinin farklılaştığı tespit edilmiştir.

Bireylerin eğitim düzeyi arttıkça, Kandıra'ya yönelik aidiyet azalmaktadır. Özellikle ön lisans ve lisans düzeyindeki bireylerin Kandıra'ya olan bağlarının zayıfladığı söylenebilir. Bunun nedeni olarak, bireylerin özellikle lisans eğitimini farklı şehirlerden alması ve bireylerin o şehirleri daha çok benimsemesi gösterilebilir. Bunun yanı sıra, cevaplayıcıların yaşı arttıkça, Kandıra'ya olan bağlarının daha da güçlendiği söylenebilir. Ayrıca, Kandıra'da doğup daha sonra şehre göç eden bireylerin, emekli olduktan sonra Kandıra'ya dönmesi, bu yaş düzeyindeki insanların aidiyetinin yüksek olduğunun göstergesidir.

Bireylerin mesleklerine göre aidiyet düzeyleri incelendiğinde ev hanımı, emekli ve esnafların aidiyet düzeylerinin daha yüksek olduğu görülmüştür. Bu bireyler, hayatlarının büyük bölümünü Kandıra'da geçirmiş ve geçimlerini buradan sağlamıştır. Bu nedenle aidiyet düzeylerinin yüksek olması olağan karşılanabilir. Çalışmayanların aidiyet düzeyi araştırmaya katılan gruplar içinde en düşük olanıdır. Bu şehirde iş bulamayanlar doğal olarak kente yüksek düzeyde aidiyet hissetmiyorlar. Ayrıca işçilerin de, çalıştıkları halde, bu kentteki iş olanaklarını beğenmedikleri için aidiyet düzeylerinin düşük olduğu sonucuna ulaşılabilir. Bunlara ek olarak, memurların da aidiyet düzeyinin diğer gruplara göre daha düşük olduğunu söyleyebiliriz. Memurların büyük bir kısmı bu kentte oturmamaktadır. Kentin küçük olmasından ve her imkanın olmamasından dolayı bu meslek grubunun kente dair aidiyetinin zayıf olduğu görülmektedir.

KAYNAKÇA

- Büyüköztürk, Şener (2006). Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı- İstatistik, Araştırma Deseni SPSS Uygulamaları Ve Yorum, Pegem Akademi Yayıncılık, 6. Baskı, Ankara
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. ve Büyüköztürk, Ş. (2012). Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik: SPSS ve Lisrel Uygulamaları, Pegem Akademi Yayıncılık, Ankara

- Şentürk A., Gülersoy Z.N. “Aidiyet, Kent Kimliği ve Kentsel Koruma Etkileşimi Bağlamında Kullanıcı Sürekliliğinin İrdelenmesi: Kadıköy Moda Örneği” , Yıldız Teknik Üniversitesi Mimarlık Fakültesi E-Dergisi, 2019, s.146.
- Maslow A., (1954), *Motivation and Personality*. Harper and Row, New York.
- Şentürk A., Gülersoy Z.N. “Aidiyet, Kent Kimliği ve Kentsel Koruma Etkileşimi Bağlamında Kullanıcı Sürekliliğinin İrdelenmesi: Kadıköy Moda Örneği” , Yıldız Teknik Üniversitesi Mimarlık Fakültesi E-Dergisi, 2019, s.147.
- Gustafson P., (2009), *Mobility and territorial belonging*. Environment and behavior, 41, 490-508.
- Şentürk A., Gülersoy Z.N. “Aidiyet, Kent Kimliği ve Kentsel Koruma Etkileşimi Bağlamında Kullanıcı Sürekliliğinin İrdelenmesi: Kadıköy Moda Örneği” , Yıldız Teknik Üniversitesi Mimarlık Fakültesi E-Dergisi, 2019, s.147.
- Relph E. (1976), *Palace and palacelessness*, Pion Limited, London.
- Şentürk A., Gülersoy Z.N. “Aidiyet, Kent Kimliği ve Kentsel Koruma Etkileşimi Bağlamında Kullanıcı Sürekliliğinin İrdelenmesi: Kadıköy Moda Örneği” , Yıldız Teknik Üniversitesi Mimarlık Fakültesi E-Dergisi, 2019, s.147. Riger, S., Lavrakas, P. J. (1981). Community ties: patterns of attachment and social interaction in urban neighborhoods. American Journal of Community Psychology, 9, 55–66.
- Şentürk A., Gülersoy Z.N. “Aidiyet, Kent Kimliği ve Kentsel Koruma Etkileşimi Bağlamında Kullanıcı Sürekliliğinin İrdelenmesi: Kadıköy Moda Örneği” , Yıldız Teknik Üniversitesi Mimarlık Fakültesi E-Dergisi, 2019, s.147. Taylor, R. B., Gottfredson, S. D. & Brower, S. (1985). Attachment to place: discriminant validity, and impacts of disorder and diversity. American Journal of Community Psychology, 13, 525-542.
- Alpak E. M., Düzenli T., Tarakçı Eren E., “Kent Kimliği ve Kullanıcıların Bağlılık Duygusu Üzerine Etkisi: Trabzon Kent Örneği”, Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, 2018, s. 520. Erçoşkun, E. Y., Akunal, Ö. E., Yenigül, S. B., Alkan, L. (2016). Kentlilik Bilincini Oluşturan Göstergeler Ve Kentlilik Bilincini Geliştirme Yolları. Paradoks Ekonomi, Sosyoloji Ve Politika Dergisi, 11, 4-23.
- Göregenli M., Karakuş P., Özgen Kösten Y., Umuroğlu İ., “Mahalleye Bağlılık Düzeyinin Kent Kimliği ile İlişkisi İçinde İncelenmesi” Türk Psikoloji Dergisi, 2014, s. 75. Proshansky, H. M. (1978). The city and self identity. Environment & Behavior, 10, 147-170.
- Brown G., Smith A., Assaker G., "Revisiting the host city: An empirical examination of sport involvement, place attachment, event satisfaction and spectator intentions at the London Olympics," Tourism Management, 2016, Elsevier, vol. 55(C), pages 160-172.
- Ram Y., Björk P., Weidenfeld A., “Authenticity and place attachment of major visitor attractions”, Tourism Management, 2016, Elsevier, vol. 52(C), pages 110-122.

HİZMET KALİTESİ, MARKA ADI, MARKA GÜVENİ VE MARKA İMAJI ÖLÇEKLERİNİN ZİNCİR YİYECEK-İÇECEK İŞLETMELERİNDE UYGULANABİLİRLİĞİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Doç. Dr. Selda Uca

Kocaeli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği
selda.uca@kocaeli.edu.tr

Doç. Dr. Bilsen Bilgili

Kocaeli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği
bilsen.bilgili@kocaeli.edu.tr

Mesud Uzun

Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı
mesuduzun@gmail.com

Özet

Günümüz yaşam koşullarındaki değişme ve gelişme, tüketim alışkanlıkları ve tarzının değişmesine neden olmuştur. İşletmelerin de pazarlama stratejileri tüketim alışkanlıklarındaki değişmelerle birlikte farklılaşmaya başlamıştır. Başta zaman kavramı olmak üzere birçok faktörün insan hayatındaki öneminin artması farklı ihtiyaçları ortaya çıkarmış ve bu ihtiyaçları karşılayan hizmet sunucularını da farklılaştırmıştır. Dışarıda yeme-içme faaliyetlerinin artışı da bu değişimlerden biridir. Günümüzde çok çeşitli gerekliliklerden dolayı dışarıda yeme-içme faaliyetlerinin artış göstermesi, ticari amaçla kurulan işletmelerin sayısını da küresel ve yerel ölçekte arttırmaktadır. Bu ticari işletmelerin önemli bir kısmı ulusal ve uluslararası zincir yiyecek-içecek işletmeleri olarak hizmet vermektedir. Zincir işletmeler için belirli standartlarda sunulması beklenen hizmetlerin kalitesi, firma adı, firmaya duyulan güven ve imaj gibi unsurlar tüketicilerin markaya yönelik algılamalarını ve seçim kararlarını etkileyebilmektedir. Bu işletmelerin tercih edilmesinde hizmet kalitesi, marka adı, marka güveni ve marka imajı gibi faktörlerin etkisinin araştırılması hem tüketici memnuniyetine katkı sağlamak hem de işletmelerin pazarlama stratejilerinin geliştirilmesine yol göstericisi olması bakımından oldukça önemlidir. Buradan hareketle bu çalışmada, ulusal ve uluslararası ölçekte hizmet sunan zincir yiyecek-içecek işletmelerinde literatürde genel kabul görmüş hizmet kalitesi, marka adı, marka güveni ve marka imajı ölçeklerinin kullanılabilirliğinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışmada, ulusal ve uluslararası zincir işletmelerin söz konusu değişkenlere ait ifadeler 5’li likert tipi ölçek kullanılarak tüketiciler tarafından değişkenlerin nasıl algılandığının ve farklılıkların ortaya konulup konulamayacağının belirlenmesi hedeflenmiştir. Çalışmada, Kocaeli örnekleme kapsamında toplanan veriler Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) analizi ile test edilmiştir. Ölçeklerin güvenilirlik düzeylerinin yüksek olduğu, kullanılan ölçeklerin zincir işletmelerde söz konusu değişkenler arasındaki ilişkiler ve farklılıkların belirlenmesinde kullanılmasının uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Franchise Yiyecek-İçecek İşletmeleri, Hizmet Kalitesi, Marka Adı, Marka Güveni, Marka İmajı

A RESEARCH ON THE APPLICABILITY OF SERVICE QUALITY, BRAND NAME, BRAND TRUST AND BRAND IMAGE SCALES IN FRANCHISE FOOD AND BEVERAGE ENTERPRISES

Abstract

Changes and developments in today's living conditions have caused consumption habits and styles to change. The marketing strategies of the companies started to differentiate with the changes in consumption habits. The increasing importance of many factors in human life, especially the concept of time, has revealed different needs and also differentiated service providers that meet these needs. The increase in outdoor eating and drinking activities is one of these changes. At the same time, due to the wide variety of requirements, the increase in outdoor food and beverage activities increases the

number of commercial enterprises established globally and locally. A significant part of these commercial enterprises serves as national and international chain food and beverage enterprises. Factors such as the quality of the services expected to be provided at certain standards, name of the firm, trust in, and image of the firm may affect the consumer's perception and selection decisions. It is quite important that investigating the effect of factors such as service quality, brand name, brand trust and brand image in choosing these firms in terms of both contributing to consumer satisfaction and guiding the development of marketing strategies of the firms. Thus, in this study, it is aimed to determine the usability of service quality, brand name, brand trust and brand image scales which are generally accepted in the literature in chain food and beverage enterprises providing service at national and international level. In the study, 5-point likert type scale belongs to national and international chain firms was used to determine that how the variables are perceived by the consumers and also aimed to whether the differences can be put forward. Datas collected within the scope of Kocaeli province sample was tested with Structural Equation Modeling (SEM). It is concluded that the reliability of the scales is high and it is appropriate to use the measurement scales to determine the relationships and differences between these variables in the chain enterprises.

Keywords: Franchise Food and Beverage Enterprises, Service Quality, Brand Name, Brand Trust, Brand Image

1. GİRİŞ

Endüstri, özdeş ya da benzer ticari faaliyetlerle meşgul olan ticari kurumların oluşturdukları grup olarak görülmektedir (Burmam ve ark., 2008). Yiyecek-içecek endüstrisi, insanların farklı sebeplerle gerçekleştirmiş oldukları seyahat ve/veya geçici konaklamalarda yeme-içme ihtiyaçlarının karşılanması amacıyla mal ve hizmet sunan ticari özellikteki işletmelerden oluşmaktadır. Bu işletmeler yapısı, teknik donatımı, konforu ve bakım durumu gibi maddesel, sosyal değer ve personelin hizmet kalitesi gibi niteliksel elemanları ile kişilerin beslenme ihtiyaçlarını karşılamayı meslek olarak kabul eden ekonomik, sosyal ve disiplin altına alınmış işletmelerdir (Koçak, 2016).

Bir marka sahibinin kendi ürün veya hizmetlerinin üretim veya dağıtım hakkını belirli veya belirsiz süreli dönem içinde bir şahıs veya kuruma vermesi franchising olarak tanımlanmaktadır. Franchising sisteminin temel özelliği maddi olmayan tescil edilmiş varlığının kiralanması ve üretim veya dağıtım süreçlerinin merkez dışında uygulanmasıdır (Caves ve Murphy, 1976). Kaliteli ve güvenli hizmet, daha çok kişiye ulaşabilmek, ulaşılan kişilere daha yüksek hizmet standartları sağlamasından dolayı stratejik açıdan önemlidir (Akdağ, 2008). Franchising özellikle yeme-içme alanında çok yaygın olarak kullanılan bir iş modelidir. Ulusal ve küresel ölçekte faaliyet gösteren birçok işletme franchising yolu ile büyümektedir. Yerel ekonomiler içerisinde ekonomiye canlılık katan ve istihdam yaratan bir araç olarak da görülmektedir (Yılmaz, 2016).

Birçok hizmet sayılamaz, ölçülemez, stoklanamaz, test edilemez ve satıştan önce kaliteli dağıtımını sağlamak amacıyla doğrulanamaz (Akıncı ve ark., 2009). Hizmet ve kalitesini tanımlamak oldukça güç olmaktadır. Ancak hizmet pazarlaması literatüründen temel olarak hizmet kalitesi, verilen hizmet düzeyinin müşterinin beklentilerine ne kadar düzeyde uygunluk gösterdiğiyle ilgili olarak karşımıza çıkmaktadır. Kaliteli hizmet sunmak, tutarlı bir şekilde müşterinin “beklentilerine uygunluk” anlamında kullanılmaktadır (Grönroos, 1982; 1984; Parasuraman ve ark., 1985; 1988; Zeithaml ve ark., 1985; Brady ve Cronin, 2001).

Firmalar marka adını rakip firmalarından farklılaştırmak için kullanmaktadırlar. Markanın adının yüksek kaliteli bir imaj yaratması rekabet avantajı açısından yarar sağlayacaktır (Erdil ve Uzun, 2010). İşletmeler için marka adı ve onun temsil ettiği değerler en önemli varlıklardır (Aaker, 1991). Marka adı bilinirliği marka sadakati, algılanan kalite, marka çağrışımlarıyla birlikte marka özvarlığını oluşturan boyutlardan birisidir (Aaker, 1996). Bir markanın farkındalığa ulaşabilmesinin logo, slogan, amblem, reklam müziği gibi unsurların yanında marka adı da temel faktör olarak görülmektedir. Böylelikle, markanın tüketicilerin zihninde yer edip hatırlanabilir olması sağlanmaktadır (Bilgili, 2016). Mal ve hizmet pazarlamasında kilit bir roldedir. Marka bilinirliği oluşturulmasında önemli derecede etkiye sahiptir. Tüketicinin tercihlerini pozitif yönde etkileyerek markanın, ürün ve hizmetlerin

başarıya ulaşmasını sağlayabilmektedir (Grace ve O’Cass, 2005). Marka imajı, tüketicilerin markaya yönelik bilgi sahibi olmaları açısından önemlidir (Keller, 2008). Tüketicinin marka hakkında hisleri veya düşünceleridir (Severi ve Ling, 2013). Fonksiyonel özelliklerden ziyade soyut özellikler hakkındaki düşüncelerdir. Önceki deneyimler, reklam, halkla ilişkiler gibi çalışmalar, arkadaş çevrelerinden alıntılar yoluyla oluşan çağrışımlar bütün olarak, marka imajının yapısını oluşturmaktadır (Tosun, 2017).

Keller (2008)’e göre kullanıcı profili, kullanım durumları, kişilik ve değerler, önceki deneyimler ve tecrübeler marka imajı üzerindeki etkili çağrışımlar olarak ortaya konulmuştur. Tüketiciler öz benlikleri ile marka imajı arasında bir bağıntı oluşturmak için markayı kullanmaktadır ve bu bağlantının sonucunda uzun dönemli tüketici marka ilişkisinin kurulmasının önü açılmaktadır (Kabadayı ve Alan, 2012). Markanın kalitesi hakkında işaret vererek müşterinin satın alma sürecinde düşündüğü marka için yardımda bulunabilmektedir (Lu ve ark., 2015). Rekabet avantajı yaratması açısından önemlidir (Roy ve Banerjee, 2007). Pazarlamanın temel esaslarından biri olarak satın alma davranışlarının önemli bir belirleyicisidir (Burmam ve ark., 2008).

Psikoloji ve sosyoloji bilimi, güven kavramını herhangi bir yakın ilişkide en çok arzu edilen niteliklerden birisi veya insan özelliğinin ayrılmaz bir parçası olarak görmektedir (Delgado-Ballester ve ark., 2003). Güven, karşısındaki kişinin çıkarına ve yardımına yönelik iyi niyetli ve olumlu maksat taşıdığı inancını temel alan hisler olarak ortaya konulmaktadır (Delgado-Ballester ve Munuera-Alemá, 2001). Marka güveni, bir tüketicinin firmaya ve firmanın iletişimine yönelik yerleştirdiği güvenirliliktir (Lassar ve ark., 1995).

Tüketicinin markanın belirlediği işlevleri yerine getirmesinin yetkinliğine yönelik güvenç istediğidir (Chaudhuri ve Holbrook, 2002). Marka güveni, firmanın performansının yetkinliğini ve güveni temel alan firma ile tüketici arasındaki ilişkidir. Ürünün veya şirketin yaşamı, yüksek oranda tüketici güvenine bağımlıdır (Prameka ve ark., 2016). Marka güveninin kapsamı açısından, ilk olarak tüketicinin, markanın sunmayı taahhüt ettiği değer ve hizmetlerin yerine getirileceğine inanarak, algılanan riskin azaltılmasında rol oynamaktadır. İkinci olarak, güven ve itimat hissi olarak ifade edilmektedir.

Üçüncü olarak, genel bir beklenti içerir. Dördüncüsü, beklentiler sonucu olumlu sonuçlar ortaya çıkmaktadır. Sonuncu olarak ise, tüketiciler tarafından markaya yönelik güven oluşur ve davranışları tutarlı şeklide gözükmemektedir (Bilgili, 2007). Davranışsal marka bağlılığını olumlu bir yönde etkileyen önde gelen bir değişken olarak tanınmaktadır (Tan ve ark., 2013). Hizmet sektöründe, zincir markalara yönelik güven kalitenin vaatlerini tutma ve sunma yeterliliğinden gelmektedir. Tüketiciler, bir hizmet deneyimlemesinin ardından hizmet sağlayıcıyla olan duygusal bağlantıları temel alan hizmet markasına güvenmektedir (Lee ve ark., 2015).

2. MATERYAL VE METOD

Bu çalışmanın amacı; ulusal ve uluslararası ölçekte hizmet sunan zincir yiyecek-içecek işletmelerinde literatürde genel kabul görmüş hizmet kalitesi, marka adı, marka güveni ve marka imajı ölçeklerinin kullanılabilirliğinin tespit edilmesidir. Bu kapsamda Kocaeli ilinde faaliyet gösteren ilgili yiyecek-içecek işletmeleri arasından seçilen örneklem üzerinden toplanan veriler ile söz konusu değişkenlere yönelik literatürde genel kabul görmüş ölçeklerin uygulanabilirliği test edilmiştir. Çalışmanın ana kütlesini franchising sistemde çalışan ulusal ve uluslararası yiyecek-içecek işletmelerinden hizmet satın alan tüketici/müşteriler oluşturmaktadır. Araştırma verileri, Kocaeli/İzmit bölgesinde Eylül ayı içerisinde, bir ulusal ve bir uluslararası franchising yiyecek-içecek işletmesinde hizmet alımını gerçekleştirmiş olan 53 kişi üzerinden toplanmıştır. Veri toplama aracı olarak, 5’li likert ölçekli anket aracı kullanılmıştır. Anket ölçeğinin ifadelerinin skorları 1- Kesinlikle katılmıyorum ve 5-Kesinlikle katılıyorum aralığında oluşturulmuştur.

Çalışmanın ana kütlesini franchising sistemde çalışan ulusal ve uluslararası yiyecek-içecek işletmelerinden hizmet satın alan tüketici/müşteriler oluşturmaktadır. Hizmet Kalitesi Ölçeği Stevens ve ark. (1995) tarafından geliştirilen, 29 önerme ve 5 boyuttan oluşan DINESERV olarak bilinen

Restoran Hizmet Kalitesi Ölçeği Kullanılmıştır. Marka İmajı Ölçeği, Kim ve Kim (2005) tarafından Lüks Otel ve Zincir Restoranlar üzerinde yapılan, 14 önermeli ölçeğinden adapte edilmiştir. Marka Güveni Ölçeği, Lassar ve ark. (1995) ve Delgado-Ballester ve ark. (2003) tarafından yapılan çalışmalardan faydalanılarak 13 önerme 2 boyut olarak oluşturulmuştur. Marka Adı Ölçeği, Grace ve O'Cass (2005) tarafından yapılan çalışmadan adapte edilmiştir. 5 önermeden oluşmaktadır. Ölçek sorularının güvenilirliği için yapılan Cronbach's Alpha Testi sonuçlarına göre ölçek sorularının güvenilirlik katsayıları Dineserv Restoran Hizmet Kalitesi Ölçeğinin; 0.895, Marka Adı ölçeğinin; 0.889, Marka Güveni ölçeğinin; 0.816, Marka imajı ölçeğinin; 0.739'dur. Tüm ifadelerin (61 adet) Cronbach's Alpha değeri ise 0.921 olarak gerçekleşmiştir. Dolayısıyla, ölçeklerin güvenilirliği yüksek bir düzeyde olduğu görülmüştür.

2.1. Restoran Hizmet Kalitesi (Dineserv) Ölçeğinin Testi

Dineserv hizmet kalitesi ölçeğini test etmek amacıyla Doğrulayıcı Faktör Analizi(DFA) yapılmıştır. Analizin sonucunda 29 değişkene ait model uyum değerlerinin kabul edilebilir düzeyde olmadıkları görülmüştür. Analiz sonucunda gerekli modifikasyonlar yapılarak, modifikasyon öncesi ve sonrası parametrelerin değerleri Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1. Dinserv Hizmet Kalitesi Ölçeğinin Yapısal Eşitlik Modeline (YEM) Göre Uyum Değerleri

Uyumluluk İndeksi	Modifikasyon Öncesi	Modifikasyon Sonrası	Kabul Edilebilir Uyum Ölçütleri
Mutlak Uyumluluk Değeri			
Kay-Kare (X^2)	497.01	210.07	
Serbestlik Derecesi (SD)	340	179	
X^2/SD	1,4617	1,1735	1-5
GFI	0.59	0.72	$0.90 \leq GFI \leq 0.95$
AGFI	0.52	0.64	$0.85 \leq AGFI \leq 0.90$
RMSR	0.13	0.11	$0.05 \leq RMSR \leq 0.08$
RMSEA	0.094	0.058	$0.05 \leq RMSEA \leq 0.08$
Artan Uyumluluk Değeri			
CFI	0.69	0.89	$0.95 \leq CFI \leq 0.97$
NNFI	0.65	0.87	$0.95 \leq NNFI \leq 0.97$
NFI	0.52	0.73	$0.95 \leq NFI \leq 0.97$

DFA sonuçlarına göre 29 değişkenin yer aldığı dineserv hizmet kalitesine ait model uyum göstergelerinin RMSEA(0.094), GFI (0.59), AGFI (0.52), RMSR (0.13) CFI (0.69), NNFI (0.65), NFI (0.52) değerlerinin model uygunluğu için kabul edilebilir düzeyde olmadıkları görülmektedir. Bu açıdan, analiz sonucu önerilen modifikasyonlar yapılmış ve istatistiki bakımdan uygun olmayan 8 değişken ölçekten çıkartılmıştır. Sonuca göre, X^2 / Serbestlik Derecesi 1.1735 olup, 3'ün altında bir oranıyla istatistiki açıdan kabul edilebilirliği yüksek düzeydedir. Modifikasyon sonrası GFI (0.72), AGFI (0.52), RMSR (0.11) ve RMSEA değeri 0.08 değerinden daha düşük olarak 0.058 değerinde gerçekleşmiştir. CFI (0.89), NNFI (0.87), NFI (0.73) değerleri kabul edilebilir düzeye gelmişlerdir. Bu açıdan, Dineserv Hizmet Kalitesi Ölçeği altında yer alan değişkenlerin kabul edilebilir uyumları iyi düzeydedir. Dineserv hizmet kalitesi ölçeğinin modifikasyon sonrası kalan değişkenleri Tablo 2'de gösterilmektedir.

Tablo 2. Dinserv Hizmet Kalitesi Ölçeğinin Modifikasyon Sonrası Kalan Değişkenleri

Değişkenler	Standart Katsayı	R ²	Hata Varyansı	t Değeri
SOMUTLUK				
HK1	0.87	0.76	0.062	7.32
HK3	0.66	0.44	0.22	5.07
HK4	-0.66	0.43	0.14	-5.01
HK7	0.69	0.47	1.17	5.32
HK8	0.40	0.16	7.26	2.82
GÜVENİLİRLİK				
HK11	0.69	0.47	0.47	4.93
HK13	0.53	0.28	1.01	3.72
HK14	0.43	0.16	0.58	3.01
HK15	0.32	0.10	1.22	2.19
İSTEKLİLİK				
HK16	0.86	0.74	0.34	7.48
HK17	0.92	0.84	0.17	8.21
HK18	0.36	0.13	1.08	2.53
GÜVENLİK				
HK19	0.48	0.23	0.52	3.54
HK20	0.83	0.69	0.25	7.08
HK21	0.81	0.66	0.15	6.85
HK22	0.74	0.55	0.30	6.01
HK23	0.65	0.42	0.32	5.03
HK24	0.53	0.29	0.73	0.14
EMPATİ				
HK26	0.75	0.56	0.47	6.09
HK27	0.94	0.89	0.94	8.64
HK28	0.77	0.59	0.31	6.33

2.2. Marka Adı Ölçeğinin Testi

Doğrulamalı faktör analizinin sonuçlarına göre 5 değişkenden oluşan Marka Adı Ölçeğinin model uyum değerleri, mükemmel uyum değerleri gösterdiğinden modifikasyon yapılmadan aynen kullanılmıştır. Tablo 3’de Marka Adı Ölçeğinin uyum değerleri gösterilmiştir.

Tablo 3. Marka Adı Ölçeğinin Uyum Değerleri

Uyumluluk İndeksi	Modifikasyon Öncesi	Modifikasyon Sonrası	Kabul Edilebilir Uyum Ölçütleri
Mutlak Uyumluluk Değeri			
Kay-Kare (X ²)	4.74		
Serbestlik Derecesi (SD)	5		
X ² /SD	0.948		1-5
GFI	0.96		0.90≤GFI≤0.95
AGFI	0.89		0.85 ≤AGFI≤0.90
RMSR	0.039		0.05≤RMSR≤0.08
RMSEA	0.00		0.05≤RMSEA≤0.08
Artan Uyumluluk Değeri			
CFI	1.00		0.95≤CFI≤0.97
NNFI	1.01		0.95≤NNFI≤0.97
NFI	0.97		0.95≤NFI≤0.97

Yapılan test sonucunda GFI (0.96), AGFI (0.89), RMSR (0.039), RMSEA (0.00), CFI (1.00), NNFI (1.01), NFI (0.97) değerlerinin model uyumunda yüksek uyum oranları göstermiştir. Tablo 4’te görüldüğü gibi marka adı ölçeğini oluşturan ifadeler korunmuştur.

Tablo 4.Marka Adı Ölçeğinin Modifikasyon Sonrası Kalan Değişkenleri

Değişkenler	Standart Katsayı	R ²	Hata Varyansı	t Değeri
MA1	0.61	0.38	0.49	4.67
MA2	0.79	0.62	0.27	6.50
MA3	0.90	0.81	0.13	7.90
MA4	0.77	0.59	0.26	6.28
MA5	0.56	0.32	0.75	4.20

DFA sonucunda, marka imajı altında yer alan 13 değişkene ait model uyum değerlerinin kabul edilebilir düzeyde olmadıkları görülmüştür. Analiz sonucunda önerilen modifikasyonlar uygulanmıştır. Modifikasyon öncesi ve sonrası uyum değerleri Tablo 5’de gösterilmektedir.

Tablo 5.Marka İmajı Ölçeğinin Uyum Değerleri

Uyumluluk İndeksi	Modifikasyon Öncesi	Modifikasyon Sonrası	Kabul Edilebilir Uyum ölçütleri
Mutlak Uyumluluk Değeri			
Kay-Kare (X ²)	158.89	17.98	
Serbestlik Derecesi(SD)	77	14	
X ² /SD	2,0635	1,2842	1-5
GFI	0.70	0.91	0.90≤GFI≤0.95
AGFI	0.59	0.82	0.85≤AGFI≤0.90
RMSR	0.16	0.060	0.05≤RMSR≤0.08
RMSEA	0.14	0.074	0.05≤RMSEA≤0.08
Artan Uyumluluk Değeri			
CFI	0.71	0.96	0.95≤CFI≤0.97
NNFI	0.66	0.94	0.95≤NNFI≤0.97
NFI	0.59	0.87	0.95≤NFI≤0.97

DFA sonuçlarına göre, Uyum İyiliği İndeksi (GFI) 0.70, Düzeltilmiş Uyum İyiliği İndeksi (AGFI) 0.59, RMSR (0.16), RMSEA (0.14), Karşılaştırmalı Uyum İndeksi (CFI) 0.71, NNFI (0.66), NFI (0.59) değerlerinin model uyumluluğu için kabul edilebilir değerlere sahip olmadıkları görülmüştür. X²’nin serbestlik dercesine oranı,5’in altında olması nedeniyle istatistiki bakımdan kabul edilebilir düzeydedir ve modifikasyona gerek duyulmamıştır. Model uyumunun gerçekleşmesi için önerilen modifikasyonlar yapılmış, istatistiki bakımdan uygun bulunmayan 6 değişken elenmiştir. CFI’nın değeri 0.96 olup model uyumu için istatistiki bakımdan yeterlidir. Düzeltilmiş Uyum İyiliği İndeksi (AGFI) 0.82, Uyum İyiliği İndeksi (GFI) 0.91, RMSEA 0.074, RMSR 0.060 ile istatistiki bakımdan kabul edilebilir değerlerdir. Sonuç olarak, marka imajı altında modifikasyon sonrası kalan değişkenlerin kabul edilebilirliği ve model uyumu iyi düzeydedir. Marka imajıyla ilgili yapılan DFA sonucu, kalan değişkenlerin değerleri Tablo 6’da gösterilmiştir.

Tablo 6. Marka İmajı Ölçeğinin Modifikasyon Sonrası Kalan Değişkenleri

Değişkenler	Standart Katsayı	R ²	Hata Varyansı	t Değeri
Mİ1	0.75	0.56	0.44	5.65
Mİ3	0.52	0.27	0.41	3.67
Mİ4	0.74	0.55	0.25	5.63
Mİ6	0.54	0.30	0.60	3.85
Mİ8	0.58	0.33	0.57	4.11
Mİ10	0.42	0.18	0.87	2.86
Mİ13	0.52	0.28	0.57	3.68

Marka güveni ölçeğinin test edilmesi amacıyla uygulanan DFA sonucunda marka güveni altında yer alan 13 değişkene ait model uyum değerlerinin GFI (0.59), AGFI (0.41), RMSR (0.26), RMSEA (0.23), CFI (0.74), NNFI (0.68), NFI (0.67) kabul edilebilir düzeyde olmadıkları görülmüştür. Yapılan analiz sonucunda önerilen modifikasyonlar uygulanmıştır. Modifikasyon öncesi ve sonrası uyum

değerleri Tablo 7’de gösterilmiştir. DFA sonuçlarına göre, marka güveni ölçeğinin 13 değişkeninden 5 tanesi modifikasyon amacıyla elenmiştir. Modifikasyon sonrası X^2/SD değeri 0.7784 ile uyumu yüksek düzeydedir. GFI (0.93), (AGFI) 0.87 olup, model uyumluluğu için istatistiki bakımdan yeterlidir. RMSEA değeri 0.00 ile istatistiki açıdan yüksek uyum göstermektedir. RMSR 0.069 olup, 0.08 değerinin altında beklenmesi gereken değerden küçüktür. CFI (1.00), NNFI (1.01) ve NFI (0.92) değerlerinin kabul edilebilirliği oldukça yüksek düzeyde gerçekleşmiştir. Bu değerlere göre marka güveni altında yer alan değişkenlerin değeri kabul edilebilir düzeye sahiptir.

Tablo 7. Marka Güveni Ölçeğinin Uyum Değerleri

Uyumluluk İndeksi	Modifikasyon Öncesi	Modifikasyon Sonrası	Kabul Edilebilir Uyum ölçütleri
Mutlak Uyumluluk Değeri			
Kay-Kare (X^2)	237.04	14.79	
Serbestlik Derecesi(SD)	64	19	
X^2/SD	3,7037	0,7784	1-5
GFI	0.59	0.93	$0.90 \leq GFI \leq 0.95$
AGFI	0.41	0.87	$0.85 \leq AGFI \leq 0.90$
RMSR	0.26	0.069	$0.05 \leq RMSR \leq 0.08$
RMSEA	0.23	0.00	$0.05 \leq RMSEA \leq 0.08$
Artan Uyumluluk Değeri			
CFI	0.74	1.00	$0.95 \leq CFI \leq 0.97$
NNFI	0.68	1.01	$0.95 \leq NNFI \leq 0.97$
NFI	0.67	0.92	$0.95 \leq NFI \leq 0.97$

Marka Güveni Ölçeği ile ilgili yapılan DFA sonucu kalan değişkenlerin değerleri Tablo 8’de gösterilmiştir.

Tablo 8. Marka Güveni Ölçeğinin Modifikasyon Sonrası Kalan Değişkenleri

Değişkenler	Standart Katsayı	R ²	Hata Varyansı	t Değeri
GÜVENİRLİK				
MG1	0.57	0.33	0.86	4.04
MG3	0.76	0.58	0.33	5.44
MG4	0.83	0.68	0.36	5.95
NİYET				
MG8	0.28	0.080	1.18	1.97
MG10	0.70	0.48	0.67	5.48
MG11	0.84	0.70	0.22	7.09
MG12	0.88	0.77	0.24	7.64
MG13	0.77	0.59	0.42	6.31

3. TARTIŞMA VE SONUÇ

Zincir işletmeler için belirli standartlarda sunulması beklenen hizmetlerin kalitesi, firma adı, firmaya duyulan güven ve imaj gibi unsurlar tüketicilerin markaya yönelik algılamalarını ve seçim kararlarını etkileyebilmektedir. Bu işletmelerin tercih edilmesinde hizmet kalitesi, marka adı, marka güveni ve marka imajı gibi faktörlerin etkisinin araştırılması hem tüketici memnuniyetine katkı sağlamak hem de işletmelerin pazarlama stratejilerinin geliştirilmesine yol göstericisi olması bakımından oldukça önemlidir. Kocaeli örnekleme kapsamında literatürde genel kabul görmüş Hizmet Kalitesi, Marka Adı, Marka İmajı ve Marka Güveni Ölçekleri kullanılarak toplanan veriler Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) ile test edilmiştir. Ölçeklerin güvenilirlik düzeylerinin yüksek olduğu, analize tabi tutulan ölçeklerin zincir işletmelerde söz konusu değişkenler arasındaki ilişkiler ve farklılıkların belirlenmesinde kullanılmasının uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırma yapısı gereği keşifsel bir araştırma olup, ilgili ölçeklerin daha geniş kapsamlı bir örneklem üzerinde test edilebilirliği onaylanmıştır.

KAYNAKLAR

- Aaker, D. (1991), *Managing Brand Equity*, The Free Press.
- Aaker, D. (1996), *Building Strong Brands*, The Free Press.
- Aaker, D. (2016), *Güçlü Markalar Yaratmak*, İstanbul: Mediacat.
- Akdağ, G. (2008), *İşletmeler Arasında Stratejik İş Birlikleri: Yiyecek İçecek İşletmelerinde Bir Uygulama*, Yüksek Lisans Tezi. Mersin: Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Akıncı, S. İnan, E. A. Aksoy, Ş. ve Büyükküpcü, A. (2009), Pazarlama Literatüründe Hizmet Kalitesi Kavramının Dünü ve Bugünü, *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 27(2), 61-82.
- Bilgili, B. (2007), *Sigorta Hizmetlerinde Marka Değeri (Hayat Sigorta Müşterileri Üzerine Bir Uygulama)*, Doktora Tezi, Erzurum: Erzurum Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bilgili, B. (2016), *Marka Farkındalığı ve Zincir (Franchising) İşletmeler*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Brady, M. K. ve Cronin Jr, J. J. (2001), Some New Thoughts on Conceptualizing Perceived Service Quality: A Hierarchical Approach, *Journal of Marketing*, 65(3), 34-49.
- Burmann, C., Schaefer, K. ve Maloney, P. (2008), Industry Image: Its Impact on The Brand Image of Potential Employees, *Journal of Brand Management*, 15(3), 157-176.
- Caves, R. E. ve Murphy, W. F. (1976). Franchising: Firms, Markets and Intangible Assets, *Southern Economic Journal*, 572-586.
- Chaudhuri, A. ve Holbrook, M. B. (2002), Product-Class Effects on Brand Commitment and Brand Outcomes: The Role of Brand Trust and Brand Affect, *Journal of Brand Management*, 10(1), 33-58.
- Delgado-Ballester, E. Munuera-Aleman, J. L. ve Yague-Guillen, M. J. (2003). Development and Validation of A Brand Trust Scale. *International Journal Of Market Research*, 45(1), 35-54.
- Delgado-Ballester, E. ve Luis Munuera-Alemán, J. (2001). Brand Trust in The Context of Consumer Loyalty, *European Journal of Marketing*, 35(11/12), 1238-1258.
- Erdil, T. S. ve Uzun, Y. (2010), *Marka Olmak*, İstanbul: Beta Yayıncılık. 2. Baskı.
- Grace, D. ve O'cass, A. (2005), Examining the Effects of Service Brand Communications on Brand Evaluation, *Journal of Product & Brand Management*, 14(2), 106-116.
- Grönroos, C. (1982), An Applied Service Marketing Theory, *European Journal of Marketing*, 16(7), 30-41.
- Grönroos, C. (1984), A Service Quality Model and Its Marketing Implications, *European Journal Of Marketing*, 18(4), 36-44.
- Kabadayı, E. T. ve Alan, A. K. (2012), Brand Trust and Brand Affect: Their Strategic Importance on Brand Loyalty, *Journal of Global Strategic Management*, 11(6), 81-88.
- Keller, K. L. (2008), *Strategic Brand Management Building, Measuring and Managing Brand Equity*, New Jersey: Pearson Education 3rd Edition.
- Kim, H. B. ve Kim, W. G. (2005), The Relationship between Brand Equity and Firms' Performance in Luxury Hotels and Chain Restaurants, *Tourism Management*, 26(4), 549-560.
- Koçak, N. (2016), *Yiyecek İçecek Hizmetleri Yönetimi*, Ankara: Detay Yayıncılık, 6. Baskı.
- Lassar, W., Mittal, B. ve Sharma, A. (1995), Measuring Customer-Based Brand Equity, *Journal of Consumer Marketing*, 12(4), 11-19.
- Lee, T. J., Han, S. H. ve Nguyen, B. (2015), Consumer-Based Chain Restaurant Brand Equity, Brand Reputation and Brand Trust. *International Journal of Hospitality Management*, 50, 84-93.
- Lu, A. C. C., Gürsoy, D. ve Lu, C. Y. (2015), Authenticity Perceptions, Brand Equity and Brand Choice Intention: The Case of Ethnic Restaurants, *International Journal of Hospitality Management*, 50, 36-45.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. ve Berry, L. L. (1985), A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research, *Journal Of Marketing*, 49(4), 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., ve Berry, L. L. (1988), Servqual: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal Of Retailing*, 64(1), 12.

- Prameka, A. S., Do, B. R., ve Rofiq, A. (2016), How Brand Trust Is Influenced by Perceived Value and Service Quality: Mediated by Hotel Customer Satisfaction, *Asia-Pacific Management and Business Application*, 5(2), 73-88.
- Roy, D. ve Banerjee, S. (2007), CARE-ing Strategy for Integration of Brand Identity with Brand Image, *International Journal Of Commerce and Management*, 17(1/2), 140-148.
- Severi, E. ve Ling, K. C. (2013), The Mediating Effects Of Brand Association, Brand Loyalty, Brand Image and Perceived Quality on Brand Equity, *Asian Social Science*, 9(3), 125.
- Stevens, P., Knutson, B., ve Patton, M. (1995), Dineserv: A Tool for Measuring Service Quality in Restaurants, *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 36(2), 5-60.
- Tan, T. M., Devinaga, R., ve Hishamuddin, I. (2013), The Common Challenges of Brand Equity Creation Among Local Fast Food Brands in Malaysia. *International Journal of Business and Management*, 8(2), 96.
- Tosun, N. B. (2017), *Marka Yönetimi*, İstanbul: Beta Yayıncılık, Güncellenmiş 3. Baskı
- Yılmaz, B. S. (2016), Yiyecek İçecek İşletmelerinde Franchising ve Başarı Hikâyeleri, Osman Nuri Özdoğan içinde *Yiyecek İçecek Endüstrisinde Trendler Kavramlar Yaklaşımlar Başarı Hikayeleri* (43-56) Ankara: Detay Yayıncılık 2. Baskı
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A. ve Berry, L. L. (1985), Problems and Strategies in Services Marketing, *Journal Of Marketing*, 49(2), 33-46.

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK; KALİTE YÖNETİM SİSTEMİ İLE FARKLILIKLARI VE SA 8000 SOSYAL SORUMLULUK STANDARDI**Çiğdem TUZLAKOĞLU**Sakarya Üniversitesi / İşletme Enstitüsü, İşletme Fakültesi / Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı
Tezli Yüksek Lisans Öğrencisi
cigdemtuzlakoglu@gmail.com**Özet**

Bu çalışmada; daha önce uygulanan kalite yönetim standartları ile kurumsal sosyal sorumluluk bağlamında SA 8000 standardı arasında ne gibi farklılıklar olduğu ve neden SA 8000 Sosyal Sorumluluk Standardına ihtiyaç duyulduğuna dair açıklama getirilmesi hedeflenmektedir. Günümüz dünyasında işletmelerin; rekabet üstünlüğü sağlama çabasının katlanarak artmasıyla, işletme yönetimleri kar odaklı ekonomik çıkarlarını ve sürdürülebilirliğini sağlamak için klasik yönetim yaklaşımlarını değiştirmek zorunda kalmışlardır. Küreselleşme ile birlikte yönetim yaklaşımlarına yeni bir bakış kazandıran kalite yönetim sistemleri tüm firmaların belirli standartlar çerçevesinde işleyişine olanak tanımıştır. Gelişen ve değişen dünyada iş yapabilme ve rekabet şekilleri zamanla değişiklik göstermiştir. Global markaların önemli oyuncular oldukları düzende; rekabet üstünlüğü sağlamak için çevre ülkelere üretimlerini yaptırmaları, bu ülkelerdeki yasal boşlukların kullanılması ve kalite yönetim sistemleri gibi standartlarında yetersiz kalması, ucuz ve bol iş gücünün getirdiği dezavantajlarla özellikle çalışanlar açısından mağduriyetler doğmasına yol açmıştır. Bu özellikle insan kaynaklarında karşılaşılan sorunlar toplumda ses getirmiş ve firmaların karına, marka ve piyasa değerlerine olumsuz etki yaratmıştır. Bu gelişmeler sonrasında doğan boşluğu doldurmak adına SAI Uluslararası Sosyal Sorumluluk Örgütü kurulmuş ve ISO standartları örnek alınarak tüm paydaşların haklarını koruyabilecek bir standart olan, SA 8000 Sosyal Sorumluluk Standardı geliştirilmiştir. Özellikle global markalar, yönetsel olarak kurumsal sosyal sorumluluk kavramlarına önem vermeye başlamışlar ve sosyal sorumluluk standardı olan SA 8000'in uygulanmasını paydaşlarına çalışma şartı olarak sunmaya başlamışlardır. İki yaklaşımın standartları kıyaslanarak temel ilkelerinde farklılıklar olduğu ve hedef kitlesinin de değişiklik gösterdiği sonucuna varılmıştır. ISO Standartları süreç tabanlı olup, hem üretim hem de hizmet sektörüne hitap etmekteyken; SA 8000 Standardı süreç tabanı daha az, daha kuralcı ve sonuç odaklı olup, üretim sektörüne ve tüm paydaşlarına hitap etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Kalite Yönetimi, SA 8000**CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY; DIFFERENCES WITH QUALITY MANAGEMENT SYSTEM AND SA 8000 SOCIAL RESPONSIBILITY STANDARD****Abstract**

In this study; It is aimed to provide an explanation of the differences between the previously applied quality management standards and the SA 8000 standard in the context of corporate social responsibility and why SA 8000 Social Responsibility Standard is needed. In today's world; With an exponential increase in efforts to ensure competitive advantage, business managements have had to change traditional management approaches to ensure their profit-oriented economic interests and sustainability. With the globalization, quality management systems that provide a new perspective to management approaches have enabled all companies to operate within certain standards. In the developing and changing world, the ways of doing business and competition have changed over time. In the order in which global brands are important players; In order to provide competitive advantage, the production of the neighboring countries, the use of legal gaps in these countries and their inadequate standards such as quality management systems caused disadvantages especially for the employees with the disadvantages of cheap and abundant labor force. These problems, especially in human resources, have made a sound impact in society and have a negative impact on the profits of companies, brands and market values. SAI International Social Responsibility Organization was established in order to fill the gap arising from these developments and SA 8000 Social Responsibility Standard, which is a standard that can protect the rights of all stakeholders, was developed by taking

ISO standards as an example. In particular, global brands have started to give importance to the concepts of corporate social responsibility in managerial terms and have started to offer the implementation of SA 8000, the social responsibility standard, as a working condition to its stakeholders. By comparing the standards of the two approaches, it is concluded that there are differences in the basic principles and that the target group varies. ISO Standards are process-based, addressing both production and service sectors; The SA 8000 Standard process base is less, more prescriptive and result-oriented, addressing the manufacturing sector and all its stakeholders.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Quality Management, SA 8000

GİRİŞ

Günümüz toplumunda sosyal sorumluluk yaklaşımına karşı artan duyarlılığa ve toplumun bu çerçevede işletmelerden beklentileri yönündeki değişime istinaden, firmalar bu duyarlılığı göz ardı edememiş ve sadece kar amacı odaklı politikalarla başarı şanslarının kalmadığını anlamışlardır. Bu tutum ve yaklaşımlar; firma yöneticilerinin de yönetsel anlayışlarının tüm boyutlarına, kaçınılmaz olarak etki etmiştir. Bu toplumsal duyarlılıkların var olduğu dünyada varyet göstermek ve süreklilik sağlamak isteyen firmalar, kısıt ve olanaklarıyla birlikte çevresel etkenleri dikkate alarak, ahlaklı işletme anlayışlarıyla toplumun beklenti ve hassasiyetlerine karşılık vermek durumunda kalmışlardır (Şen ve Kaleli, 2003:20, akt., Eren, Eker, 2012). “Kurumsal sosyal sorumluluk, isteğe bağlı uygulamalar ve kurumsal kaynakların katkıları aracılığıyla toplumun refahını iyileştirmek için işletmeler tarafından üstlenilen bir yükümlülüktür. Kurumsal sosyal sorumluluk, çalışanlarıyla, aileleriyle, yerel toplumla ve yaşam kalitesini iyileştirmek için geniş anlamda toplumla birlikte çalışarak sürdürülebilir ekonomik gelişime katkıda bulunmak için işletmelerin yükümlülüğüdür” (Kotler ve Lee, 2006:3, akt., Eren, Eker, 2012). Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı işletmeler tarafından; yerelden ziyade evrensel bir yaklaşımla ele alınmalı ancak kültürel boyutları da göz ardı edilmemelidir. İşletmelerin toplumun sosyal sorumluluk yaklaşımındaki beklentilerini karşılarken hitap edeceği kesimin hassasiyetlerine ve kültürüne özen göstermesi sosyal sorumluluk davranışının yerini bulmasına sebep olacaktır (Eren, Eker, 2012).

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK KAVRAMI

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramsal açıdan ilk kez H.Bowen’in 1953’ te yayımlanan “*İşadamlarının Sosyal Sorumlulukları*” (Social Responsibilities of the Businessman) isimli kitabı ile literatürde yer almıştır. Bowen, toplumun değerleri ve istekleriyle uyumlu sosyal sorumluluk faaliyetlerinde bulunmanın iş insanlarının sorumluluğunda olduğu görüşünü paylaşmıştır (Bowen, 1953:6, akt. Aktan, Börü, 2007).

“Avrupa Komisyonu’nun yaptığı tanımlamaya göre kurumsal sosyal sorumluluk; işletmelerin, gönüllülük esasına dayalı olarak sosyal ve çevresel meselelerini, örgütsel faaliyetleriyle ve sosyal paydaşlarıyla olan etkileşimleriyle bütünleştirebildiği bir kavramdır. Sosyal sorumluluk sahibi olmak sadece resmi beklentileri yerine getirmek değil, gönüllülüğten ileriye giderek, insan sermayesine, çevreye ve hissedarlarla ilişkilere daha çok yatırım yapmaktır” (Commission of the European Communities, 2001:6, akt. Aktan, Börü, 2007).

“ISO olarak tanınan, Uluslararası Standardizasyon Organizasyonu’nun kurumsal sosyal sorumluluk konusundaki stratejik danışman grubu, kurumsal sosyal sorumluluğu insanlara ve topluma yarar sağlayacak bir şekilde, organizasyonların ekonomik, sosyal ve çevresel sorunlara işaret ettikleri bir yaklaşım olarak ele almaktadır. ISO kurumsal sosyal sorumluluk kapsamında insan hakları, iş sağlığı ve güvenliği dahil olmak üzere işyeri ve işçi sorunları, işyerinde adaletsiz uygulamalar, çevresel yaklaşımlar, piyasa ve tüketici sorunları gibi sorunların olması gerektiğini vurgulamaktadır.” (ISO Advisory Group, 2004; Leonard & McAdam, 2003, akt. Aktan, Börü, 2007).

Bu yukarıda yer vermiş olduğumuz açıklamalar ve yapılmış olan literatür taraması bağlamında kurumsal sosyal sorumluluk kavramının bir organizasyonun içeride ve dışarıdaki tüm paydaşlarına karşı etik yaklaşımla ve sorumluluk bilinci ile davranması olarak tanımlanabilir. Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı genellikle işletmelerin üretim sürecinde çevre ve doğaya dost yaklaşım

sergilemesi olarak yorumlanarak eksik bir şekilde değerlendirilmektedir. Oysaki kurumsal sosyal sorumluluk kavramının özünde özellikle işletme kapsamından ziyade tüm organizasyonun direkt ve veya dolaylı ilişki ve etki içinde olduğu tüm paydaşlar ve etkilenenler yer almaktadır. Ve kavram bu tarz bir yaklaşımla daha doğru açılanmaktadır (Aktan, Börü, 2007).

İşletmelerin sosyal sorumluluk faaliyetleri karşılıklı bir kazanç döngüsüyle gerçekleşmektedir. Zira işletme çalışanları toplumun bir üyesi ve işletmenin kendisi de o toplumun bir parçası olması ile pozitif kazanç döngüsü sağlanmış olur. Buradan hareketle aslında işletmelerin sosyal sorumluluğa bakış açıları iki şekilde ele alınabilir. İlk ve en çok benimsenip uygulanan bakış açısına göre işletmeler gerçekleştirmiş oldukları sosyal sorumluluk faaliyetlerini; hitap ettikleri müşterileri, kendi çalışanları, bulunduğu sosyal ve politik çevre, mevcut lokasyonları bağlamında vb. fayda sağlayacak şekilde gerçekleştirmektedirler. İkinci olasılığa göre sosyal sorumluluk faaliyetlerinin paydaş olsun olmasın bakılmaksızın evrensel boyutta toplumu hedef almasıdır ki bu yaklaşım benimsenmemekle birlikte işletmeler bu bağlamda kendilerini genellikle sorumlu görmemektedirler (Solomon ve Hanson, 1983, Akt., Onay, 2003).

Şahin (1984) Sosyal sorumluluk kavramını iki şekilde ele almıştır: Klasik ve modern sosyal sorumluluk olarak.

Klasik Sosyal Sorumluluk Yaklaşımı: İktisatçı Milton FRIEDMAN' a göre; "işletmenin bir tek sosyal sorumluluğu vardır. O da işletmenin karını maksimize etmektir". Bu yaklaşımdan hareketle klasik sosyal sorumluluk kavramına göre; organizasyonlar sadece karını arttırmayı hedeflemeli ve bu karı yine firmanın finansmanı olarak kullanmalı ve bu sayede kendi devamlılığını sağlayarak topluma olan sosyal sorumluluğunu yerine getirmiş olmakta düşüncesi hâkimdir. Klasik yaklaşıma göre örneğin fabrika bacasına filtre takmak karı azaltacağı için firmayı zarara sokacak ve dolayısıyla topluma karşı sosyal sorumluluktan uzaklaştıracak şeklindedir.

Modern Sosyal Sorumluluk Yaklaşımı: Modern sosyal sorumluluk yaklaşımının savunucularına göre ise; organizasyonlar işletme faydalarının çok daha fazlasını toplum yararını düşünerek gerçekleştirmeliler şeklindedir. Örneğin faaliyet gösterdikleri çevredeki doğal kaynakların temizlenmesini sağlamak, topluma mesleki eğitim vermek gibi (Şahin, 1984, Akt., Onay, 2003).

Sen ve Bhattacharya'ya göre (2001); "Son zamanlarda büyük bir yoğunluk kazanan çevre kirliliği, enerji ve hammadde yetersizliği, işletmelerin tekelleşmesi ve bazı politik rahatsızlıklar, bu yaklaşımın büyük bir destek görmesine yol açmıştır. Dolayısıyla, bugün kamuoyu, işletmelerden, toplumun yararına olan faaliyetlere girişmelerini ve bu tür faaliyetleri desteklemelerini istemektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri altı ana başlık altında incelenebilir:

- 1) **Toplumu destekleyici:** Sanat ve sağlık programlarının desteklenmesi, ekonomik olarak avantajlı duruma sahip olanların eğitim ve barınma ihtiyaçlarının desteklenmesi.
- 2) **Farklılık:** Cinsiyet, ırk, aile, cinsiyet oryantasyonu, genel anlamda farklılıkların desteklenmesi.
- 3) **Çalışanların desteklenmesi:** Güvenlik, iş güvenliği, karın paylaşımı, sendika ile ilişkiler, çalışanların sorunları.
- 4) **Çevre:** Çevre ile dost ürünler, zararlı atık yönetimi, ozonla dost kimyasalların kullanımı, hayvan testleri, kirlilik kontrolü, geri dönüşüm.
- 5) **Birleşik Devletler dışı etkinlikler:** Okyanus ötesi ülkelerdeki emek ve insan hakları konularına eğilim.
- 6) **Ürün:** Ürün güvenliği, araştırma ve geliştirmeler, pazarlama tartışmaları. İşletmeler bir toplum içerisinde var olurlar. Kurumsal davranışlarını, toplumun bir parçası olarak tasarlama ihtiyacı içerisindeyler" (Sen ve Bhattacharya, 2001, Akt., Onay, 2003).

SOSYAL SORUMLULUK ANLAYIŞI İLE İLGİLİ DÜNYADAKİ GELİŞMELER

Küreselleşme ile birlikte politik, ekonomik, teknolojik vb. gelişmelerle tüm dünyanın birbirine bağımlılığı artmıştır. Toplumun refah düzeyinin artması artık sadece devletlerin sorumluluğu olarak görülmemekte veya bu şekilde sağlanamamaktadır. Bu bağlamda organizasyonlardan; kendi

çalışanlarından tutunda, müşterileri ve tüm paydaşları ile toplumun tüm kesimlerinde refah seviyesinin artmasına olanak sağlayan sosyal sorumluluk faaliyetleri beklenmekte ve yükümlülükleri olarak görülmektedir (Krozer, 2004,akt.,Çakır, 2006).

Miles ve Covin' e (2000) göre; işletmeler artık tüketicilerinin sosyal sorumluluğunun bilincinde olan işletmeleri tercih ettiklerinin farkında olarak hareket etmekte ve bu duruma uygun yönetsel davranışlar sergilemektedirler (Miles, Covin,2000,akt.,Çakır, 2006).

Birleşmiş Milletler, Avrupa Birliği, Dünya Bankası gibi uluslararası alanda kabul gören topluluklar işletmelerin ekonomik sürdürülebilirlikleri için faaliyet gösterdikleri topluluklara bilgi verme ve toplumun sorunlarıyla ilgilenmeleri gerekliliği düşüncelerinden dolayı kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine önemle destek olmaktadır (Pavlovic, 2001,akt.,Çakır, 2006).

Kurumsal sosyal sorumluluğun yasal bir yaptırımı bulunmamakla birlikte, gönüllülük esasından hareketle gerçekleştirilir. Yatırımcıların karar vermede önemle değerlendirdiği; çevresel ve sosyal fonlar, firmalar tarafından da yıllık raporlarında veya ayrıca kurumsal sosyal sorumluluk raporu olarak yer almaktadır. Raporların oluşturulmasında kullanılabilecek bir standart olmadığı için işletmeler sadece çevresel durumlarını konu ederek raporlandırma yapmakta ve bu nedenle bu raporları ancak pazarlama argümanı olarak kullanabilmektedirler (Tschopp, 2005,akt.,Çakır, 2006).

Kurumsal sosyal sorumluluğa verilen önem özellikle büyük firmalar nezdinde artmaktadır. Bu bağlamda yapılan bir araştırmaya göre; Fortune Global listesinde yer bulan 250 şirketten 1999 yılında sosyal sorumluluk raporunu %35' i yayınlarken, 2005 yılında sosyal sorumluluk raporu yayınlayan firma sayısı %52'ye yükselmiştir. Ve araştırma sonucuna göre dikkat çekici olan bir başka hususta sosyal sorumluluk raporlarının kapsamı ile ilgilidir. 1999 yılındaki raporlarda çevre ve doğa temaları yer alırken, 2005 yılındaki raporların %70 gibi önemli bir oranında çevre temasının yanı sıra ekonomik sürdürülebilirliğe dair sosyal sorumluluk faaliyetlerinin yer aldığı gözlemlenmiştir içermektedir (Büyük, 2006,akt.,Çakır, 2006).

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK ANLAYIŞINDAKİ DEĞİŞİMLERİN YÖNETSEL İŞLEYİŞE ETKİLERİ

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramının dünyada geldiği nokta değerlendirildiğinde; yönetim stratejileri açısından önemli bir kavram olarak değerlendirildiği ve uygulamada yer bulduğu gözlemlenmektedir. Zairi' ye (2000) göre; “ Kurumsal sosyal sorumluluğun doğasında yaşanan değişimlerin ilk ve önemli etkisini işletmelerin misyon, vizyon tanımlarında ve politikalarında görmek mümkündür. Günümüzde pek çok işletme misyon ve vizyon tanımlarında topluma, çevreye, paydaşlarına karşı sorumluluklarına verdikleri önemi anlatan ifadeler yer vermekte ve bu doğrultuda organizasyonlarını yapılandırmaktadırlar. İşletmelerin bu yönde oluşturdukları iş ilkelerini, politikalarını ve paydaşlarına karşı ne gibi sorumlulukları olduğunu web sitelerinde yayımlamaları da konuya verilen önemin anlaşılması ve eğilimin yönünü belirleme noktasında iyi birer örnektir” (Zairi, 2000, Akt. Akatay, 2008). Toplam kalite yönetimi anlayışı da paydaşların önemini vurgulamaktadır. Deming (1946) “ ekonomik uygulamaların sadece istatistiksel tekniklerle sınırlı olmaması gerektiğini, sosyal yardımların ancak kalite araç ve tekniklerinin uygulanması yoluyla anlamlı bir şekilde ortaya konabileceğini savunmuştur”(Zairi & Peters, p. 174, Akt. Akatay, 2008).

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUĞUN ÖNEMİ

Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine yer veren şirketler; özellikle marka değeri ve buna bağlı olarak piyasa değerlerinin yükseldiğini gözlemledikçe, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine daha ciddiyetle önem vermektedirler. Tüketiciler açısından artık geline nokta; aldıkları ürün ya da hizmetin sadece marka değeri veya kalitesi etkili olmayıp ilgili üretici firmaların kurumsal sosyal sorumlulukları da tüketici tercihlerinin belirlenmesi açısından önem teşkil etmektedir. Tabi ki toplumun bu yöndeki eğiliminde gelişmişlik düzeyi de belirleyici bir etken oluşturmaktadır. Amerika'da gerçekleştirilen Auger ve ekibinin çalışması (2003) neticesinde; müşteriler aldıkları ürünün çevreye duyarlı olarak üretilip üretilmediğine, canlılar üzerinde deneyler yapıp yapılmadığına bakarak tercihlerini bu yönde kullandıkları sonucuna ulaşmışlardır. Sosyal sorumluluğa önem veren

kurumlar; faaliyet alanı olarak ulaşmak istedikleri yeni coğrafyalarda ve mevcut müşterilerinin devamlılığını sağlamada kurumsal sosyal sorumluluk bilincinin önemli bir avantaj sağladığının bilincindedir. Günümüz dünyasında artık fonlar ve kurumsal yatırımcılar yatırım yapmadan önce ilgili şirketin kurumsal sosyal sorumluluk alanında yapmış oldukları faaliyetlere de bakarak yatırımlarını yönlendirmektedirler (Mohr & Webb, 2005:124, Akt., Aktan, Börü, 2007). Artık kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri firmalar ve tüm paydaşları nezdinde kabul görmesi ve önemi bakımından tartışma götürmemekte ancak toplum, sivil toplum kuruluşları, firma ve paydaşlara sağladığı faydalar açısından samimiyeti tartışılmaktadır. Keefe (2002) kurumsal sosyal sorumluluğun kazandığı önemi; saydamlık, bilgi, sürdürülebilirlik, globalleşme, kamu sektörünün başarısızlığı olarak beş etkene bağlamaktadır. Kısaca değinecek olursak;

Saydamlık: Bulunduğumuz çağda firmalar tüm faaliyetlerini giderek daha şeffaf hale getirmek zorunda kalmaktadırlar. Bilgi ekonomik faaliyetlere önemli bir yön vermektedir. Firmalar hakkında olumlu olumsuz tüm haberlerin bilgi çağında hemen duyulmasıyla; ilgili yatırımcı ve paydaşlar kararlarını bu bilgiler ışığında verdiği için, firmalar şeffaflığa ve doğru bilgi paylaşımına ekstra önem vermek zorunda kalmışlardır.

Bilgi: Tüketici ve yatırımcılar ekonominin bilgi temelli olmasından faydalanıp karar vermekteler. Finansal yatırımcılar yatırımlarını yönlendirirken çevresel faktörlere de bakmakta sadece finansal verilerde yetinmemektedirler. Müşterilerde bir ürünü tercih ederken sadece fiyatına değil marka algısına da önem vermektedirler.

Sürdürülebilirlik: Doğal kaynaklardaki kısıtların, küresel ısınma gibi sorunların ortaya çıkmasına etken olarak görülen artan sanayileşme artık sadece ekonomik kazançtan ziyade sürdürülebilir bir dünya endişesinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Küreselleşme ile doğal kaynakların tüketimindeki artış daha dikkat çeker ve tepki doğurur bir hal almıştır. Bu nedenle kurumsal sosyal sorumlu firmaların ekonomik sürdürülebilirlikle birlikte doğal kaynaklarında sürdürülebilirliğine katkı sağlayan yaklaşımla üretim yapmaları beklenmektedir.

Globalleşme: Küreselleşmenin kurumsal sosyal sorumluluğa artırıcı etki ile neden olduğuna değinmiştik. Küresel ölçekte faaliyet gösteren firmalar; tüm sivil toplum kuruluşları, paydaşlar, yasal denetleyiciler ve bağımsız gönüllü kuruluşlar tarafından sürdürülebilirlik, şeffaflık ve kurumsal sosyal sorumluluk standart ve uygulamaları bakımından dikkatle takip edilmekteler.

Kamu Sektörünün Başarısızlığı: Gelişmekte olan birçok ülkede kötü yönetim koşulları ve devlet müdahaleleri firmalara sorunlar yaşatmakta, oluşan bu güvensiz ve belirsiz ortam sivil toplum kuruluşları ve uluslararası organizasyonların çalışmaları ile aşılmaya çalışılmaktadır (Keefe, 2002, Akt., Aktan, Börü, 2007).

KALİTE YÖNETİMİ YAKLAŞIMI ve TOPLAM KALİTE YÖNETİMİ

Kalite kavramı; pazarlamaya göre müşteri istek ve beklentilerinin karşılanması, yönetim ve kalite yönetim yaklaşımına göre ise tüketicilerin beklentilerinin karşılanma düzeyidir. Süreç içerisinde kalite; kalite standartlarına uygunluk olarak da tanımlanmıştır. Günümüz yönetim yaklaşımında kalite; sadece ürün ile değerlendirilmemekle birlikte, üretim sürecinin tüm safhalarında etkin ve verimli bir şekilde güvenilir bir süreç olarak tanımlanmaktadır. Etken olma, etkili olma, verimli olma, yasal olma, kabul edilebilir seviye, optimal düzey ve eşit olma kalitenin belirlenmesinde dikkate alınacak faktörlerdir. Üretimde kaliteyi sağlamak, kalitenin sürdürülebilirliğini sağlamak, kalitenin geliştirilmesini sağlamak için kullanılan yöntem ve uygulamalara kalite denetimi denmektedir. Kalite standartlarının belirlenmesi, standartlara göre üretim sürecinin geliştirilmesi, standartların belirli aralıklarla gözden geçirilmesi kalite güvence sürecini tanımlamaktadır. Temel üç öğeye göre kalite güvencesi; kalite standartlarının belirlenmesi, şartnameye ve standartlara uygunluk açısından mevcut durumun incelenmesi, standartlara uygun olmayan durumun uygunluğunun sağlanması şeklinde hakim görüş mevcuttur. Yönetim anlayışına göre; kalite yaklaşımının ve kalite standartlarının benimsenmesi ve geliştirilmesi toplam kalite yönetimi anlayışını gösterir (Biçer, Çiçek, 2013).

Pamela & Goodman'a (1998) göre; " Toplam Kalite Yönetimi (TKY), kapsamlı, sistemli, müşteri odaklı yönetim taktik ve stratejiler bütünüdür. Şöyle ki TKY salt bir örgütsel iç etkinlik değil; planlama, üretim sürecini ve sonrasını birlikte ele alan müşteri odaklı, geniş kapsamlı bütüncül bir yaklaşımdır" (Pamela & Goodman 1998,akt., Biçer, Çiçek, 2013). Toplam kalite yönetimi organizasyonun tümünün katılımını gerektirmekle birlikte, üretilen ürün ya da hizmetin sürekli artan kalitede olmasını amaçlayan bir yönetim yaklaşımını ifade etmektedir (Biçer, Çiçek, 2013).

Dessler' a (1998) göre; " Toplam kalite yönetimi, kalite denetimi ve kalite güvencesi anlayışlarını içinde bulundurmakla birlikte, kalite kavramına ve kaliteli hizmet sunumuna farklı bir anlayış getirmektedir. Toplam kalite yönetimi, ne kalite denetimi gibi sadece sonuçlar üzerinde odaklanmakta, ne de kalite güvencesi gibi sadece süreçlere ağırlık vermektedir. Toplam kalite yönetimi, kaliteyi bir kurumsal kültür olarak görmekte ve kaliteyi bütün birim ve personelin katılımını sağlayan süreçlerin bir neticesi olarak görmektedir. Toplam kalite yönetimi, önemini giderek artırarak, güncelliğini korumuş temelde sentezci bir özellik taşıyan yaklaşımdır (Dessler 1998,akt., Biçer, Çiçek, 2013).

Toplam kalite yönetimi ilke ve araçlardan meydana gelir. Bunlar; müşteri odaklı olma, süreç yönetimi, personelin katılımı ile ekip yaklaşımı, standardizasyon, sürekli gelişim sağlama, eğitim, önleme, ölçme ve izlemedir. Kurumsal faaliyetlerde bu ilke ve araçların göz önüne alınması ve doğru uygulanması sonucunda; ürün kalitesinde, verimlilikte, müşteri ve çalışan tatmininde ve nihayetinde kurumsal performansta pozitif sonuçlar elde edilebilecektir (Biçer, Çiçek, 2013).

ULUSLARARASI SOSYAL SORUMLULUK ÖRGÜTÜ SAI (Social Accountibility International) ve SA 8000 SOSYAL SORUMLULUK STANDARDI

Uluslararası Sosyal Sorumluluk Örgütü SAI (Social Accountibility International), Newyork merkezli, Rohitratana'a (2002) göre; "çalışma ortamlarının ve şartlarının iyileştirilmesi ve bunlar ile ilgili olarak gönüllülük esasına bağlı dış taraflarca denetlenebilir bir standart geliştirme, uygulama ve gözetme amacıyla kurulmuş, kar amacı gütmeyen bir kuruluştur" (Rohitratana,2002, akt., Tütüncü,2008).

Sosyal sorumluluk standardı olan SA 8000 Uluslararası Sosyal Sorumluluk Örgütü (SAI) tarafında 1997 yılında çalışanların temel haklarının garanti altına alınması amacıyla yayınlanmıştır. Standart bu güne kadar 2001 yılında tek revizyonunu geçirmiştir (Gordon, 2001, akt., Tütüncü,2008). SA 8000 Sosyal sorumluluk standardı perakendeci, üretici, fason üretici ayırmaksızın tüm paydaşların çalışma şartlarının iyi düzeyde olmasının sağlamak hedefiyle oluşturulmuştur (Munoz, vd. , 2004, akt., Tütüncü,2008). Uluslararası sosyal sorumluluk standardı SA 8000; bazı ILO (International Labour Organization-Uluslararası Çalışma Örgütü) sözleşmeleri, Birleşmiş milletler çocuk hakları sözleşmesi, Birleşmiş milletler insan hakları evrensel beyannamesi temelinde hazırlanmakta olup, sürece işverenler, işçi sendikaları, insan ve çocuk hakları savunucusu örgütler ve akademisyenler katılmıştır. Sosyal sorumluluk standardı SA 8000, ISO 9001 ve serileri göz önünde tutularak hazırlandığı için uluslararası geçerliliği olan bir standart olmayı hedeflemiştir ve böyle değerlendirilmektedir. SA 8000' politika, prosedür ve uygulamalar ile standarda uyum kontrollerinin yapılabilmesi ve firmalar ile tedarikçiler tarafından kullanılması bakımından ISO kalite standartlarına benzetilmektedir (Aydemir, v.d., 2005, akt., Tütüncü,2008).

Sosyal Sorumluluk Standardı SA 8000'e İhtiyaç Duyulma Sebepleri

Sosyal sorumluluk standardı SA 8000' e ihtiyaç duyulmasının nedenlerinden en önemlileri; gelişmekte olan ülkelerin çalışma koşullarının kötülüğünün dünyaca bilinir bir hal almasıdır. Sivil toplum kuruluşlarının kötü çalışma koşullarının düzeltilmesi bağlamındaki çalışmaları da SA 8000 standardının oluşturulmasına katkı sağlamıştır. Sermayedarlar yatırım kararı alırken kar kadar, firmaların sosyal sorumluluklarına uygun faaliyette bulup bulunmadıklarını dikkate almaya başlamaları da en önemli yaptırımlardan biri olmaktadır. Az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin kötü çalışma koşulları gelişmiş ve merkez ülke konumundaki ülkelerin tepkisini çekmiştir. İşsizlik oranlarının çok yüksek olduğu az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere çalışma saatleri çok uzun olmakla birlikte çalışan ücretleri de çok düşüktür. Maalesef merkez ülkelerdeki uluslararası bilinirliğe sahip firmalar, çevre ülkelerdeki bu olumsuz şartları kendi çıkarları için kullanarak, üretimlerini iş gücü fazlası olan, ücretlerin çok düşük, fakirlik oranının çok yüksek olduğu bu çevre

ülkelerde yapmaktadırlar. Günümüzde bilinç düzeyi artan tüketiciler tükettikleri ürünleri imal eden şirketlerin sosyal sorumluluk faaliyetlerini incelemeye başlamışlardır. Bu duyarlılıklar neticesinde Amerika’da bazı ürünlerin ambalajında “Bu ürün için çocuk ve köle işçi çalıştırılmamıştır.” gibi ifadeler rastlanmaktadır.

Sosyal sorumluluk standardı SA 8000’in ortaya çıkmasına neden olan somut örnekleri değerlendirecek olursak Nike firmasının çalışanlarına kötü uygulamaları etkili olanlardandır. Dünyaca ünlü spor giyim markası olan Nike Amerika Birleşik Devletlerinin Oregon eyaletinde 1968 yılında kurulmuştur. Nike; Tayvan, Çin, Endonezya, Tayland, Güney Kore ve Vietnam’da çoğunluğunu kadınların oluşturduğu 500.000 kişi çalıştırmıştır. Bu uygulamalara birkaç örnek verecek olursak; 1997 yılında hem de Dünya Kadınlar Günü de olarak kutlanan 8 Mart’ta 56 kadın işçinin kurallara uygun ayakkabı ile işe gelmediler diye fabrika etrafında sıcak bir hava koşturmak zorlanmaları, ayakkabılarda dikiş hatası olması sebebiyle 15 kadının kafalarından ayakkabı ile dövülmüş olmaları, güneşli sıcak bir havada 25 kadın çalışanın diz çökerek beklemek zorunda bırakılması haberleri yerel gazetelerde de yer alınca geniş kitleler tarafından duyulmuştur (Çakır, 2006). New York Times gazetesinin 1997 yılında Ocak ve Kasım aylarında yer vermiş olduğu rapora göre; merkezi sinir sisteminde, böbreklerde ve ciğerlerde hasara yol açıp zarar vermesiyle bilinen Tolüen adlı toksik maddenin Nike Vietnam fabrikasında çalışan kadınlarda, olur gören üst seviyenin 177 kat üzerinde etkilendikleri tespit edilmiştir.

Ayrıca bu fabrikadaki ustabaşların cinsel tacizine birçok kadının maruz kaldığı, sağlıksız ve ağır şartlarda çocuk yaştaki (12-13) işçilerin çalıştırıldığı ve fazla mesaiye zorla bırakılan kadın ve çocuk işçilerin olduğu haberleri mevcuttur. Endonezya’da 1997 yılında 10.000 işçi sokaklarda Nike firmasını protesto etmiş, ancak firma yetkilileri yanıt olarak Endonezya’ da ki fabrikayı kapatmak ile tehdit etmişlerdir (<http://www.modashoe.com/nike.html>, 2006, akt., Çakır, 2006). Wootlif ve Deri’e (2001) göre, “ Bu tür protestolar Nike’in çok büyük zarara uğramasına ve marka değerinin düşmesine neden olmuştur. Bunun ardından Nike Asya kıtasındaki fabrikalarını çevresel ve sosyal sorumluluk açısından denetlenmesi için sivil toplum örgütlerine açmış, kendisi ve tedarikçileri için davranış kuralları geliştirmiştir”(Wootlif, Deri, 2001, akt., Çakır, 2006). Bu gibi olaylar ve protestolar sonrasında merkez ülkelerdeki uluslararası firmalar çevre ülkelerdeki üretim koşullarında düzenleme yapmak, iyileştirmeye gitmek ve bunu kamuoyuna duyurarak ikna etmek durumunda kalmışlardır.

Günümüz dünyasında sosyal sorumluluk yatırım fonlarının büyümesi de sosyal sorumluluk standardı SA 8000’in ortaya çıkmasında ve firmalar tarafından uygulanmasında önemli bir etken olmuştur. Amerika’daki yatırımların %10 gibi bir miktarı sosyal sorumluluk fonlarına aktarılmakta ve sosyal sorumluluk faaliyetlerinde değerlendirecek şirketlere finans olarak sağlanmaktadır (Çakır, 2006).

SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

Sosyal Sorumluluk Standardı SA 8000’in Üstünlükleri ve ISO Standartları İle Arasındaki Farklılıklar

Sosyal sorumluluk standardı olan SA 8000 standardına göre; uygulama sonuçları ve standarda uyum için gerçekleştirilen eylemlerin sürekliliğini, firma periyodik olarak standardı denetleyen kuruluşa, kamuoyuna ve hissedarlara bildirmek zorunluluğundadır. Bu özellik standardı diğerlerine göre üstün kılan bir özelliktir. Bench Marks ilkelerinde SA 8000’e benzer yükümlülükler yer almakta ancak nasıl uygulanacağına dair standartlar bulunmamakta ancak SA 8000’ de raporlanacak verilerin detayını da standarda bağlandığı için şeffaflık sağlamak bakımından üstünlük sunmaktadır. SA 8000 denetlenme bakımından da üstünlük sağlamakta, firmaların iç denetimleriyle yetinmeden bağımsız dış denetçiler tarafından denetleme yapılmaktadır. Bu dış denetçiler Uluslararası sosyal sorumluluk örgütü SAI tarafından akredite edilmekte, bazen denetimleri bizzat örgüt tarafından izlenmekte ve SAI düzenli periyodlarla akreditasyon verdiği denetçileri de tekrar denetime tabi tutmaktadır. Üstünlük sayılabilecek bir diğer özelliği ise tedarikçi seçimi hususundadır. Adil Çalışma Anlaşması (FLA) İlkeleri’ne göre; tedarikçilerde firmaların uygulamakta olduğu standartları uygulamakla yükümlüdür ancak süreklilik arz etmesi önemsenmemektedir. Bir başka değişle koşul sunulur sağlanırsa çalışılır, ancak SA 8000’e göre belgelendirme yapmış olmak ön koşul olarak kabul edilmekte, uygun çalışma koşullarını eksiksiz yerine getirilmesi ve sürekliliğinin sağlanması koşuluyla o tedarikçi ile

çalışılmaktadır. Bu özelliği de diğer standartları göre en titiz standart olarak algılanmasını sağlar (Ayrancı, 2007).

Sosyal sorumluluğun boyutları olarak değerlendirilen; çocuk işçiler, çalışan ücretleri, mesai saatleri, disiplin yaptırımları, zorla mesai, cinsiyet veya ırksal ayrımcılık, sağlıklı çalışma koşulları, güvenli çalışma ortamı, çalışanlara örgütlenme hakkı tanınması ve toplu sözleşme hakkı vermesi gibi boyutlar üzerinde SA 8000'in detaylı olarak durduğu ve önem addettiği görülmektedir (Tütüncü,2008).

SA 8000 Sosyal sorumluluk standardı; Kalite Yönetim sistemi Standardı olan ISO 9001, Çevre Yönetim Sistemi Standardı olan ISO 14001, İş sağlığı ve Güvenliği Yönetim Sistemi olan ISO 18001 vb. standartları temel almaktadır. Fakat SA 8000, ISO standartlarına göre performans koşullarını önemseyen kadar prosedür ve sistem koşullarını da önemseyen görülmekte ve böylece yönetim sistemleri ile davranış unsurlarının birleştiği bir standart olarak değerlendirilmektedir (Kaya, 2008).

SA 8000 Sosyal sorumluluk standardının ISO standartları ile arasındaki en önemli fark olarak; ISO yönetim sistemlerinin süreç tabanlıyken, SA 8000' in süreç tabanı daha az görülmekte birlikte çok daha fazla kuralcı ve çok daha fazla sonuç odaklı olarak tanımlanmaktadır. ISO Standartları üretim ve hizmet sektörlerinin ikisine de hitap etmekteyken, SA 8000 Standardı daha çok üretim sektörüne yönelik bir standarttır (Gobbels, Jonker; 2003, akt., Çakır, 2006).

SA 8000 sosyal sorumluluk standardı ile ISO yönetim sistemleri standartları denetlenmesi açısından da farklılık göstermektedir. SA 8000 denetimlerinde sadece süreci denetlemek için işletme baz alınmamakta; çalışanlar, sendikalar, hissedarlar, tedarikçiler, fason üreticiler gibi tüm paydaşları da denetim sürecine katarak yerinde denetlenmektedir (Miles, Munilla; 2004, akt., Çakır, 2006). Bu da kıyaslanan standartlar arasında önemli bir farkı teşkil etmektedir. Tabi ki her yönetim yaklaşımında olduğu gibi kurumsal sosyal sorumlulukta da kavramı benimsemiş, içselleştirmiş, uygulama konusunda zorunlu değil de samimi yaklaşan yani gönüllülük esasına uyan firmalara ihtiyaç vardır. Özünde iyi niyet barındırmayan her uygulama; bazı boşluklar kullanılarak gerçekleştiriliyormuş gibi gösterilip, sadece bir pazarlama aracı olarak ve vergi muafiyeti sağlayabilmek için kullanılmaktan öteye geçemeyecektir.

KAYNAKÇA

- AKATAY, A. (2008), Kurumsal Sosyal Sorumluluk Anlayışındaki Değişimlerin Yönetimsel İşleyiş Etkileri, *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 6, 98-112
- AKTAN, C. C. & BÖRÜ, D. (2007), Kurumsal Sosyal Sorumluluk, C.C. AKTAN içinde, *Kurumsal Sosyal Sorumluluk İşletmeler ve Sosyal Sorumluluk*, (s.11-36) İstanbul: İGİAD Yayınları
- AYRANCI, E. (2007), Sosyal Sorumluluklar ve Sosyal Sorumluluk 8000 (SA 8000) Standardının Benzer Özellikteki tike ve Standartlardan Farklılıkları. *ABMYO Dergisi*; 8, 1-120
- BİÇER, İ.H. & ÇİÇEK, I. (2013), Örgüt Kültürü ve Kalite Yönetimi. *TSE, Kasım*, 79-86.
- ÇAKIR, B. (2006), SA 8000 sosyal sorumluluk standardının örgütsel bağlılık ve iş doyumuna olan etkileri, *Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Toplam Kalite Yönetimi Anabilim Dalı*, İzmir
- EREN, S. S.& EKER, B. U. S. (2012), Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algısının Marka İmajı, Algılanan Değer, Müşteri Tatmini Ve Marka Sadakatine Etkisi Üzerine Bir Saha Araştırması: X Markası Örneği. *Suleyman Demirel University Journal of Faculty of Economics & Administrative Sciences*, 17(2), 451-472
- KAYA, S. (2008), İşletmelerde Sosyal Sorumluluk ve SA 8000 (Social Accountability) Standardı. *AR&GE, Temmuz*, 15-20.
- ONAY, A. (2003), Kurumsal Sosyal Sorumluluk, *Kurgu Dergisi*, 20, 101-109
- TÜTÜNCÜ, Ö. (2008), SA 8000 Sosyal Sorumluluk Standardı ile İş Yaşamı Kalitesi Arasındaki İlişki, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt:10, Sayı:2, 169-199

GASTRONOMİ TEMALİ MÜZELERDE SUNUM FARKLILIKLARI**Doç. Dr. Mustafa SANDIKCI**Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
sandikcimustafa@hotmail.com**Arş. Gör. Asilhan Semih MUTLU**Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
smutluc@aku.edu.tr**Öğr. Gör. Hülya MUTLU**Afyon Kocatepe Üniversitesi, Emirdağ Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri
Bölümü, Aşçılık Programı
hulyamutlu@aku.edu.tr**Özet**

Bu araştırmanın amacı, gastronomi müzelerinin sunum farklılıklarının ortaya konulmasıdır. Bu bağlamda, gezi gözlem tekniği ile Türkiye’de yer alan gastronomi müzeleri ziyaret edilerek veriler toplanmıştır ve müze yetkilileri ile görüşmeler yapılmıştır. Gerçekleştirilen çalışma ile seçilen gastronomi müzelerinin sunum farklılıkları ortaya konulmuştur. Ek olarak, müze yetkilileri ile görüşülerek müzede sergilenen objelerin nasıl toplandığı, müzede karşılaşılan sorunlar hakkında bilgi alınmıştır. Gastronomi müzelerinin sergileme şekilleri müze ziyaretçi sayısı, müze ziyaret isteği ve müzede vakit geçirmek için önemli bir husus olmakla birlikte mutfak kültürünün aktarılması anlamında önem arz etmektedir. Kadınların iş hayatına katılımından sonra geleneksel olarak aktarılan mutfak kültürünün kuşaklar arasında aktarılması zorlaşmıştır. Bu kapsamda hizmet veren gastronomi müzeleri bir ekipmanın kullanımından, yemeğin hazırlanması veya bir yemek ritüelinin yansıtılması anlamında önem arz etmektedir. Yapılan araştırma sonucunda Gastronomi müzelerinde genellikle durağan sergileme şekillerinin kullanıldığı, dinamik sergileme şekillerine daha az yer verildiği görülmüştür. Durağan sergileme şekillerinden vitrin, manken ve bilgi panoları kullanılmıştır. Vitrinlerde genel olarak mutfakta kullanılan araç gereçler yer alırken, bilgi panoları ve mankenler aracılığı ile yemek kültürü hakkında bilgi verildiği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Gastronomi Müzesi, Sergileme Şekli**PRESENTATION DIFFERENCES IN GASTRONOMY THEMED MUSEUMS****Abstract**

The aim of this study is to reveal the differences in presentation of gastronomy museums. In this context, data about the area by visiting the museum gastronomy museums in Turkey are gathered and were interviewed by museum officials. Differences in presentation of gastronomy museums were revealed by the study. In addition, information was obtained from the museum officials about how the objects exhibited in the museum were collected and the problems encountered in the museum. Although gastronomy museums exhibit forms are important for the number of museum visitors, the desire to visit the museum and spending time in the museum, they are important in terms of transferring the culinary culture. With the participation of women in business life, it has become difficult to transfer the traditionally culinary culture between generations. The gastronomic museums serving in this context are important in terms of the use of an equipment, the preparation of the food or the reflection of a food ritual. As a result of the research, it is seen that gastronomy museums generally use static display forms and dynamic display forms are used less. Display models, mannequins and information boards are used as static display forms. It was found out that the tools used in the kitchen were generally displayed in the showcases and information about food culture was provided through information boards and mannequins.

Keywords: Gastronomy, Gastronomy Museum, Exhibition Type

1. GİRİŞ

Toplumun bilimsel ve kültürel geçmişini yansıtan ve geleceği biçimlendirilen eğitim kurumları (Erbay,2011;4) olarak tanımlanan müzeler, farklı öğrenme yollarını hem araştırmak hemde uygulamak için uygulamak için en elverişli ortamlardır (Onur,2014). Gastronomi müzeleri, gastronomi tarihi ve kültürünün tanıtılmasıyla birlikte (Mankan, 2017a:173) yiyecek ve içecekleri tadabilme imkânı veren (Yılmaz ve Şenel, 2014:499) araçlar olarak ifade edilmektedir. Gastronomi temalı müzelerin bazıları tek bir ürünü (şarap, zeytin, zeytinyağı) sergilemeyi tercih ederken bazıları da mutfak kültürünün tamamını yansıtmak için koleksiyonlara yer vermektedir (İstanbulu Dinçer ve Şahinoğlu, 2015:147). Yurtdışında ki gastronomi müzelerinin incelendiği çalışmaya göre gastronomi müzeleri, sadece objelerin sergilendiği yerler değil, workshopların yapıldığı, eğitimlerin verildiği, zeytinyağı, çikolata yapımı hazırlama ve sunum şekillerinin gösterildiği yerlerdir ((Mankan, 2017b). Sandıkcı ve ark. (2018), yaptıkları çalışmada müzede durağan sergileme şekillerinin çoğunlukla kullanıldığını tespit etmişlerdir. Müzelerde durağan ve dinamik sergileme şekilleri kullanılmaktadır.

Durağan Sergileme Teknikleri (Geleneksel Metot): Vitrin içi sergileme veya stant üzeri sergilemeler olup, modeller, diorama odalar (ön planda modeller, arka planda dev boyutlu duvar resmi yer alan odalar), maketler (çeşitli yerleşim yeri, bina ve araçların gerçek boyutlarının küçültülerek kopyalarının yapılması), mankenler, çizimler, fotoğraflar ve bilgi panoları gibi durağan unsurlarla desteklenmektedir.

Dinamik Sergileme Teknikleri: Sesli yönlendiriciler, film, video ve slayt gösterileri, hareketli modeller, canlı yorumcular, bilgisayar destekli sergiler, similatörler (görüntü ve ses efektlerinin oluşturduğu teknik düzenek), interaktif gösterimler, video diskleri ve dramalar dinamik sergileme teknikleri olarak adlandırılmaktadır. Yardımcı görsel ve işitsel tekniklerin kullanılması ile ziyaretçilerin daha kolay öğrendiği düşüncesinden yola çıkarak dinamik sergileme teknikleri geliştirilmiştir. Dinamik sergileme teknikleri özel hazırlanmış düzeneklere ihtiyaç duymakta olup, tek başına kullanıldığı gibi geleneksel metotlar ile de kullanılabilir.

Gastronomi Temalı Müzeler

Müzeler tarihi ve kültürü yaşayan ve yaşatan mekânlar olup, toplumun gelişimine katkıda bulunan en önemli araçlardır. Gastronomi müzeleri ise mutfak kültürü ve tarihinin tanıtılabilmesi için en iyi araçlar olup, tarih ve kültürü içinde barındırdığından mutfak kültürünün gelecek nesillere aktarılmasında önemli bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Gastronomi müzeleri mutfak kültürünü tanıtmak, turizmi canlandırmak, yörenin gastronomik kimlik kazanmasını sağlamak, destinasyon pazarlamasında yöreyi ön plana çıkartmak gibi amaçlarla kurulabilmektedir. Dünyada gastronomi temalı pek çok farklı müze bulunmasına rağmen Türkiye’de gastronomi müzelerinin sayısı ve sunum şekilleri yetersiz olup, bazı özel müzeler ise tanıtım yetersizliğinden dolayı bilinmemektedir.

Tablo 1’de araştırma yapıldığı dönemde Türkiye’de yer alan gastronomi müzelerine yer verilmiştir. Söz konusu müzeler arasında Mürefte Feyzi Kutman Şarap Müzesi, Zavot Peynir Köyü Müzesi, Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi, Köstem Zeytinyağı Müzesi ve Marmaris Bal Evi Müzesi ulaşılabilirliğin zor olması veya aynı konseptte fazlaca müze olması ve tekrar etmesinden dolayı ziyaret edilememiştir. Antakya Mutfak Müzesi gidilen tarihte bazı nedenlerden dolayı ziyarete kapatılmış olduğundan gözlem yapılamamıştır. Geriye kalan 11 müze ise ziyaret edilmiş, gözlem gerçekleştirilmiştir.

Tablo 1: Gastronomi Temalı Müzeler

Müze Adı	Bulunduğu İl	Tema	Bağlı Olduğu Kurum/Kişi
Mürefti Feyzi Kutman Şarap Müzesi	Tekirdağ	Şarap	Adnan Kutman
Zavot Peynir Köyü Müzesi	Kars	Peynir	Boğatepe Çevre ve Yaşam Derneği
Emine Göğüs Mutfak Müzesi	Gaziantep	Yöresel Mutfak Kültürü	Gaziantep Büyükşehir Belediyesi
Atatürk Orman Çiftliği Şarap Müzesi	Ankara	Şarap, Turşu, Sirke	Atatürk Orman Çiftliği
Hacıbanlar Evi Mutfak Müzesi	Şanlıurfa	Yöresel Mutfak Kültürü	Şanlıurfa Büyükşehir Belediyesi
Adatepe Zeytinyağı Müzesi	Çanakkale	Zeytinyağı, Sabun	Ada Çiftlik Gıda Ür. San. Tic. A. Ş.
Mutfak Sanatları Akademisi Gastronomi Müzesi	İstanbul	Mutfak Gereçleri	Mehmet Aksel
Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi	Aydın	Zeytin ve Zeytinyağı	Adnan Menderes Üniversitesi-Ziraat Fakültesi
Oleatrium Zeytin Ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi	Aydın	Zeytin ve Zeytinyağı	Hasan ve Gürsel Tonbul
Edremit Evren Ertür Tarihi Zeytinyağı Aletleri Müzesi	Balıkesir	Zeytinyağı	Sabit Ertür
Çine Arıcılık Müzesi	Aydın	Arıcılık	Adnan Menderes Üniversitesi
Özel Muğla Arıcılık Müzesi	Muğla	Arıcılık	Muğla İli Arı Yetiştiricileri Birliği
Antakya Tıbbi ve Aromatik Bitkiler Müzesi	Hatay	Tıbbi Aromatik Bitkiler ve Baharatlar	Hatay Valiliği
Antakya Mutfak Müzesi	Hatay	Yöresel Mutfak Kültürü	Antakya Ticaret ve Sanayi Odası
Köstem Zeytinyağı Müzesi	İzmir	Zeytinyağı	Köstem Kültür, Eğitim ve Müzecilik Vakfı
Tematik Mutfak Müzesi	Kahramanmaraş	Yöresel Mutfak Kültürü	Kahramanmaraş Dulkadiroğlu Belediyesi
Baklava Müzesi	Gaziantep	Baklava	Oğuzhan Saygılı
Çikolata Müzesi	İstanbul	Çikolata	Pelit Çikolata
Bıçak Müzesi	Bursa	Bıçak	Bursa Büyükşehir Belediyesi
Marmaris Bal Evi Müzesi	Muğla	Bal	Marmaris Ticaret Odası Başkanlığı

Kaynak: Yazarlar tarafından derlenmiştir.

Tablo incelendiğinde gastronomi temalı 20 müze olduğu görülmekte ve bu müzeler 14 farklı ilde yer almaktadır. İllere göre müze sayıları incelendiğinde Aydın ilinde üç adet, Hatay, Gaziantep ve İstanbul illerinde iki adet gastronomi temalı müze yer aldığı görülmektedir. Müzelerin tema dağılımlarına bakıldığında en fazla beş müze ile zeytinyağı müzesi, dört adet yöresel mutfak kültürü müzesi, iki adet arıcılık ve şarap temalı müze bulunmaktadır. Baklava, çikolata, bal, bıçak, mutfak gereçleri, tıbbi aromatik bitki ve peynir temalarından birer adet gastronomi müzesi bulunmaktadır. Zeytinyağı müzelerinin fazla olmasının sebebi zeytinyağı üretiminde kullanılan eski tip araç gereçlerin fabrika yakınlarında sergilenmesinden kaynaklanmaktadır. Müzelerin bağlı olduğu kurum ve kuruluşlar incelendiğinde, kamu kurumlarının müzelerin yarısını kurduğu, şahıslar tarafından kurulan müze sayısının yedi adet ve sivil toplum kuruluşları tarafından kurulan müze sayısının üç adet olduğu görülmektedir.

Araştırmanın Yöntemi

Proje kapsamında öncelikle literatür taraması ile ön araştırma yapılmış olup, yiyecek-içecek ve mutfak temalı müzeler belirlenmiştir. Daha sonra gezi-gözlem tekniği ile belirlenen müzeler bütçe dâhilinde ziyaret edilmiş, bilgi ve belgeler toplanmış, müze ve objeler fotoğraflanmıştır. Gözlem tekniği ile

müzelerin sunum farklılıkları tespit edilmeye çalışılmıştır. Ayrıca müze sorumluları ile görüşme gerçekleştirilerek müze hakkında detaylı bilgiler de elde edilmiştir.

Araştırmanın Amacı

Projenin amacı Türkiye’deki gastronomi müzelerini tespit etmek, tasnif etmek ve söz konusu müzelerin sunum farklılıklarını ortaya koymaktır. Literatür taramasında gastronomi müzeleri ile ilgili yeterli bilgiye ulaşılamamış olup, mevcut kaynaklar gastronomi müzelerini sınırlı sayıda almıştır. Oysa yiyecek içecek ve mutfak temalı farklı şehirlerde özel müzeler bulunmaktadır. Gastronomi müzesinin yeni bir kavram olması, ülkemizde bu konu ile ilgili çok fazla kaynak ve güncel bilginin olmaması ve gastronomi müzelerinin bütünüyle tespit edilememiş olması nedeniyle bu çalışmaya ihtiyaç duyulmuştur. Bu doğrultuda bu alanda yapılacak diğer çalışmalara kaynak olacak niteliksel bir çalışma olduğu düşünülmektedir. Proje kapsamında Türkiye’deki gastronomi müzelerinin tespit edilmesi ve sunum farklılıklarının ortaya çıkarılması bu çalışmanın özgün değerleri olarak belirlenmiştir.

Araştırmanın Önemi

Yapılan çalışma ile Türkiye’deki gastronomi müzelerinin sunum farklılıkları belirlenmiştir. Şehirlerin mutfak kültürlerini yansıtan gastronomi müzelerinin tespit edilmesi ile turizm faaliyetlerinde gastronomi müzelerinin kullanımının artacağı, kültür turistleri ve gastro turistler açısından önemli çekicilik unsuru olarak değerlendirilmesinde farkındalık yaratacağı planlanmaktadır.

Araştırmanın Kapsamı

Araştırma kapsamında Türkiye’deki gastronomi müzeleri ziyaret edilip yiyecek-içecek ve mutfak temalı müzeler sunum farklılıkları açısından değerlendirilmiştir. Ayrıca ziyaret edilen müzeler fotoğraflanmıştır. Müze ile alakalı bilgi ve broşürler toplanmış, müze sorumluları ile görüşmeler yapılmıştır. Müzelerin tamamen gastronomi temalı faaliyet göstermesi gerekmekte olup, farklı müze türleri içerisinde mutfak bölümü olarak yer alan müzeler değerlendirmeye alınmamıştır.

Sonuç

Türkiye’deki gastronomi müzelerinin sergilenme şekillerinin araştırıldığı bu çalışma kapsamında sekiz farklı ilde, 11 farklı müze ziyaret edilmiştir.

Tablo 2:Müzelerin Genel Özellikleri

Müze Adı	Statü	Konu	Müze Türü	Sergileme Şekilleri	Malzeme Tedarik Şekli	Mekân
Baklava Müzesi	Özel	Baklava	Popüler Kültür	Durağan	Şahıs	Konak
Emine Göğüş Mutfak Müzesi	Özel	Mutfak Kültürü	Kültürel Miras	Durağan/ Dinamik	Bağış	Konak
Kahramanmaraş Tematik Mutfak Müzesi	Belediye	Mutfak Kültürü	Kültürel Miras	Durağan	Bağış Satın Alma	Konak
Dondurma Müzesi	Belediye	Dondurma	Popüler Kültür	Durağan/ Dinamik	Satın alma	Konak
ŞanlıurfaHacıbanlar Evi Mutfak Müzesi	Belediye	Mutfak Kültürü	Kültürel Miras	Durağan	Bağış Satın Alma	Konak
Hatay Tıbbi Aromatik Bitkiler	Hatay Valiliği	Tıbbi Aromatik Bitkiler	Kırsal Turizm	Durağan	Koleksiyon	Konak
Mutfak Sanatları Akademisi Müzesi	Belediye	Koleksiyon	Popüler Kültür	Durağan	Koleksiyon	İşletme
Çikolata Müzesi	Şahıs	Çikolata	Popüler Kültür	Durağan/ Dinamik	Şahıs	İşletme
Edremit Evren Ertür Tarihi Zeytinyağı Aletleri Müzesi	Şahıs	Zeytinyağı	Endüstri Mirasına Dayalı	Durağan	Şahıs	İşletme
Çanakkale Adatepe	Şahıs	Zeytinyağı	Endüstri	Durağan	Şahıs	İşletme

Zeytinyağı Müzesi			Mirasına Dayalı			
Bıçak Müzesi	Belediye	Bıçak	Endüstri Mirasına Dayalı	Durağan/Dinamik	Şahıs ve Bağış	Konak

Müzeler türüne göre sınıflandırıldığında, popüler kültür, kültürel miras, kırsal turizm ve endüstri mirasına yönelik müzeler olduğu görülmektedir (Yılmaz ve Şenel, 2014). Müzelerin oluşturulmasına sebep olan konular incelendiğinde; yörelere özgü yiyeceklerin isminin kullanıldığı veya yörenin mutfak kültürünü yansıtacak isimlerin kullanıldığı görülmektedir. Geniş mutfak kültürüne sahip olan Şanlıurfa, Gaziantep ve Kahramanmaraş'ta mutfak kültürü müzesi ismi kullanılmaktadır.

Tablo 3'de müzelerin sunduğu imkânlarla yönelik bulgulara yer verilmiştir. Elde edilen bulgular sonucunda müzelerin yarısında satış alanı yer almakta iken yarısında yer almamaktadır. Müzelerin sadece iki tanesi ücretli iken geri kalanı ücretsizdir. Ziyaretçilerin müzede daha fazla vakit geçirmesini sağlamak amacıyla etkinlik düzenlenen salonlar bakımından incelendiğinde müzelerin yarısında etkinlik salonu bulunduğu görülmektedir. Dört müzede ikram hizmeti bulunurken, on işletme de müzeyi anlatabilecek görevli bulunmaktadır. Sadece beş müzede yiyecek içecek tüketimine yönelik kafeterya bulunmaktadır.

Tablo 3: Müzelerde Sunulan İmkânlar

Müze Adı	Satış Alanı	Giriş Ücreti	Etkinlik Salonu	İkram	Görevli	Kafeterya
Baklava Müzesi	-	-	-	+	+	-
Emine Göğüş Mutfak Müzesi	+	+	+	-	+	-
Kahramanmaraş Tematik Mutfak Müzesi	-	-	+	+	+	-
Dondurma Müzesi	+	-	-	-	+	+
Şanlıurfa Hacıbanlar Evi Mutfak Müzesi	-	-	+	-	+	-
Hatay Tıbbi Aromatik Bitkiler Mutfak Sanatları Akademisi Müzesi	+	-	-	-	+	+
Çikolata Müzesi	+	+	+	+	+	+
Edremit Evren Ertür Tarihi Zeytinyağı Aletleri Müzesi	-	-	-	-	+	-
Çanakkale Adatepe Zeytinyağı Müzesi	+	-	-	+	+	+
Bıçak Müzesi	+	-	+	-	+	+

Tablo 4'de müzelerde uygulanan sergileme şekillerine yer verilmiştir. Sergileme şekilleri durağan ve dinamik olarak ikiye ayrılmıştır. Durağan sergileme şekillerinden bilgi panosu neredeyse tüm müzelerde uygulanmaktadır. Bilgi panoları genel olarak duvarlarda veya ayaklı stantlarda yer almaktadır. İçerisinde bulunan bölüm ya da nesnenin açıklandığı bilgi panolarında resimlerde kullanılmaktadır. Müzelerin tamamında uygulanan diğer bir durağan sergileme şekli ise vitrinlerdir. Vitrinlerde genel olarak objeler kullanım alanlarına göre sınıflandırılarak belirli gruplar halinde sergilenmektedir. Vitrinlerde sergilenen objeyi tanıtan isimlik, bağış yolu ile elde edilmiş ise bağışlayan kişinin adı soyadı ve malzemenin kullanımı hakkında bilgiler yer almaktadır. Mankenler ise genel olarak mutfak kültürü müzelerinde yer almaktadır. Mankenler aracılığı ile eski yaşayış biçimi canlandırılmakta ve mutfakta üretilen bazı ürünler için bir araya gelen komşuların tasviri yapılmaktadır. Mankenler mutfakta geçmişe yolculuk yapmak için gerçekçi birer anlatım biçimi olarak karşımıza çıkmaktadır.

Tablo 4: Müzelerde Sergileme Şekilleri

Müze Adı	Durağan sergileme Şekilleri			Dinamik Sergileme Şekilleri		
	Bilgi Panosu	Vitrin	Manken	Video Gösterimi	Kiosk	Elektronik Rehber
Baklava Müzesi	+	+	-	-	-	-
Emine Göğüş Mutfak Müzesi	+	+	+	+	+	-
Kahramanmaraş Tematik Mutfak Müzesi	-	+	+	-	-	-
Dondurma Müzesi	+	+	+	+	+	-
Şanlıurfa Hacıbanlar Evi Mutfak Müzesi	+	+	+	-	-	-
Hatay Tıbbi Aromatik Bitkiler Mutfak Sanatları Akademisi Müzesi	+	+	-	+	-	-
Çikolata Müzesi	+	+	+	+	-	+
Edremit Evren Ertür Tarihi Zeytinyağı Aletleri Müzesi	+	+	-	-	-	-
Çanakkale Adatepe Zeytinyağı Müzesi	+	+	-	-	-	-
Bıçak Müzesi	+	+	+	+	+	-

Elektronik rehber eşliğinde ziyaret edilebilecek müze sayısı ise bir tanedir. Dinamik sergileme şekillerinde yapılan bilgilendirmeler hem sesli hem de görsel kullanıldığı için ziyaretçiler açısından hatırlanabilirliğini artırmaktadır. Durağan ve dinamik sergileme şekillerinin yanı sıra çikolata ve baklava müzesinde ürünler belirli saat aralıklarında canlı olarak yapılmaktadır. Baklavanın tüketime hazır hale gelene kadar geçen tüm işlemler sırası ile canlı olarak Dinamik sergileme şekillerinden video gösterimi 5 farklı müzede yer alırken, kiosk sadece üç müzede yer almaktadır. gösterilmektedir. Çalışma sonucunda elde edilen sonuçlara ilave olarak;

- Gastronomi temalı müzelerin sınıflandırılmasında önemli bir eksiklik bulunmaktadır. Ziyaret edilen müzeler arasında Kültür ve Turizm Bakanlığına bağlı özel müzeler statüsünde sadece üç adet müze bulunmaktadır. Diğer müzeler belediye, şahıs veya sivil toplum kurumları tarafından oluşturulmasına rağmen müze ismi ile faaliyet göstermektedir.
- Müzelerde sergilenen veya müze içerisinde yer alan bazı ürünlerde belirsizlik bulunmaktadır. Objelerin isimlikleri yer almasına rağmen kullanım amacı hakkında bilgi bulunmamaktadır. Özellikle bilinmeyen nesneler hakkında açıklama eklenmesi gerekmektedir.
- Müzelerde genel olarak durağan sergileme şekillerinin kullanıldığı, dinamik sergileme şekillerine az rastlandığı görülmektedir. Endüstri mirasına dayalı müzelerde dinamik sergileme şekilleri önem arz etmemesine rağmen popüler kültür, kültürel miras müzelerinde dinamik sergileme şekillerinin kullanılması kültürün daha iyi anlaşılması için faydalı olacaktır.
- Müzelerde rekreasyon alanının az olması ortaya çıkan sonuçlar arasındadır. Bu durum ziyaretçilerin kısa sürede müzeden ayrılmasına sebep olmaktadır. Gastronomi müzelerinde sergilenen ürünlerin ziyaretçiler tarafından deneyimlenmesi müzede kalış sürelerini artırmaktadır. Baklava müzesinde canlı baklava üretimi buna örnek olarak gösterilebilir. Baklavanın hazırlanması 45 dakika sürmekte ve bu süre zarfında ziyaretçiler süreçleri takip etmekle birlikte üretim sonunda üretilen baklavadan tadım imkânı bulmaktadır. Dolayısıyla ziyaretçiler hem baklavanın üretim şeklini öğrenerek hem de baklavayı tadarak iki farklı deneyim edinmiş olmaktadır.
- Müze yetkilileri ile yapılan görüşmelerde ziyaretçilerin girilmemesi gereken alanlara girerek mankenlerle fotoğraf çekmek istemesi sonucu mankenlerin zarar gördüğü sonucuna ulaşılmıştır. Bu kapsamda ziyaretçilere fotoğraf çekebilecekleri alanlar oluşturulması gerekmektedir.
- Özellikle kültürel miras temalı müzelerde sergilenen eserler halktan bağış yolu ile elde edilmiştir. Yetkililer ile yapılan görüşmelerde bağışlanan ürünlerin bir süre sonra geri istenilmesi sorunu yaşanılmıştır. Yapılan görüşmelerde bazı müzelerin bağışların geri alınmaması adına bağış formu imzalattıkları tespit edilmiştir.

- Müzelerde bağışlanan objelere dair bağışlayan kişinin bilgilerinin bazı yerlerde verildiği, bazı yerlerde verilmediği tespit edilmiştir. Standart sağlamak ve bağışçılar arasında eşitlik sağlamak için isimliklerin ve bilgilerin tam olması gerekmektedir.
- Ziyaret edilen müzelerde obje tekrarının çok fazla olduğu alanlar bulunmaktadır. Objelerin sayısını artırmak yerine çeşitliliğini artırmak daha faydalı olacaktır.
- Ziyaret edilen bazı müzelerde gastronomi teması dışında (tüfek, radyo, televizyon gibi) ürünlerinde sergilendiği görülmüştür.

TEŞEKKÜR

Bu çalışma Afyon Kocatepe Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Komisyonunca kabul edilen 18.Kariyer.01 nolu proje kapsamında desteklenmiştir.

KAYNAKÇA

- Erbay, M. (2011). *Müzelerde Sergileme ve Sunum Tekniklerinin Planlanması*. Beta Yayıncılık : İstanbul
- İstanbulu Dinçer ve Şahinoğlu (2015). Somut Olmayan Kültürel Miras Kavramında Mutfak Kültürünün İncelenmesi. *II. Ulusal Sürdürülebilir Turizm Kongresi*, Antalya.
- Mankan, E. (2017a). Destinasyon Pazarlamasında Çekici Bir Faktör Olarak Türkiye’deki Gastronomi Müzeleri Örneği. *Turkish Studies*, 14 (2): 641-654.
- Mankan, E. (2017b). Dünyadaki Gastronomi Müzeleri Üzerine Genel Bir Değerlendirme. *Turkish Studies*, 12 (1): 157-176.
- Onur,B. (2014). *Yeni Müzebilim Demokratik Toplumu Yaratmak*. İmge Kitabevi Yayınları: Ankara.
- Sandıkçı, M., Mutlu, A. S., ve Mutlu, H. (2018). Mutfak Kültürünün Gastronomi Müzelerinde Sergilenme Şekilleri Emine Göğüş Mutfak Müzesi Örneği. *Presented At The International Gastronomy Tourism Studies Congress*:Kocaeli.
- Yılmaz, H. ve Şenel ,P. (2014). Turistik Bir Çekicilik Olarak Gastronomi Müzeleri. *15. Ulusal Turizm Kongresi*. 499-510. Engelsiz turizm kongre kitabı: Ankara.

**MESLEK YÜKSEKOKULUNDA GÖREVLİ ÖĞRETİM ELEMANLARIN
AKADEMİK İLETİŞİM DÜZEYLERİNİN İNCELENMESİ****Prof.Dr. C.Gazi UÇKUN**Kocaeli Üniversitesi Hereke Ömer İsmet Uzunyol MYO, Mülkiyet Koruma ve Güvenlik Bölümü,
Kocaeli /TÜRKİYE**Öğr.Gör. Barış DEMİR**Kocaeli Üniversitesi, Hereke Ömer İsmet Uzunyol MYO, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, Kocaeli
/TÜRKİYE**Öğr. Gör. Aykut TOSUN**Kocaeli Üniversitesi, Hereke Ömer İsmet Uzunyol MYO, Mülkiyet Koruma ve Güvenlik Bölümü,
Kocaeli /TÜRKİYE**Öğr. Gör. Orkun KONAK**Kocaeli Üniversitesi, Hereke Ömer İsmet Uzunyol MYO, Mülkiyet Koruma ve Güvenlik Bölümü,
Kocaeli /TÜRKİYE**Özet**

Araştırmalar öğretim elemanlarının bireysellik, bilimsel bilginin yetersiz paylaşımı, motivasyon eksikliği, gruplaşma, yönetsel sorunlar, ortak amaç eksikliği, eleştiri, bölümün kapalılığı ve bölüm atmosferinin iletişimi gibi birtakım sebepler nedeniyle kendi aralarındaki iletişim sürecinde sorunlarla karşılaştıklarını ortaya koymuştur. Bu araştırmanın amacı, meslek yüksekokulunda görevli öğretim elemanların akademik ortamdaki iletişim durumlarını incelemektir. Araştırmanın verileri Kocaeli Üniversitesi'ne bağlı 3 meslek yüksekokulunda görevli 48 öğretim elemanından toplanmıştır. Araştırmada veri toplama aracı olarak Gizir ve Gizir (2005) tarafından geliştirilen akademik ortamda iletişim analizi envanteri kullanılmıştır. Veriler SPSS 16.0'da değerlendirilmiştir. Meslek Yüksekokulunda görevli öğretim elemanlarının akademik iletişim düzeylerinin orta-yüksek düzeyde olduğu sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Meslek yüksekokulu, akademik iletişim, öğretim elemanı**Examination Of Academic Communication Levels Of Vocational School Staff****Abstract**

The researches revealed that faculty members faced problems during the communication process among themselves due to reasons such as individuality, inadequate sharing of scientific knowledge, lack of motivation, grouping, administrative problems, lack of common purpose, criticism, closure of department and communication of department atmosphere. The aim of this study is to investigate the communication status of the academic staff in the vocational school. The data of the research were collected from 48 faculty members working in 3 vocational schools of Kocaeli University. In the research, communication analysis inventory in the academic environment developed by Gizir and Gizir (2005) was used as data collection tool. The data were evaluated in SPSS 16.0. It was concluded that the academic communication levels of the instructors working at the Vocational School were medium-high.

Keywords: Vocational school, academic communication, teaching staff**GİRİŞ**

Ülkemiz genelinde üniversitelerin yapısı itibarıyla sadece öğrenciler için öğretim kurumu olmanın ötesinde bilgi ve teknolojinin üretim yeri olmak gibi bir misyonu da vardır. Bu misyonun yerine getirilmesinde karşılaşılan sorunlardan biri de iletişimsizliktir. Kurumsal olarak birbirine bağlı fakat bağımsız birimlerin olduğu yapılardan oluşan ve içinde idari yapılanmada olan üniversiteler diğer

kurumlardan daha farklı bir konuma sahiptir. Bu yönetme süreç içinde akademik personelin kurumsal bağlılığının ve iş tatmininin sağlanması da gerekmektedir. İletişim, bilgilerin paylaşılıp çaba ve gayretlerin birleştirilmesini sağladığı gibi, çalışanların iş tatmini ve örgüte olan bağlılıklarını da artırmaktadır. (Ölçer ve Koçer, 2015) Birçok resmi özel kuruma oranla daha karmaşık yapısal özelliklere sahip üniversitelerde iletişim süreçlerinin incelenmesi bir hayli zordur. Gizir (1999) da yapmış olduğu ve akademik ortamda iletişim süreçleri inceleyen kapsamlı nitel çalışmasında, öğretim elemanlarının kendi bölümleri içinde, aynı fakülte içindeki diğer bölümlerle ve üniversitenin diğer bölümleri ile ilgili yaşadıkları en yaygın iletişim problemleri ve bunlara ilişkin çözüm önerilerini incelemiştir. Bu çalışma sonucunda ortaya çıkan bulgular, öğretim elemanlarının sıklıkla belirttikleri bazı etkenler nedeniyle kendi aralarındaki iletişim sürecinde birtakım sorunlarla karşılaştıklarını ortaya koymuştur. Gizir & Gizir (2005, 1999) 'de, 10 faktörün iletişimi olumsuz yönde etkilediğini ifade ederek, bu faktörleri yetersiz iletişim, bilimsel bilginin yetersiz paylaşımı, bireysellik, yönetsel sorunlar, gruplaşma, motivasyon eksikliği, ortak amaç eksikliği, bölümün içedönük özelliği, eleştiri ve bölüm atmosferi olarak sıralamıştır. Bilimsel bilginin paylaşılması, ortak proje ve çalışmaların yapılması sadece aynı bölümde değil diğer bölümlerle de bir araya gelmeyi gerektirdiğinden biçimsel ve biçimsel olmayan iletişim kanallarının etkin bir biçimde çalışmasını gerektirmektedir. (Ölçer ve Koçer, 2015) Şirket türü örgütlerde iletişim süreçlerini inceleyen çalışma sonuçları ile akademik ortamda iletişim süreçlerini inceleyen çalışma sonuçları farklılıklar göstermektedir (Gizir, 2002). Üniversitenin bu girift yapısı içerisinde meslek yüksekokulları da başka bir karmaşıklık unsurudur. Bu çalışma özelinde akademik anlamda üzerine çok fazla önem atfedilmeyen meslek yüksekokulu öğretim elemanlarının akademik iletişim becerileri incelenmiştir.

YÖNTEM

Bu araştırmada, tarama modeli uygulanmıştır. Bu anket yöntemi ile elde edilen bilgiler kullanılarak sonuca ulaşılmıştır. Araştırmada veri toplama araçları örneklem içine giren çalışanlara ulaşılarak basılı soru kâğıdı üzerinden uygulanmıştır ve veriler 15 gün içinde toplanmıştır. Veriler elektronik olarak SPSS 15.0 yazılımına aktarılmıştır. Araştırmada “Meslek Yüksekokulunda görevli öğretim elemanlarının akademik iletişim düzeyleri nasıldır?” sorusuna cevap aranmıştır. Verilerin analizinde yüzde, frekans, aritmetik ortalama kullanılmıştır.

Evren ve Örneklem

Araştırmanın çalışma grubunu; gönüllülük esasına dayalı olarak katılan Kocaeli Üniversitesi'ne bağlı 3 meslek yüksekokulunda görevli 48 öğretim elemanı oluşturmaktadır. Öğretim elemanlarına ilişkin kişisel bilgiler Tablo 1'de özetlenmiştir.

Tablo 1. Araştırma Kapsamındaki Öğretim Elemanlarına İlişkin Demografik Bilgiler

		f	%
Cinsiyet	Kadın	19	39,5
	Erkek	29	60,5
Ünvan	Prof.Dr.	5	10,4
	Doç.Dr.	6	12,5
	Dr.Öğr.Üyesi	15	31,2
	Öğr.Gör.	22	45,9
Mesleki Deneyim	1-5 yıl	3	6,2
	6-10 yıl	8	16,6
	11-15 yıl	22	45,9
	15 yıl ve üstü	14	29,3
İdari Görev	Evet	12	25,0
	Hayır	36	75,0
Bölüm	Teknik	17	35,4
	Sosyal	31	64,6
Toplam		48	100

Tablo 1'e göre araştırma kapsamında yer alan öğretim elemanlarının %39,5'i kadın, %60,5'i erkek öğretim elemanından oluşmaktadır. Ünvanı Prof. Dr olanlar %10,4, Doç. Dr % 12,5, Dr.Öğr.Üyesi

%31,2 ve Öğr. Gör olanların ise %45,9 olduğu görülmüştür. Araştırmaya katılan öğretim elemanlarının %45,9'u 11-15 yıl, %6,2'si 1-5 yıl mesleki deneyime sahip olduğu görülmüştür. Öğretim elemanlarının idari görev durumları incelendiğinde ise idari görev yapmayanların %75, görev yaptıkları bölüm teknik olanların %35,4, sosyal olanların ise %64,6'nın olduğu görülmüştür.

Veri Toplama Aracı ve Verilerin Toplanması

Meslek yüksekokulu görevli öğretim elemanlarının akademik ortamdaki iletişim becerilerini ortaya çıkarmayı amaçlayan bu çalışmada, Gizir ve Gizir (2005) tarafından geliştirilen akademik ortamda iletişim analizi envanteri kullanılmıştır. Envanterin orijinaline ait 36 madde 10 faktöre ayrılmıştır. Çalışmamızda bu faktörlerden 5 faktörü içeren 17 soru maddesi kullanılarak veriler toplanmıştır. Ölçekte yer alan 17 maddenin güvenilirliğini belirlemeye yönelik yapılan analiz sonucunda Cronbach's Alpha değeri 0.698 olarak bulunmuştur.

BULGULAR

Bu kısımda meslek yüksekokulu görevli öğretim elemanlarının akademik ortamdaki iletişim becerilerini ve becerilerin cinsiyet, ünvan, mesleki deneyim, idari görev ve bölüm değişkenlerine göre değişip değişmediğini ortaya koyan bulgulara yer verilmiştir.

Tablo2. Öğretim Elemanlarının Akademik İletişim Becerilerine İlişkin Maddelerin Aritmetik Ortalamaları

	Madde	X
<i>Yetersiz İletişim</i>	Bölümümdeki diğer akademisyenlerle iletişimim akademik konularla sınırlıdır.	2,75
	Bölümümdeki diğer akademisyenlerle fazla kişisel iletişim kurmam.	2,49
	Bölümümdeki akademisyenlerle iletişim kurmak için çok çaba harcamam	2,94
	Bölümümdeki akademisyenler birbirleriyle iletişim kurmaya ihtiyaç duymazlar.	3,01
	Bölümümdeki akademisyenler birbirlerine karşı duyarsızdırlar.	2,91
<i>Bireysellik</i>	Bölümümde yapılan sosyal faaliyetlere akademisyenlerin katılımı çok azdır.	3,04
	Bölümümde akademik çalışmalar daha çok bireysel yapılır.	3,25
	Bölümümde akademisyenler arasındaki bilimsel rekabet nedeniyle bireysellik vardır.	3,52
	Bölümümde akademisyenler genelde "dersimi verir, kendi işime bakarım" şeklinde düşünür.	3,19
<i>Bilimsel Bilginin Yetersiz Paylaşımı</i>	Bölümümde akademisyenler arasında bilimsel bilgi alış-verişi azdır.	3,49
	Bölümdeki akademisyenler birbirlerinin akademik etkinliklerinden habersizdir.	3,12
<i>Motivasyon Eksikliği</i>	Bölümümde ödüllendirme sisteminin yetersizliği akademisyenlerin bilimsel çalışma yapma konusunda otivasyonlarının düşmesine neden olur	3,08
	Bölümümdeki akademisyenlerin bilimsel seminer ve konferanslara katılımı çok azdır.	3,14
	Bölümümdeki akademisyenlerin bilimsel çalışma yapma konusunda motivasyonları düşüktür.	3,28
<i>Gruplaşma</i>	Bölümümde bay ve bayan akademisyenler kendi hemcinsleriyle daha sık iletişim kurarlar.	3,03
	Bölümümde akademik unvanı birbirine yakın olanlar kendi aralarında daha sık iletişim kurarlar.	3,42
	Bölümümde genç akademisyenler kendi aralarında, hizmet yılı fazla olan akademisyenler kendi aralarında daha sık iletişim kurarlar.	3,33

Tablo2'de akademik iletişim becerilerine ilişkin görüşler incelendiğinde, en yüksek ortalamanın "Bölümümde akademisyenler arasındaki bilimsel rekabet nedeniyle bireysellik vardır." (X=3, 52) ve en düşük ortalamanın "Bölümümdeki diğer akademisyenlerle fazla kişisel iletişim kurmam." (X= 2, 49) olduğu bulunmuştur. Yetersiz iletişim boyutu maddeleri incelendiğinde görüşlerinin puan ortalamasının(X= 2,82), bireysellik boyutu maddeleri incelendiğinde görüşlerinin puan ortalamasının(X= 3,25), bilimsel bilginin yetersiz paylaşımı boyutu maddeleri incelendiğinde görüşlerinin puan ortalamasının(X= 3,30), motivasyon eksikliği boyutu maddeleri incelendiğinde görüşlerinin puan ortalamasının(X= 3,16) ve gruplaşma boyutu maddeleri incelendiğinde görüşlerinin puan ortalamasının(X= 3,26), maddeler olumsuz değerlendirildiği için genel ortamlar incelendiğinde

ise (X= 3,11), orta-yüksek düzeyde olduğu söylenebilir.

SONUÇ

Gizir (1999)'in çalışmasında ortaya çıkan bulgular, öğretim elemanlarının sıklıkla belirttikleri bazı etkenler nedeniyle kendi aralarındaki iletişim sürecinde birtakım sorunlarla karşılaştıklarını ortaya koymuştur. Bu çalışmada da akademik iletişim durumlarına ilişkin görüşler incelendiğinde, en yüksek ortalamanın “Bölümümde akademisyenler arasındaki bilimsel rekabet nedeniyle bireysellik vardır.” ve en düşük ortalamanın “Bölümümdeki diğer akademisyenlerle fazla kişisel iletişim kurmam.” olduğu bulunmuştur. Ulaşılan bu bulgular öğretim elemanlarının akademik iletişim becerisi ilişkin görüşlerinin puan ortalamalarının orta-yüksek düzeyde olduğu söylenebilir

Üniversitelerin verimliliklerinin incelenmesinde iletişim süreçlerinin değerlendirilmesi çok önemli bir tutmaktır. Bu çalışmada akademik ortamda iletişim sürecini olumsuz etkileyen faktörleri incelenmiştir ve buna yönelik görüş puanları yüksek bulunmuştur. Bu durum bize süreçte bazı sıkıntılar olduğunu göstermektedir. Gizir (1999) bireysellik, bilimsel bilginin yetersiz paylaşımı, motivasyon eksikliği, gruplaşma, yönetsel sorunlar, ortak amaç eksikliği, eleştiri, bölümün içedönük özelliği ve bölüm atmosferinin iletişimi olumsuz yönde etkileyen etkenler arasında en sıklıkla belirtilenler olduğunu ifade etmiştir. Bu araştırmada da incelenen 5 boyutta iletişim sıkıntıları yaşandığı ve durumun giderilebilmesi için çalışmalar yapılması gerektiği söylenebilir

Kaynakça:

- Gizir, S. (1999). *Communication in an academic context: The case of the five largest departments in the Middle East Technical University*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Orta Dogu Teknik Üniversitesi, Ankara.
- Gizir, S. (2002). Üniversite ve iletişim: Bir durum çalışması. *Kuramda ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*, 30, 219-244.
- Gizir, S.ve Gizir,C (2005). Akademik Ortamda İletişim Analizi Envanteri, Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 1(1), 112-125.
- Ölçer N., Koçer S., (2015). Örgütsel İletişim: Kocaeli Üniversitesi Akademik Personeli Üzerine Bir İnceleme, *Global Media Journal TR Edition*, 6 (11), Fall 2015, 339

MUTFAK MÜZELERİNİN SERGİLEME ŞEKİLLERİ: ŞANLIURFA HACIBANLAR EVİ MUTFAK MÜZESİ ÖRNEĞİ

Doç. Dr. Mustafa SANDIKCI

Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
sandikcimustafa@hotmail.com

Arş. Gör. Asilhan Semih MUTLU

Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
smutluc@aku.edu.tr

Öğr. Gör. Hülya MUTLU

Afyon Kocatepe Üniversitesi, Emirdağ Meslek Yüksekokulu, Otel ve Lokanta İkram Hizmetleri
Bölümü, Aşçılık Programı
hulyamutlu@aku.edu.tr

Özet

Müzeler bir bölgenin kültürünü yansıtan en önemli kültürel öğelerden biri olup, kültür turizmi açısından önemli kuruluşlar arasında yer almaktadır. Kültürel, tarihi ve sosyal olayların sergilenmesinde müzelerin aktif rolü bulunması ile birlikte, mutfak kültürünün sergilenmesinde de gastronomi temalı müzelerden destek alınmaktadır. Müzelerin sergileme şekilleri, ziyaretçilerin

müzeyi hatırlama ve farklı bir deneyim edinme açısından önemlidir. Ayrıca müzelerde bulunan objeler öğrenme sürecinin bir parçasıdır. Bu noktadan hareketle, çalışmanın amacı Şanlıurfa Hacıbanlar Evi Mutfak Müzesi'nin sergileme şekillerini tespit etmektir. Çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmış olup, veriler gözlem ve görüşme tekniği ile toplanmıştır. Araştırma sonucunda müzede sadece durağan sergileme tekniği kullanıldığı belirlenmiştir. Özellikle vitrin içi sergileme, mankenler, bilgi panoları ve görsellerin çoğunlukta olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi Müzeleri, Mutfak Kültürü, Şanlıurfa Hacıbanlar Evi

FORMS OF EXHIBITIONS OF CULINARY MUSEUMS: ŞANLIURFA HACIBANLAR EVİ CULINARY MUSEUM EXAMPLE

Abstract

Museums are one of the most important cultural elements reflecting the culture of a region and are among the important institutions in terms of cultural tourism. In addition to the active role of museums in exhibiting cultural, historical and social events, the support of gastronomy themed museums is also supported in the exhibition of culinary culture. The way exhibitions of museums are important for visitors to remember the museum and gain a different experience. In addition, objects in museums are part of the learning process. From this point of view, the aim of the study is to determine the exhibitions of the Sanliurfa Hacıbanlar House Kitchen Museum. Qualitative research method was used in the study and data were collected by observation and interview technique. As a result of the research, it was determined that only static display technique was used in the museum. Particularly in-store display, mannequins, information boards and visuals were determined to be the majority.

Keywords: Gastronomy Museum, Culinary Culture, Şanlıurfa Hacıbanlar House

1. GİRİŞ

Müzeler, toplumun bilimsel ve kültürel geçmişini yansıtan ve geleceği biçimlendirilen eğitim kurumları (Erbay,2011;4) olarak tanımlanmaktadır. Türkiye Uluslararası Müze Konseyine göre müze: ” Müzeler, uygarlık tarihine ait her türlü objenin, bilimsel kurallar altında sergilenerek, halkın beğeni ve kültürel birikimini zenginleştiren, araştırmacıların çalışmalarını kolaylaştırıcı ve geliştirici tarihi verilerin gelecek kuşaklara aktarıldığı mekânlardır.” şeklinde ifade edilmektedir (İcomTurkey.org). Müzeler kuruluş amaçlarına göre; ulusal, antik heykel, resim, çağdaş sanat, tasarım, bilim, doğa tarihi müzeleri gibi farklı sınıflandırmalara tabi tutulmaktadır ve bu müzeleri ziyaret eden bireyler yaşam, sanat, bilim ve müzeler hakkında bilgi sahibi olmaktadır (Şener,2016).

Gastronomi müzeleri, gastronomi tarihi ve kültürünün tanıtmasıyla birlikte (Mankan, 2017a:173) yiyecek ve içecekleri tadabilme imkânı veren (Yılmaz ve Şenel, 2014:499) araçlar olarak ifade edilmektedir. Gastronomi temalı müzelerin bazıları tek bir ürünü (şarap, zeytin, zeytinyağı) sergilemeyi tercih ederken bazıları da mutfak kültürünün tamamını yansıtacak koleksiyonlara yer vermektedir (İstanbulu Dinçer ve Şahinoğlu, 2015:147).Gastronomi müzesi kültürel değerleri korumakta, bölgenin çekiciliğini artırmakta (Çetin ve Küçükkömürler,2018), bölgenin zenginliklerini ve kültürünü yansıtmaktadır (Gökçe ve Ark. 2017). Gastronomi temalı müzelerde workshoplar, eğitimler ve çeşitli ürünlerin üretimleri yapılmaktadır (Mankan,2017b). Gastronomi müzelerinde sergileme şekillerinden durağan sergileme şekillerinden mankenler ve vitrinlerin kullanılmaktadır (Sandıkcı ve ark, 2018). Şanlıurfa Hacıbanlar Evi müzesi bulunduğu şehrin mutfak kültürünü somut hale getirerek ziyaretçilere aktaran müzelerden biridir.

Durağan Sergileme Teknikleri (Geleneksel Metot): Vitrin içi sergileme veya stant üzeri sergilemeler olup, modeller, dioromalı odalar (ön planda modeller, arka planda dev boyutlu duvar resmi yer alan odalar), maketler (çeşitli yerleşim yeri, bina ve araçların gerçek boyutlarının küçültülerek kopyalarının yapılması), mankenler, çizimler, fotoğraflar ve bilgi panoları gibi durağan unsurlarla desteklenmektedir.

Dinamik Sergileme Teknikleri: Sesli yönlendiriciler, film, video ve slayt gösterileri, hareketli modeller, canlı yorumcular, bilgisayar destekli sergiler, similatörler (görüntü ve ses efektlerinin oluşturduğu teknik düzenek), interaktif gösterimler, video diskleri ve dramalar dinamik sergileme teknikleri olarak adlandırılmaktadır. Yardımcı görsel ve işitsel tekniklerin kullanılması ile ziyaretçilerin daha kolay öğrendiği düşüncesinden yola çıkarak dinamik sergileme teknikleri geliştirilmiştir. Dinamik sergileme teknikleri özel hazırlanmış düzeneklere ihtiyaç duymakta olup, tek başına kullanıldığı gibi geleneksel metotlar ile de kullanılabilir.

Gastronomi temalı müzelerde sergileme şekillerinin tespit edilmesi, ziyaretçilerin deneyimleri açısından önemlilik arz etmektedir. Çünkü bir müzenin başarısı ziyaretçilerin zihninde yarattığı bilinç düzeyine ve hatırlama gücüne bağlıdır (Gül ve Gül, 2017:63). Kullanılan sergileme teknikleri de ziyaretçilerin müzedeki geçirdikleri süre ile doğrudan ilişkili olup, farklı deneyimler edinmesini sağlayacak niteliktedir. Bu nedenle çalışmada sergileme teknikleri araştırma konusu olarak belirlenmiştir. Çalışmanın amacı ise mutfak kültürünün gastronomi müzelerinde sergilenme şekillerini Şanlıurfa Hacıbanlar Evi müzesi örneğinde incelemektir.

2. YÖNTEM

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemi tercih edilerek gözlem tekniğinden yararlanılmıştır. Örneklem olarak seçilen Şanlıurfa Hacıbanlar Evi müzesinde mutfak kültürünün sergilenme şekilleri gözlem yapılarak belirlenmeye çalışılmıştır. Gözlem kaydını gerçekleştirmek amacıyla gözlem formu hazırlanmıştır. Müzeye gözlem yapmak amacıyla 23.02.2019 tarihinde gidilmiş, yaklaşık iki saat müzede gözlem yapılmış, objeler ve müze araştırmacılar tarafından fotoğraflanmıştır. Ayrıca müze sorumlusundan hem müze hakkında hem de müzedeki objeler hakkında detaylı bilgi alınmıştır.

3. BULGULAR

Bu bölümde Şanlıurfa Hacıbanlar Evi müzesinde gözlem ile elde edilen bulgulara yer verilmiş olup, bulgular görsellerle desteklenerek sunulmuştur. Müzenin sergilenme teknikleri ise bilgi panoları, mankenler, vitrinler olarak ayrı başlıklar altında sunulmuştur.

3. 1. Gözlem Tekniği ile Elde Edilen Bulgular

Müze girişinde danışma ofisi yer almakta olup, turnike bulunmamaktadır. Müzeye giriş ücretsiz olup, haftanın her günü 08.00-17.00 saatlerinde hizmet vermektedir. Müzenin giriş koridorunda tablolar ve müze kuralları bulunmaktadır. Ayrıca girişte sağ tarafta lavabolar yer almaktadır. Müzede teşhir salonu konağın odaları olup, her odada ayrı bir tema işlenmiştir. Konağın beş odası olup, geniş bir avluya sahip olmakla birlikte avluda iki adet su kuyusu bulunmaktadır. Müzenin giriş bahçesinde tokmak, dibek, tel şehriye makinesi, su küpleri gibi araç-gereçler sergilenmektedir. Müzenin duvarlarına her salonun konusuna göre görsel içeren bilgi panoları hazırlanmıştır. Müzedeki eserleri bağışlayan kişilerin isimleri de bağışladıkları eserin altında belirtilmektedir. Mutfak malzemeleri ve sofraya düzeni yöreye özgü kullanım şekilleri ve yöresel adları ile sergilenmektedir. Müzede elektronik rehber sistemi bulunmamakta olup, talep edildiği takdirde müze görevlisi müze hakkında bilgi vermektedir. Müzede kafeterya, çocuklar için etkinlik odası, konferans salonu bulunmamaktadır.

Odalar tamamen ahşap olup, odalarda genelde ahşap gömme dolap ve nişler bulunmaktadır. Bütün gömme dolaplara ve nişlere mutfak araç-gereçleri yerleştirilmiş olup, dolap ve nişler vitrin olarak kullanılmaktadır. Odalar hem geniş hem de ferah olup, oturma alanları şark köşesi şeklinde tasarlanmıştır.

İlk salon yemek odasıdır. Bu salonda aile üyelerinin sofrada yemek yerken mankenlerle canlandırılması yer almaktadır. Odada toplam beş niş ve cam ile kaplanmış altı gömme dolap bulunmaktadır. Nişlerde sefer taşı, sürahiler, abdest ibrikleri sergilenmektedir. Cam vitrin içerisinde ise bakır araç-gereçler sergilenmekte olup; köfte leğenleri, çirtikli sahan, kaburgalı sahan, vazolar, kazan kebabı tavası, lebeniye sahanı, havan, bakır tencere ve leğenler sergilenmektedir. Ayrıca cam vitrinlerde antik dönemden kalma toprak kaplarda sergilenmektedir. Her araç-gerecin altında isimlikler bulunmakta ve alt kısmında bağış yapan kişinin adı yer almaktadır.

Yemek odasının sol tarafında eyvan alanı bulunmakta olup, bu alan kapı ve penceresi olmayan açık bir alandır. Yazlık eyvan adı verilen bu bölüm, genellikle yaz aylarında kullanılmaktadır. Konak içerisinde iki tane eyvan olup yazlık eyvan bölümünün karşısında kışlık eyvan bölümü yer almaktadır. Yazlık eyvan bölümünde eski zamanlara ait televizyonlar, radyolar, plak çalar, kasetçalar yöresel kadın kıyafetleri ve iki adet ahşap bilgi panosu yer almaktadır. Her iki bilgi panosunda da Şanlıurfa Mutfağının özellikleri yer almaktadır. Bu alanda eski zamanlarda giyilen kadın kıyafetleri ziyaretçiler tarafından denenmesi için bir vestiyere asılmış olup, müze görevlisi ziyaretçileri bilgilendirerek kıyafetler ile fotoğraf çekimeleri sağlanmaktadır.

Yazlık eyvan bölümünden sonra ziyaret edilen oda yaşam odasıdır. Yaşam odası diğer odalar gibi sedirle kaplı olup, duvarları gömme dolap ve nişlerle kaplıdır. Dolaplar ve nişler mutfak araç gereçleri sergilemek amacıyla kullanılmaktadır. Ayrıca salonun merkezinde içli köfte ve ağzı açık yapımı mankenler aracılığıyla tasvir edilmektedir.

Yaşam odasının hemen alt kısmı zerzembe 1 (kiler) odası olarak adlandırılmıştır. Bu odada kışlık yiyeceklerin hazırlanmasında ve saklanmasında kullanılan araç gereçler sergilenmektedir. Bu bölümde dört adet vitrin yer almakta olup, diğer malzemelerin tamamı vitrin dışındaki bölümlerde sergilenmektedir. Su küpü, bıçaklar, kazan, bakır sahanlar, ayran yayığı, terazi, kahve dibeği, et tokmağı, taş dibek, halbur adı verilen elek, şerbet takımı, ahşap yoğurt mahmarası, taylık adı verilen hasır sepetler, külünçe baskısı, sürahiler, huni, süzek, kahve gümgümü, bakır testler, siniler gibi pek çok mutfak araç gereci sergilenmektedir. Ayrıca mutfak araç gereci dışında anahtar, kapı kilidi, tokmaklar, kuyu çıkırığı, çamaşır tokacı, löküslar, zülfe adı verilen büyük testere gibi aletlerde sergilenmektedir. Araç gereçlerde bağışlayan kişinin adı da bulunmaktadır.

Kiler odasında kışlık tatlar ve kurutulmuş tatlar olmak üzere iki adet bilgi panosu yer almaktadır. Mercimek, fasulye, nohut gibi bakliyatların saklanmasında kullanılan tahıl ambar deposu da bu bölümde sergilenmektedir. Yağ küpü, sirke küpü, peynir küpü, pekmez küpü gibi küpler yer almakta olup, küplerin tamamı oyuk içerisine oturtularak sabitlenmiştir. Kilerde harman gemi (düven) bulunmakta olup ne işe yaradığı ile ilgili bilgi yer almamaktadır. Kışlık kurutmalıkların hazırlandığı kurutmalık hasırlar da bu bölümde sergilenmektedir.

Tandır olarak tabir edilen mutfak bölümünün geniş bir kısmında mutfak kültürü mankenlerle tasvir edilmektedir. Et taşında et dövme işlemi, karadağ değirmeninde buğday öğütme işlemi, hamur yoğurma ve yufka yapma işlemleri mankenler aracılığıyla canlandırılmıştır. Bu alanda coğrafi işaret tescil belgesinin bir kopyası çerçevelenerek duvara asılmıştır. Ayrıca duvarda yer alan nişlerde mutfak araç gereçleri sergilenmektedir. Gaz ocağı, küllerin biriktirildiği küllük alanı, ayran yayığı, kuyu, sıra curunu, elekler, bakır sürahi ve tepsiler, bakır tabaklar ve diğer mutfak araç gereçleri de bu alanda sergilenmektedir. Tandır bölümünde yöresel yemek kurslarının düzenlendiği uygulama (hazırlık) mutfağı da bulunmaktadır.



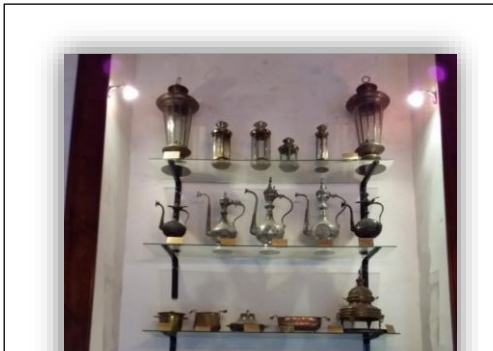
Resim 1: Hacibanlar Evi Dış Görünümü

3. 2. Şanlıurfa Hacibanlar Evi Müzesi Sergileme Şekilleri

Şanlıurfa Hacibanlar Evi müzesinde yapılan gözlem esnasında durağan sergileme tekniklerinin yoğun olarak kullanıldığı görülmüştür. Özellikle objelerin sergilenmesinde vitrinlerin kullanıldığı, Şanlıurfa Mutfak hakkında bilginin ise bilgi panoları ile sağlandığı belirlenmiştir. Şanlıurfa Mutfak kültürünün en önemli unsurları ise mankenler ile canlandırılarak sergilendiği görülmektedir. Dinamik sergileme tekniklerinin ise müzede kullanılmadığı belirlenmiştir.

3.2.1. Vitrinler

Durağan sergileme tekniklerinden olan vitrin içi sergileme tekniği kiler ve odalarda uygulandığı gözlemlenmiştir. Kiler olarak adlandırılan odalarda ağırlıklı olarak mutfak araç gereçlerinin vitrinde sergilendiği dikkati çekmektedir. Vitrinlerde sergilenen araç gereçlerin tanıtımını yapmak amacıyla isimlikler bulunmaktadır. Müzede sergilenen tüm objelerin isimliklerinde objenin Türkçe adı ve bağışlayan kişinin ismi yazılmıştır. Kilerde vitrinler sonradan oluşturulmasına rağmen odalar içerisinde yer alan oyuklar vitrin olarak kullanılmaktadır.



Resim 2-3: Urfa Mutfağında kullanılan malzemelerin vitrinde sergileme şekilleri

3.2.2. Bilgi Panoları

Şanlıurfa geleneksel mutfak kültürünü anlatmak için “Urfa Mutfağının özellikleri” adında bilgi panoları sergilenmektedir. Bilgi panoları ahşap olmakla birlikte üzerine renkli baskı Urfa mutfağının özelliklerini anlatan bilgi levhaları yerleştirilmiştir. Urfa mutfağına özgü çorbalar sebze yemekleri, köfteler, et yemekleri, dolmalar, pilavlar, hamur işleri, kebaplar, salatalar ve tatlıların tanıtımı yapılmaktadır.



Resim 4-5: Urfa Mutfağının Özelliklerini anlatan bilgi panoları

3.2.3. Mankenler

Urfa mutfak kültüründe önemli yere sahip olan yiyecek ve içeceklerin yapılışı ile mutfak kültürünün önemli unsurları, durağan sergileme tekniğinden biri olan mankenlerle canlandırılmaktadır. Et taşında et dövme işlemi, karadağ değirmeninde buğday öğütme işlemi, hamur yoğurma ve yufka yapma işlemleri mankenler aracılığıyla canlandırılmıştır. Kışlık hazırlıkların yapıldığı canlandırma da ev halkının dışında dışarıdan kadınların birlikte hazırlık yaptığı mankenler aracılığı ile canlandırılmıştır.



Resim 6-7: Kışlık Hazırlık ve Çiğ Köfte Canlandırması

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Şanlıurfa kültür ve gastronomi turizmi ile ön plana çıkan şehirlerden biri olup, kültürel değerlerin sunulmasında müzelerden yararlanmaktadır. Yaşayan mutfak kültürünün en güzel örneklerinden bir tanesini yansıtan Şanlıurfa Hacıbanlar Mutfak Müzesi ziyaretçilere şehrin mutfak kültürünü anlatmaktadır.

Şanlıurfa Hacıbanlar mutfak müzesinin sergilenme şekillerinin konu edinildiği bu çalışmanın sonucuna göre, söz konusu müzede çoğunlukla durağan sergileme tekniklerinin kullanıldığı belirlenmiştir. Özellikle vitrinler ile koleksiyonlar sergilenmekte, mankenler ve bilgi panoları ile desteklenmektedir. Müze de sadece mutfak kültürünü yansıtan unsurlara değil geçmiş zamanda yaşam kültürü hakkında da bilgi sahibi olunmaktadır. Konak içerisinde sayısal olarak odalar incelendiğinde üç adet kiler olması mutfak kültürünü yansıtan en önemli özelliklerindendir. Geçmiş zaman saklama koşulları dikkate alınarak konak içerisine hazırlanan kuyuda soğuk muhafaza edilmesi gereken ürünlerin saklandığı görülmüştür. Yaşam odasında yemek hazırlamak için bir araya gelen kadınların gösterilmesi birlik beraberliği yansıtmaktadır. Yine tandır bölümünde kışlık hazırlık için bir araya gelen kadınların her biri farklı farklı ürünler hazırlamaktadır.

Müze içerisinde gastronomi kültürünü yansıtan en önemli hususlardan bir tanesi de yemek eğitimlerinin verilmesidir. Modern anlamda oluşturulan mutfakta kursiyerlere eğitimler verilmektedir. Modern mutfak yerine tıpkı mankenler ile canlandırıldığı gibi eğitimlerin verilmesi ve ziyaretçilerin de eğitim içine alınması ile deneyimsel bir tanıtım yapılması mutfak kültürünü daha iyi yansıtmak hususunda faydalı bir eylem olacaktır. Hazırlanan bir yemek üzerinden birlik beraberlik kültürünün aktarılması sağlanmaktadır.

Bir müze hangi koleksiyonu/ürünü sergilerse sergilesin, asıl amaç ziyaretçileri etkilemek ve eğlenerek öğrenmelerini sağlamaktır. Bu amaca ulaşmak için müzelerin kurulum aşamasında sergileme teknikleri bilinçli seçilmeli, koleksiyonun ve müzenin özelliğine göre dinamik sergileme teknikleri de yer almalıdır. Ülkemizde her iki sergileme tekniğinin bir arada kullanılması ile ziyaretçilerin eğlenerek öğrenmeleri sağlanmış olacaktır.

Araştırma sonuçları doğrultusunda gastronomi temalı müzelerde çağdaş müzecilik anlayışı benimsenerek dinamik sergileme tekniklerinin kullanılması önerilmektedir. Böylece ziyaretçilerin ilgisini çekme, ziyaretçi sayısını artırma ve deneyim yaşanacak ortamlara dönüşme gibi amaçlara ulaşılmış olacaktır.

Çalışmada sadece Şanlıurfa Hacıbanlar Evi Mutfak müzesinin incelenmesi çalışmanın en önemli sınırlılığı olarak görülmektedir. İleride yapılacak benzer çalışmalar ile farklı müzelerin değerlendirilmesi ve sonuçların kıyaslanması önerilmektedir.

TEŞEKKÜR

Bu çalışma Afyon Kocatepe Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Komisyonunca kabul edilen 18.Kariyer.01 nolu proje kapsamında desteklenmiştir.

KAYNAKÇA

- Çetin, M., & Küçükkömürler, S. Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Müzeleri: Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi Örneği. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi, 22(1), 1-17.
- Gökçe, F., Sunar, H., & Türkoğlu, A. (2017). Doğal Çevrenin Korunmasında Bitki Müzelerinin Etkisi; Hatay Tıbbi ve Aromatik Bitkiler Müzesi Örneği. In International Congress On Cultural Heritage And Tourism.
- Gül, M. ve Gül, K. (2017). Özel Müzelerin Kültür Turizmi Potansiyeli Açısından Değerlendirilmesi: Balıkesir Örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(4): 52-65.
- ICOM, (2018a). *International Council of Museum*, <http://icomturkey.org/tr/icoma-g%C3%B6re-m%C3%BCzenin-tan%C4%B1m%C4%B1> (Erişim Tarihi: 17.10.2019).

- İstanbulu Dinçer ve Şahinoğlu (2015). Somut Olmayan Kültürel Miras Kavramında Mutfak Kültürünün İncelenmesi. *II. Ulusal Sürdürülebilir Turizm Kongresi*, Antalya.
- Mankan, E. (2017a). Destinasyon Pazarlamasında Çekici Bir Faktör Olarak Türkiye’deki Gastronomi Müzeleri Örneği. *Turkish Studies*, 14 (2): 641-654.
- Mankan, E. (2017b). Dünyadaki Gastronomi Müzeleri Üzerine Genel Bir Değerlendirme. *Turkish Studies*, 12 (1): 157-176.
- Yılmaz, H. ve Şenel ,P. (2014). Turistik Bir Çekicilik Olarak Gastronomi Müzeleri. *15. Ulusal Turizm Kongresi*. 499-510. Engelsiz turizm kongre kitabı. Ankara.
- Sandıkçı, M., Mutlu, A. S., & Mutlu, H. (2018). Mutfak Kültürünün Gastronomi Müzelerinde Sergilenme Şekilleri Emine Göğüş Mutfak Müzesi Örneği. *Presented At The International Gastronomy Tourism Studies Congress*, Kocaeli.
- Erbay, M. (2011). Müzelerde Sergileme ve Sunum Tekniklerinin Planlanması. Beta Yayıncılık (1st ed.). İstanbul
- Şener, O. ve Yüksel, E. (2016). Avrupa Müzeleri. Beta Yayınevi (1st Ed.). İstanbul.

**DOĞAL KAYNAKLARA DAYALI TURİZM: ORDU İLİ VE JUKKASJARVİ
ÖRNEKLERİ****Fatma Şengül**Profesyonel Turist Rehberi
fatmasengul06@gmail.com**Hanife Akyüz**Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği, Yüksek Lisans Öğrencisi
hanife.akyuz.84@gmail.com**Doç. Dr. Selda Uca**Kocaeli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
seldauca@gmail.com**Özet**

Turizm anlayışının değişmeye başladığı günümüzde kitle turizminin yerini alternatif turizm arayışları almıştır. Böylece hızla büyüyen şehirler ve yoğun iş hayatının baskısından kaçan ziyaretçilerin abartıdan uzak, doğa ile bütünleşme isteği ile gelişen doğaya dayalı turizm, alternatif bir turizm çeşidi olarak değer kazanmaktadır. Çalışmada iklim ve yaban hayatı gibi özellikleri değerlendirerek turizmde markalaşmış ve önemli bir değer haline gelmiş İsveç'in bir köyü olan Jukkasjarvi örneğinden yola çıkarak doğal kaynaklar bakımından zengin olan Ordu ilini'nin doğaya dayalı mevcut potansiyeline dikkat çekmek amaçlanmaktadır. Bu bağlamda çalışma, doğal çevreye bağlı kalınarak şehrin marka imajının oluşması açısından önem taşımaktadır. Kavramsal olarak hazırlanan çalışmada SWOT analizi uygulanarak ilin mevcut potansiyeli ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Yapılan araştırmalar ışığında doğal kaynaklara dayalı turizm içeren bu destinasyonun bitki örtüsünün, yaban hayatının ve diğer kaynaklarının sürdürülebilirlik ilkesine uygun bir şekilde kullanılarak konaklama işletmelerinin kurulması ve sürdürülmesi için tanıtım faaliyetlerine ağırlık verilmesi, yerel yönetimlerden destek alınması gerektiği ve yöresel mimariye uygun formatta işletmeleri yönetecek girişimcilere ihtiyaç duyulduğu sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Doğa'ya Dayalı Turizm, Marka Şehir, Ordu İli, Jukkasjarvi**TOURISM BASED ON NATURAL RESOURCES: ORDU PROVINCE AND JUKKASJARVİ
CASES****Abstract**

Nowadays, the understanding of tourism has started to change, mass tourism has been replaced by alternative tourism. Thus, the tourism based on natural resources which developing by the desire to integrate with nature, away from the exaggeration, for visitors escaping from the pressure of rapidly growing cities and busy business life gains value as an alternative type of tourism. In this study, it is aimed to draw attention to the nature-based potential of Ordu province, which is rich in natural resources, based on the example of Jukkasjarvi, a Swedish village which has become an important value in tourism by evaluating features such as climate and wildlife. In this context, the study is important for the formation of the brand image of the city by adhering to the natural environment. In the conceptually prepared study, the current potential of the province was tried to be revealed by applying SWOT analysis. In the light of the researches, it was concluded that promotion activities should be focused on in order to establish and maintain accommodation enterprises by using vegetation, wildlife and other resources of this destination in accordance with the sustainability principle, support from local administrations should be taken and is needed to the entrepreneurs to manage the enterprises in the format appropriate to the local architecture.

Keywords: Nature Tourism, Brand City, Ordu Province, Jukkasjarvi

1. GİRİŞ

Küreselleşmeye bağlı olarak dünyada her alanda hızla değişim ve gelişmeler yaşanmakta ve bu değişimler turizm alanında da etkisini göstermektedir. Günümüzde arz ve talepte meydana gelen değişikliklere bağlı olarak özellikle havayollarında ulaşım fiyatlarının düşmesi, internet kullanımının artması ve insanların farklı destinasyonları keşfetme isteği gibi etkenler turizm endüstrisinin yeniden şekillenmesine sebep olmuştur. Tüm bu gelişmeler turizm endüstrisini farklı turizm faaliyetleri gerektiren alternatif turizm türlerine yönlendirmiştir. Literatürde tanımlamalarında çeşitlilik olan alternatif turizm temel olarak, alışlagelmiş turizm anlayışının çevre ve sosyal yapı üzerinde oluşturduğu olumsuz etkileri en aza indirip, turistik ürün tüketicilerinin özel ilgi ve beklentilerini karşılayacak tüm turizm türleri olarak adlandırılmaktadır (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2009: 95). Alternatif turizm türleri arasında yer alan doğa turizmi ise günümüzde en çok ilgi gören turizm türü olarak hızla yükselmekte ve doğa turizmine ağırlık veren şehirler markalaşma stratejisi uygulamaktadır.

Şehir markalaşması insanların yaşam kalitesini arttırmak veya ekonomik kalkınmayı teşvik etmek amacıyla şehirlerin sahip oldukları anlam ve değerleri biçimlendirme aracıdır. Ekonomik olarak gelişmişlik düzeyi yüksek olan kentlerin bir ürün veya imajla markalaşması sahip olduğu doğal kaynaklar, biyolojik çeşitliliği, iklimatik özellikleri, sosyal ve kültürel farklılıklar ile olabildiği gibi sahip olduğu bir yapıdan dolayı da olabilmektedir. Turizmde markalaşabilmenin en önemli özelliği olan olumlu bir imajdan yoksun olan şehirler, turistler tarafından da ziyaret edilmemektedir. Bu yüzden şehir yöneticileri kent için nasıl iyi bir imaj kazandırabilecekleri boyutunda iyi çalışmalar yapmalıdırlar. Dubai örneğinden yola çıkacak olursak, tarihi ve kültürel bir geçmişi olmamasına rağmen uygulanan doğru stratejiler, kaynakların etkili kullanılması ve gerekli yatırımların yapılmasıyla markalaşarak turizmden ciddi gelir kazanan şehirlerdendir (İçellioğlu, 2014: 45). Ülkemizde iklim ve yeryüzü şekillerinin sağlamış olduğu olanaklarla birlikte zengin doğal ve kültürel varlıklara sahip olan Ordu ilinin doğal kaynaklarına dayalı turizm ekseninde ele aldığımız bu çalışmamız ile sürdürülebilirlik ilkesine dikkat çekmek amaçlanmaktadır.

2. DOĞAYA DAYALI TURİZM

Doğa turizmi, turizm faaliyetlerinin çevre üzerinde yarattığı olumsuz etkilere karşı alternatif olarak ortaya atılan, sürdürülebilir turizmin alt bölümünü oluşturan bir sürdürülebilirlik yaklaşımıdır. Literatürde doğaya dayalı turizm hakkında bir çok tanım bulunmakta olup; ekoturizm, doğaya dayalı turizm, yeşil turizm, gibi farklı isimler kullanılmaktadır. Doğayı ve doğaya ait olan bütün unsurları seven, doğayla yaşamaktan keyif alan ve tabiatın korunmasına yönelik hassasiyet gösteren, bununla birlikte bölgeye has kültürel çekiciliğini de yitirmemiş olduğu ve mevcut doğallığını koruyabilen destinasyonlara yönelik seyahatleri kapsayan turizm çeşididir (Luzar et.al., 1998: 48). Turizm ekonomisinin büyümekte olan bir sektörü olan doğaya dayalı turizm kapsamında değerlendirilen kaynaklar; nispeten bozulmamış peyzaj, kaynak suları, tabiatı ve yaban hayatı gibi unsurların tümünü içermektedir (Küçükaslan, 2006: 15).

Yapılan turizm çeşidinin doğaya dayalı turizm kapsamında genel özellikleri; (Agaliotou, 2015: 293).

- Doğaya dayalı turizm, doğal çevrede yapılan turizm türüdür.
- Doğaya dayalı turizm, doğal çevre, gelenek görenek, kültürel mirasın korunduğu turizm türüdür.
- Doğaya dayalı turizm, yerel halkın desteklenmesi ile doğrudan bağlantılıdır.

Bu tanımlamalar ışığında doğa temelli turizm anlayışının temel amacı, bir destinasyonun bitki örtüsünün, yaban hayatının ve diğer kaynakların turizm faaliyetleri için sürdürülebilirlik ilkesine de uygun bir şekilde kullanılması ve turizm faaliyetlerinin çevre üzerinde yol açtığı olumsuz etkilere karşı tedbir almak ve yerel halkın kalkınmasında etkili olmak olarak ortaya çıkmaktadır.

3. DOĞAL KAYNAKLARA DAYALI TURİZM KAPSAMINDA JUKKASJARVI VE ORDU İLİ ÖRNEĞİ

3.1. Jukkasjarvi

İsveç'in Kiruna Belediyesi'ne bağlı olan Jukkasjarvi en düşük nüfus yoğunluğunun olduğu bir bölge olup (km² başına yaklaşık bir kişi) İsveç'in en kuzeyinde yer alan bir köydür. Bölgenin iklimi, turizm

açısından değerlendirildiğinde zor olmakla birlikte cazip gelebilecek bir özelliğe sahip olduğu söylenebilir. Kitle turizminin yerini markalaşmış mekanlara, şehirlere bıraktığı günümüzde, oluşturulan imaj, tutundurma faaliyetleri ve etkili tanıtım ile markalaşan destinasyonların önemi daha iyi anlaşılmaktadır. Ziyaretçilerin doğaya duyulan özlem ile ziyaret edecekleri destinasyonların doğayla uyum içinde olmasını tercih ettiği Jukkasjarvi , Ice Hotel fikrinden hareketle doğayı tahrip etmeyip, ham maddesi kar olan otellerin İskandinav ülkelerinin dışında da farklı ülkelerde yapılmasına öncülük edip, bölgeye her yıl 50-60 bin kişinin gelmesinde etkili olmuştur. 1990 yılında yapılan ilk buz otel örnek teşkil etmiş ve böylece bölgeye turist çekerek durağan olan turizmi canlandırarak hem yeni yatırımcıları çekmiş hem de ülke ekonomisine katkı sağlamıştır. Bu kapsamda Jukkasjarvi dezavantaj gibi görünen iklim ve yaban hayatı özelliklerini de değerlendirerek turizmde markalaşmış ve önemli bir değer haline gelmiştir (Hannelene Schilar ve E. Carina H. Keskitalo, 2018: 546).

Buz Oteller, Ekim ve Mayıs aylarında misafirlerini ağırlamakta olup otellerin tüm malzemeler (yatak, masa, bardak vb.) buzdan yapılmaktadır. Buz Oteller; İskandinav ülkeleri başta olmak üzere Romanya ve Hollanda gibi farklı ülkelerde de faaliyet göstermektedir. Oteller de müşterilerin isteklerini karşılamak adına ayrıntılar düşünülmüştür. Örneğin buzdan yapılmış bar, kilise, sinema salonu gibi alanlar inşa edilmiştir (Gök, 2010: 161).

Buz Oteller öncesinde, İsveç'te turizm aktivitesi olarak yaz aylarında Thorne Nehri'nde yüzmeye, rafting, doğal yaşam v.b. etkinlikleri düzenlenir, kış ayları soğuk ve karanlık geçtiği için turizm adına yapılacak pek bir faaliyet bulunmazdı (www.kronikgezgin). Girişimcilik açısından bölgenin dezavantaj gibi görünen iklim özellikleri ekoturizm kapsamında bir turistik çekicilik unsuru haline gelmiştir ve buz otel fikri ile Ice Hotel, faaliyete geçtikten sonra pek çok Dünya Seyahat Ödülleri almıştır (www.icehotel.com). Sıcaklığın -30 dereceleri bulunduğu bölgede farklı deneyimleri de yaşama fırsatı sunmaktadır. Örneğin; gece yarısı güneşi, muhteşem buzulları ve dağları görebilmek, Abisko Ulusal Parkı'nda yaban hayatını yakından görebilmek, Sami insanlarını ve kültürlerini tanıyanılmak, Kuzey İsveç ve Norveç'in farklı doğasında seyahat etmek ya da Andenes'te balina turlarına katılmak yapılabilecek en güzel aktivitelerdir (Hannelene Schilar ve E. Carina H. Keskitalo, 2018: 546).

Jukkasjarvi'nin temel turizm değerlerini; buz oteller, Thorne Vadisi, Thorne Nehri, yaban hayatı, kuzey ışıkları, buzullar, Abisko Ulusal Parkı, Sami ırkı, Anedenes'te balina safari, Ren geyikleri, gece yarısı güneşi olarak sıralandırmak mümkündür. Bölgenin doğal kaynaklara dayalı turizm çeşitleri ise; buz otel deneyimi, kış turizmi, doğa yürüyüşleri, kayak sporları, buz balıkçılığı (pimpelfiske) olarak bilinmektedir.

3.2. Ordu İli

Tarihi M.Ö. VII. yüzyıla dayanan Ordu ili Kimmerler, Persler, Makedonyalı İskender ve komutanları, Pontuslar, Romalılar, Bizanslılar, Selçuklular ve Osmanlılar gibi farklı medeniyetlere ev sahipliği yapmıştır (ordu.ktb.gov.; Karadeniz ve Sarı, 2018:743). Çevredeki tek doğal liman olması sebebiyle bilinen ilk yerleşim merkezi Bozukkale (Kotyora) olarak seçilmiştir (Bulut, 2015: 466). Doğusunda Giresun, batısında Samsun, güneyinde ise Sivas ve Tokat illeriyle çevrili olup, ilin toplam yüzölçümü 5961 km² dir (ordu.ktb.gov; Bulut, 2015:466). Şehrin ekonomisi; yaylacılık, deniz, fındık, balcılık gibi faaliyetlere dayanmaktadır (Karadeniz ve Sarı, 2018:741-743). Dağların kıyıya paralel uzanmasıyla denizel etki görülmekte olup, yörede kışları ılık ve serin, yazları ise nemli geçmektedir. Yılın her ayı yağış alan ilin engebeli olan arazisi, iç kesimlerde ulaşım açısından engel teşkil etmektedir. Bitki örtüsü ise ladin, çam (karaçam), kayın, kızılğaç, kestane, gürgendir. Tarım arazisi olarak genellikle fındık bitkisi yoğunluktadır (ordu.ktb.gov.).

Orta Karadeniz bölümünde yer alan Ordu ili bulunmuş olduğu bölge gereği yeşilin ve mavinin farklı tonlarının bir arada bulunduğu ve çekici doğal güzellikleri de barındıran bir ildir. Bölgenin dağlar ve ormanlarla kaplı olması, zengin florası, akarsu ve yaylaları ve diğer mevcut kaynaklarla, yöreyi ziyaret eden turist sayısındaki artış Ordu ilinin zengin turizm potansiyelini ortaya koymaktadır. Tablo 1'e göre 2018 yılı itibariyle yerli ziyaretçi sayısı bir önceki yıla göre % 16 artmışken yabancı ziyaretçi sayısı ise % 65 artmış, genel ortalama yıllık %20 artış olduğu görülmektedir.

Tablo 1: 2013- 2018 Ordu İli Ziyaretçi Sayıları

YILLAR	Yerli	Yabancı	Toplam
2013	280.281	14.039	294.240
2014	329.282	14.273	343.555
2015	453.170	29.693	482.863
2016	552.420	50.046	602.466
2017	637.025	67.664	704.689
2018	737.694	110.692	848.386
Genel Toplam			3.276.199

Kaynak: Ordu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü

Ordu ilini doğal kaynaklara dayalı turizmde önemli kılan değerleri (Koday ve Kızılkıran, 2018: 96; Karadeniz ve Sarı, 2018: 743-750);

- *İklim Özellikleri*
- *Yeryüzü Şekilleri*
- *Kıyılar ve Plajlar*
- *Yaylalar*
- *Seyirlik Alanlar*
- *Mağaralar ve Göller*
- *Akarsu ve Göller*
- *Yer altı Suları*
- *Plajlar*
- *Biyolojik Çeşitlilik*

Yaylalar: Turizm açısından önem arz eden pek çok yaylaya sahiptir. Bu yaylalar; Çambaşı yaylası, Düzoba yaylası, Toygar-Kabaktepe yaylası, Arğan yaylası, Keyfalan yaylası, Perşembe yaylası, Topçam Yaylası'dır.

Mağaralar ve Göller: Göl bakımından zengin olan ilde Ulugöl, Caga Gölü, Gököl, Keyfalan Gölü, Yeşilcit Göleti, Çambaşı Göleti, Perşembe Yaylası Göleti bulunmaktadır.

Akarsu ve Şelaleler: Koçalan Şelalesi, Karaoluk Şelalesi, Çiseli Şelalesi, Ohtamış Şelalesi, Yenioba Çağlayanı, Melet Irmağı, Bolaman Çayı, Akçay Deresi, Turnasuyu Deresi, Elekçi Irmağı, Ceviz Dere, Şahsene Deresi.

Yer altı Suları: Çermik Suyu, Essemen Suyu, Tekkiraz Suyu, Gökçebel Suyu, Nazif Bey Suyu, Gölköy Maden suyu, Bolaman Kaplıcası, Fatsa Ilıcası, Musulu Maden suyu, Yayı Köyü Maden suyu, Sarmaşık Kaplıcası.

Plajlar: İlde bulunan 32 plajdan 4 tanesi mavi bayrak almıştır. Cumhuriyet Mahallesi Halk Plajı, Ordu Kumbaşı Kumsal Plajı, Ünye Kırkevrler Plajı ile Fatsa Bolaman Belediyesi Plajlarıdır

Biyolojik Çeşitlilik: İlde 34 tanesi endemik 836 bitki çeşitliliği bulunmakta ve 18 familyaya ait 45 tür yaşamaktadır.

Tabiat Varlıkları: Ulugöl Tabiat Parkı, Çınarsuyu Tabiat Parkı, Eminem Pınarı, Korgan Yaylaları ve İteniçi Mesire Yeri, Gelin Kayası Mesire Yeri, Sayacabaşı Mesire Yeri, Asarkaya Kent Ormanı, Yoroz Kent Ormanı.

Yukarıda listelenen kaynaklardan en ön çok ön planda olan *Perşembe Yaylası*'dır. Burayı özel kılan ise eşsiz menderesleridir. Dünya miras listesine aday olarak başvurulmuş olup 1991 yılında Turizm Merkezi ilan edilmiştir. Yılın belli aylarında etkinlik ve festivaller düzenlenip yamaç paraşütü, foto safari gibi faaliyetler için oldukça elverişlidir. Ayrıca Perşembe ilçesi, küreselleşmenin yarattığı etkilerden uzak, yerel kimliğini ve özelliklerini yitirmeden var olmak isteyen kasabaların ve kentlerin

oluşturduğu Cittaslow (Sakin Şehir) birliğinin bir üyesidir (Karadeniz, 2014:87). Güzelliğiyle dikkat çeken *Yason Burnu*, 1. derece arkeolojik ve SİT alanıdır. Altınpost (Arganot) efsanesinin de geçtiği yer olan yarımada da ayrıca bir de kilise bulunmaktadır, bu özelliğiyle doğa fotoğrafçıları için oldukça ideal bir yerdir (Karadeniz, 2014: 96).

Ordu ili doğal kaynaklara dayalı turizm çeşitleri açısından değerlendirildiğinde, bölge kuş gözlemciliği, yamaç paraşütü, botanik geziler, yayla turizmi, su sporları, festival turizmi, kış turizmi, oryantiring, kamp-karavan turizmi, bisiklet turları gibi özel ilgi turların yapılması için oldukça elverişlidir.

4. MATERYAL VE METOD

Doğal kaynaklara dayalı turizm kapsamında Ordu ilinin mevcut potansiyelinin değerlendirilmesi amacıyla ele alınan bu çalışmada, konu kapsamında literatür taraması yapılmış olup, elde edilen sonuçlar neticesinde ilin doğa turizmine yönelik avantaj ve dezavantaj unsurlarını ortaya koymak amacıyla SWOT analizi yapılmıştır. Ulaşılan bulgular neticesinde ilde doğaya dayalı turizmin geliştirilmesi için öneriler getirilmiştir.

5. BULGULAR (SWOT ANALİZİ)

Güçlü Yönler

- İlin tarihsel ve kültürel açıdan zengin birikime sahip olması
- İldeki potansiyel doğa turizmi alanlarının zenginliği, önemli biyoçeşitlilik, zengin flora ve faunanın doğa sevenler açısından çekicilik unsuru oluşturması
- Doğa turizmi faaliyetlerine olanak sağlayan topografik yapıya sahip olması
- Perşembe ilçesinin Cittaslow kenti olması
- Ordu ilinin bozulmamış bir çevreye ve doğaya sahip olması ve bu kaynakların yayla, kıyı, sağlık, ve doğaya dayalı farklı turizm türlerine hitap etmesi
- Yöre insanının genellikle misafirperver ve sıcakkanlı olması
- Kıyıları, yaylaları, seyirlik alanları, gölleri, akarsuları ve diğer doğal kaynakları ile ekoturizm ve kırsal turizme uygun aktivitelerin yapılabileceği alanların bulunması
- İkliminin elverişli olması, turizme katılan misafirlerin yaptıkları aktiviteden her hangi bir rahatsızlık duymamasını sağlaması
- İlde bulunan ve devlet tarafından korunmaya alınan ağaç evlerin turistik çekicilik unsuru oluşturması
- Ulaşılabilirlik açısından gelişmiş olması, istenilen destinasyona rahatlıkla ulaşılmasını sağlaması
- İlde birçok destinasyonun sit alanı ilan edilmiş olması
- Su sporlarına uygun alanların olması

Zayıf Yönler

- Doğa turizmi faaliyetleri için alt yapı ve tesislerin eksikliği
- Doğa turizmine yönelik yetersiz tanıtım faaliyetleri
- Bölge kaynaklarının yeterince tanıtılamaması sonucu yöreye talebin yetersiz kalması
- İlde bulunan ve devlet koruması altında olan tarihi ağaç evlerde restorasyon eksiklikleri ve bu evlerin bölgenin otantikliğini yansıtan konaklama işletmeleri veya müzelere dönüştürülmesi
- Halkın turizm konusunda yeterince bilinçlendirilememesi
- Yöresel festival ve şenliklerde kullanılan yaylaların kontrolsüz çevre bozulmalarına maruz kalması
- Doğa turizmi faaliyetlerinde bulunan kuruluş ve şirket sayısının yetersiz olması
- Seyahat acentalarının bölgede özel ilgi turizmine yönelik turlar düzenlenmemesi

Fırsatlar

- Doğa turizm faaliyetlerinin artması ve gelişmesi için yerel yönetimlerin ilgi göstermesi
- Doğa turizm faaliyetlerine olanak sağlayacak yaylaların sayısının fazla olması

- Yılın on iki ayında da turizmin yapılabilir olması farklı turizm türleri için çekicilik unsuru oluşturması
- Barındırdığı kaynaklar bakımından değerlendirildiğinde festival ve etkinlik turizmi kapsamında önemli bir değer olması
- Kalabalıklaşan ve betonlaşan şehirlerden kaçıp, sakinliği tatmak isteyen ziyaretçiler için doğa ile iç içe yaşayacakları çekiciliklerin sayısının fazla olması
- Son yıllarda bölgeye artan talep
- Yeraltı su kaynaklarının bazı hastalıklara iyi gelmesi termal turizm kapsamında önemli bir potansiyel arz etmesi
- Kuş gözlemciliği, yamaç paraşütü, botanik geziler, su sporları, festival turizmi, kış turizmi, oryantiring, kamp-karavan turizmi, bisiklet turları v.b. alternatif turizm çeşitleri için elverişli alanların bulunması
- İlde mevcut plajların doğal yapısını koruyor olması

Tehditler

- Yer şekilleri sebebiyle bölgenin dağlık ve engebeli oluşu ziyaretçilerin yolculukları ve seyahatleri sırasında zorluk çıkartması
- İklimi gereği sürekli yağış aldığı için bölgede son yıllarda sel ve toprak kayması gibi doğal afet durumunda ziyaretçi açısından tedirginlik yaratması
- Bölgeyi iyi bilen turist rehberleri eşliğinde turların düzenlenmesinin sağlanamaması
- İlde bulunan tarihi ağaç evlerin restore edilmemesi sebebiyle tehlike olması
- Yerel halkın turizm konusunda bilinçlendirilmemesi ve doğaya karşı gerekli hassasiyeti gösterememesi

6. SONUÇ

Ordu ili sahip olduğu doğal güzellikleri, flora ve faunası, kıyıları, koy ve kumsalları, yeşilin farklı tonlarını barındıran dağları, yaylaları ile alternatif bir turizm çeşidi olan doğa turizmi açısından geleceği en parlak şehirler arasında yer almaktadır. Zengin tabiatı ile ziyaretçiler açısından dikkat çekici bir unsur olmakla birlikte yayla turizmi, kıyı turizmi, trekking, dağcılık, oryantiring, yamaç paraşütü v.b. çeşitli etkinliklere olanak sağlayacak alanlara sahiptir.

Doğa turizminde özellikle buz oteller konusunda markalaşmış Jukkasjarvi örneğinden yola çıkarak yapılan çalışmada doğal kaynaklar konusunda Ordu ilinin de mevcut potansiyelinin oldukça fazla olması sebebiyle, doğru strateji ve pazarlama unsurlarının da etkin bir şekilde kullanılması sonucu tıpkı Jukkasjarvi gibi turizmde bir marka değer haline gelmesi söz konusudur. Bu doğrultuda Ordu ili doğa turizmi faaliyetlerinde güçlü yönlerin korunup, geliştirilmesi ve zayıf yönler ve tehditlerin önlenmesi; geleceğe yönelik doğal kaynak değerlerinin sürdürülebilirlik temel ilkesi çerçevesinde doğa turizminin geliştirilmesine yönelik uygulamalara ağırlık verilmesi kentin turizm pazarındaki payını arttıracaktır.

İlin doğal kaynaklara dayalı marka bir şehir haline gelebilmesi için şu öneriler sunulabilir:

- Yerel yönetimler, üniversiteler ve ilgili kuruluşlar ortak hareket ederek doğa turizmini geliştirecek ve tanıtımını yapacak projeler geliştirilmelidir.
- Yayla evlerinin konaklamaya uygun olanları turizme kazandırılmalıdır.
- Endemik türlerin bulunması bakımından Çambaşı Yaylası, Perşembe Yaylası gibi yaylalarda poniyonculuk uygulamaları geliştirilmelidir.
- Konsept veya dizayn edilmiş ahşap evleri konaklama işletmesi haline getirecek girişimcilere teşvik verilmelidir.
- Doğa Turizmi konusunda yöre halkının duyarlı hale gelebilmesi için yazılı ve görsel mecralarda bilgilendirme yapılarak bir farkındalık oluşturulmaya çalışılmalıdır.
- Akarsuların kullanımında ekolojik sürdürülebilirlik ilkesine bağlı olarak balıklandırma çalışmaları yapıp, bölgede sportif balıkçılık teşvik edilmelidir.
- Yöre halkı doğal kaynakların kullanımı ve gelecek nesillere aktarılması hususunda bilinçlendirilmelidir.

- Bisiklet turları ve oryantiring aktiviteleri için her yıl geleneksel hale gelecek festivaller ve yarışmalar düzenlenerek, yerel yönetimler tarafından gerekli tanıtımlar yapılmalıdır.
- Bölgenin flora ve fauna zenginliğinin korunması sağlanmalıdır.
- Girişimcilere teşvikler verilip, desteklenmelidir.

KAYNAKÇA

- AGALIOU, C. (2015). Reutilization of Industrial Buildings and Sites in Greece Can Act as a Lever for the Development of Special Interest/Alternative Tourism, *Procedia - Social And Behavioral Sciences*, 175, 291-298.
- AKOĞLAN, KOZAK, M., BAHÇE, S. (2009). *Özel İlgi Turizmi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- BULUT, S. (2015). Ordu ili ve Yöresi Bibliyografya Denemesi, *The Journal Of Academic Social Science Studies*, 41, s. 465-504.
- KESKİTALO, KESTİTAL SCHILAR, H., O, H.C., (2018). Tourism Activity as an Expression of Place Attachment-place Perceptions Among Tourism Actors in the Jukkasjärvi Area of Northern Sweden, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, Vol 18, 51, 552-559.
- GÖK, C., (2010), "Turizm İşletmelerinde İnovasyon: Türk Turizminde İnovatif Yaklaşımlar Ve Model Önerisi", *Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi*, Dumlupınar Üniversitesi: SBE, Kütahya.
- İÇELLİOĞLU, C. (2014). Kent Turizmi ve Marka Kentler: Turizm Potansiyeli Açısından İstanbul'un Swot Analizi. *İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1, 37-55.
- KARADENİZ, B. C. (2018). Sürdürülebilir Turizm Bağlamında Sakin Şehir Perşembe. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7 (29), s. 84-107.
- KARADENİZ, B. C., SARI, S. (2018). Ordu İlinin Doğal Kaynaklara Dayalı Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(61), 741-759.
- KODAY, S., KIZILHAN, S. (2018), Ünye İlçe Merkezinin Doğal ve Kültürel Turizm Değerleri. *Uluslararası Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Sempozyumu*, (ed.) Süleyman Uyar, Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, 94-108.
- KÜÇÜKASLAN, N. (2006). Özel İlgi Turizminde Niş Pazarlamanın Yeri, Paradoks, *Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi*, (e-dergi), <http://www.paradoks.org> , Yıl:2 Sayı:2
- LUZAR E. J., Diagne, A., ECGAN, C., HENNING, B. R. (1998), Profiling the Nature-Based Tourist: A Multinomial Logit Approach, *Journal of Travel Research*, 37 (1), 48-55.
- ORAMS, M. B. (1995). Using Interpretation to Manage Nature-based Tourism, *Journal of Sustainable Tourism*, 4 (2), 81-94.
- <http://www.icehotel.com.tr/10.10.2019>
- <http://www.kronikgezgin.com/buzun-sanata-donustugu-yer-ice-hotel/05.10.2019>
- <http://ordu.ktb.gov.tr/01.11.2019>

MOBİL REKLAMLARA YÖNELİK TUTUMLAR TÜKETİCİLERİN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİNE GÖRE FARKLILAŞMAKTA MIDIR?

Doç. Dr. Fatih KOÇ

Kocaeli Üniversitesi, Kandıra Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Uluslararası İşletmecilik ve Ticaret
Bölümü
fatihkoc2004@gmail.com

Özet

İletişim teknolojilerinin gelişmesi ile birlikte, reklamların gösterildiği mecralar da değişim göstermeye başlamıştır. Bu mecralardan bir tanesi de mobil araçlardır. Mobil araçların kullanılması ile birlikte, tüketiciler sürekli ulaşılabilir hale gelmiştir. Bu durum, tüketicilerin sürekli olarak reklamlara maruz kalması ile sonuçlanmıştır. Bunun sonucunda, tüketicilerin mobil reklamlara yönelik tutumu değişiklik göstermeye başlamıştır. Bu çalışmada tüketicilerin mobil reklamlara yönelik tutumu, Mobil Reklamlara Yönelik Tutum (MRYT) ölçeği ile ölçülmüştür. Bunun yanı sıra, mobil reklamlara yönelik tutumunun tüketicilerin demografik özelliklerine göre değişip değişmediği incelenmiştir. Araştırmanın amaçlarına ulaşmak için, Balıkesir ilinin Burhaniye, Edremit ve Havran ilçelerinde yaşayan 198 kişi ile yüz yüze anket çalışması yapılmıştır. Örneklem yöntemi olarak, kolayda örneklem tercih edilmiştir. Elde edilen veriler, t testi ve varyans analizi kullanılarak analiz edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda, tüketicilerin mobil reklamlara yönelik daha çok olumsuz tutum sergilediği görülmüştür. Yapılan farklılık analizleri ile, mobil reklamlara yönelik tutumun cinsiyete ve yaşa göre farklılık göstermediği belirlenmiştir. Bunun yanı sıra, tutum tüketicilerin eğitim durumu ve gelirine göre farklılık göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Mobil Reklamlar, Tüketici Tutumları, Demografik Özellikler

DO ATTITUDES TOWARD THE MOBILE ADS DIFFERENT ACCORDING TO THE CONSUMERS' DEMOGRAPHIC CHARACTERISTICS

Abstract

Associated with improvement of communication technologies, the channels where advertisements are displayed have changed. One of these channels is mobile vehicles. Due to the use of mobile devices, consumers have become available at all times. Therewithal, it has been resulted that consumers exposure constantly to advertisements. As a result of this, consumers' attitudes towards mobile ads began to change. In this study, consumers' attitudes towards mobile ads were measured with the Attitude towards Mobile Ads (ATMA) scale. Besides, whether the attitude towards mobile ads changes according to the consumers' demographic characteristics was examined. In order to achieve the objectives of the study, the survey was conducted by face-to-face with 198 people living in Burhaniye, Edremit and Havran districts of Balıkesir province. Convenience sampling was preferred as sampling method. The data were analyzed using t test and variance analysis. As a result of the analysis, consumers showed more negative attitudes towards mobile ads. As a result of the differences analysis, it was determined that the attitude towards mobile ads did not differ according to gender and age. In addition, the attitude towards mobile ads differs according to the education level, income and profession of the consumers.

Keywords: Mobile Ads, Consumer Attitudes, Demographic Factors

1. GİRİŞ

İletişim teknolojilerinin gelişimi, bireylerin her an ulaşılabilir olması sonucunu doğurmuştur. Buna paralel olarak, özellikle cep telefonların farklı özellikleri sahip olması ile birlikte, bireyler yapmış oldukları bir çok faaliyeti dijital ortama taşımıştır. Bununla birlikte işletmeler de tüketicinin olduğu mecralarda faaliyette bulunma anlayışı ile hareket ederek, bir çok operasyonunu dijital ortamda gerçekleştirmeye başlamıştır.

Günümüzde, dünyada reklam yatırımlarının en fazla yapıldığı alan olan dijital reklamların (<http://rd.org.tr>) tüketici tarafından nasıl algılandığı, incelenmesi gereken bir noktadır. 2017 yılından itibaren Türkiye’de de yaklaşık %30’luk bir paya sahip olmaya başlayan dijital reklamlara yönelik olumlu ve olumsuz bakış, dijital reklamın gelecekte nerede olacağını belirleyen temel noktadır. İşletmelerin tüketicilere ulaşma araçlarından biri olan reklam, değişen anlayışla birlikte, farklı mecralarda yapılmaya başlanmıştır. Bunun bir örneği olan mobil reklamcılık, mobil araçlarla yapılan reklam faaliyetlerini ifade etmektedir. Mobil reklamların yayılması ve aşırı kullanımı, tüketicilerin bu uygulamalardan rahatsız olması sonucunu doğurmuştur. Bunun yanı sıra, mobil reklamlar tüketiciye ulaşma noktasında, işletmelere büyük avantajlar sağlamaktadır. Bu çalışmada, mobil reklamlara yönelik tüketici tutumu ele alınmıştır. Bunun yanında, mobil reklamlara yönelik tutumun tüketicilerin demografik özelliklerine göre değişip değişmediği incelenmiştir.

2. LİTERATÜR İNCELEMESİ

2.1. Mobil Reklama Yönelik Tutum

Reklam yönelik tutum, belirli bir reklama maruz kalındığında reklama karşı olumlu ya da olumsuz tarzda tepki verme eğilimi olarak tanımlanmaktadır (Karaca ve Tekin, 2012). Mobil reklam, işletmelerin müşteriler ile en hızlı biçimde, en düşük maliyetle ve kişiselleştirilmiş mesajlarla iletişim kurması için mobil iletişim araçlarını kullanmasıdır (Özgüven, 2013). Mobil reklâmcılığın giderek yüksek bir potansiyele sahip olmasının nedenleri, tüketicilerle işletmeler arasında hızlı, kolay, ucuz ve etkili bir etkileşim sağlaması olarak sıralanabilir. Genellikle yer ve zaman ayırımı olmadan, çok kişisel mesajlar, istenen tüketicilere iletilebilmektedir. Böylece tüketiciler de ilgilendikleri bilgileri kolayca elde etmektedirler (Usta, 2009)

Mobil telefonların, pazarlama faaliyetleri için önemli olmasının nedenleri; (1) müşterilerin mobil telefonlarını her zaman, her yerde yanında taşıması, (2) her zaman iletişime açık olması, (3) müşterilerle bire bir iletişim kurulmasının daha fazla ilgi çekmesi, (4) müşterilerin gönderilen mesajları kaydederek daha sonra yanıtlayabilmeleri, (5) müşteriler ile bire bir sesli ve görüntülü iletişim kurma imkanı vermesi ve (6) müşteriler için uygunluk ve pazarlama yöneticileri için etkinlik sağlaması olarak da sıralanabilir (Yuan ve Cheng, 2004’den aktaran Barutçu ve Göl, 2009). İşletmeler ve tüketiciler (bilgi edinme vb.) için oldukça fazla fayda üreten mobil reklamların, son zamanlarda olumsuz etkilerinin de olduğuna inanılmaktadır. Tüketicilerin sürekli olarak mobil araçlarla ulaşılabilir olması ve rahatsız edici düzeyde sıklıkla mesaj gönderilmesi, tüketicilerin mobil reklamları olumsuz algılamasına neden olmaktadır (Gürdin, 2017).

Bireylerin mobil reklama yönelik tutumlarını etkileyebilecek bir çok faktör vardır. Bireylerin demografik özellikleri, onların tutumlarını belirleyen temel faktörlerdendir. Bu bilgiden hareketle aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir.

H1a: Cinsiyete göre reklama yönelik olumlu tutum farklılık gösterir.

H1b: Cinsiyete göre reklama yönelik olumsuz tutum farklılık gösterir.

H2a: Yaşa göre reklama yönelik olumlu tutum farklılık gösterir.

H2b: Yaşa göre reklama yönelik olumsuz tutum farklılık gösterir.

H3a: Eğitim durumuna göre reklama yönelik olumlu tutum farklılık gösterir.

H3b: Eğitim durumuna göre reklama yönelik olumsuz tutum farklılık gösterir.

H4a: Gelire göre reklama yönelik olumlu tutum farklılık gösterir.

H4b: Gelire göre reklama yönelik olumsuz tutum farklılık gösterir

3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırma Balıkesir ili Burhaniye, Edremit ve Havran ilçelerinde gerçekleştirilmiştir. Toplam 198 kişi ile yüz yüze anket yöntemi kullanılarak görüşülmüştür. Örneklem seçme yöntemi olarak kolayda örnekleme kullanılmıştır. Anket formu, demografik değişkenler ve Reklama Yönelik Tutum Ölçeklerinden oluşmaktadır. Mobil mesajlara yönelik tutumun ölçülmesinde kullanılan ölçek, Barutçu ve Göl’ün (2009) çalışmasından alınmıştır. Ölçek 5’likert tipi olarak hazırlanmıştır. Bu çalışmada, ölçeğin Türkiye için geçerlilik ve güvenilirliği test edilmiştir. Araştırmanın hipotezlerini test etmek için farklılık analizleri (t testi ve varyans analizi) kullanılmıştır. Analizler SPSS paket programı kullanılarak yapılmıştır.

4. BULGULAR

4.1. Demografik Özellikler

Araştırmaya katılanların yaş ortalaması 36,71'dir. Katılımcıların aylık gelir ortalamaları 2108,17 TL olarak belirlenmiştir. Araştırmaya katılanların %37,4'ü kadın ve %62,6'sı erkektir. Katılımcıların eğitim durumu incelendiğinde %40,4'ü lise, %28,3'ü üniversite, %22,7'si ilköğretim ve %8,6'sı lisansüstü eğitim düzeyine sahiptir.

4.2. Geçerlilik ve Güvenirlilik

Araştırmada kullanılan ölçeklerin geçerliliği için açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Ölçeklerin içsel tutarlılığı (güvenirlilik) için alfa katsayısı hesaplanmıştır. Analiz sonuçları aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Tablo 1. Geçerlilik ve Güvenirlilik

Mobil Mesajlara Yönelik Tutum Ölçeği (MMYT)	Faktörler		Özdeğer	Açıklanan Varyans	Cronbach Alfa
	Olumlu	Olumsuz			
MMYT 2	,865		6,932	57,768	0,933
MMYT 5	,843				
MMYT 4	,815				
MMYT 7	,797				
MMYT 6	,792				
MMYT 1	,787				
MMYT 3	,634				
MMYT 10		,809	1,533	12,775	0,879
MMYT 9		,795			
MMYT 13		,761			
MMYT 11		,757			
MMYT 12		,741			

Çıkarım Metodu: Principal Component Analysis.

Döndürme Metosu: Varimax with Kaiser Normalization.

Açıklayıcı Toplam Varyans= 70,543

Faktör analizinde öncelikli olarak, elde edilen veriye faktör analizinin uygulanıp uygulanamayacağı incelenmiştir. Bunun için, KMO ve Barlett değerleri incelenmiştir. KMO değeri 0,914 ve Barlett anlamlılık düzeyi 0,001 olarak bulunmuş ve veriye faktör analizinin yapılacağına karar verilmiştir. Yapılan faktör analiz sonucunda, özdeğer 1'in üstü alınarak, reklama yönelik tutumun iki alt boyuttan oluştuğu tespit edilmiştir. İki faktörlü yapının açıkladığı alan %70,543 olarak belirlenmiştir. Ölçekteki tüm faktör yükleri 0,60'ın üstündedir. Bu sonuçlara göre, ölçeğin faktör yapısı ortaya çıkarılmış ve geçerlilik şartları sağlanmıştır (Hair, Black, Babin ve Anderson, 2010). Güvenirlilik analizi sonucunda, her iki boyutunda alfa değerleri 0,80'in üstündedir. Bu sonuç, araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilir olduğunu göstermektedir (Hair, Black, Babin ve Anderson, 2010).

4.3. Hipotezlerin Testi

Araştırmanın hipotezlerinin test edilmesinde t testi ve varyans analizleri gibi farklılık analizleri kullanılmıştır. Analiz sonuçları aşağıda sunulmuştur.

Tablo 2. Cinsiyete Göre Farklılık

Değişkenler	Bağımsız Örneklem T Testi				
	Levene Varyansların Eşitliği Testi		T Testi		
	F	Anlam.	t	SD	Anlam.
OLUMLU	,765	,383	,918	196	,360
			,908	148,119	,365
OLUSUZ	,448	,504	-1,502	196	,135
			-1,465	141,967	,145

Tablo 2 incelendiğinde, katılımcıların cinsiyetine göre, olumlu ve olumsuz mobil reklama yönelik tutum açısından bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir.

Tablo 3. Yaşa Göre Farklılık

Değişkenler		ANOVA			
		Kareler Toplamı	SD	F	Anlam.
OLUMLU	Gruplar arası	11,456	5	1,688	,139
	Gruplar içi	260,655	192		
	Toplam	272,111	197		
OLUMSUZ	Gruplar arası	13,377	5	1,970	,085
	Gruplar içi	260,761	192		
	Toplam	274,138	197		

Bireylerin yaşlarına göre mobil reklama yönelik tutumun farklılık gösterip göstermediği varyans analizi ile test edilmiştir. Tablo 3 incelediğinde, hem olumlu hem de olumsuz tutumun yaşa göre farklılaşmadığı görülmektedir.

Tablo 4. Eğitim Durumuna Göre Farklılık

		ANOVA			
		Kareler Toplamı	SD	F	Anlam.
OLUMLU	Gruplar arası	23,672	3	6,162	,001
	Gruplar içi	248,439	194		
	Toplam	272,111	197		
OLUMSUZ	Gruplar arası	8,412	3	2,047	,109
	Gruplar içi	265,727	194		
	Toplam	274,138	197		

Tablo 4 incelediğinde, katılımcıların eğitim düzeyine göre anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. Farklılık sadece olumlu tutumda ortaya çıkmıştır. Farklılıkların hangi eğitim düzeyleri arasında olduğunu görmek için Post-Hoc testi yapılmıştır. Post-Hoc testi sonuçları aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Tablo 5. Scheffe Post-Hoc Testi

Scheffe Post-Hoc Testi			
Bağımlı Değişken	Eğitim Durumu (ortalama)	Eğitim Durumu	Anlam.
OLUMLU	İlköğretim (2,416)	Lise	,840
		Üniversite	,278
		Lisansüstü	,067
	Lise (2,609)	İlköğretim	,840
		Üniversite	,649
		Lisansüstü	,007
	Üniversite (2,862)	İlköğretim	,278
		Lise	,649
		Lisansüstü	,001
	Lisansüstü (1,546)	İlköğretim	,067
		Lise	,007
		Üniversite	,001

Yapılan analiz sonucunda, reklama yönelik olumlu tutumun lisansüstü düzey ile lise ve üniversite mezunlarına göre farklılık gösterdiği tablodan anlaşılmaktadır. Ortalamalar incelendiğinde, tüm eğitim düzeylerinde reklama yönelik olumlu tutumun ortalamasının altında olduğu görülmektedir. Özellikle, lisansüstü düzeyinde reklama yönelik olumlu tutum (1,546) oldukça düşük düzeydedir.

Tablo 6. Eğitim Durumuna Göre Farklılık

ANOVA					
		Kareler Toplamı	SD	F	Anlam.
OLUMLU TUTUM	Gruplar arası	13,597	3	3,300	,022
	Gruplar içi	218,376	159		
	Toplam	231,973	162		
OLUMSUZ TUTUM	Gruplar arası	8,779	3	2,132	,098
	Gruplar içi	218,259	159		
	Toplam	227,038	162		

Tablo 6’da bireylerin gelir durumu ile mobil reklama yönelik tutum karşılaştırılmıştır. Yapılan varyans analizi sonucunda, mobil reklama yönelik olumlu tutumun farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Hangi gelir grupları arasında farklılığın olduğunu görmek için Scheffe Post-Hoc Testi yapılmıştır. Analiz sonuçları aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Tablo 7. Scheffe Post-Hoc Testi

Bağımsız Değişken	Gelir (ortalama)	Gelir Grupları	Anlam.
OLUMLU TUTUM	1,00 (2,406)	2,00	,616
		3,00	,969
		4,00	,049
	2,00 (2,669)	1,00	,616
		3,00	,681
		4,00	,134
	3,00 (2,231)	1,00	,969
		2,00	,681
		4,00	,053
	4,00 (4,107)	1,00	,049
		2,00	,134
		3,00	,053
Farklılıklar 0,05 düzeyinde anlamlıdır.			

Yapılan Post-Hoc testi sonucunda, 4 numaralı en yüksek gelir grubunun 1 numaralı en düşük gelir grubundan ayrıldığı görülmüştür. 0-1000 TL’lik gelir grubunun mobil reklama yönelik olumlu tutum ortalaması 2,406 iken, 3001-4000 TL’lik en yüksek gelir grubunun ortalaması 4,107 olarak belirlenmiştir. Yapılan tüm bu analizler sonucunda, H1a, H1b, H2a, H2b, H3b ve H4b hipotezleri reddedilirken, H3a ve H4a hipotezleri kabul edilmiştir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırma, tüketicilerin mobil reklamlara yönelik tutumlarını incelemek üzere tasarlanmıştır. Yapılan faktör analizi sonucunda, mobil reklama yönelik tutum ölçeği olumlu ve olumsuz tutum olarak iki alt boyuta ayrılmıştır. Bireylerin demografik özelliklerine göre farklı tutum ve davranışlara sahip olacağı düşünüldüğünde, mobil reklama yönelik tutumlarının da farklılaşacağı beklenebilir. Bu kapsamda yapılan analizler sonucunda, tüketicilerin cinsiyet ve yaşa göre mobil reklama yönelik olumlu ve olumsuz tutumlarının farklılaşmadığı görülmüştür. Cinsiyete göre olumlu tutumun (kadın= 2,645, erkek= 2,486) ortalamasının altında kaldığı görülmüştür. Bunun aksine olumsuz tutum ortalamaları ise, 3’ün üzerindedir (kadın= 3,141, erkek= 3,40). Bu noktada hem kadınların hem de erkeklerin mobil reklama yönelik negatif eğilime sahip oldukları söylenebilir.

Bireylerin yaşlarına göre, mobil reklamlara yönelik olumlu ve olumsuz tutumlarının ortalamaları incelendiğinde, tüm yaş gruplarının ortalamasının altında puana sahip olduğu tespit edilmiştir. 58 yaş ve üzeri bireylerin olumlu tutum ortalaması 1,90 düzeyinde iken, olumsuz tutum ortalamaları 3,96 düzeyindedir. En genç yaş grubunun olumlu tutum ortalaması 2,60 iken, olumsuz tutum ortalaması 3,227 olarak belirlenmiştir. Bu bilgilerden hareketle, yaşlıların mobil reklamlara yönelik tutumlarının gençlere göre daha olumsuz olduğu söylenebilir.

Eğitim durumu incelendiğinde, olumlu tutumun eğitim durumu gruplarına göre farklılık gösterdiği, olumsuz tutumun farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Bireylerin eğitim seviyesi yükseldikçe, mobil reklama yönelik olumlu tutumun gittikçe azaldığı görülmektedir.

Bireylerin gelirleri incelendiğinde, en yüksek gelir grubuna sahip bireylerin en düşük gelire sahip bireylerden olumlu tutum açısından farklılaştığı sonucuna ulaşılmıştır. En yüksek gelir grubundaki bireylerin olumlu tutum ortalamaları 4'ün üzerindedir. Ancak diğer gelir grubundakilerin ortalaması 3'ün altındadır. Tüm bu sonuçlardan hareketle, araştırmaya katılan bireylerin mobil reklamlara yönelik tutumlarının olumlu olmadığı ve reklamların bireyleri rahatsız ettiği sonucuna varılabilir. İşletmelerin bu noktada rahatsızlığın kaynağını belirlemeli ve soruna çözüm üretmeleri gerekmektedir.

KAYNAKLAR

- Barutçu, S. ve Göl, M. Ö. (2009). Mobil Reklamlar ve Mobil Reklam Araçlarına Yönelik Tutumlar, *KMU İİBF Dergisi*, 11(17), 24-41
- GÜRDİN, B . (2017). Mobil Reklamlar: Yararlı mı? Tacizkâr mı?, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi* , 9 (2) , 1-13
- HAIR, J. F., BLACK, W. C., BABIN, B. J. ve ANDERSON, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*, Pearson
- KARACA, Y. ve TEKİN, P. (2012). Cinsiyet Farklılıkları Açısından Sms (Kısa Mesaj) Reklamlarına Yönelik Tutum Ve Davranışlar: Isparta İlinde Bir Uygulama, *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, Sayı: 09, 83-101
- REKLAMCILAR DERNEĞİ RAPORU (2017) Türkiye’de Tahmini Medya ve Reklam Yatırımları, <http://rd.org.tr/www/rd/assets/doc/RD-medya-ve-reklam-yatirimlari-2017-Raporu.pdf>. Erişim Tarihi: 01.11.2019
- ÖZGÜVEN, N. (2013). Tüketicilerin Mobil Reklamcılığı Kabullenmelerinde Etkili Olan Faktörler Üzerine Bir Uygulama, *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 11(21),7-28
- USTA, R., (2009). Üniversite Öğrencilerinin Mobil Reklamcılığa Karşı Tutumları, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 10 (2), 294-309

POLİTİK PAZARLAMA KAPSAMINDA SEÇMENLERİN İLGİLENİM DÜZEYLERİNİN İNCELENMESİ

Doç. Dr. Fatih KOÇ

Kocaeli Üniversitesi, Kandıra Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Uluslararası İşletmecilik ve Ticaret Bölümü

fatihkoc2004@gmail.com

Özet

Politik ürünlerin seçmenlere ulaştırılması sürecinde kullanılan politik pazarlama kavramı, son yıllarda, dünyada ve Türkiye’de popüler hale gelmiştir. Politik pazarlamanın hedef kitlesi olan seçmenlerin politika ile ilgilenme düzeyi, pazarlama uygulamalarının başarıya ulaşmasında anahtar faktör durumundadır. Bu nedenle, seçmenlerin politikayla ilgilenme düzeyinin incelenmesi, bu alanın uygulayıcıları ve araştırmacıları için önem arz etmektedir. Bu çalışmada, Balıkesir ilinin Edremit, Burhaniye ve Havran ilçelerinde anket çalışması yapılarak, bu bölgedeki seçmenlerin politik ilgilenim düzeyleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Araştırma kapsamında, 189 seçmenle yüz yüze görüşülmüştür. Katılımcılar kolayda örnekleme yöntemi ile seçilmiştir. Katılımcıların politik ilgilenim düzeyi frekans ve ortalama ile belirlenmeye çalışılmıştır. Bunun yanı sıra, katılımcıların demografik özelliklerine göre, politik ilgilenim düzeyinin farklılaşıp farklılaşmadığı t testi ve varyans analizleri ile tespit edilmeye çalışılmıştır. Yapılan analizler sonucunda, politik ilgilenim düzeyinin ortalamanın altında olduğu tespit edilmiştir. Farklılık analizleri sonucunda, katılımcıların cinsiyetine ve yaşına göre politik ilgilenimin farklılaştığı görülürken, eğitim durumuna göre farklılaşmadığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Seçmen Davranışı, Politik İlgilenim, Politik Pazarlama

EXAMINING OF VOTER INVOLVEMENT LEVELS IN POLITICAL MARKETING

Absract

In recent years, political marketing used in the process of delivering political products to voters has become popular around world and Turkey. Political Involvement of voters, the target group of political marketing, is key factors in the success of marketing practices. Therefore, examining of levels of voters involvement is important for the practitioners and researchers of this field. In this study, a survey was conducted in Edremit, Burhaniye and Havran districts of Balıkesir province to determine the political engagement levels of voters in this region. In this research, 189 voters were interviewed face to face. Participants were selected by using convenience sampling method. The levels of political involvement of the participants were determined by frequency and means. In addition, it was tried to determine whether the level of political involvement differed according to the participants’ demographic characteristics by using t test and variance analysis. As a result of the analyses, it was found that the level of political involvement was below midpoint. As a result of the differences analysis, it was found that while political interest differed according to gender and age of the participants, it did not differ according to education level.

Keywords: Voter Behavior, Political Involvement, Political Marketing

1. GİRİŞ

Politik ürünlerin seçmenlere ulaştırılması, tanıtılması ve iletişim sürecinde kullanılan politik pazarlama kavramı, son yıllarda, dünyada ve Türkiye’de popüler hale gelmiştir. Politik pazarlamanın hedef kitlesi olan seçmenlerin politika ile ilgilenme düzeyi, pazarlama uygulamalarının başarıya ulaşmasında anahtar faktör durumundadır. Seçmenlerin siyasete yönelik ilgi düzeyinin yüksek olması, gönderilen mesajlara maruz kalma isteğini artıracaktır. Bunun aksi durumunda ise, seçmenler politik mesajlara yönelik ilgi düzeyi düşük olacaktır. Bu nedenle, seçmenlerin politikayla ilgilenme düzeyinin incelenmesi, bu alanın uygulayıcıları ve araştırmacıları için önem arz etmektedir. Bu çalışmada, Balıkesir ilinin Edremit, Burhaniye ve Havran ilçelerinde anket çalışması yapılarak, bu bölgedeki seçmenlerin politik ilgilenim düzeyleri tespit edilmeye çalışılmıştır.

2. LİTERATÜR

2.1. Politik Pazarlama

Politik pazarlama, pazarlama uygulamalarının politik alana uygulanmasını ifade eden ve pazarlamanın alt dalı olarak kabul edilebilecek bir alandır. Politik pazarlama; bir siyasi partiyi veya adayı potansiyel seçmenlere uygun hale getirmek, siyasi partiyi veya adayı en yüksek sayıdaki seçmen kitlesinin ve bu kitledeki her bir seçmenin tanınmasını sağlamak, rakipleriyle arasındaki farkı ortaya koyup, en az masrafla seçimi kazanmak için gerekli olan oyu elde etmek amacıyla kullanılan tekniklerin tümü olarak tanımlanmaktadır (Tan, 2002).

Politik pazarlama sadece politik iletişimden ibaret görülmeyp daha kapsamlı olarak ele alınmalı, uzun vadeli düşünülmeli ve sadece seçim zamanıyla sınırlandırılmamalıdır (Yılmaz, 2016). Geleneksel pazarlamanın dört elemanı olarak bilinen ürün, fiyat, dağıtım ve tutundurma aynı şekilde siyasal pazarlamanın da karmasını oluşturmakta, ancak konu itibarıyla içeriklerinde ticari pazarlamadan bazı farklar bulunmaktadır (Eroğlu ve Bayraktar, 2010). Pazarlama karması elemanları açısından değerlendirilen bu farklılıklar; toplumun tamamının aynı gün oy vermesi, seçmenlerin seçim sonuçlarını kabul etme gerekliliği, politik parti ya da adayın gerçek ticari bir ürün niteliğinde olmaması, politik partilerin markasının liderin kapasitesi ve kalitesine bağlı olması fiyat, dağıtım ve tutundurma olgularının bütünsel anlamda değişiklik göstermesi olarak sıralanabilir (Yılmaz, 2016).

2.2. Politik İlgilenim

İlgilenim, belirli ürün kategorisine dönük olarak tüketicinin hissettiği ilgi, heves, heyecan duygusudur ve söz konusu ürünler hakkındaki kişisel ilgisi ile alakalıdır (Lyons ve Henderson, 2005'den aktaran Dölarslan, 2015). İlgilenim kavramı, bireyin yüksek düzeyde bilgi arama davranışı ile ilişkilendirilmektedir (Pinkleton, Reagan, Aaronson ve Chen, 1997) Politik ilgilenim, seçmenlerin oy verme kararları ve politik katılım davranışları üzerinde son derece önemli bir etkiye sahiptir (Yoon, Pinkleton ve Ko, 2005). Siyasi ilgilenim pasif ve aktif olarak ikiye ayırmaktadır. Aktif ilgilenim diğerlerini siyasi konularda etkilemeye çalışmak, siyasi toplantılara katılmak, slogan sergilemek, siyasi kampanyalara bağışta bulunmak, diğer siyasi hareketlerin içinde olmak, pasif ilgilenim ise siyasi ilişkileri çoğu zaman takip etmek ve gazetede sıklıkla siyasetle ilgili haberleri okumaktır.

Seçmenin siyasetle ilgilenimi arttıkça seçimle ilgili bilgi araştırma arzusu da artmaktadır. Ayrıca, bu kişiler daha fazla oranda siyasete katılım sağlamaktadır. Bunların yanı sıra, seçmenlerin kararları ilgilenim düzeyine göre farklılık göstermektedir. Yapılan çeşitli çalışmalarda, bireylerin politik ilgilenim düzeylerinin demografik özelliklere göre farklılaştığı tespit edilmiştir. ABD, İngiltere ve Avustralya'da erkeklerin kadınlara göre daha fazla siyasi parti üyesi oldukları görülmektedir. Siyasi ilgilenimde yaş da önemli bir faktördür. Bir çok parti üyesi orta yaşın üzerindedir. Eğitim düzeyi yüksek bireylerin siyasi ilgilenim düzeylerinin daha yüksek olduğu görülmektedir (O'Cass, 2002'den aktaran Şahin ve Ergen, 2016). Bu bilgilerden hareketle aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir.

H1: Cevaplayıcıların politik ilgilenim düzeyi, cinsiyetlerine göre farklılık göstermektedir.

H2: Cevaplayıcıların politik ilgilenim düzeyi, yaşlarına göre farklılık göstermektedir.

H3: Cevaplayıcıların politik ilgilenim düzeyi, eğitim düzeylerine göre farklılık göstermektedir.

3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırma Balıkesir ili Burhaniye, Edremit ve Havran ilçelerinde gerçekleştirilmiştir. Toplam 189 kişi ile yüz yüze anket yöntemi kullanılarak görüşülmüştür. Örneklem seçme yöntemi olarak kolayda örnekleme kullanılmıştır. Anket formu, demografik değişkenler ve Politik İlgilenim Ölçeklerinden oluşmaktadır. Ölçekler 5'li Likert tipi olarak hazırlanmıştır. Politik İlgilenim Ölçeği, O'Cass (2000) ve O'Cass (2002) çalışmalarından alınmıştır. Ayrıca bu çalışmada ölçeğin Türkiye için geçerlilik ve güvenilirliği ölçülmüştür. Araştırmanın hipotezlerini test etmek için farklılık analizleri kullanılmıştır. Analizler SPSS paket programı kullanılarak yapılmıştır.

4. BULGULAR

4.1 Demografik Özellikler

Araştırmaya katılanların yaş ortalaması 30,71'dir. Katılımcıların %52,6'sı erkek, %46,8'i kadındır. Katılımcıların gelir ortalaması 3483,84 TL'dir. Katılımcıların eğitim durumu incelendiğinde,

üniversite mezunlarının oranı %45,5 iken, lise mezunları %30,2, ilköğretim %21,2 ve lisansüstü %3,2 şeklinde belirlenmiştir.

4.2. Geçerlilik ve Güvenirlilik

Araştırmada kullanılan ölçeklerin geçerlilik ve güvenirliliği için açıklayıcı faktör analizi ve Cronbach's alfa katsayısı hesaplanmıştır. Analiz sonuçları aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Tablo 1. Geçerlilik ve Güvenirlilik

İfadeler	Faktör Yükleri	Özdeğer	Açıklanan Varyans	Alfa (Güvenirlilik Katsayısı)
Politik İlgilenim 3	,940	5,774	72,169	0,944
Politik İlgilenim 2	,924			
Politik İlgilenim 4	,917			
Politik İlgilenim 5	,911			
Politik İlgilenim 6	,885			
Politik İlgilenim 1	,878			
Politik İlgilenim 7	,736			
Politik İlgilenim 8	,521			

Çıkarım Metodu: Principal Component Analysis.

Öncelikli olarak, faktör analizinin elde edilen veriye uygulanabilirliğini belirlemek için, KMO ve Barlett testi yapılmıştır. KMO değeri 0,929 ve Barlett Ki-Kare değeri 1499,220 (Anlam. 0,001) olarak bulunmuştur. Bu sonuçlar ışığında, bu araştırma kapsamında toplanan veriye faktör analizinin uygulanabileceği söylenebilir. Yapılan faktör analizi sonucunda, politik ilgilenim ölçeğinin 8 ifadeden ve tek boyuttan oluştuğu söylenebilir. Özdeğer katsayısı 1'in üzerinde olan faktörler dikkate alınmıştır. Faktör yükleri incelendiğinde, tüm faktör yüklerinin 0,50'nin üstünde olduğu görülmektedir. Tek faktörlü yapının açıkladığı varyans oranı %72,169'dur. Bu oran incelenen alanın büyük bir bölümünün açıklandığını göstermektedir. Tüm bu bilgilerden sonra, ölçeğin geçerlilik şartlarını sağladığı ifade edilebilir (Hair, Black, Babin, ve Anderson, 2010). Güvenirlilik için alfa katsayısı hesaplanmıştır. 8 ifadeden oluşan tek boyutlu ölçeğin alfa katsayısı 0,944 bulunmuştur. Bu oran, ölçeğin yüksek düzeyde güvenilir olduğunu göstermektedir (Hair, vd., 2010).

4.3. Politik İlgilenim Ölçeğine İlişkin Ortalamalar

Politik ilgilenim ölçeğini oluşturan ifadelerin ortalamaları aşağıda sunulmuştur. Böylece, katılımcıların ilgilenim düzeyleri hakkında ön bilgi elde edilmiştir.

Tablo2. Politik İlgilenim Ölçeğine İlişkin Ortalamalar

Politik İlgilenim Ölçeği İfadeleri	N	Ortalama
Siyaset benim için çok önemli bir konudur.	188	2,77
Siyaset, benim hayatımda önemli bir yer tutar.	188	2,66
Siyasi konularla ilgiliyimdir.	188	2,79
Siyasi konulardaki bilgi düzeyim oldukça yüksektir.	188	2,63
Etrafımdakilerle sık sık siyasi konularda sohbet ederim.	188	2,59
Çevremdekiler, benim siyasi konulardaki fikirlerime önem verirler.	188	2,57
Aktif olarak siyasi hareketlere katılır, partilerde görev alırım.	188	1,89
Seçimlerde vatandaşlık görevimi yerine getirir ve mutlaka oy kullanırım.	188	4,23

Tablo 2 incelendiğinde, politik ilgilenim konusunda bireylerin ortalamasının altında değerlendirme yaptıkları anlaşılmaktadır. En yüksek düzeyde ilgilenim, seçime katılıp oy verme davranışı ile gerçekleşmektedir. En düşük düzeyde ise, siyasi partilerde görev almak şeklinde ortaya çıkmaktadır. Buradan hareketle, oy vermeye gitme dışında, araştırmaya katılan bireylerin politik ilgilenim düzeyinin düşük olduğu söylenebilir.

4.4. Farklılık Analizleri

Araştırmanın hipotezlerinin test edilmesi için t testi ve varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır. Analiz sonuçları aşağıda sunulmuştur.

Tablo 3. Cinsiyete Göre Farklılık

Bağımlı Değişken	Levene Testi		T testi			Ortalamalar	
	F	Anlam.	t	SD	Anlam.	Kadın	Erkek
Politik İlgiilenim	1,724	,191	-2,216	186	,028	2,590	2,927

Yapılan t testi sonucunda, kadınlar ve erkeklerin politik ilgilenim düzeylerinin anlamlı şekilde farklılaştığı görülmüştür. Her iki grubun ortalamaları incelendiğinde, erkeklerin politik ilgilenim düzeyinin kadınlara göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu sonuçlara göre, H1 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 4. Eğitim Durumuna Göre Farklılık

	Kareler Toplamı	SD	F	Anlam.
Gruplar Arası	3,098	3	,933	,426
Gruplar İçi	203,596	184		
Toplam	206,694	187		

Yapılan varyans analizi sonucunda, katılımcıların eğitim durumuna göre politik ilgilenim düzeylerinin farklılaşmadığı görülmüştür. Bu sonuca göre H3 hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 5. Yaş Göre Farklılık

	Kareler Toplamı	SD	F	Anlam.
Gruplar Arası	12,215	4	2,873	,024
Gruplar İçi	194,479	183		
Toplam	206,694	187		

Katılımcıların yaşlarına göre politik ilgilenim düzeylerinin farklılaşıp farklılaşmadığı varyans analizi (ANOVA) yapılarak test edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda, yaş gruplarına göre politik ilgilenim düzeyinin farklılaştığı tespit edilmiştir. Bu aşamadan sonra hangi yaş grupları arasında farklılık olduğunu belirlemek için, Post-Hoc testi yapılmıştır. Test sonuçları aşağıda sunulmuştur.

Tablo 6. Tukey Post-Hoc Testi

Yaş	Yaş grupları	Anlamlılık	Yaş	Yaş Grupları	Anlamlılık
1 (18-25, ort= 2,641)	2	1,000	4 (42-49, ort= 3,430)	1	,048
	3	,920		2	,048
	4	,048		3	,287
	5	,341		5	,999
2 (26-33, ort= 2,621)	1	1,000	5 (50 ve üzeri, ort= 3,31)	1	,341
	3	,901		2	,328
	4	,048		3	,690
	5	,328		4	,999
3 (34-41, ort= 2,820)	1	,920			
	2	,901			
	4	,287			
	5	,690			

Yapılan Post-Hoc testi sonucunda, 4 nolu yaş grubunda (42-49) olanlar ile 1(18-25) ve 2 (26-33) nolu yaş gruplarının farklılaştığı görülmüştür. 42-49 yaş arasındaki katılımcıların politik ilgilenim düzeyi diğer gruplardan oldukça yüksektir. Bu bilgiler sonucunda, H2 hipotezinin kabul edildiği söylenebilir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Politik ilgilenim ölçeğinin tek boyuttan oluştuğu faktör analizi sonucunda belirlenmiştir. Ayrıca, yapılan güvenirlik analizi sonucunda, ölçeğin alfa katsayısı 0,943 olarak belirlendiği için, ölçeğin yüksek düzeyde güvenilir olduğu söylenebilir. Politik İlgilenim Ölçeğinin aldığı ortalama puanlar incelendiğinde, en yüksek puanı “Seçimlerde vatandaşlık görevimi yerine getirir ve mutlaka oy kullanırım.” ifadesi almıştır. En düşük puanı ise, “Aktif olarak siyasi hareketlere katılır, partilerde görev alırım.” ifadesi almıştır. Genel olarak ölçek değerlendirildiğinde, araştırmaya katılan bireylerin politik ilgilenim düzeyinin düşük olduğu görülmektedir.

Yapılan farklılık analizleri sonucunda, erkeklerin kadınlara göre siyasete daha fazla ilgi duyduğu söylenebilir. Özellikle kadınların siyasete yönelik ilgilenim düzeyinin düşük olması, siyasetçilerin uygulamalarının karşılık bulmaması anlamına gelebilir. Bu noktada, kadınlara yönelik farklı çalışmalar yapılarak onların siyasete olan ilgisinin artırılması önerilebilir. Yaşa göre katılımcıların ilgilenim düzeyi incelendiğinde, yaş grupları arasında anlamlı fark çıkmıştır. Farkın hangi gruplar arasında olduğunu görmek için Tukey Testi yapılmıştır. Test sonucunda, 18-25 ve 26-33 yaş grupları ile 42-49 yaş grupları arasında ciddi düzeyde fark olduğu tespit edilmiştir. İlk iki grubun ilgilenim ortalamaları diğer gruba göre oldukça düşüktür. Bu noktada genç yaş grubundaki bireylerin siyaset ile çok fazla ilgili olmadığı söylenebilir. Bu durum, gençlere yönelik politik iletişim yöntemlerinin gençlere uygun bir şekilde düzenlenmesi gerektiğini göstermektedir.

Araştırmaya katılan bireylerin eğitim durumuna göre politik ilgilenim düzeyinin değişmediği bulgusuna ulaşılmıştır. Ancak ortalamalar incelendiğinde (gruplar arasında anlamlı bir fark olmasa da) lisansüstü eğitime sahip bireylerin daha fazla siyaset ile ilgili olduğu görülmüştür. Diğer eğitim düzeylerindeki bireylerin ilgilenim düzeyleri 3’ün altındadır.

KAYNAKLAR

- DÖLARSLAN, E. Ş. (2015). Tüketicilerin Ürün İlgilenim Ve Bilgi Düzeyinin Marka Sadakatine Etkisinin Fikir Liderliği Kapsamında Değerlendirilmesi, *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, Sayı: 15, 23-48
- EROĞLU, A. H. ve BAYRAKTAR, S. (2010). Siyasal Pazarlama Uygulamalarının Seçmen Tercihleri Üzerine Etkileri –İzmir İli Örneği, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(12), 187-207
- HAIR, J. F., BLACK, W. C., BABIN, B. J. ve ANDERSON, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*, Pearson
- LYONS, B. ve HENDERSON, K. (2005). Opinion leadership in a computer-mediated environment. *Journal of Consumer Behaviour*, 4(5): 319-32.
- O’CASS, A., (2000). An assessment of consumers product, purchase decision, advertising and consumption involvement in fashion clothing, *Journal of Economic Psychology*, 21, 545-576
- O’CASS, A., (2002). Political advertising believability and information source value during elections. *Journal of Advertising*, 31(1), 63-74.
- PINKLETON, B.E., REAGAN, J., AARONSON, D. ve CHEN, C-F. (1997). The role of individual motivations in information source use and knowledge concerning divergent topics. *Communication Research Reports*, 14(3): 291–301.
- ŞAHİN ve ERGEN, (2016). Kitle İletişim Araçları Kullanım Amaçlarının Siyasi İlgilenim Üzerine Etkisi, *Uluslararası Hakemli İletişim Ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, Sayı:13, 1-19.Doi: 10.17361/UHIVE.20161324490
- TAN, A. (2002). *İlke ve Uygulamaları İle Politik Pazarlama*, İstanbul: Papatya Yayınevi
- YILMAZ, K.G. (2016). Politik Pazarlama Karmasına Kavramsal Ve Güncel Bir Bakış, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 8(1), 413-431
- YOON, K., PINKLETON, B. E. ve KO, W. (2005) Effects of Negative Political Advertising on Voting Intention: An Exploration of the Roles of Involvement and Source Credibility in the Development of Voter Cynicism, *Journal of Marketing Communications*, 11:2, 95-112, DOI: 10.1080/1352726042000315423

MESLEK YÜKSEKOKULU ÖĞRENCİLERİNİN FİNANSAL TUTUMLARININ BAZI DEĞİŞKENLER AÇISINDAN İNCELENMESİ

Prof.Dr. Faik Çelik

Kocaeli Üniversitesi Hereke Ömer İsmet Uzunyol MYO, Dış Ticaret ve Pazarlama Bölümü, Kocaeli
/TÜRKİYE

Öğr. Gör. Barış Demir

Kocaeli Üniversitesi ,Hereke Ömer İsmet Uzunyol MYO, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, Kocaeli
/TÜRKİYE

Özet

Bu araştırma, meslek yüksekokulu öğrencilerinin finansal tutumlarını ölçmek amacıyla yapılmıştır. Veri toplama aracı olarak Onur ve Nanik tarafından 2014 yılında geliştirilen Finansal Tutum Ölçeği kullanılmıştır. Ölçek Kocaeli Üniversitesine bağlı meslek yüksekokullarında öğrenim gören 187 öğrenciye uygulanmış ve veriler SPSS 16 programı ile analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda meslek okulu öğrencilerinin finansal tutumlarının olumlu olduğu ve bireysel finans konusunda para yönetimi, tasarruf, yatırım ve sigorta konuları (v.b) üzerinde düşünceleri belirlenmiştir. Ayrıca meslek yüksekokulu öğrencilerinin cinsiyet ve kredi kartı kullanma durumu değişkenlerine göre istatistiki olarak anlamlı bir farklılık gösterdiği görülmüştür. Ancak yaş, sınıf, bölüm ve lise türü değişkenlerine göre ise istatistiki olarak farklılaşmadığı sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Bireysel Finans, Finansal Tutum, Meslek yüksekokulu

INVESTIGATION OF THE FINANCIAL ATTITUDE OF VOCATIONAL SCHOOL STUDENTS IN TERMS OF SOME VARIABLES

Abstract

This research was conducted to measure the financial attitudes of students of vocational schools. Financial Attitude Scale developed by Onur and Nanik in 2014 was used as data collection tool. The scale was applied to 187 students studying at Advanced Vocational High School of Kocaeli University and the data were analyzed with SPSS 16 program. As a result of the research, it was determined that the financial attitudes of the vocational school students were positive and their opinions on money management, saving, investment and insurance (etc) about individual finance. In addition, it was seen that there was a statistically significant difference between vocational school students according to gender and credit card use status variables. However, it has been concluded that there is no statistical difference according to age, class, department and high school type variables.

Keywords: Individual Finance, Financial Attitude, Vocational School

GİRİŞ

Karmaşıklaşan dünyada finansal tutum gittikçe daha çok anlam kazanmaya başlamıştır. Bunun nedeni ise finansal dünyanın gittikçe karmaşıklaşmasıdır. Karmaşıklaşan bu dünyada doğru bir finansal seçim herkes için önem kazanmaya başlamıştır. Finansal tutum para ve benzerlerini kapsamaktadır. Para modern topluluklarda yerini para benzerlerine bırakmıştır. Para benzerlerini en iyi tanımlayan öge kredi kartıdır. Yanınızda nakit taşıyamıyorsunuz ama elinizde bulunması harcama kabiliyeti vermektedir. Bankalardan kredi kartı almak her gelir düzeyinde insan için mümkün hale gelmiştir.

“Finansal bilgi düzeyi finansal okuryazarlığın belirlenmesindeki bileşenlerden biridir. Bireyler verecekleri ekonomik kararlarda ya da karşı karşıya kaldıkları finansal olaylarda finansal bilgiye ihtiyaç duyarlar. “Finansal okuryazar” olarak adlandırılan bir kişinin bütçe, sigorta, tasarruf, yatırım, kredi, basit faiz, bileşik faiz, enflasyon, risk, getiri, bilanço gibi temel finans bilgileri sahip olması istenir.” (Alkaya Aylin, Yağ İbrahim2015),

Kapitalist toplumlarda satın alma ve tüketim yüceltilmektedir. Hatta bazen pazarlama teknikleri yoluyla olmayan bir talep yaratılmaktadır. Bunun için reklam teknikleri kullanılmakta, moda akımları yaratılmaktadır. Özellikle öğrenciler bu halden en çok etkilenen taraf olmaktadır. Bunun nedeni ise birikmiş yaşam tecrübelerinin az olması, tüketim açlığının olması ve genç insanlara özgü deneme ve farklı olma istekleridir.

Üniversite öğrencilerinin tasarruf, satın alma ve paraya ilişkin tutumları hem bugünü ama özellikle de yarını belirleyecektir. Çünkü bu davranış modelleri, bugünden yarına taşınacaktır. Bu davranış biçimlerini belirlemek aynı zamanda farklılık yaratacaktır. Uzun vade de öğrencilere yönelik yeni politikalar üretilebilecektir. Türk toplumu tasarruf kıt bir toplumdur. Tasarruf edilmesi yatırımları teşvik etmektedir.

Burada temel soru, öğrenciler en çok neden etkileniyor? Sorusun cevap vererek, öğrencilerin doğru finansal tutum almasını sağlamaktır. Bu araştırma cinsiyet ve diğer faktörlerde dikkate alınarak bu soruyu tahlil etmiştir.

Pazarlama teknikleri, özellikle cinsiyetler üzerinde farklı çalışmalar üzerine kurulmuştur ve kadınlar hedef kitle olarak daha öndedir. (Coşkun 2016)

Finansal konulardaki olumlu tutum geliştirme başka bir ifadeyle bilinç düzeyinin artması, bilgi ve deneyimlerle yönlendirilen tutum, bireyin yaşam standardını ve düzeyinin belirleyicisi olacaktır. Bu anlamda kişinin olumlu tutum ve davranışa sahip olması finansal kararlarını ve dolayısıyla finansal başarısını etkileyecektir. Öğrencilerin finansal konulara karşı olumlu tutumlar ortaya koyması, onların finansal amaçlara ulaşma, finansal kararlar alma gibi finansal faaliyetlerde başarılarına katkı sağlayacaktır. Öğrencilerimizin finansa karşı olumlu tutum geliştirmede onları bilinçlendirmek, inanç ve eğilim değişikliği sağlayarak davranış ve yaşam biçimini şekillendirmek amaçlanmalıdır.

“Finansal okuryazarlık temelde finansal araçların seçiminde bireylerin hayatlarında aldığı kararların etkinliğini ifade etmektedir. Bugün parası olan her birey parayla satın alabileceği şeyler için küçük ya da büyük kararlar alabilmektedir. Önemli olan alınan kararların bilinçli ve sonuçlarının bireye, topluma ve ekonomik hayata faydalı olmasıdır” (Coşkun 2016, s 2257)

4. YÖNTEM

Bu çalışmada, anket yöntemi uygulanmıştır. Bu yaklaşımla elde edilen bilgiler kullanılarak sonuca ulaşılmıştır. Araştırmada veri toplama araçları örneklem içine giren çalışanlara ulaşılarak basılı soru kâğıdı üzerinden uygulanmıştır ve veriler 15 gün içinde toplanmıştır. Veriler elektronik olarak SPSS 16.0 yazılımına aktarılmıştır.

4.1. Araştırma Soruları

3. Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin finansal tutum düzeyleri nasıldır?
4. Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin finansal tutum düzeyleri, cinsiyet, yaş, lise türü, bölüm, sınıf ve kredi kartı kullanma durumu değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?

4.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın çalışma grubunu; gönüllülük esasına dayalı olarak katılan 2019-2020 eğitim öğretim yılında Hereke Ömer İsmet Uzunyol MYO’nda öğrenimine devam eden 187 öğrenci oluşturmaktadır. Öğrencilere ilişkin kişisel bilgiler Tablo 1’de özetlenmiştir.

Tablo 1. Araştırma Kapsamındaki Öğrencilere İlişkin Demografik Bilgiler

		f	%
Cinsiyet	Kadın	103	55
	Erkek	84	45
Yaş	18-21 arası	121	64,7
	22-25 arası	53	28,3
	26 ve üzeri	13	7
Lise Türü	Düz Lise	49	26,2
	Meslek lisesi	95	50,9
	Anadolu Lisesi	43	22,9
Sınıf	1.sınıf	99	52,9
	2.sınıf	88	47,1
Bölüm	Dış Ticaret	102	54,5
	Muhasebe	85	45,5
Kredi Kartı Kullanma	Evet	82	43,8
	Hayır	105	56,2
Toplam		187	100

Tablo 1'e göre araştırma kapsamında yer alan öğrencilerin %55'i kadın, %45'i erkek öğrenciden oluşmaktadır. 18- 21 yaş arası öğrenciler %64,7 22-25 yaş arası % 28,3, 26 ve üstü yaş %7 olduğu görülmüştür. Araştırmaya katılan öğrencilerin %50,9'si Meslek Lisesi, %26,2'si Düz Lise, %22,9'u Anadolu Lisesi mezunudur. Öğrencilerin sınıf durumu incelendiğinde 1.sınıf %52,9, 2.sınıf olanların ise %47,1 olduğu, bölümü dış ticaret olanların %54,5, muhasebe olanların ise %45,5 olduğu görülmüştür. Ayrıca öğrencilerin %45,8'inin kredi kartı kullandığı görülmüştür

4.3. Veri Toplama Aracı ve Verilerin Toplanması

Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin finansal tutumlarını ortaya çıkarmayı amaçlayan bu çalışmada, Onur ve Nanik tarafından 2014 yılında geliştirilen Finansal Tutum Ölçeği kullanılmıştır. Ölçekte kullanılan 21 maddenin güvenilirliğini belirlemeye yönelik yapılan analiz sonucunda Cronbachs Alpha değeri 0.734 olarak bulunmuştur.

4.4. Verilerin Çözümlemesi

Verilerin analizinde yüzde, frekans, aritmetik ortalama, standart sapma ve tek yönlü varyans analizi kullanılmıştır. Varyans analizi sonucunda anlamlı farklılığın çıktığı durumlarda gruplar arasında farkın kaynağını belirlemek için post-hoc testlerden Tukey testi kullanılmıştır.

5. BULGULAR

Bu kısımda öğrencilerin meslek yüksekokulu öğrencilerinin finansal tutum düzeylerini ve düzeylerinin cinsiyet, yaş, lise türü, bölüm, sınıf ve kredi kartı kullanma değişkenlerine göre değişip değişmediğini ortaya koyan bulgulara yer verilmiştir.

Tablo2. Öğrencilerin Finansal Tutumlarına İlişkin Maddelerin Aritmetik Ortalamaları

	Maddeler	X
Finansal Tutum Ölçeği	Harcamalarımda zorunlu ihtiyaçlarıma öncelik veririm.	3,45
	Taksitle satın alma harcama miktarını artırır.	3,52
	Kredi kartına taksit uygulaması harcamaları artırır.	3,31
	Promosyon ve indirimler alışverişlerde kredi kartı kullanımını artırır.	4,06
	Geliri artırmanın yolu parayı akıllıca kullanmaktır.	3,22
	Satın alınan ürünlerin fatura, fiş, garanti belgelerini saklarım.	2,95
	Alışverişte kredi kartı kullanmak kolaylık sağlar.	3,03
	Kredi kartının maksimum limitine ulaşılmaması gerekir.	3,24
	Kredi kartı borcunun tamamı ödenmelidir.	3,20
	Yüksek miktardaki harcamalar (ev, araba almak gibi) için borçlanılabilir.	3,12
	Borcum varken yeni bir borca girmek kötü bir durumdur.	3,25
	Beklenmedik durumlar için kenara para koyulması gerekir.	3,21
	Düzenli olarak tasarruf yapılmalıdır.	3,55
	Tasarrufların en risksiz yatırımda değerlendirilmesi gerekir.	3,11
	Yatırımların nereye yapılacağı konusunda aile üyelerinin fikrini alırım.	3,26
	Gayrimenkule (ev, arsa, dükkan vs.) yapılan yatırım güvenlidir.	3,35
	Sigorta, maddi ve manevi zararlara karşı güvence sağlar.	3,04
	Sigorta yaptırmak can ve mala gelebilecek zararları azaltır.	3,21
	Sigortasız bir araca binmek risk taşır.	3,48
	Emeklilikte sağlık harcamalarımın artacağını düşünüyorum.	3,28

Tablo2’de finansal tutumlarına ilişkin görüşler incelendiğinde, en yüksek ortalamanın “Promosyon ve indirimler alışverişlerde kredi kartı kullanımını artırır.” ($X=4,06$) ve en düşük ortalamanın “Satın alınan ürünlerin fatura, fiş, garanti belgelerini saklarım.” ($X=2,95$) olduğu bulunmuştur. Ulaşılan bu bulgular öğrencilerinin finansal tutumlarına ilişkin görüşlerinin puan ortalamalarının orta düzeyde(olumlu) olduğu söylenebilir ($X=3,29$).

Tablo 3. Cinsiyet, Lise Türü, Yaş, Bölüm, Sınıf ve Kredi Kartı Kullanımı Değişkenlerine göre Finansal Tutumlarına İlişkin Bağımsız Gruplar T Testi ile Varyans Analizi Sonuçları

Değişkenler		X	ss	f	p	t
Cinsiyet	Kadın	3,51	,305	1,685	,002*	2,197
	Erkek	3,07	,596			
Sınıf	1.sınıf	3,27	,312	,573	,145	0,340
	2.sınıf	3,32	,299			
Bölüm	Dış Ticaret	3,23	,356	,669	,106	0,550
	Muhasebe	3,35	,350			
Kredi Kartı Kullanımı	Evet	3,04	,513	1,751	,008	2,450
	Hayır	3,54	,529			
Değişkenler		X	ss	F	p	Tukey
Lise Türü	Düz Lise	3,28	,103	,697	,103	
	Meslek lisesi	3,21	,295			
	Anadolu Lisesi	3,37	,290			
Yaş	18-21 arası	3,22	,214	,507	,143	
	22-25 arası	3,34	,245			
	26 ve üzeri	3,26	,199			

* $p<0,05$

Tablo3’teki bulgular öğrencilerinin finansal tutumlarına yönelik görüşlerinin cinsiyet [$t=2,197$, $p=.002$] değişkenine göre farklılaştığını göstermektedir. Bu farklılığın cinsiyeti kadınlar olan grup lehine olduğu belirlenmiştir. Ayrıca öğrencilerinin finansal tutumlarına yönelik görüşlerinin; kredi kartı kullanma durumu değişkenine [$t=-1,751$ $p=.008$] göre de farklılaştığı bulunmuştur. Bu farkın kredi kartı kullanımına hayır diyen grup lehine olduğu görülmüştür. Öğrencilerin finansal tutumlarına yönelik

görüşlerinin; lise türü, bölüm, sınıf ve yaş değişkenlerine göre istatistiki olarak farklılaşmadığı görülmüştür.

6. SONUÇ

Çalışma bulgularına göre öğrencilerinin finansal tutumlarına yönelik görüşlerinin cinsiyet ve kredi kartı kullanma durumu değişkenlerine göre de farklılaştığı görülmüştür. Öğrencilerin finansal tutumlarına yönelik görüşlerinin; lise türü, sınıf, bölüm ve yaş değişkenlerine göre istatistiki olarak farklılaşmadığı bulunmuştur.

Finansal tutumlarına ilişkin görüşler incelendiğinde, en yüksek ortalamanın “Promosyon ve indirimler alışverişlerde kredi kartı kullanımını artırır.” ve en düşük ortalamanın “Satın alınan ürünlerin fatura, fiş, garanti belgelerini saklarım.” olduğu bulunmuştur. Ulaşılan bu bulgular öğrencilerinin finansal tutumlarına ilişkin görüşlerinin puan ortalamalarının orta(olumlu) düzeyde olduğu söylenebilir. Farklı demografik değişkenler kullanılarak öğrencilerin finansal konulara yönelik tutumlarının bu değişkenlere göre farklılaşıp farklılaşmadığı incelenebilir.

Kaynakça

- 1-Onur, N. ve Nazik, M. H. (2014). Öğretmenler İçin Bireysel Finans Alanında Finansal Tutum Ölçeğinin Geliştirilmesi (FTÖ): Geçerlik ve Güvenilirlik çalışması. *Vocational Education*, 9(4), 90-99.
- 2- Coşkun Selin(2016), Üniversite Öğrencilerinin Finansal Davranış Ve Tutumlarının Belirlenmesi: Finansal Okuryazarlık Algıları Üzerine Bir Araştırma, *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi Cilt: 5, Sayı: 7, 2016 Sayfa: 2257-2258*
- 3- Alkaya Aylin, Yağ İbrahim(2015), Finansal Okuryazarlık - Finansal Bilgi, Davranış Ve Tutum: Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi İİBFÖğrencileri Üzerine Bir Uygulama Financial Literacy - Financial Knowledge, Financial Attitude And Financial Behavior: An Application On Students Of Nevşehir Hacı Bektaş Veli University Faculty Of Economic And Administrative Sciences, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi The Journal of International Social Research Cilt: 8 Sayı: 40 Volume: 8 Issue: Ekim 2015/ October 2015 Issn: 1307-9581*

ERİLLİK-DİŞİLİK KÜLTÜRÜ İLE SOSYAL YENİLİKÇİLİK İLİŞKİSİ: ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA

Burcu ÜZÜM¹³, Leyla ŞENOL¹⁴, Reyhan DADASH¹⁵

Özet

Bu çalışmanın amacını, Hofstede' nin erillik-dişilik boyutu ile sosyal yenilikçilik kavramı arasındaki ilişkiyi ortaya koymak oluşturmaktadır. Araştırmada nicel yöntem tercih edilmiştir. Anket formu ile veriler toplanmıştır. Araştırma 2018-2019 eğitim-öğretim bahar döneminde Kocaeli Üniversitesi Uzun Bilimleri ve Havacılık Fakültesi'nde öğrenim gören öğrenciler üzerinde uygulanmıştır. Ankette Hofstede'in kültür boyutlarından erillik-dişilik ile sosyal yenilikçilik ölçeği kullanılmıştır. Erillik-dişilik boyutunu ölçmek için Altay (2004)'ın çalışmasında kullandığı ölçek kullanılmıştır. Ölçek 10 maddeden oluşmaktadır. Sosyal yenilikçilik boyutunu ölçmek için Halaç vd. (2014)' nin geliştirdiği sosyal yenilikçilik ölçeği kullanılmıştır. Sosyal yenilikçilik ölçeği 8 maddeden oluşmaktadır. Ölçeklerin güvenilirliği erillik-dişilik boyutu için cronbach alfa 0,622; sosyal yenilikçilik boyutu için cronbach alfa 0,819 olarak bulunmuştur. Anket formunda cinsiyet ve gelir olarak iki adet demografik soru da bulunmaktadır. Erillik-dişilik boyutu ile sosyal yenilikçilik boyutu arasında doğru yönlü ve orta düzeyde bir ilişki görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Erillik-Dişilik, Sosyal Yenilikçilik, Üniversite Öğrencileri

The Relationship between Masculinity and Feminine Culture and Social Innovation: A Research by University Students

Abstract

The aim of this study is to reveal the relationship between Hofstede's masculine-feminine dimension and the concept of social innovation. Quantitative method was preferred in the research. Data were collected by questionnaire form. The research was conducted on students studying at Kocaeli University, Faculty of Aeronautics and Astronautics in the spring term of 2018-2019 academic year. Hofstede's cultural dimensions of masculinity-femininity and social innovation scale were used in the questionnaire. The scale used by Altay (2004) was used to measure masculinity-femininity. The scale consists of 10 items. To measure the dimension of social innovation, Halaç et al. (2014) developed the social innovation scale. Social innovation scale consists of 8 items. The reliability of the scales was cronbach alpha 0.622 for masculinity-femininity; cronbach's alpha was found to be 0.819 for social innovation dimension. There are two demographic questions: gender and income. A direct and moderate relationship was observed between the masculinity-femininity dimension and the social innovation dimension.

Keywords: Masculinity-Femininity, Social Innovation, University Students

GİRİŞ

Bireylerin bir takım ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla birlikte yaşamaya başlaması ve ortak yaşam sürecinde gelişen değerler, normlar, inançlar bütünü kültürü oluşturmaktadır. Bireyler doğduklarında bir kültüre bağlı olmazlar, kültür bireyin yaşamı boyunca öğrenilir, gelişir. Kültürün birey ve toplum üzerindeki etkisi merak edilmiş; kültür hem toplumsal hayatta hem örgütsel hayatta çeşitli araştırmalara konu olmuştur. Kültür ve farklı kültürlerin etkisi çalışma hayatında da görülmektedir. Örgüt uygulamaları üzerinde meydana getirdiği etkilerini ve sonuçlarını anlamak, yorumlamak ve meydana gelecek problemleri çözmek konusunda kültürün önemli bir yeri vardır. Kültür aynı zamanda

¹³ Dr. Kocaeli Üniversitesi, burcugokay@gmail.com

¹⁴ Dr. Kocaeli Üniversitesi, senolleyla4@gmail.com

¹⁵ Dr. Azerbaycan Devlet Pedagoji Üniversitesi, reyhandadash72@gmail.com

da toplumsal gelişim sinyallerini de yansıtır. Girişimcilik, yenilikçilik kültürel özelliklere bağlıdır. Çalışmanın amacı doğrultusunda; Hofstede'in kültürel boyutlarından erillik-dişilik ile sosyal yenilikçilik arasındaki ilişkiyi incelemek ve bu ilişkinin etkisini üniversite öğrencileri üzerinde araştırmaktır. Belirtilen amaç doğrultusunda incelenen kavramlar da teorik olarak açıklanmıştır.

Erillik-Dişilik Boyutuyla Kültür ve Sosyal Yenilikçilik

Kültür; topluma üye bireyler tarafından üretilen ve toplumdaki diğer üyelere aktarılan düşünce, inanç ve normlar bütünüdür. Aynı zamanda çevreye uyum gösterme ve toplumsal sorunları çözme biçimi olarak tanımlanmaktadır (Şişman, 2007: 13-14). Kültürle ilgili farklı sınıflandırmalar mevcuttur. Bu sınıflandırmalardan biri de Hofstede'in yapmış olduğu bir araştırma sonucunda ileri sürdüğü güç mesafesi, belirsizlikten kaçınma, bireyci/kollektivist ve erillik/dişilik boyutlarına ilişkin modeldir. Hofstede daha sonra bu dört boyuta zaman oryantasyonunu ilave etmiştir (Zengin ve Tokucu, 2019: 1141). Araştırmaya katılan kırk ülkeye ait özelliklerin başlıca karakterlerini ortaya koyan Hofstede'in modelinde kültür boyutlarına ait belirgin noktalar şu şekilde özetlenebilir:

Tablo 1: Hofstede Modelinde Yer Alan Boyutların Özellikleri

Boyutlar	Özellikleri
<i>Güç mesafesi</i>	
Düşük güç mesafesi	Hiyerarşi önemsizdir. Astlar kararlara katılmak ister. Demokrat liderlik
Yüksek güç mesafesi	Hiyerarşi önemlidir. Astlar yönetilmek ister. İyiliksever otokrat liderlik
<i>Bireyci/Kollektivist</i>	
Kollektivist kültür	Değerler grup içi-grup dışı değişim gösterir. Kendi grubu dışındaki insanlar diğer grupların üyeleridir. İlişki odaklıdır.
Bireyci kültür	Değerler her yerde standarttır. Kendinden başkasını kaynak olarak değerlendirir. Görev odaklıdır.
<i>Erillik-Dişilik</i>	
Dişilik	Tevazu önemlidir. Duygular hakimdir. Yaşam refahına önem verilir.
Erillik	Kişinin ön planda olması önem taşır. Kararlı olmak önemlidir. Kariyer yapmak önemlidir.
<i>Belirsizlikten kaçınma</i>	
Belirsizlikten kaçınma düzeyi düşük	Kurallar sevilmez. Biçimsellik düzeyi düşüktür.
Belirsizlikten kaçınma düzeyi yüksek	Kurallara ihtiyaç vardır. Biçimsellik düzeyi yüksektir.

Kaynak: Barutçugil, 2011: 82-83.

Hofstede, kültürle ilgili değerleri inceleyerek farklı kültürlerin karşılaştırmasına imkan tanımıştır. Hofstede kültürleri dört ana boyut altında incelemiş kültürlerin ortak özellikleri etrafında bir model ortaya çıkarmıştır. Bu boyutlardan güç mesafesi hiyerarşiye verilen önemi, bireyci-kollektivist kültür; toplumsal kültürün bireysel ya da bütüncül odaklı bir davranış özelliği göstermesini, belirsizlik; toplumun belirsizlik karşısında nasıl davrandığını, erillik-dişilik ise toplumsal cinsiyet rolleriyle toplumsal davranış eğilimlerinin açıklanmasını ifade eder.

Araştırmanın ana konusunu oluşturan erillik-dişilik boyutu; “erkek ya da kadına yüklenen rol, cinsiyetler hakkındaki düşünceler ve cinsiyetlere verilen değerlerin önem derecesi”dir (Şişman, 2007: 60). Bir toplumda erkeğe atfedilen değerler hakimse erillik, kadına atfedilen değerler hakimse dişilik

kültüründen söz etmek mümkündür. Türk toplumu ataerkil bir yapıya sahip olmasına rağmen erillik değil dişilik kültürü özelliklerini taşımaktadır.

Kültür, toplumsal hayat üzerinde anahtar bir role sahiptir. Kültür aynı zamanda yenilikçilikle de ilişkilidir. Kültürün yenilikçilik üzerindeki etkisi makrodan mikroya; ulusal kültür ile yenilikçilik, ulusal kültür ile örgüt kültürü, örgüt kültürü ile yenilikçilik şeklinde incelenebilir. Kültürün bir alt boyutu olarak yenilikçiliği tetikleyen kültürel özelliklerin bütünü şeklinde “yenilikçilik kültürü”nü tanımlamak mümkündür (Yiğit, 2014: 1). Yenilikçilik, yeni ürün, yeni fikir ve bunların işleyişine uygun programları sunmaya yönelik için komplike bir süreci ifade eder. Sosyal yenilikçilik; kaynak ve otorite akışlarını veya sosyal inançları derinden değiştiren yenilikçiliğin gerçekleştiği sistem olarak tanımlanabilir. Başarılı bir şekilde gerçekleştirilen sosyal yenilikler dayanıklı ve geniş etkiye sahiptir (Westley ve Antadze, 2010: 2).

Tablo 2: Yeni Ürün Geliştirme Süreci ve Kültür Boyutlarının Etkisi

Başlangıç	Boyutlar	Uygulama
+	Bireyci/Kollektivist	-
-	Güç mesafesi	+
-	Erillik-Dişilik	+
-	Belirsizlikten kaçınma	+

Kaynak: Nakata ve Sivakumar (1996).

Nakata ve Sivakumar’a (1996) göre yenilikçilik, kültürel boyutlar bazında ele alındığında; bireyci-kollektivist boyut yenilikçilik sürecinde bireye odaklı olarak yüksek olması beklenirken, uygulama aşamasında bireyciliğin düşük olması beklenmektedir. Güç mesafesi, erillik-dişilik ve belirsizlikten kaçınma ise yenilikçilik sürecinin başlangıcında düşük olmalı, uygulamaya geçildiği zaman ise güç mesafesi, dişilik, belirsizlikten kaçınma yüksek olmalıdır. Ayrıca Shane (1992: 30) güç mesafesinin düşük ve bireyciliğin yüksek olduğu kültürlerin diğer kültürlerle göre daha yenilikçi olduğunu belirtmiştir.

Sosyal yenilikçilik, geniş açıdan bakıldığında toplum ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik yenilikçilik eğilimlerini içermektedir (Mulgan vd., 2006: 9). Sosyal yenilikçiliği gerçekleştiren kişiye de yenilikçi/girişimci denir. Girişimci; “ekonomik kaynakları kullanarak yenilikçilik yaptığı alanda yüksek verimlilik ve kar sağlayıp, değer yaratan”dır (Günlü, 2015: 25). Sosyal yenilikçilik kültürel yapıyla da ilgilidir. Yenilikçiliği etkileyen kültürel özellikler iyi değerlendirilmelidir (Halaç vd. 2014: 166).

Sosyal yenilikçilik için örnek olarak çevreye duyarlı olmak için yenilenebilir enerji kullanmak verilebilir. Yenilenebilir enerji teknolojisinin geliştirilmesine yönelik tüm çalışmalar sosyal yenilikçilik kavramı içerisinde değerlendirilebilir. İnternet kullanımının yaygınlaşması ve e-ticaret işlemleri hatta internet ortamında oy kullanabilmek sosyal yenilikçilik açısından önemli gelişmeler olarak değerlendirilebilir. Sosyal yenilikçilikte asıl amaç toplum ihtiyaçlarını karşılamaktır. Sosyal yenilikçiler bireylerdir, sosyal yenilikçilik ise toplumsal bir süreci tasvir etmektedir.

Yenilikçilik ve kültürün konusunu oluşturan araştırmalar incelendiğinde; örgütsel öğrenme ile yenilikçilik (Özdevecioğlu ve Bıçkes, 2012), yenilikçilik ve işletme performansı (Erdem vd., 2011), sosyal inovasyon ve sosyal hizmet (Özmete ve Akgül-Gök, 2015), kültür ve girişimciler (Öncül vd., 2016), sosyal yenilikçilik, sosyal girişimcilik (Özdemir ve Ar, 2015), bireysel yenilikçilik ve kişilik özellikleri ile yenilikçilik davranışı (Kavas, 2017), iç girişimcilik eğilimleri ve sosyal yenilikçilik (Şekerdil, 2016), motivasyon ve kültür (Demir ve Okan, 2009), erillik-dişilik ve empatik beceri (Çarıkcı ve Atilla, 2009), strateji (Dursun, 2013) ile ilişkilendirildiği görülmüştür. Bu araştırmanın temelini kültür boyutlarından biri olan erillik-dişilik boyutu ile sosyal yenilikçilik arasındaki ilişkiyi birey odağında incelenmesi oluşturmaktadır.

Yöntem

Hofstede'nin kültürel boyutlarından biri olan erillik-dişilik boyutunun sosyal yenilikçilik üzerine etkisinin incelendiği araştırmada nicel yöntem benimsenmiştir. Araştırmada Altay (2004) tarafından kullanılan on maddelik erillik-dişilik ölçeği kullanılmıştır. Ölçek güvenirliği 0,622 olarak hesaplanmıştır. Halaç vd. (2014) tarafından geliştirilen sekiz maddelik sosyal yenilikçilik ölçeği kullanılmıştır. Ölçek güvenirliği 0,819 olarak hesaplanmıştır. Uygulamaya Kocaeli Üniversitesi Uzay Bilimleri ve Havacılık Fakültesi'nde öğrenim gören öğrenciler katılmışlardır. Araştırma 2018-2019 eğitim-öğretim bahar döneminde gerçekleştirilmiştir. Araştırma örneklemini olarak kolayda örneklem tercih edilmiştir. Araştırmada kullanılan ölçekler 5'li likert ölçeğine şeklinde hazırlanmıştır. Öğrencilerden cinsiyet ve gelir düzeyi olarak demografik değişken hakkında iki sorulmuştur.

Bulgular

Araştırmada elde edilen veriler SPSS 21 programı ile analiz edilmiştir. Anlamlılık değeri 0,05'tir. Normal dağılımın söz konusu olduğu verilere güvenirlik analizi, korelasyon analizi, regresyon analizi, t-testi, tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Araştırmada erillik-dişilik boyutunun sosyal yenilikçilik üzerindeki etkisinin incelenmesi amaçlanmıştır. Sosyal yenilikçilik ölçeği, yenilikçiliği bilgi, yetenek, tecrübe ve motivasyon temelinde bireysel açıdan ele almaktadır. Araştırma sonucunda elde edilen verilere ilişkin analizler aşağıda gösterilerek, yorumlanmıştır.

Tablo 2: Katılımcıların Demografik Özellikleri

Değişkenler	n	f
<i>Cinsiyet</i>		
Erkek	65	% 65,0
Kadın	35	% 35,0
<i>Gelir</i>		
1499 TL ve daha az	71	71,0
1500-2999 TL	22	22,0
3000-4499 TL	2	2,0
4500-5999 TL	2	2,0
6000-7499 TL	3	3,0

100 öğrenci üzerinde uygulanan araştırmaya katılanların demografik özellikleri incelendiğinde; % 65'inin erkek, % 35'inin kadın olduğu görülmüştür. Öğrencilerin % 71'i 1499 TL ve daha az, % 22'si 1500-2999 TL, % 2'si 3000-4499 TL, % 2'si 4500-5999 TL, % 3'ü 6000-7499 TL gelir düzeyine sahiptir.

Tablo 3: Ölçeklere İlişkin Güvenirlik Katsayısı

Faktör	Cronbach Alfa
Erillik-dişilik	0,622
Sosyal yenilikçilik	0,819

Ölçek güvenirlik katsayısı 0,60'tan büyük ise ölçeğin güvenilir olduğunu belirtmek mümkündür. Ölçek güvenirlik katsayısı 0,80'den büyük ise ölçeğin yüksek güvenirliğe sahip olduğunu ifade etmek yerinde olmaktadır (Yaşar, 2014).

Tablo 4: Ölçeklere İlişkin Korelasyon Değerleri

Değişkenler	Sosyal Yenilikçilik	Erillik-dişilik
Erillik-dişilik	0,354*	1

*p<0,05

Erillik-Dişilik boyutu ile sosyal yenilikçilik arasında ($r=,354$; $p=0,000<0,05$) doğru yönlü ve orta düzeyde bir ilişki olduğu bulunmuştur.

Cinsiyet ve gelir değişkenleriyle erillik-dişilik boyutu, sosyal yenilikçilik arasında bir farklılık olup olmadığını belirlemek için yapılan analizler aşağıdaki tablolarda gösterilmiştir.

Tablo 5: Cinsiyet ile Erillik-Dişilik ve Sosyal Yenilikçilik İlişkisi

Boyutlar	Cinsiyet	N	ss.	t	F	p
Erillik-dişilik	Erkek	65	4,80	-0,263	1,081	0,793
	Kadın	35	5,66			
Sosyal yenilikçilik	Erkek	65	5,90	0,645	0,668	0,521
	Kadın	35	7,03			

Cinsiyet ile erillik-dişilik ve sosyal yenilikçilik boyutu arasındaki ilişkinin incelendiği t-testi sonucuna göre ($p>0,05$) olduğu görüldüğünden cinsiyet ile erillik-dişilik ve sosyal yenilikçilik arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki tespit edilememiştir.

Tablo 6: Gelir ile Erillik-Dişilik ve Sosyal Yenilikçilik İlişkisi

Boyut	Gelir	N	ss.	F	p
Erillik-Dişilik	1499 TL ve daha az	71	4,825	1,814	0,133
	1500-2999 TL	22	5,483		
	3000-4499 TL	2	2,121		
	4500-5999 TL	2	8,485		
	6000-7499 TL	3	4,9328		
	1499 TL ve daha az	71	5,521		
Sosyal Yenilikçilik	1500-2999 TL	22	8,079	1,740	0,048
	3000-4499 TL	2	12,028		
	4500-5999 TL	2	2,828		
	6000-7499 TL	3	2,081		
	1499 TL ve daha az	71	5,521		
	1500-2999 TL	22	8,079		

Gelir ile erillik-dişilik arasındaki ilişkinin incelendiği tek yönlü varyans analizi sonucuna göre ($p>0,05$) olduğundan gelir ile erillik-dişilik arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır. Gelir ile sosyal yenilikçilik arasındaki ilişkinin incelendiği tek yönlü varyans analizi sonucuna göre ($p<0,05$) olduğundan gelir ile sosyal yenilikçilik arasında istatistiki olarak bir anlamlılık olduğu görülmüştür. Bu anlamlı ilişkinin hangi gruplardan kaynaklandığı belirlemek amacıyla Scheffe testi yapılmıştır.

Tablo 7: Gelire Ait Farklılıkların Analizi

Boyut	Gruplararası eşleşme		Ortalama farkı	p
Sosyal Yenilikçilik	6000-7499 TL	1500-2999 TL	-3,45*	0,025

Anlamlılığın hangi gruplardan kaynaklandığı belirlemek için yapılan Scheffe testi sonucuna göre 6000-7499 TL ile 1500-2999 TL gelire sahip öğrenciler arasında farklılık tespit edilmiştir. Bu anlamlı farklılık 1500-2999 TL gelire sahip öğrencilerde 3,45 farklılıkla daha yüksektir. Özetle; 1500-2999 TL gelire sahip öğrenciler 6000-7499 TL gelire sahip öğrencilerden daha fazla sosyal yenilikçilik düzeyine sahiptirler.

Tablo 8: Erillik-Dişilik Boyutu ile Sosyal Yenilikçilik Arasındaki Regresyon Analizi

Bağımsız değişken	R	R ²	B	β	T	F	p
Erillik-Dişilik	,354	,125	,286	,354	3,747	14041	,000

Bağımlı değişken "Sosyal yenilikçilik", $p<0,05$

Regresyon analizine göre; anlamlılık düzeyi $0,00<0,05$ olduğundan erillik-dişilik boyutu ile sosyal yenilikçilik arasında bir ilişki olduğu görülmüştür. Erillik-dişilik boyutunda boyutunda meydana gelen "1" birimlik artış, sosyal yenilikçilik üzerinde 0,354 oranında artışa neden olur.

Sonuç

Yenilik yaratabilme, değer katabilme, süreçlerde değişikliğe gidebilme, yeni fikirler geliştirebilme bireylerin yetkinliklerine bağlıdır. Toplumun ihtiyaçlarının karşılanmasına yönelik atılımlar sosyal yenilikçilikle sağlanabilir. Bu araştırmada üniversite öğrencilerinin kültürel özelliklerinden biri olan erillik-dişilik boyutunun sosyal yenilikçilik üzerindeki etkisinin ölçülmesi amaçlanmıştır.

Erillik-dişilik boyutu ile sosyal yenilikçilik boyutu arasında doğrusal ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu görülmüştür. Cinsiyet ile erillik-dişilik ve sosyal yenilikçilik arasında bir ilişki olmadığı belirlenmiştir. Uslu ve Mansur (2017) ise öğrencilerin sosyal yenilikçilik düzeyleri ile cinsiyet arasında farklılık tespit etmişlerdir.

Gelir ile erillik-dişilik boyutu arasında anlamlı bir ilişki görülmemiştir. Ancak gelir ile sosyal yenilikçilik boyutu arasında istatistiksel anlamlılık tespit edilmiştir. 1500-2999 TL gelire sahip öğrencilerin sosyal yenilikçilik düzeyleri 6000-7499 TL gelire sahip öğrencilerden daha yüksek bulunmuştur. Bu bulgu düşük gelir seviyesine sahip öğrencilerin sosyal yenilikçiliğe daha yatkın olduğunu göstermektedir. Gelir seviyesi düştükçe hem toplumsal hem bireysel açıdan yenilik yapma ya da ihtiyaçların karşılanmasına yönelik değer katıcı davranışlar ve eğilimler söz konusu olmaktadır. Öncül vd. (2016) yapmış oldukları araştırma neticesinde cinsiyet, gelir, doğum yeri ve ikamet edilen şehir gibi demografik faktörlerin Hofstede'in kültürü boyutlarıyla anlamlı farklılıklar yarattığını belirlemişlerdir. Öncül vd. (2016)'nin tespit ettiği cinsiyet, gelir ve kültür boyutları arasındaki anlamlı ilişki bu çalışma bulgularıyla örtüşmemektedir. Şirin vd. (2018) ise sosyal girişimcilik ile cinsiyet, anne- baba eğitim durumu arasında anlamlı farklılık belirlenmiştir. Cinsiyet ile sosyal yenilikçilik arasında anlamlı bir farklılık tespit edilemediğinden bu bulguda Şirin vd. (2018)'nin bulgularıyla örtüşmemektedir. Ayrıca Şirin vd. (2018)'nin demografik değişken olarak geliri incelemedikleri belirlenmiştir.

Erillik-dişilik arttıkça sosyal yenilikçilik artmaktadır. Nakata ve Sivakumar'a (1996) göre yenilikçiliğin başlangıç aşamasında erillik, uygulama aşamasında dişilik düzeyi daha yüksek olmalıdır. Türk toplumuna üye üniversite öğrencilerinin dişilik düzeylerinin yüksek olduğunu belirtmek yerinde olacaktır. Kültürün sosyal yenilikçiliği etkilediği görüldüğünden üniversite öğrencilerinin ders müfredatına bireysel yenilikçilik, sosyal yenilikçilik veya girişimcilik derslerinin konulması sosyal yenilikçiliğin ve girişimciliğin geliştirilmesine katkıda bulunacaktır. Halaç vd. (2016)'nin belirttiği gibi kültürel özelliklerin sosyal yenilikçiliği etkilemesinden dolayı kültürel özelliklerin iyi bir şekilde değerlendirilmesi yerinde olacaktır.

Yenilikçilik hem toplumsal ihtiyaçlara hem de üniversiteden mezun olduktan sonra örgütsel ihtiyaçlara cevap vermesi bakımından sorun çözücü bir unsurdur. Sosyal yenilikçilik anahtar ise kültür kilittir. Öğrencilerin yaşadıkları yer, mezun olduklarında yapmak istedikleri iş, çalışmak istedikleri sektör, aile eğitim durumları da başka çalışmalarda değişken olarak incelenebilir. Öğrenciler üzerinde yapılacak olan araştırmalara meslek yüksekokulu öğrencileri, farklı fakültelere mensup öğrenciler de dahil edilebilir. Sosyal yenilikçilik ile ilgili olarak farklı kültür boyutları birlikte araştırılabilir. Sosyal yenilikçilikle ilgili olarak sosyal sermaye, girişimcilik, iç girişimcilik, kültürel sermaye kavramları incelenebilir.

Kaynakça

- Altay, H. (2004). "Güç mesafesi, erkeklik-dişilik ve belirsizlikten kaçınma özellikleri ile başarı arasındaki ilişkilerin incelenmesine yönelik bir araştırma". *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(1): 301-321.
- Barutçugil, İ. (2011). *Kültürlerarası farklılıkların yönetimi*. İstanbul: Kariyer Yayınları.
- Çarıkcı, H. ve Atilla, G. (2009). "Erillik/dişillik boyutunun empatik beceri ile ilişkisi". *Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 1(2): 52-63.
- Demir, H. ve Okan, T. (2009). "Motivasyon üzerinde ulusal kültür etkisi". *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(1): 121-142.
- Dursun, İ. T. (2013). "Örgüt kültürü ve strateji ilişkisi: Hofstede'nin boyutları açısından bir değerlendirme". *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 1(4): 43-56.
- Erdem, B., Gökdeniz, A. ve Met, Ö. (2011). "Yenilikçilik ve işletme performansı ilişkisi: Antalya'da etkinlik gösteren 5 yıldızlı otel işletmeleri örneği". *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 26(2): 77-112.

- Günlü, E. (2015). "Girişimcilik olgusunun kavramsal analizi ve turizmde sosyal girişimcilik". *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi* 35: 23-42.
- Halaç, D., Eren, H. ve Bulut, Ç. (2014). "Sosyal yenilikçilik: Bir ölçek geliştirme çalışması". *H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 32(1): 165-190.
- Kavas, M. (2017). "Bireysel yenilikçi kişilik özelliği ve inovatif davranışa etki eden faktörlere yönelik nicel ve nitel bir araştırma". *Kara Harp Okulu Bilim Dergisi*, 27(2): 137-156.
- Mulgan, G., Tucker, S., Ali, R. ve Sanders, B. (2006). *Social innovation what it is, why it matters and how it can be accelerated*. London: The Young Foundation.
- Nakata, C., Sivakumar, K. (1996). "National culture and new product development: an integrative review". *Journal of Marketing*, 60(1):61-72.
- Öncül, M. S., Deniz, M. ve İnce, A. R. (2016). Hofstede'nin örgüt kültürü modelinin potansiyel girişimcilerin yetiştiği çevresel özellikler kapsamında değerlendirilmesi. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 7(1): 255-269.
- Özdemir, F. ve Ar, İ. M. (2015). "Sosyal yenilik üzerine bir alan araştırması". *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi*, 4(1): 17-43.
- Özdevecioğlu, M. ve Biçkes, D. M. (2012). Örgütsel öğrenme ve inovasyon ilişkisi: büyük ölçekli işletmelerde bir araştırma. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 39: 19-45.
- Özmete, E. ve Akgül Gök, F. (2015). "Sürdürülebilir kalkınma için sosyal inovasyon ve sosyal hizmet ilişkisinin değerlendirilmesi". *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 26(2): 127-143.
- Shane, S. A. (1992). "Why do some societies invent more than others?". *Journal of Business Venturing*, 7(1): 29-46.
- Şekerdil, R. (2016). İç girişimcilik eğilimlerinin sosyal inovasyon üzerine etkisi: İzmir ilinde özel banka çalışanlarına yönelik bir araştırma. İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi* Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Şirin, Y.E., Bilir, F.P. ve Öz, G. (2018). "Üniversite öğrencilerinin sosyal girişimcilik eğilimleri: beden eğitimi ve spor yüksekokulu örneği". *Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 3(3): 35-47.
- Şişman, M. (2007). *Örgütler ve kültürler*. Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Uslu, D., Mansur, F. (2017). "Sağlık yönetici adaylarının bireysel-sosyal yenilikçilik ve proaktiflik özelliklerini belirlemeye yönelik bir araştırma". *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Iss. Special: 52-68.
- Westley, F., Antadze, N. (2010). "Making a difference: strategies for scaling social innovation for greater impact". *The Innovation Journal: The Public Sector Innovation Journal*, 15(2): 2-19.
- Yaşar, M. (2014). "İstatistiğe yönelik tutum ölçeği: geçerlilik ve güvenilirlik çalışması". *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 36(2), 59-75.
- Yiğit, S. (2014). Kültür, örgüt kültürü ve inovasyon ilişkisi bağlamında "inovasyon kültürü". *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 16(27): 1-7.
- Zengin, Y. ve Tokucu, F. (2019). "Küresel işletmecilikte kültürün önemi: Hofstede'nin kültürel boyutları çerçevesinde bir değerlendirme". *TurkishStudies Economics, Finance, Politics*, 14(3): 1135-1155.

İŞLETME VE ÇEVRE DUYARLILIĞI AÇISINDAN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİN MALİYET ANALİZİ

Öğr. Gör. İsmail Kılıçaslan

Kocaeli Üniversitesi, Kocaeli Meslek Yüksekokulu, Muhasebe ve Vergi Bölümü
isokaslan@hotmail.com

Özet

Bir canlı organizma gibi değerlendirilebilen işletme, dinamik ve denge halini koruyabilen, çevresinden etkilenen ve çevresini etkileyen açık bir sistemdir (Rodoplu, Akdemir, 2001:33). Sürekli çevre ile ilişki içinde olması gereken temelde kar etme mantığı ile var olan iktisadi teşekküller yada işletmeler, bu varlıklarını sürdürebilmeleri için içinde bulunduğu çevreye karşı duyarlı yatırımlar yapmak zorundadır. Kazan-kazan mantığı şeklinde işleyen Yaşa-Yaşat mantığının da tüm insanlık tarafından ve hatta ortaklarından ayrı bir kişiliğe sahip olan işletmeler tarafından da artık kabul edilmesi gereken bir gerçektir. Müteşebbis tarafından bir araya getirilmeye çalışılan ve maksimum fayda sağlanması hedeflenen iktisat bilimcileri tarafından kıt kaynaklar olan nitelendirilen varlıklarımızın (Emek-Sermaye-Doğal kaynak) hak ettikleri saygıyı duyması gerektiği de bir gerçektir. Tüm bu gerçekler ile yapılan bu çalışmada, son zamanlarda çokça duyduğumuz Sürdürülebilirlik ışığında bazı tespitler ortaya konmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler : sürdürülebilirlik,maliyet,çevre duyarlılığı

BUSINESS AND ENVIRONMENT SENSITIVITY COST ANALYSIS OF SUSTAINABILITY

Abstract

Business can be evaluated as a living organism, dynamic and can maintain a state of balance, affected by the environment and is an open system that affects the environment (Rodoplu, Akdemir, 2001: 33). In order to sustain these assets, the economic enterprises or enterprises that have the basic logic of profit, which should be in constant relation with the environment, have to make investments that are sensitive to the environment they are in. It is a fact that the logic of LIVE-LIVED, which operates in the form of win-win logic, should be accepted by all humanity and even by businesses that have a separate personality from their partners. It is also a fact that our assets (Labor-Capital-Natural Resource), which are defined as scarce resources by economic scientists who are trying to be brought together by the entrepreneur and aiming to provide maximum benefit, should respect the rights they deserve. In this study conducted with all these facts, in the light of the sustainability we have heard a lot recently, some determinations have been made.

Keywords: sustainability, cost, environmental awareness

GİRİŞ

Bir canlı organizma gibi değerlendirilebilen işletme, dinamik ve denge halini koruyabilen, çevresinden etkilenen ve çevresini etkileyen açık bir sistemdir (Rodoplu, Akdemir, 2001:33). Sürekli çevre ile ilişki içinde olması gereken temelde kar etme mantığı ile var olan iktisadi teşekküller yada işletmeler, bu varlıklarını sürdürebilmeleri için içinde bulunduğu çevreye karşı duyarlı yatırımlar yapmak zorundadır. Kazan-kazan mantığı şeklinde işleyen Yaşa-Yaşat mantığının da tüm insanlık tarafından ve hatta ortaklarından ayrı bir kişiliğe sahip olan işletmeler tarafından da artık kabul edilmesi gereken bir gerçektir. Müteşebbis tarafından bir araya getirilmeye çalışılan ve maksimum fayda sağlanması hedeflenen iktisat bilimcileri tarafından kıt kaynaklar olan nitelendirilen varlıklarımızın (Emek-Sermaye-Doğal kaynak) hak ettikleri saygıyı duyması gerektiği de bir gerçektir. Muhasebenin temel kavramlarından biri olan sosyal sorumluluk kavramı aslında tamda bu sürdürülebilirlik konusunu irdelenektedir. İsmi farklı telaffuz bile edilse temel düşünce mantığı aynıdır.

Nalan Akdoğan ve Orhan Sevilengül hocalarının kitaplarında da geçtiği gibi “Sosyal sorumluluk kavramı, muhasebenin organizasyonunda, muhasebe uygulamalarının yürütülmesinde ve mali

tabloların düzenlenmesi ve sunulmasında; belli kişi veya grupların değil, tüm toplumun çıkarlarının gözetilmesi ve dolayısı ile bilgi üretiminde gerçeğe uygun, tarafsız ve dürüst davranılması gereğini ifade eder. Ancak bu tanımın biraz daha açılarak sadece muhasebe anlamında bir sorumluluktan ziyade işletme mantalitesi anlamında bir sosyal sorumluluk dikkate alınmalıdır. Şöyle ki ; İnsanlar nasıl içinde doğup büyüdüğü, bir takım kültür paylaşımında ve etkileşiminde bulunduğu çevrelere veya diğer bir tabirle sosyal alanlarına karşı sorumluluklara sahipse, işletmeler de aynı mantıkla içlerinde doğup büyüdüğü kaynaklarını kullanarak bir yerlere gelmeye çalıştığı bazen havasını, bazen suyunu ve bazen de insanlarını eskittiği, kirlettiği, yıprattığı topluma karşı sosyal sorumluluğa sahip olmalı, ona göre davranmalıdır.

Bir işletmenin mali tablosunda kâr rakamına odaklanılırken, bu kârın ortaya çıkması için kaç canlının hastalandığı, hatta öldüğü, kaç ağacın kesildiği, kaç kişinin işini kaybettiği, kaç dükkânın kapandığı vb. yeterince dikkate alınmamaktadır. Bu durum geleneksel muhasebenin sosyal sorumluluk kavramının gereğini tam olarak yerine getirmediğini göstermektedir (Bengü, Can, 2009: 158).

Günümüzde geleceği tüketmemek, tüketmeden bu günü yaşayabilmek gibi kavramlarla açılanmaya çalışılan sürdürülebilirlik tanımlaması tam da burada devreye girmektedir. Zaten kıt olarak Kabul edilen kaynakların yok olmadan gelecek nesillere aktarılabilmesi tam da Sosyal Sorumluluk Kavramının gereğidir. Temel mantık olarak kar etmeyi hedef alan işletmeler için sosyal sorumluluk adı altında yapılacak olan yatırımlar füzuli olarak görülmekte ve işletmeler geri dönüşünü göremedikleri bu tür yatırımları yapmaktan kaçınmaktadırlar. Bir fabrika bacasına filtreleme sisteminin kurulması, dereye yada açık Alana kimse görmeden akıtılacak zehirli suyun sırf bu kavram gereğince pahalı filtreleme maliyetlerine katlanmak suretiyle temizlenmesi, %100 kar amaçlayan işletmeler tarafından mantıksız bulunmaktadır.

İşte tam da burada muhasebenin hesap vermekle yükümlü olduğu DEVLET devreye girmekte, çeşitli zorlamalar ve cezai müeyyidelerle toplumun geleceğinin çarçur edilmesini önlemektedir. Çevre bakanlığı tarafından işletmelere zorunlu olarak yaptırılan bir takım yatırımlarla işletmeler başlangıçta zor duruma düştiklerini düşünüyorlardı. Müteşebbislerin en büyük hayali yaptıkları yatırımların hızla geri dönmesidir. Borsa-İstanbul tarafından hazırlanan sürdürülebilirlik rehberinde bu husus şöyle dile getirilmektedir :” Şirket değerlendirme kriterlerine ekonomik performansın yanı sıra sosyal ve çevresel performanslar da eklenmekte, şirketlerin ekonomik, çevresel ve sosyal gelişimlerden kaynaklanan fırsat ve riskleri yönetme sürecindeki başarıları yatırımcıların şirket seçimlerinde de önemli bir kıstas haline gelmektedir. Sürdürülebilirlik kavramının önem kazanması ve yatırımcıların da artık sürdürülebilirlik faktörlerini şirket seçiminde göz önünde bulundurmasıyla, sermaye piyasası düzenleyicileri ve borsalar konuya dikkatle eğilmiş; şirketler, yatırımcılar ve toplum nezdinde sürdürülebilirlik bilincinin yaygınlaşması için çeşitli girişimlerde bulunmaya başlamışlardır.”

Şirketlerin performans değerlendirmesinin sadece finansal performansları dikkate alınarak yapılması, yalnızca dikiz aynasına bakarak araba kullanmayabenzetilebilir.



Yine aynı çalışmada sürdürülebilirlik konusunda işletmelerin yatırım yapmasının aşağıda sıralanan faydaları sağlayacağı belirtilmiştir :

- Marka değeri, güven ve itibar sağlanması,
- Maliyet tasarrufu ile birlikte kârlılığın artması,
- Nitelikli iş gücünün şirkete çekilmesi ve çalışanların motivasyonunun artması,
- Tüketici talepleri,
- Yeni iş fırsatları ve inovasyon olanakları yaratılması,
- Sermayeye Kolay Ulaşım,
- Etkin Risk Yönetimi,
- Şirket Ömrünü Uzarması

Sonuç olarak görünen o ki , işletmelerin ve işletme yöneticilerinin başlangıta fuzuli gibi algıladıkları yatırım harcamalarının geri dönüşü oldukça hızlıdır. Bu durumda işletmelerin geri dönüşümü ve piyasada karşılık bulması çok yüksek olan sürdürülebilirlik ve çevre konusunda yatırım yapmaları kendi menfaatlerinedir. Toplum sosyal ağlar sayesinde gittikçe bilinçli bir hale gelmektedir. Artık eve aldığımız meyvelerin bile daha sağlıklı olmasına mümkünse kurtlu olmasına dikkat eder hale geldik. Doğal yaşam araçlarına ve alanlarına yönelme hızı son derece yüksek. Müteşebbisler tüm bunların bilinci ile işletmelerinin daha çevreci, daha doğal yaşama saygılı günümüz tabiri ile sürdürülebilirliğe dikkat eden bir yapı içinde olduğu topluma, müşterilerine ve yatırımcılarına göstermek zorundadır.

KAYNAKÇA

- Borsa İstanbul (2014). Şirketler İçin Sürdürülebilirlik Rehberi, <http://www.borsaistanbul.com/data/kilavuzlar/surdurulebilirlik-rehberi.pdf> (01.12.2015)
- GRI, Global Reporting Initiative Guideline G3 Sürdürülebilirlik Raporlaması İlkeleri, <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Turkish-G3-Reporting-Guidelines.pdf> (24.02.2016)
- GRI, Global Reporting Initiative Guideline G4 Sürdürülebilirlik Raporlaması Kılavuzu “Raporlama İlkeleri ve Bildirimler” <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Turkish-G4-Part-One.pdf> (12.02.2016).
- Karğın, S. Aracı, H. Aktaş, H. (2013), Entegre Raporlama: Yeni Bir Raporlama Perspektifi, *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi*, 6(1):27-46.
- Kuşat, N. (2012). Sürdürülebilir İşletmeler İçin Kurumsal Sürdürülebilirlik ve İçsel Unsurları, *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF Dergisi*. XIV(II): 227-242.
- Saban, Metin, H.Küçüker, M.Küçüker (2017), Kurumsal Sürdürülebilirlik İle İlgili Raporlama Çerçevesi Ve Sürdürülebilir Raporlamada Muhasebenin Rolü, *İşletme bilim dergisi*,
- ULUSAN, Hikmet, “Çevresel Raporlama Rehberleri ve İşletme Çevresel Raporlarında Açıklanması Gereken Bilgiler”, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakülte Dergisi*, C.14, S.2, s.181-206, 2009.
- KASAPOĞLU, Şule, Belediyelerde Çevre Muhasebesi Uygulaması, Yüksek Lisans Tezi, *Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya*, 2003.
- TAŞDEMİR, Vahdi, “İşletme-Çevre İlişkilerinin Muhasebe Açısından Raporlanması” *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara*, 2011.
- KARACAN, Ali Rıza, “İşletmelerde Çevre Koruma Bilinci ve Yükümlülükleri”, *Türkiye ve Avrupa Birliğinde İşletmeler Yönünde Çevre Koruma Politikaları*, 2008.
- SEVİLENGÜL, Orhan, Genel Muhasebe, Gazi Kitabevi, Ankara, 1996.
- RODOPLU, Gültekin ve AliAKDEMİR, İşletme Bilimine Giriş, Isparta, 2001.
- AKDOĞAN, Nalan ve Orhan SEVİLENGÜL, Tek Düzen Muhasebe Sistemi Uygulaması, Gazi Yayınevi, Ankara, 2000.

KÜRESEL MARKALAR - KÜRESEL KÜLTÜR : COCA-COLA ÖRNEĞİ**Semra OF**Kocaeli Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli
semraof@hotmail.com**Öğr. Gör. İsmail Kılıçaslan**Kocaeli Üniversitesi, Kocaeli Meslek Yüksekokulu, Muhasebe ve Vergi Bölümü
isokaslan@hotmail.com**Özet**

Bireyin belirli bir bilgi ahlaki değer inanç gibi bazı yetenekleri edinmesine yardımcı olan kültür toplumlar arasında farklılaşma göstermektedir. Belli semboller aracılığıyla nesilden nesile iletilen kültür bu sayede paylaşılmaktadır. Kültürün bireye bazı olguları algılama, bunları bir başka olaylar ve olgular ve ilişkilendirme ve sonucunda da yorumlama sürecinde yardımcı olmak gibi bir özelliği olduğu için öğrenilebilir olduğunu söylemek mümkündür. Kültür bir ulusun veya bir toplumun kendine has karakteristik özelliklerini tanımlamakta ve bunları şekillendirmektedir. Bu sayede de bireylerin davranışlarını tahmin edebilir ve belirli oranlarda yönlendirebiliriz. Toplumun büyük bir bölümü tarafından kabul edilen kültür toplumların devamlılığını sağlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Reklam Stratejileri, Pazarlama, Coca-Cola, Pepsi**GLOBAL BRANDS - GLOBAL CULTURE: CACA-COLA CASE****Abstract**

The culture that helps the individual to acquire certain abilities such as belief in a particular knowledge moral value shows differentiation between societies. In this way, the culture transmitted from generation to generation through certain symbols is shared. It is possible to say that culture can be learned because it has a feature such as assisting the individual in the process of perceiving certain phenomena, and associating them with other events and phenomena and interpreting them as a result. Culture defines and shapes the characteristic features of a nation or a society. In this way, we can predict individuals' behavior and guide them to a certain extent. The culture accepted by the majority of the society ensures the continuity of the societies.

Keywords: Advertising Strategies, Marketing, Coca-Cola, Pepsi**1. Küreselleşen Kültür ve Reklam**

Oluşturulan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları oluşturmada ve sonraki nesillere iletmeye kullanılan araçların tamamı olan kültür, reklam ile yakından ilişkilidir. Bir topluma veya halk topluluğuna özgü düşünce ve sanat eserlerinin bütünü olarak tanımlanan kültüre bu tanımla yerel bir özellik kazandırılır. Çok uluslu reklam veren firmaların, pazarlama iletişimi stratejilerini çeşitli ülkelerin kültürel normlarına göre yerel hale getirmesi gerekmektedir. Küreselleşme ile birlikte bütün kavramlar hızla değişmektedir. Ulusal kültürlerin, ulusal ekonomilerin ve ulusal sınırların eskisi gibi korunamadığı ve sosyal hayatın büyük bir bölümünün küresel süreçler tarafından belirlendiği bir çağda yaşadığımızı söyleyebiliriz. Küreselleşme ile birlikte ulus milleti olmaktan çıkıp tek biri zamanın kültürü yani “dünyalı” olunmuştur.

Hindistan ve Pakistan Örneği

Hindistan'ın bağımsızlığının elde edildiği yıllarda iki toplum arasındaki ihtilaflar en yüksek seviyeye erişmiş, dönemin en önemli siyasi liderleri Mahatma Gandhi, Cevahir Lal Nehru ve diğer bağımsızlık önderlerinin çabaları bir sonuç verememiştir. Pakistan'ın kurucusu olan Muhammed Ali Cinnah'ın ısrarı üzerine ülke Hindistan ve Pakistan olarak ikiye bölünmüştür. O dönem ülkenin bütünlüğünden yana olan Hindu liderlerin yanı sıra Müslüman liderlerden Mevlâna Muhammed Ali ve Ebu'l Kelam Azad'ın tüm ısrarlarına rağmen İngiltere'nin desteği ile Cinnah'ı destekleyen Müslümanlar ana

ülkeden ayrılarak Pakistan'ı meydana getirmiştir. Bağımsızlığını elde eden Pakistan, Hindistan ile ilişkilerinde kendi ulusal hâkimiyeti bakımından şu üç konuya daima önem vermiştir.

1. Keşmir Sorunu,
2. Kaynağı Hindistan'da bulunan Pencap (Beş Su) nehir kaynaklarının kesilmemesi,
3. Ülkenin toprak bütünlüğünün korunmasıdır.

1971 yılında Coca-Cola dünyaya ikonik “HILLTOP”.(tepe, tepe doruğu) reklamını kullanarak şarkı söylemeyi üretti. Coca-Cola 40 yıldan uzun bir süre çatışma içinde yaşayan Hindistan ve Pakistan halkını teknolojinin yardımıyla basit bir bağlantı kurarak birbirlerinin sevinç anını paylaşmaya davet etti. Canlandırıcı bir Coca-Cola filmi bizi birleştirenin bizi ayırandan çok daha güçlü olduğunu göstermektedir.



Şekil 2: Hindistan ve Pakistan'ın başkentlerinde uygulanan reklam filmi

Hindistan ve Pakistan'ın başkentlerindeki iki büyük alışveriş merkezinde kurulan yüksek teknolojlili otomatlar Sadece 325 mil ara ile ayrılmış, ilk bakışta birbirlerinden farklı iki dünyadan oluşan tüketicilerin farklılıklarının bir kenara bırakmaya ve paylaşmaya davet etmiştir.



Şekil 3: Her iki başkentte aynı anda interaktif olarak otomatlar kullanılıyor.

“Küçük Dünya makineleri”, kültürel anlayışı teşvik etmek umudu ile sınırların ötesine bölünen bu iki ülke halkını birbirine bağlayan bir canlı iletişim ortamı sağlamıştır. Canlı bir duygu alışverişi yakalayabilmek için aynı anda çekilen bir video akışı otomatik olarak satış makinesi ekranına yansıtılmıştır. Bunun için türünün ilk 3D dokunmatik ekran teknolojisi kullanılmıştır. Burada hedeflenen amaç Coca-Cola paylaşımından önce hem ülkelerden hem de çeşitli yaşam alanlarından İnsanlarla dostça bir işi birlikte el sallamak, dokunmak, barış işareti yapmak veya dans etmek için teşvik etmektir.



Şekil 4: Her iki başkentte aynı anda interaktif olarak otomatlar kullanılıyor.

Projeyi yöneten Jackie Jantos Tulloch canlı ve eş zamanlı olarak yapılan bu deneyimi bir web kamerasına bakmakla başka bir kişiyle yüz yüze bakmak arasında karşılaştırma yapmıştır. Çıkardığı sonuç şu olmuştur. “Eylemlerinizi tam anlamıyla yansıtıyor”.

Coca-Cola Ramazan Reklamı Örneği Çözümlemesi

Geçmişte amacı bir ürünü tanıtmak veya satmak olan reklam sektörü artık hedef kitleye daha çok dokunmak ve daha sağlam bir bağ oluşturabilmek için reklamları araç olarak kullanmaktadır. Hedef kitlenin değer verdiği şeyleri anlamak ve anlaşıldığının hissettirilerek bağ kurulmasının istenmesinden dolayı reklam ajanslarına, marka yöneticilerine ülkelere ait değerleri anlamak ve bu değerlerin markaları ile birleştirerek anlatmak için büyük sorumluluklar düşmektedir. Bunu ülkemizde başarıyla yapan küresel markalardan birisi de Coca-Cola’dır. Coca-Cola, yürüttüğü reklam kampanyalarında sadece ülkemizin değil, pazarına girdiği her ülkenin geleneğine ayrı ayrı değer verdiğini hissettirmektedir. Geert Hofstede’in Bireycilik-Grupçuluk yapısına göre; Grupların birey veya ülke gibi gruplarla güçlü bağlarının olduklarını ileri sürer. Bu gibi gruplar sosyal dayanışmayı teşvik etmek için bireyler arasında birliktelik kimliği oluşturabilmek ve karşılıklı saygı ve sevgiyi ön planda tutabilmek için çaba harcarlar. Coca-Cola’nın reklam kampanyalarında dikkat ettiği hususlardan bir tanesi de reklamları planlarken marka hikayelerinin ağızdan ağıza dolaşması, hedef kitle arasında diyalog oluşturması ve günlük konuşma diyaloglarında yer almasını sağlamaktır.

Reklamda Kullanılan Görsel unsurlar

Karagöz ve Hacivat; Perde arkasında yapılan gölge oyunları ile ramazan ayının vazgeçilmezlerinden olan Karagöz ve Hacivat Türk-Osmanlı tiyatro tarihinin en popüler karakterlerindendir. Mahalle davulcuları, fırıncılar, iftar vakti topun patlaması, kurulan uzun iftar sofraları ramazan ayını işaret etmektedir.



Şekil 5: Coca-Cola Ramazan Reklamı

Reklamın giriş sahnesinde Karagöz'ün, karanlık bir tüneldən aydınlığa doğru çıkması ve Hacıvat'a koşması, Coca-Cola kullanımının ferahlatıcı etkisi olduğu izlenimi uyandırılmaktadır.



Şekil 6: Coca-Cola Ramazan Reklamı

Reklamdaki mahalle fırıncılarının, mahalle davulcularının, her yaştan her meslekten bütün mahalle halkının birbirlerine doğru koşması ve hep birlikte büyük kalabalık masaları birbirlerine yakınlaştırarak oturup iftar yapılması Coca-Cola'nın birleştirici özelliğine vurgu yapmaktadır.



Şekil 7: Coca-Cola Ramazan Reklamında Davulcuların Davullarına Kavuşması

Reklamın sonundaki “Ramazan yine özlediğimiz her şeyi bir araya getirsin, bu mutluluk bize 11 ay yetsin” cümlesi ile Coca-Cola'nın tüketiciler üzerinde uzun soluklu mutluluk sağladığına gönderme yapılmaktadır.

Reklamda Kullanılan Renkler:

İnsan yaşamında önemli bir yeri olan renklerle duygular ve düşünceler rahatlıkla anlatılabilir. Renklerin izlenime kattığı etkiler, duygusal ifadelerle aracı olma özellikleri ve taşıdığı sembolik anlamlar gibi etkileyici özelliklerinden dolayı reklamlarda sıklıkla kullanılmaktadır. Ortak bilinçaltının bir yansıması olmasından dolayı toplumsal bir anlam da ifade etmektedirler. Renkler bir toplumda aynı şekilde algılanmakta, aynı duygular uyandırmakta ve geçmişin karanlık bölgelerinden aydınlığa çıkartılıp hatırlanması sağlamaktadır.

KIRMIZI: Yapılan reklam kampanyalarında ya da firmalar ürünlerinin tasarımlarında dikkat çekici ve heyecan verici özelliğinden dolayı kırmızıyı fazlasıyla kullanmaktadır. Gözün retina tabakasının hemen arkasında olduğu için kırmızı rengi algılamak sanki üstünüze doğru geliyormuş gibi bir his uyandırır. Satışın rengi olan kırmızı, iştah açıcı özelliğinden dolayı gıda sektöründe sıkça kullanılır ve sıcak satışı sağlar. Beyazla birlikte kullanıldığında gücü temsil eder. Coca-Cola da kırmızı zemin üzerine beyaz logo kullanmıştır.

YEŞİL: Yeniliği, sakinliği ve sükuneti temsil eden renk güven vermektedir. Yeşil renk tazeliği ve şifayı çağrıştırma özelliğinden dolayı gıda sektöründe kullanılan renkler arasında yer alır. Doğanın ve sağlığın sembolü konumundadır. Reklamın sonunda da yemyeşil bir çayırda uzun iftar masasının kurulması güvenli bir ortam olduğunu ve bunu da Coca-Cola'nın sağladığını gösterir.



Şekil 8: Coca-Cola Ramazan Reklamında Masaların Birleştirilmesi

Reklamda Kullanılan Hileler:

Gazlı bir içecek olan Coca-Cola'nın daha da gazlı gözükmeleri için içerisine asit katılmaktadır. Ve bardaklardan çıkan soğuk dumanla daha serin etkisi oluşturabilmek için bardakların dışına sprey sıkılmaktadır.

Reklamda Kullanılan Müzik:

Reklamda Süt Kardeşler filminin jenerik müziği kullanılmıştır. Müziğin dinamik, neşeli, hayatın içinden eğlenceli ritmi, hedef kitle üzerinde, Coca-Cola içildiği zaman da aynı duyguları uyandıracak etkisini vermeyi amaçlamıştır.

Asansör Reklamları

Küreselleşmenin etkisiyle oluşan küresel kültür, reklamlara da yansımıştır. Aynı reklam, farklı ülkelerde ortak mesaj vererek eşit derecede algılanmaktadır. Asansör reklamlarında kullanılan çekim teknikler, oyuncuların kıyafetleri ve sahneler yayınlandığı ülkelerde benzerlik göstermektedir.



Şekil 9: Türkiye'de çekilen Coca-Cola asansör reklamı



Şekil 10: Hindistan’da çekilen Coca-Cola asansör reklamı

Coca-Cola’dan Öz Eleştiri Reklamı

Coca-Cola bir eczaneden çıktığı yolculuğunun en başından günümüze kadar gelen süreçte ürünlerinin daha fazla kitleye ulaşabilmesi için geliştirdiği stratejilerde ve reklam kampanyalarında hedef kitleye hep cazip gelen, ulaşılabilir, lezzetli, bizden biri hissi uyandıran temalara değinmiştir. Ancak her şey bu kadar güzelken, sektörün bir numarası iken neden bu tarz bir reklam yapma ihtiyacı duyduğu akıllarda soru işareti bırakmaktadır. Bir Coca-Cola reklamı biçiminde hazırlanan videoda şunlar ifade edilmiştir:

125 yıldır insanları buluşturuyoruz. Bugün hepimizi ilgilendiren bir mesele için bir araya gelmek istiyoruz: Obezlik. Ailelerimizin ve ülkemizin sağlığı tehlikede ve ülkenin önde gelen meşrubat şirketi olarak bunda bizim de önemli bir rolümüz var! Yaklaşık 650 ürünümüz arasında 180’i ya kalorisiz ya da düşük kalorili. Ama bu diyet içecekler de sağlığı tehdit ediyor. Kalori oranlarını düşürsek bile bu meşrubatlar hala böbrek hastalıklarına, obezliğe, metabolizma rahatsızlıklarına, hücre yıpranmalarına ve diş çürümelerine yol açabiliyor. Geriye kalan yaklaşık 470 meşrubatımız ise aşırı ve sağlığa zararlı miktarda kalori içermekte. Kısa sürede bol miktarda yüksek oranda fruktoz tüketimi kan şekerini ve insülini zıplatarak iltihaba ve insülin direncine yol açar. Bu ikisi de kalp krizi, kalp hastalığı, diyabet, obezite ve kanser riskini artırabilir. Cola’nın yaşlanmayı hızlandırıcı ve kolesterol yapıcı etkisi de bilinmekte. Amerikan Kalp Sağlığı Derneği, tatlandırılmış meşrubatlardan haftada 450 kaloriden fazla alınmamasını öneriyor ki bu da 3 kutu meşrubat demek. Sigara şirketlerinin sizi korumak için sorumluluk bilinci ile hareket ettiklerini söylediklerini düşünün. Ne derdiniz?

Obezliği yenmek için hepimizin basit bir gerçekten hareketle taşın altına elimizi koymamız gerekiyor. Bütün kaloriler aynı değildir ve Coca-Cola ürünlerindeki kalorilerin hiçbirinin besleyici değeri yoktur. Eğer tercihiniz sağlıklı bir hayat tarzından yanaysa o halde ürünlerimizden hiçbirini tüketmeyin. Cola içerseniz her geçen gün şişmanlayacaksınız. Çözüm basit ve gözünüzün önünde duruyor: Cola içmeyin. Çünkü sizi ve ailenizi öldürüyor. Coca-Cola... Amerika’nın obezlik meselesinden kısmen biz sorumluyuz.

SONUÇLAR

1980’li yıllardan sonra dilimizde yoğun olarak kullanılmaya başlanılan küreselleşme kavramının literatür taraması yapıldığında birçok anlamının olduğu görülmüştür. Küresel kökünden gelen küreselleşme kelimesi bugün itibarıyla bütün dünyayı kapsayan anlamını taşımaktadır. Başka bir tanımı ise ticari engellerin giderek azalması, göçlerin önündeki engellerin kaldırılması, sermaye akışının hızlandırılmasıdır. Küreselleşme ürünlerin, düşüncelerin, bilginin, teknolojinin, kültürün ve bireyin sürekli ve hızlı bir şekilde sınır ötesine çıkmasıdır. Teknolojinin gelişmesi ile birlikte dünya düzenindeki Değişim ve gelişmeler ile birlikte birçok yenilikler meydana gelmiştir. İnsanların ekonomik, siyasi iletişim ve sosyal açıdan birbirlerine yakınlaşması ve bir bütün haline gelmesi bu değişim ve gelişmeleri sonucunda olmuştur. Özellikle 21 yüzyılın internet çağı olmasından dolayı dünyanın artık küresel bir köy haline geldiğini söylemek mümkündür. Küreselleşme ile birlikte “ulus”

kavramı anlamını ve önemini yitirmiş artık sınırlar ortadan kalkmış ve yüzlerce kilometre ötedeki farklı kültürlerle kolay iletişime geçilir. Artık farklı coğrafyaları tanıma imkânı doğmuştur.

Küreselleşmenin etkilerinden birisi de tüketimin hız kazanması olmuştur. Küreselleşmenin durduk yere hiçbir sebep olmaksızın ortaya çıkan bir kavram olduğunu söyleyemeyiz. Dünyamızı milletlerin kendi sınırları içerisinde kalmayıp dışarı açılmasını sağlayan küreselleşmeye hazırlayan bazı sebepler olmuştur. Bunlardan ilki dünya hükümetleri yaptıkları ihracat ve ithalatlarında gümrük tarifelerini kaldırarak serbest ticaret uygulamasına geçmişlerdir. Daha sonra şirketler dış kaynakları kullanarak mal ve hizmet üretimini deniz aşırı ucuz olan ülkelere taşıyarak tasarruf etmeye başlamışlardır. Coca-Cola, ülkelere özgü reklam stratejileri geliştirerek ürünlerini daha cazibeli hale getirmiştir. Yerel kültürleri reklamlarında bolca işlemiştir.

KAYNAKLAR

- DÖRTYOL, İ., T., Ulusal Kültür Perspektifinden Hizmet Kalitesi ve Müşteri Değeri, Beta Yayınları, İstanbul, 2014
- DEMİRCİ, K., Reklam Dayatır. Reklamın Tarihsel ve İdeolojik Özelliklerine Bir Bakış, Ütopya Yayınevi, Ankara, 2017
- HÜREL, F., Yaratıcı Reklamcılık Eski Köye Yeni Adet, Say Yayıncılık, İstanbul 2008
- DİRSEHAN T., Coca Cola'nın Uluslararası Pazarlama Stratejilerine Yönelik Bir Yazın Taraması, İstanbul Journal Of Social Sciences, İstanbul, 2015, <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/161945>
- SİLİ A., Küreselleşme/Globalleşme ve Küyerelleşme/Glokalleşme Süreçlerinde Bir Gösterge Bilim Çalışması, VI Ulusal Sosyoloji Kongresi, Ekim 2009
- HEGARTY, J., Reklam: Zekayı Sihre Dönüştürmek, MediaCat, 2016
- KOCABAŞ, F., ELDEN, M., Reklamcılık Kavramlar, Kararlar, Kuramlar, İletişim Yayınları, 2011
- <http://therichgetricher247.blogspot.com/2017/09/coca-cola-ko-versus-pepsico-pep-total.html>, (Erişim Tarihi: 18.12.2018)
- <https://prezi.com/k7my0yyjlkqf/gostergebilimsel-acidan-coca-cola-reklaminin-cozumlemesi/>, (Erişim Tarihi: 14.12.2018)
- <https://pazarlamasyon.com/sozluk/guerrilla-marketing-gerilla-pazarlama-nedir/>, (Erişim Tarihi: 14.12.2018)
- <https://pazarlamasyon.com/reklam/kuresel-markalar-turklere-ozgu-degerleri-reklamlarinda-nasil-kullaniyor/>, (Erişim Tarihi: 10.12.2018)
- <http://www.diken.com.tr/coca-cola-coca-cola-olali-boyle-reklam-gormedi/>, (Erişim Tarihi: 14.12.2018)
- <http://www.cemduran.com/2011/05/colanin-komando-harekatı/>, (Erişim Tarihi: 12.12.2018)
- <https://dunyalilar.org/coca-cola-pepsiden-neden-nefret-eder.html/>, (Erişim Tarihi: 10.12.2018)
- https://www.youtube.com/watch?v=ts_4vOUDImE, (Erişim Tarihi: 10.01.2019)
- <https://www.neoldu.com/kuresellesme-nedir-kuresellesmenin-etkileri-nelerdir-6300h.htm>, (Erişim Tarihi: 10.01.2019)
- <http://www.bilgesam.org/incele/80/-pakistan-hindistan-iliskileri-ve-kesmir-meselesi/#.XD-E4VwzaUk>, (Erişim Tarihi: 10.01.2019)
- <https://pazarlamaturkiye.com/reklam/bu-reklamlar-cok-tanidik-coca-cola/>, (Erişim Tarihi: 13.01.2019)

YEŞİLE BOYAMA VE SATIN ALMA DAVRANIŞI ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

Ar. Gör. Seda Celep

İstanbul Okan Üniversitesi / İşletme ve Yönetim Bilimleri Fakültesi / İşletme Bölümü
seda.celep@okan.edu.tr

Özet

Küresel çevresel problemlerin sonuçları kaynakların sınırlı olduğu dünyamızda, üretim ve tüketim modellerini etkilemiş ve işletme fonksiyonlarının da yeşillığe doğru dönüşümünü başlatmıştır. Bu dönüşümün pazarlama alanındaki yansıması ‘yeşil pazarlama’ olmuştur. Yeşil pazarlama; çevre kalitesinin iyileştirilmesi ve müşteri tatmini sağlama amaçlarını taşır. Yeşil pazarlamayı uygulayan işletmelerin dikkat etmesi gereken noktalardan biri de yeşile boyama olmaktadır. Yeşile boyama kısaca işletmelerin vaat ettikleri yeşil özelliklerin pazarlama karması unsurlarında bulunmaması olarak ya da başta müşteriler olmak üzere paydaşların aldatılması olarak da ifade edilebilir. Yeşil pazarlama faaliyetlerinde bulunan işletmelerin, faaliyetlerini yeşile boyama hatasına düşmeden yürütmeleri önemlidir. Çünkü müşteriler güvendikleri üretici veya satıcıyı korurken, çevre konusunda suçlu bulduklarını da boykot edebilmektedir. Tüketicilerin etik farkındalığı satın alma davranışlarına olumlu veya olumsuz olarak yansıyabilmektedir. Örneğin işletmenin etik buldukları bir davranışı sebebiyle daha yüksek fiyat ödemeye razı olarak onu ödüllendirebilirken; tam tersine dürüst davranmayan bir işletmeyi de daha düşük fiyat ödemek isteyerek cezalandırma yoluna gidebilirler. Bu çalışmada söz konusu bilgiler ışığında yeşile boyamanın satın alma davranışı ile ilişkisi tartışılmaya çalışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Yeşil Pazarlama, Yeşile Boyama, Satın Alma Davranışı

AN EVALUATION ON GREENWASH AND PURCHASE BEHAVIOUR

Abstract

The consequences of global environmental problems have affected production and consumption models in our world of limited resources and have started the transformation of business functions into green. The reflection of this transformation in the field of marketing has been green marketing. Green marketing aims to improve the quality of the environment and provide customer satisfaction. Greenwash is one of the points that should be considered by businesses that apply green marketing. Greenwash can be briefly stated as the lack of green features promised by the enterprises in the elements of the marketing mix; or to mislead stakeholders, especially customers. It is important that the enterprises engaged in green marketing activities carry out their activities without falling into the mistake of greenwash. Because, while protecting the manufacturer or seller they trust, customers can also boycott what they find guilty about the environment. The ethical awareness of consumers may be reflected in purchasing behaviors positively or negatively. For instance customers may reward the company for its willingness to pay higher prices because of an ethical behavior; on the contrary, they can also punish a dishonest company by willing to pay a lower price. In this study, the relationship between greenwash and purchasing behavior will be discussed.

Keywords: Green Marketing, Greenwash, Purchase Behaviour

1. GİRİŞ

Küresel çevresel ve toplumsal krizlerin etkisini şiddetli bir şekilde hissettiğimiz çağımızda, problemlerin çözümü gerek uluslararası arenada gerek iş arenasında aranmaktadır. Sürdürülebilir kalkınma, küresel krizlerin çözümünde en ön plana çıkan yaklaşımlardan biri olmuştur. Sürdürülebilir kalkınmanın işletme düzeyinde başarılması farklı fonksiyonlarda kendini göstermektedir.

Çevreyi bir öncelik olarak gören ve bu önceliğe uygun olarak çevre dostu uygulamalar hayata geçiren çevreye duyarlı işletmelerde üretim, pazarlama, insan kaynakları hatta muhasebe ve finansman fonksiyonlarında önemli değişimler yapılmaktadır (Nemli, 2000). Pazarlama fonksiyonu da

sürdürülebilir kalkınma yaklaşımının birbirinden ayrı düşünülemeyen üç sütunu olan ekonomik, sosyal ve çevresel boyutlardan etkilenerek yeni yaklaşımlar doğurmuştur. Bu yaklaşımların çevre ile olan bağı ‘yeşil pazarlama’da vücut bulmuştur (Celep, 2015). Bu çalışmada da yeşile boyama uygulamaları ve bu uygulamaların satın alma davranışı ile ilişkisi ele alınacak ve bu ilişkide Türkçe literatürde izine az rastlanan *algılanan yeşile boyama kuşkusu (percieved greenwash fear)* olgusu açıklanmaya çalışılacak ve bu olgunun da yer aldığı bir model önerisi sunulacaktır.

2. YEŞİLE BOYAMA UYGULAMALARI VE SATIN ALMA DAVRANIŞI ARASINDAKİ İLİŞKİLER

Bir aldatma olarak düşünülebilecek yeşile boyama, çevreye duyarlı işletmelerin uzak durması gereken uygulamalar arasında ön sırada gelmektedir. Çünkü her türlü aldatmaca müşterilerin kafasını karıştırabilir ve onları kuşkuyla sürükleyebilir, bu durumda müşteriler ilgili markayı tercih etmekten vazgeçebilirler. Çevreye duyarlı işletmeleri büyük risklerle (boykot, güven kaybı vb.) karşı karşıya getirebilen yeşile boyamanın açıklanabilmesi için öncelikle yeşil pazarlama konusuna kısaca değinilmelidir.

2.1. Yeşil Pazarlama

Artan nüfus, nüfus artışı ile birlikte artan tüketim, artan talebi karşılayabilmek için yenilenebilir olmayan enerji kaynaklarına daha çok bağımlı bir üretim sistemi, tükenen kaynaklar ve üretim-tüketim faaliyetleri sonucu ortaya çıkan çevre sorunları ile küresel iklim değişikliği gibi zorluklar içinde bulunduğumuz çağın önemli p arasında yer almaktadır. Tüm bu problemler insan türü de dahil olmak üzere canlı dünyanın geleceğini tehlike altına sokmaktadır.

Karşı karşıya kaldığımız meydan okumalara cevap verebilmek hem müşterilere/tüketicilere hem de ürün/hizmetlerin üreticileri olarak işletmelere sorumluluklar ortaya çıkarmıştır. Tüketicilerin çevre konusunda bilinçlenmesi, çevre ile dost ürün/hizmet talep etmesi önem kazanmaktadır. Bununla birlikte işletmeler de çevreye duyarlı işletmecilik faaliyetleri kapsamında yeşil pazarlamayı kullanarak hem çevreye verdikleri zararı minimize edebilir hem de stratejik bir üstünlük elde edebilir (Celep, 2015). Çevre problemlerine karşı yeşil pazarlamanın önem kazanması, pazarlamanın tüketici davranışını etkileme gücüne sahip olmasından da ileri gelmektedir (Gordon ve ark., 2011).

Pazarlama alanında saygın bir kuruluş olan American Marketing Association (AMA)’a göre yeşil pazarlama perakende, sosyal ve çevreci boyutlarda tanımlanmıştır. Buna göre yeşil pazarlama çevresel açıdan güvenli olarak benimsenen ürünlerin pazarlanması; fiziki olarak çevresel etkiyi minimize eden ya da çevre kalitesini yükselten ürünlerin pazarlanması; işletmelerin ekolojik kaygılara yanıt verebilecek şekilde ürün, üretim, tutundurma ve iyileştirme çabaları olarak tanımlanabilir (Choudhary ve Gokarn, 2013).

Yeşil pazarlama; pazarlama karması elemanları olan ürün, fiyat, tutundurma ve dağıtımın çevre kriteri göz önünde bulundurularak yeniden düzenlenmesidir. Yeşil pazarlamayı uygulayan bir işletme özetle ürün/hizmetlerini çevreye zarar vermeyecek ve/veya klasik üretim yöntemlerine nazaran çok daha az etki bırakacak şekilde üretecek, hizmet yoğunluğunu artırmaya çabalayacak, ürün yaşam döngüsünü analiz edecek ve beşikten beşiğe yaklaşımını benimseyecek; fiyatlandırması katlandığı çevre dostu uygulamaların maliyetini de göz önünde bulundurarak gerçekleştirecek; tutundurma faaliyetlerinde hedef kitlesini çevreci alternatiflere yönlendirecek, çevre hakkında paydaşlarını bilinçlendirecek; ürün/hizmet dağıtım ağını çevresel kaygılar ön planda olacak şekilde optimize edecektir.

2.2. Yeşile Boyama

Rekabet avantajının bir kaynağı olan ve işletmelere özellikle farklılaştırma için önemli bir fırsat sunan yeşil pazarlama uygulamalarının başarısızlığa uğramasının önündeki engellerin başında yeşile boyama yer alabilir.

İngilizce’de ‘greenwash’ olarak ifade edilen kavram dilimize ‘yeşile boyama’ ya da ‘yeşile yıkama’ olarak yerleşmiştir. Bu çalışmada da yeşile boyama olarak ifade edilen olgu, yeşil pazarlama faaliyetlerinde müşterilerde kafa karışıklığı yaratacak, onları yanılgıya düşürecek uygulamalardır.

Yeşile boyama yapılmış bir ürünü tercih eden bir tüketici kendisine vaat edilen faydanın daha azını elde etmiş olur (Kotler ve Armstrong, 2010). Örneğin ürünün çevreci özelliği hakkında yanlış, eksik ya da abartılı bilgiler vererek adeta ürüne yeşil bir kılıf geçirilir (Celep, 2015). Söz konusu yeşil kılıf gerçeği örten ve kısa süreli bir albeni yaratan bir aldatmacadır.

Literatürde çevresel iddiaların doğru ve şeffaf olması gerekliliği belirtilmesine rağmen yeşile boyama hala tercih edilmeye devam edilmektedir. Bu durum yeşile boyamanın, yeşil pazarlamanın ilerlemesine bu kadar önemli bir engel teşkil etmesini açıklamaktadır (Chen ve ark., 2018).

Yeşile boyama uygulamaları terrachoice.com tarafından 2007 yılında yapılan geniş kapsamlı bir çalışma sonrasında 7 maddede toplanmıştır. Terrachoice.com bu maddelendirmeyi yapılmaması gereken bir davranışa dikkat çekmek için bir yeşile boyamanın günahları olarak nitelendirmiştir (Windsor, 2010);

- Ürün/hizmetin ürün-yaşam döngüsünde sebep olduğu çevresel etkilerin bütününe bakılmaksızın sadece tek ve sığ bir özelliğinin ön plana çıkartılması ‘*gizli değişim günahı*’ olarak ifade edilmiştir. Örneğin tek kullanımlık kahve bardakları ile birlikte verilen tutma halkalarının geri dönüşümlü özelliğine vurgu yaparak, bardağın kendisinin geri dönüşüm durumu hakkında hiç bilgi verilmemesi bu açıdan değerlendirilebilir.
- Herhangi bir iddia ortaya konulurken, bu iddiayı destekleyecek kanıtlar sunulmalıdır. Aksi takdirde ortaya konan iddia desteksiz kalır ve inandırıcılığı azalır. Yeşil pazarlama uygulamaları için de benzer bir durum söz konusudur ve bu durum ‘*kanıt olmaması günahı*’ olarak ifade edilmiştir. Örneğin herhangi bir test sonucu sunmadan bir ürünün daha az enerji tükettiğini iddia etmek bu şekilde değerlendirilebilir.
- Yeşil ürün/hizmetlere dair verilen bilgiler müşterilerin ve/veya tüketicilerin zihinlerinde *belirsizliğe* yer bırakmayacak şekilde verilmelidir. Örneğin ‘kimyasal ihtiva etmez’ gibi bir ifade tek başına yeterli bilgilendirmeyi yapmaktan uzaktır.
- Geçerliliğini yitirmiş bir bilgiye vurgu yapmak da bir tür aldatmaca sayılır; *konudan uzaklaşma günahıdır*. Örneğin ürünün reklamında ‘CFC (Kloroflorokarbon) içermez’ denilmesi ilk bakışta bir kimyasal içermeme durumuna işaret etse de yanıltıcıdır, çünkü CFC’nin yasaklanması çoğu ülkede yarım yüzyıldan fazla bir süredir uygulanmaktadır.
- İki kötü özellik bir araya geldiğinde bir iyiyi oluşturması beklenmemelidir. Bu *kötünün iyisi günahıdır*. Organik sigara adı altındaki ürünlerin sağlık için bir fayda yaratma durumu yoktur.
- Gerçek olmayan bir şeyi söylemek yalan söylemektir. Doğruluğunun kanıtlanmamasına rağmen herhangi bir özelliği varmış gibi göstermek *yalan günahıdır*. Örneğin organik gıdada ürünün nasıl üretildiği birtakım şartların bulunmasını gerektirir. Herhangi bir sertifikasyon sürecinden geçmeyen bir gıda ürününün yerel ortamında yetişmesine dayanarak ‘organik gıda’ şeklinde müşteriye sunulması yalan söyleme kapsamında değerlendirilmektedir.
- Sosyal sorumluluk kapsamında yapılan iş birliklerinin tutundurma faaliyetlerinde yer verilmesi tüketicilerin markalara olan sempatisini olumlu yönde etkileyebilir. Ancak yapılmamış bir iş birliğini yapılmış gibi göstermek *sahte markaları ilahlaştırmaktır*. Örneğin bir çevre koruma kuruluşunun fidan sertifikalarından sadece satın almak, o kuruluş ile yapılmış özel bir iş birliğinin bir göstergesi olmadığı gibi, bu sertifikaları satın alan işletmeye de çevre dostu ünvanı kazandırmaz.

Çalışmanın bir sonraki bölümünde yeşil satın alma niyeti açıklanacak ve yeşile boyamanın satın alma niyeti üzerindeki olumsuz etkisini incelemiş çalışmalardan örnekler verilecektir.

2.3. Yeşil Satın Alma Niyeti

Çevre bilinci ile ilgili endişe, sağlığa zararlı ürünlerden kaçınan, yeşil tüketiciler olarak adlandırılan yeni bir tüketici segmenti yaratmıştır. Yeşil müşteri segmentinin büyümesi ile satın almanın baskın belirleyicisi olarak yeşil kriterler olmuştur. Mainieri, ve ark. (1997)’na göre yeşil satın alma davranışı, çevre üzerinde minimum etkiye sahip olan ürünlerin satın alınması ve tüketilmesidir (Rejikumar, 2016).

Gerekçeli Eylem Teorisi (Theory of Reasoned Action) 'ne göre, insanın gerçek davranışı niyetlerden tahmin edilebilir (Atılğan, 2015). Literatürde satın alma niyeti ile satın alma davranışını bir arada ele alan çalışmalar bulunmaktadır (Chan ve Lau, 2000). Bu çalışmada da yeşil satın alma davranışının önemli bir belirleyicisi olduğu ve bununla birlikte geleceğe dönük bir projeksiyon sunduğu için 'yeşil satın alma niyeti' üzerine odaklanılmıştır.

Yeşil satın alma niyeti, bir kişinin diğer geleneksel ürünlere kıyasla çevre dostu özelliklere sahip ürünleri tercih etme ihtimali ve isteği olarak açıklanabilir (Rashid, 2009). Yeşil satın alma niyetini açıklayan çalışmalardan örnekler seçilerek aşağıdaki gibi belirtilmiştir.

2017 yılında Selçuk Üniversitesi'nde turizm ve otel işletmeciliği ile aşçılık bölümlerinde okuyan öğrencilerin dahil edildiği çalışmada yeşil ürün ölçeği boyutları olan tutum, subjektif kurallar, algılanan davranışsal kurallar, çevresel kaygı ve çevresel bilginin satın alma niyeti üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte katılımcıların cinsiyet, yaş, okudukları bölüm, aylık gelir ile yeşil ürün ölçeği boyutlarından tutum, algılanan davranışsal kontrol, çevresel kaygı, çevresel bilgi boyutlarında ve satın alma niyeti arasında farklılık olduğu tespit edilmiştir (Ünüvar ve ark., 2017).

Yeşil satın alma davranışı marka imajı ve marka bağlılığı kavramları ile de açıklanabilir. Tayvan'da yeşil ürün satın alma deneyimi olan ve 261 katılımcı ile yapılan bir çalışmada yeşile boyamanın yeşil marka imajını ve marka sadakatini olumsuz etkilediği ortaya konulmuştur. Yeşile boyamanın satın alma üzerindeki olumsuz etkisi bu çalışmada da doğrulanmıştır (Chen ve ark., 2018).

Tayvan'da yapılan bir başka çalışma elektronik ürünler satın alma deneyimi olan 252 tüketicinin katılımı ile tamamlanmıştır. Çalışma sonuçlarına göre tüketicilerin güvenin, yeşil ürünlerin çevresel performansından bekledikleri şekilde olması isteği olarak ifade edilebilir, yeşile boyama ile zedelendiği yorumu yapılabilir. Ayrıca yeşile boyama tüketicilerin çevresel özelliklerine dair doğru bir çıkarım geliştirilmesinde de bir engel oluşturmaktadır (Chen ve Chang, 2013).

Vietnam'da yiyecek endüstrisi üzerine yapılan bir çalışmada tüketicilerin yeşil ürünler hakkında bilgiye sahip olmalarının yeşile boyama ve satın alma niyeti ilişkisinde düzenleyici etkiye sahip olduğu ortaya çıkartılmıştır. Çalışmada yeşil ürünler üzerinde tüketicilerin farkındalıkları ve deneyimleri arttıkça, şirketlerin çevresel sürdürülebilir uygulamalarını değerlendirirken gittikçe daha hassas oldukları vurgulanmıştır. Bununla birlikte çalışmada kuşkuculuğun (green skepticism) yeşile boyama ve yeşil satın alma arasında *aracı etkisinin* olduğu hipotezi kabul edilmiştir (Nguyen ve ark., 2019). Kuşkuculuk, genel olarak bireyin şüphelenme, inançsızlık ve soru sorma eğilimini göstermektedir. Ayrıca, şüphelilik, sinizm, şüphe, az güven ve güvensizlik gibi kavramlarla da ilgilidir (Nguyen ve ark., 2019). Şüphe içeren durumların güveni zedeleme ihtimali artmaktadır. Endonezya'da 100'ü aşkın katılımcı üzerine yapılan bir çalışmada yeşil reklamlar üzerindeki tüketici kuşkusunun ürünlerin çevreci özelliklerine duyulan güven üzerinde olumsuz etkisinin olduğu hipotezi kabul edilmiştir (Aji ve Sutikno, 2015). Literatürde verilen örneklerden yola çıkarak yeşil satın alma niyetinin bireysel özellikler, marka imajı, marka sadakati, şüphe/kuşku, güven gibi olgularla açıklanabileceğini ifade etmek mümkündür. Yeşil satın alma niyetini etkileyecek bir diğer olgu yeşile boyama kaygısı olabilir. Bu nedenle bir sonraki bölümde bu kavram açıklanacaktır.

2.4. Algılanan Yeşile Boyama Kuşkusu

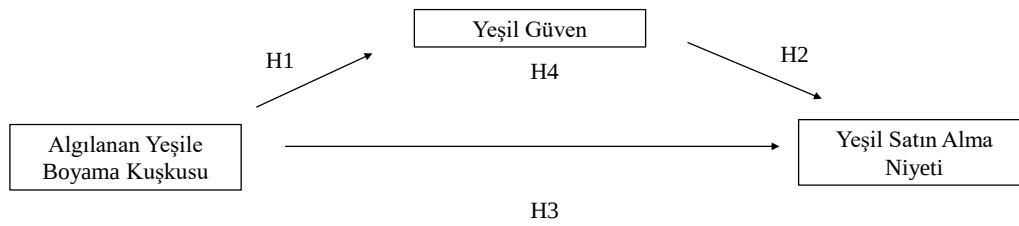
Kârları artırmak için kolay bir seçenek olarak görülmeye başlanan yeşile boyama stratejileri müşterileri birçok çevresel girişim konusunda şüpheli hale getirmiş ve sonucunda yeşil satın alma niyetinin olumsuz olarak etkilenmesine sebep olmuştur (Rejikumar, 2016). Yeşil kuşkuculuk için literatürde yapılan tanımlardan biri yeşil bir ürünün çevresel performansı ya da çevresel faydalarından kuşku duymaya olan meyildir (Leonidou, 2015).

Yeşil kuşkuculuk (green skepticism) ile yakından ilişkili olduğu düşünülen bir kavram da *percieved greenwash fear* (Rejikumar, 2016) olarak ifade edilmiştir. Türkçe literatürde henüz tercümesine rastlanmayan *percieved greenwash fear*'ın algılanan *algılanan yeşil boyama kuşkusu* olarak tercüme edilebileceği düşünülmektedir. Bunun sebebi burada anlatılmak istenenin tüketicilerin zihninde yeşil

ürünlere karşı beliren bir korkudan ziyade bir çekincenin ifade edildiğinin düşünülmesidir. Rejikumar (2016) çalışmasında *algılanan yeşil boyama kuşkusunu* firmalar tarafından benimsenen yeşile boyama uygulamalarına kanma ihtimali hakkında müşterinin zihninde oluşan korkunun derecesi olarak tanımlamaktadır. Aynı çalışmada 188 katılımcının bulunduğu uygulamada, algılanan yeşil boyama kuşkusunun, algılanan eko-okuryazarlık, algılanan müşteri sosyal sorumluluğu ve algılanan bireysel faydalar gibi önemli öncüller ile yeşil satın alma niyeti arasındaki ilişkiyi düzenliği (moderator değişken) ortaya konulmuştur. Yeşil boyama kuşkusunu şiddetli ise satın alma niyetinin düşme eğiliminde olduğu gözlemlenmiştir. Güven kavramı Türk Dil Kurumu sözlüğünde “korku, çekinme ve kuşku duymadan inanma ve bağlanma duygusu, itimat” olarak açıklanmaktadır (TDK, 2019). Tanımdan yola çıkarak kuşku ve güven duygularının birbiri ile zıt nitelikte duygular olduğu çıkarımı yapılabilir. Güven insanlar arasında olduğu gibi müşteriler ve işletmeler arasında da ilişkinin yönünü etkileyecek önemli bir olgudur. Güveni tesis etmek zor ve zaman alıcı olabilirken, güvenin yıkılması da aksine çok hızlı gerçekleşebilmektedir. Güveni zedelenen tüketiciler, satın alma kararlarını da bu doğrultuda vereceklerdir.

2.5. Önerilen Araştırma Modeli ve Hipotezler

Literatürden verilen örnekler göz önünde bulundurulduğunda yeşil ürünlerle ve/veya reklamlarla ilişkili şüphe/kuşku uyanmasının sonucunda ürünlerin yeşil özelliklerine duyulan güven azalmaktadır. Algılanan yeşile boyama kuşkusunu da literatürdeki araştırmaların ışığında yeşil güven ile olumsuz ilişkili olacaktır. Buna göre öngörülen model Şekil 1’de yer almakta ve hipotezleri de belirtilmektedir.



Şekil 1: Önerilen Araştırma Modeli

H1: Algılanan yeşile boyama kuşkusunu ile yeşil güven arasında olumsuz yönde anlamlı ilişki vardır.

H2: Yeşil güven ve yeşil satın alma niyeti arasında olumlu yönde anlamlı ilişki vardır.

H3: Algılanan yeşile boyama kuşkusunu ile yeşil satın alma niyeti arasında olumsuz yönde anlamlı ilişki vardır.

H4: Algılanan yeşile boyama kuşkusunu ile yeşil satın alma niyeti ilişkisinde yeşil güvenin aracı rolü vardır.

3. SONUÇ

Bu çalışmada günümüzde yeşil pazarlama uygulamalarının önündeki en önemli engellerden biri olan yeşile boyamanın satın alma niyeti üzerindeki olumsuz etkisi literatürden örneklerle ortaya konulmuştur. Yeşile boyama tüketicilerin zihnini bulandırmakta ve yeşil ürün/hizmetlere karşı kuşku ile yaklaşımlarına sebebiyet vermektedir. Yeşile boyamanın tüketici zihnindeki yansıması olarak da görülebilecek ve bir tür kaygılanmayı işaret eden *algılanan yeşile boyama kuşkusunu* kavramı üzerinden önerilen modelde güven üzerindeki beklenen olumsuz etkisi ortaya konulmuştur. Önerilen modelde güvenin, algılanan yeşile boyama kuşkusunu ile yeşil satın alma arasındaki ilişkide aracı değişken etkisinin olduğu düşünülmektedir.

4. TARTIŞMA

Çalışma, şirketlerin çevre skandalları sonucunda yeşil pazarlama uygulamalarına kuşku ile yaklaşan tüketicilerin arttığı çağımızda, işletmelerin yeşile boyama uygulamalarından bilinçli olarak uzak durmasının önemini bir kez daha vurgulamak amacındadır. Tüketicilerin yeşil pazarlama bileşenlerinden sıklıkla karşılaştıkları ürün/hizmet ve reklamlara karşı temkinli yaklaşmakta ve işletmelerin bu yöndeki faaliyetlerine kuşku ile bakabilmektedir. Bu nedenle tüketicilerin algılanan kuşkularının üzerinde durulması önem kazanmaktadır. Çalışmanın amaçlarından ilki *percieved*

greenwash fear kavramının Türkçe literatürde konu ile ilgili araştırmacıların değerlendirmesine sunmak olmuştur. Ancak literatürde yapılan okumalar sonucu *algılanan yeşile boyama kuşkusu* (*percieved green wash fear*) kavramının daha önce ortaya atılan green scepticism (yeşil kuşkuculuk) kavramı ile büyük benzerlik taşıdığı kanaati uyanmıştır. Bu nedenle çalışmanın bir sonraki adımı olarak planlanan ampirik çalışmada bu iki kavramın bir arada ele alınmasının anlamlı olacağı öngörüsü ortaya çıkmıştır. Günümüzde Z kuşağının öncülüğünü yaptığı ‘iklim değişikliği için okul grevi’ protestoları tüm dünyada ses getirmektedir. Bu nedenle kuşağa mensup gençlerin iklim konusundaki hassasiyetlerinin çevreci özellikleri olan ürün tercihlerine de yansıtacağı umulmaktadır. Böylece bir sonraki çalışmada önerilen model ampirik olarak kuşak farkları da göz önünde bulundurularak test edilmesi planlanmaktadır.

KAYNAKÇA

- AJİ, H. M. ve SUTİKNO, B. (2015). The Extended Consequence of Greenwashing: Perceived Consumer Skepticism. *International Journal of Business and Information*, 10(4).
- ATILGAN, K. Ö. (2015), Gerekçeli Eylem Teorisi (Theory of Reasoned Action), M. İ. YAĞCI ve S. ÇABUK içinde *Pazarlama Teorileri* (s.297-310) İstanbul: MediaCat.
- CHAN, R. Y., ve LAU, L. B. (2000). Antecedents Of Green Purchases: A Survey In China. *Journal Of Consumer Marketing*, 17(4), 338-357.
- CELEP, S. (2015), *Bir Farklılaştırma Stratejisi Olarak Yeşil Pazarlama Yaklaşımı*, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- CHEN, Y., CHANG, C. (2013), Greenwash and Green Trust: The Mediation Effects of Green Consumer Confusion and Green Perceived Risk, *Journal of Business Ethics*, 114, 489-500.
- CHEN, Y., HUANG, A., WANG T., ve CHEN, Y. (2018). Greenwash And Green Purchase Behaviour: The Mediation Of Green Brand Image And Green Brand Loyalty, *Total Quality Management & Business Excellence*. 1-16.
- CHOUDHARY, A., ve GOKARN, S. (2013), Green Marketing: A Means For Sustainable Development. *Journal of Arts, Science & Commerce*, 4(3), 3.
- GORDON, R., CARRİGAN, M., ve HASTİNGS, G. (2011), A Framework For Sustainable Marketing. *Marketing Theory*, 11(2), 143-163.
- KOTLER P., ve ARMSTRONG, G. (2010): *Principles of Marketing*, 13. ve Global Baskı, New Jersey: Pearson.
- LEONIDOU, C. N., ve SHARMEAS, D. (2017). Gray Shades of Green: Causes and Consequences of Green Skepticism. *Journal of Business Ethics*, 144(2), 401-415.
- NEMLİ, E. (2000), *Çevreye Duyarlı İşletmecilik*, İstanbul: İstanbul Sanayi Odası-Çevre Şubesi.
- NGUYEN, T. T. H., YANG, Z., NGUYEN, N., JOHNSON, L. W., ve CAO, T. K. (2019). Greenwash and Green Purchase Intention: The Mediating Role of Green Skepticism. *Sustainability*, 11(9), 2653.
- RASHID, N. R. N. A. (2009). Awareness Of Eco-Label In Malaysia’s Green Marketing Initiative. *International Journal of Business and Management*, 4(8), 132-141.
- REJIKUMAR, G. (2016). Antecedents Of Green Purchase Behaviour: An Examination Of Moderating Role Of Green Wash Fear. *Global Business Review*, 17(2), 332-350.
- ÜNÜVAR, Ş., KILINÇ, C., SARI GÖK, H., ve ŞALVARCI, S. (2018). Turizm Öğrencilerinin Yeşil Ürün Tercihinin Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisi. *The Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 20-40.
- TÜRK DİL KURUMU SÖZLÜKLERİ. *Güven*, 10 Kasım 2019 tarihinde: <https://sozluk.gov.tr/?kelime=>
- WINDSOR, S. (2010), *An Introduction to Green Marketing Process Management*, Wisconsin: ASQ Quality Press.

AKILLI ŞEHİRLER KONSEPTİ ÇERÇEVESİNDE AKILLI ŞEHİR İÇİ ULAŞIM SİSTEMLERİNİN MOBİL UYGULAMALARLA DESTEKLENEREK KENTSEL HİZMET SUNUMU : E-KOMOBİL UYGULAMASI

Doç. Dr. Fatih Akbulut
Kocaeli Üniversitesi İİBF Kamu Yönetimi
mr.fatih@gmail.com

Özet

Son yıllarda bilgi teknolojileri alanında ulaşılmış olan ilerlemenin kentlerde sunulan hizmetlerin daha verimli ve etkili bir şekilde yerine getirilmesi amacıyla kullanılmaya başlanması bir lüks olmaktan çıkmış ve bir zorunluluk haline gelmiştir. Özellikle büyük çaplı altyapı yatırımlarının yürütülmesi amacıyla kurulmuş olan büyükşehirler yönetimleri de son yıllarda bu alana önemli yatırımlar yapmışlar ve kentsel hizmet üreten birimlerin bilişim altyapılarına ciddi yatırımlar yapmış ve kurumsal yapılar oluşturmuşlardır. Akıllı şehir yaklaşımı birkaç alt bileşenden oluşmakta olup bunlardan birisi de akıllı ulaşım sistemidir. Şehiriçi akıllı ulaşım kentte yaşayanların daha etkin ve verimli bir hareketlilik sağlayabilmeleri amacıyla ulaştırma ve lojistik sistemlerinin bilişim teknolojileriyle desteklenmesini ifade etmektedir. Maliyetlerin düşürülmesi , hizmet kalitesinin artırılması, uzun dönemli planlamaların yapılabilmesi yanında kısa dönemde anlık çözümlerin de üretilmesine imkan veren akıllı ulaşım sistemi anlık verilerin hızlı ve doğru bir şekilde alınıp işlenebilmesiyle daha başarıyla uygulanabilmektedir. Belediyeler tarafından geliştirilen mobil uygulamalar hem yerel hizmetlerin sunulması sürecine vatandaş katılımına imkan sağlamakta hem de vatandaşların çok hızlı bir şekilde hizmetlerden faydalanmasına ve bilgilendirilmesine imkan sağlamaktadır. Bu çalışmadan incelenen E-Komobil Kocaeli Büyükşehir Belediyesi Toplu Taşıma Dairesi Başkanlığı tarafından geliştirilen ve yürütülen bir uygulama olup, Kocaeli’de yaşayan vatandaşların toplu taşıma ve ulaşım konusunda yolculuklarını planlı, doğru ve en hızlı şekilde yapabilmelerini sağlayan bir yolcu bilgilendirme uygulamasıdır. Mobil uygulamanın Toplu taşıma hizmetlerinin sunumunu ne şekilde kolaylaştırdığı ve ulaşım yöneticilerine karar alma süreçlerinde nasıl veri sağladığı örnek olay olarak ele alınıp değerlendirilmiştir. Mobil uygulamanın kullanım çokluğu dikkate alındığında akıllı şehir konsepti içinde sunulan akıllı ulaşım uygulamalarının vatandaş tarafında büyük bir ilgi uyandırdığı ve bu konuda yeni uygulamaların hayata geçirilmesinin önemli ihtiyaçlar arasında olduğu tespit edilmiştir. Bunun yanında mevcut uygulamanın güvenilirliği ve doğruluğun artırılması için gerekli iyileştirme çalışmalarını devam ettirilmesi gerektiği görülmüştür.

Anahtar kelimeler: Akıllı kent, akıllı ulaşım, kocaeli, e-komobil

SMART CITY TRANSPORTATION SYSTEMS SUPPORTED BY MOBILE APPLICATIONS FOR URBAN SERVICE DELIVERY WITHIN THE FRAMEWORK OF SMART CITIES CONCEPT: E-KOMOBİL APPLICATION

Abstract

In recent years, it has become no longer a luxury and a necessity to use the progress achieved in the field of information technologies in order to fulfill the services provided in cities more efficiently and effectively. The metropolitan administrations, which have been established especially for the purpose of carrying out large-scale infrastructure investments, have made significant investments in this field in recent years and have made serious investments in the IT infrastructures of the units providing urban services and established institutional structures. The smart city approach consists of several sub-components, one of which is the smart transportation system. Smart transportation within the city means supporting the transportation and logistics systems with information technologies in order to provide more effective and efficient mobility for the people living in the city. The smart transportation system which enables the production of instant solutions in the short term as well as reducing costs, increasing service quality, making long-term planning, can be applied more successfully by receiving and processing instant data quickly and accurately.

The mobile applications developed by the municipalities not only enable citizens to participate in the provision of local services, but also enable the citizens to benefit from the services very quickly and to be informed. E-Komobil is an application developed and carried out by the Department of Public Transport of Kocaeli Metropolitan Municipality. How mobile application facilitates the provision of public transport services and how it provides transportation managers with data in decision-making processes has been evaluated as a case study. Taking into consideration the abundance of mobile application, smart transportation applications presented within the smart city concept aroused great interest on the citizen side and it was found that the implementation of new applications in this regard was among the important needs.

Keywords: Smart city, smart transportation, Kocaeli, e-komobil

1 - Akıllı Şehir Konsepti

Yapılan tahminlere göre 2050 yılına gelindiğinde her on kişiden yedisinin kentsel alanlarda yaşayacağı öngörülmektedir. Bu hızlı ve yoğun kentleşme durumu kaçınılmaz bir şekilde mekanın daha akılcı sistemlerden faydalanarak kullanılması sonucunu doğurmaktadır. Bilgi teknolojilerinden azami düzeyde faydalanarak enerjisini daha verimli kullanan, çevre dostu, daha katılımcı yönetim imkanı sağlayan, insan ve sosyal sermayesini daha iyi değerlendiren ve küresel rakipleriyle rekabetçi olabilen bir şehir organizasyonu akıllı kentlerin hedefini oluşturmaktadır.¹⁶ Akıllı şehirlerin tanımı ve boyutları üzerine çalışmalar özellikle son on yıl içinde yoğunluk kazanmıştır.¹⁷ Genellikle altı ana başlık altında akıllı şehirler yaklaşımı ele alındığı görülmektedir. Bunlar akıllı vatandaş, akıllı yönetim, akıllı ekonomi, akıllı hareketlilik, akıllı çevre ve akıllı yaşam olarak sıralanmaktadır.¹⁸

2 - Akıllı Ulaşım Sistemleri

Akıllı şehirler yaklaşımının bir alt bileşeni olan akıllı ulaşım sistemleri Avrupa Komisyonu tarafından yolcu ve yük taşımacılığına bilgi ve iletişim teknolojilerini uygulayarak ulaşım ve lojistik hizmetlerinde güvenliği artırmak, tıkanıklığı ve emisyonları azaltmak üzere bulunan bir çözüm olarak tanımlanmaktadır. Bu çerçevede akıllı ulaşımından beklenen faydalar yakıt tüketiminin azaltılarak emisyonların azaltılması, trafik sıkışıklıklarının azaltılarak daha hızlı ulaşım sağlanması, bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanarak daha güvenli bir yolcu ve yük trafiğin yanında kent yöneticileri için de bilgiye-veriye dayalı kararlar alma ve sonuçları izleme imkanı sağlanmasıdır.¹⁹ Uygulamada akıllı ulaşım sistemleri yedi alt başlık altında ele alınmaktadır : Trafik Yönetim Sistemi, Toplu Taşıma Sistemi, Yolcu Bilgilendirme Sistemi, Ulaşım Ödeme Sistemi, Kaza Acil Durum Sistemi, Ticari Araç Yönetim Sistemi, İnşaat Bakım Yönetim Sistemi.²⁰ Bu çalışmada Yolcu Bilgilendirme Sistemi çerçevesinde Kocaeli Büyükşehir Belediyesi tarafından halkın kullanımına sunulmuş olan E-komobil uygulaması incelenmektedir.

3 - Kent Hizmetlerinde Mobil Uygulamaların Kullanım Alanları

Türkiye Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu verilerine göre mobil telefon aboneliklerinin kullanımında son yıllarda sürekli artış yaşandığı görülmektedir. 2018 yılı Haziran ayı sonunda Türkiye’de mobil telefon penetrasyon oranı %98,4’e ulaşmıştır. Söz konusu oranın 2023 yılı sonunda %109,5’e ulaşacağı tahmin edilmektedir.²¹

¹⁶ European Parliament Directorate General For Internal Policies Policy Department A: Economic And Scientific Policy (2014), Mapping Smart Cities in the EU

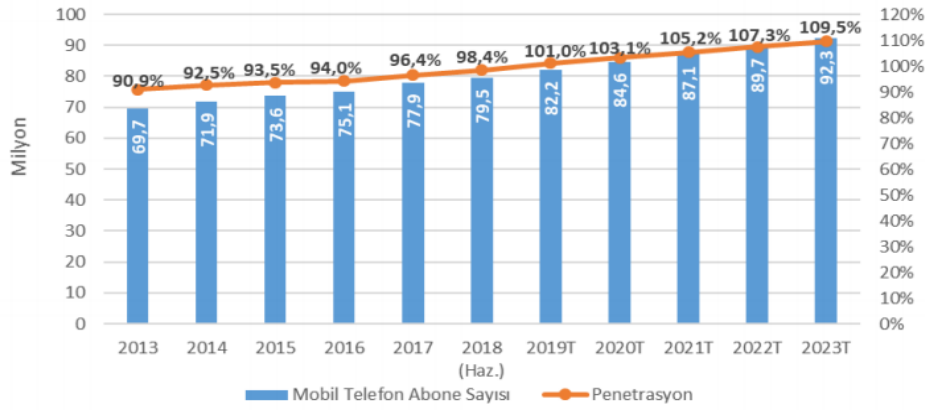
¹⁷ Vito Albino, Umberto Berardi ,Rosa Maria Dangelico (2015), Smart Cities: Definitions, Dimensions, Performance, and Initiatives, Journal of Urban Technology, DOI: 10.1080/10630732.2014.942092

¹⁸ ÖRSELLİ, E , AKBAY, C . (2019). Teknoloji ve Kent Yaşamında Dönüşüm: Akıllı Kentler. Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi , 2 (1) , ss. 228-241 .

¹⁹ https://ec.europa.eu/transport/themes/its_en

²⁰ Frost & Sullivan, İSBAK (2017), A Guide To Intelligent Transportation Systems & Best Practise

²¹ Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu (2018) , 2019-2023 Stratejik Plan Taslağı



Mobil telefon abone sayısı ve penetrasyon oranı

Son on yılda iyice yaygınlaşmış olan e-belediyeçilik uygulamaları vatandaşları artık bilgisayar ve cep telefonları kanalıyla yerel ve ulusal hizmetlerini daha hızlı ve yakından takip eder hale getirmiştir. Özellikle son yıllarda hızla yayılan akıllı telefon kullanımı sayesinde artık vatandaşımız, deyim yerindeyse, attığı her adımı telefonda takip eder hale gelmiştir. Ancak mevcut uygulamalar henüz tümüyle kapsamlı bir yerel yönetim platformu olmaktan uzaktır. Türkiye'deki büyükşehir belediyelerinin akıllı telefonlar ve diğer cihazlar için geliştirilmiş mobil uygulamaları üzerinde yapılan araştırmaların sonuçlarına göre büyükşehir belediyelerinin mobil belediyeçilik faaliyetlerinde genellikle bilgi verme hizmetlerine odaklandığı görülmektedir.²²

4 - Örnek Olay: E-Komobil Uygulaması

Kullanılmakta olan gelişmiş Toplu Taşıma Sistemleri toplu taşıma sistemlerinin çalışma sürelerini kısaltmaktadır, dolayısıyla tıkanıklığı ve emisyonları azaltan, güvenliği, güvenilirliği ve verimliliği arttırmayı amaçlayan teknolojilerdir. Gerçek zamanlı konum takibi, kaza / olay bilgisi, sürücü ve araç izleme gibi süpervizörlere temel avantajlar sunmaktadırlar. Bu kapsamda Kocaeli Büyükşehir Belediyesi tarafından 2166 toplu taşıma aracının 7/24 güzergah ve konum takibi yapılmakta, güvenli bir yolculuk için denetim ekipleri tarafından her an izlenmekte, kaza riski düşürülmüş bir seyahat temin etmek amacıyla hız optimizasyonu ve takibi yapılmakta, kaza ve acil durumlar için merkezi koordinasyon sağlanmaktadır.

Gelişmiş Yolculuk Bilgi Sistemleri ise seyahat edenlerin çıkış noktalarından varış noktalarına ulaşmalarına yardımcı olan en yaygın akıllı ulaşım hizmetlerinden biridir. Hava durumu, trafik sıkışıklığı, gecikmeler ve kazalarla ilgili bilgiler medya, İnternet, görsel mesajlaşma ve kamuya duyuru sistemleri ile paylaşılmaktadır. Bu, seyahat edenlerin bilinçli kararlar vermelerini, yolculuklarını planlamalarını ve hedeflerine daha hızlı, verimli bir şekilde ulaşmalarını sağlamaktadır. Böylece seyahat edenlerin hedeflerine ulaşmak için en etkili yolu kullanması nedeniyle tıkanıklığı ve emisyonları azalmaktadır. Geleneksel olarak seyahat edenlerin ihtiyaç duyduğu bilgiler, fiziksel haritalardan, basılı broşürlerden ve çağrı merkezlerinden elde edilirdi. Akıllı ulaşım sistemlerinin ortaya çıkmasıyla, trafik hakkında gerçek zamanlı bilgi sunan web sitelerinden, çevrimiçi haritalardan ve mobil uygulamalardan faydalanılmaya başlanmıştır. Kocaeli Büyükşehir Belediyesi E-komobil uygulaması 2014 yılında geliştirilmeye başlanmış ve 2018 yılında vatandaşların kullanımına açılmış olup, 200.000 defa indirilmiştir. Uygulamayla şu hizmetlere vatandaşlar gerçek zamanlı erişim sağlayabilmektedirler:

²² Fatih Gürses, Melih Engin (2016), Türkiye'de Yerel Yönetimlerde Mobil Devlet Uygulamaları: Büyükşehir Belediyeleri Üzerine Ampirik Bir Araştırma, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, C.21, S.1, s.223-234.

- . Hat adı ve kodu girilerek hatta ait gidiş dönüş güzergâhlarına, güzergâhlardaki durak bilgilerine ve durağa yaklaşan anlık araç bilgilerine erişilebilmektedir.
- . Seçilen duraktan geçen hatlar, durağa yaklaşan araçların durağa yaklaşma bilgileri, durak ve dakika olarak verilmektedir.
- . Durak seçerek; duraktan geçen hatları ve durağa yaklaşan araçların hat ve kaç durak ve dakika sonra durağa geleceğini görülebilmektedir.
- . Mobil uygulamaya sahip olmayan kullanıcılar ise akıllı telefonlarının kamerası ile duraklara yerleştirilen QR kodları taratarak bu durakla ilgili yaklaşan araçlar ve duraktan geçen hatlar bilgisine kolayca erişebilmektedir.
- . Uygulamanın favori ekleme özelliği ile hat, durak ve Seyahat kartı favori kaydı eklenebilmektedir. Ana ekran üzerinden kayıtlı favorilere kolayca ulaşılabilmesini sağlanmaktadır.
- . Hat kodu girilerek hatta ait hafta içi, hafta sonu gidiş ve dönüş sefer saatlerine ulaşılmaktadır.
- . Nasıl giderim bölümünde listeden seçilen iki durak veya harita üzerinde işaretlenen Çıkış ve Varış noktaları arasında yapılacak olan yolculukla ilgili kullanıcıya farklı seyahat seçenekleri sunulmaktadır.
- . Seçilen güzergah yönüne göre yolculuğun süresi, Hangi duraktan hangi hatta binileceği, ne kadar yürüme ve hangi durakta inileceği ilişkin yolculuğunu kolaylaştırıcı bilgiler sunulmaktadır.
- . Uygulama anlık konumumuza göre harita üzerinden en yakın seyahat kartı (Kentkart) dolum bayilerini ve karttaki bakiyeyi gösterebilmektedir.
- . Kocaeli ilinin trafik yoğunluğu haritası anlık gelen bilgilerle güncel olarak sunulmaktadır.
- . Kocaeli Akıllı Bisiklet (KOBİS) sistemindeki istasyonlar harita üzerinde görüntülenmekte ve seçilen istasyona ile ilgili durum, dolu-boş park yeri ve bisiklet sayısı bilgileri sunulmaktadır.
- . Kapalı Güzergahlar ile UKOME tarafından alınan kararlara istinaden kapatılan güzergahlarla ilgili adres ve kapalı olacağı tarih aralıkları yayınlanmaktadır.
- . İlçelere göre taksi duraklarının listesi, adres ve telefon bilgileri sunulmaktadır.
- . Kayıp Eşya ile Toplu Taşıma araçlarında kaybedilen eşyaların sahiplerine ulaştırılması için kayıp eşya başvurusu yapılabilmekte olup, takip numarasına göre takibi ve verilen iletişim bilgilerine geri dönüşü yapılmaktadır.
- . Vatandaşlar verilen hizmet hususunda uygulamada yer alan Öneri ve Şikayetler kısmından kayıt bırakabilmektedir. Bırakılan bu kayıt sırasında sistemce kendilerine verilen takip numarası ile işleminin takibini sağlayabilmektedirler.
- . Uygulama üzerinden hatlarda yapılan güzergah değişiklikler ve hareket saati değişiklikleri Mesaj olarak gönderilmektedir.



5 - Sonuç ve Değerlendirme

E-Komobil uygulamasının vatandaşlar için ulaşım ile ilgili pek çok konuda bilgi veren bir portal ve mobil uygulama; Belediye açısından vatandaşlarla etkileşime girdiği ulaşım konusunda bilgi paylaşımı yapabildiği bir portal ve mobil uygulama; özel halk otobüsü işletmecileri açısından kendilerine ait araçları ve sürücülerinin takip edebildikleri araç takip uygulaması olduğu görülmektedir. Ayrıca çevresel açıdan duraklara fiziki olarak akıllı durak yerleştirme ihtiyacının ortadan kalktığı, ulaşım konusunda yapılan bilgilendirme ve duyuruların afiş olarak hazırlanmasından vazgeçilerek, mobil uygulamalar üzerinden yapılmaya başlandığı görülmektedir. Ekonomik açıdan bakıldığında vatandaş doğru yolculuk planlamasını en kolay şekilde yapabildiği, araçların hareket saatleri sistem üzerinden takip edilebildiğinden durak zaman ve yolculuk süreleri rehabilite edilmiş olup ,tüm duraklara fiziki olarak akıllı durak yerleştirme zorunluluğu ortadan kalktığı için maliyetler azalmıştır. İlâveten, Belediyenin çözüm masasına gelen ulaşım konusundaki araçlarla ilgili gelen çağrı sayısı azaldığı için ihtiyaç duyulan personel sayısı da azalmıştır. Sosyal açıdan vatandaşların toplu taşıma kullanımında yolculuklarını daha planlı ve doğru şekilde yapmaları sağlandığı, vatandaşların duraklarda bekleme süreleri en aza indirildiği, vatandaşın şikâyet ve önerileri kurulan sistem sayesinde daha hızlı değerlendirmeye alınarak sonuçlandırıldığı , yeni hat kurulumlarında optimum düzeyde düzen ve verimlilik sağlandığı görülmüştür. Vatandaşlardan gelen araç şikâyetlerin azalma oranı 2018 yılı için %10 olarak ölçülmüştür.

Sonuç olarak , mobil uygulamanın kullanım rakamları dikkate alındığında akıllı şehir konsepti içinde sunulan akıllı ulaşım uygulamalarının vatandaş tarafında büyük bir ilgi uyandırdığı ve bu konuda yeni uygulamaların hayata geçirilmesinin önemli ihtiyaçlar arasında olduğu tespit edilmiştir. Bu konuda iyi uygulama örneklerinin güncel olarak dikkatlice takip edilerek kent hizmetlerine kazandırılması mobil uygulamalardan beklenen faydayı artıracaktır. Bunun yanında mevcut uygulamanın güvenilirliği ve doğruluğun artırılması için gerekli iyileştirme çalışmalarını devam ettirilmesi gerektiği görülmüştür.

Kaynakça

- Albino V. , Berardi U. , Dangelico R. M. (2015), Smart Cities: Definitions, Dimensions, Performance, and Initiatives, Journal of Urban Technology, DOI: 10.1080/10630732.2014.942092
- Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu (2018) , 2019-2023 Stratejik Plan Taslağı.
- European Union, https://ec.europa.eu/transport/themes/its_en
- European Parliament Directorate General For Internal Policies Policy Department A: Economic And Scientific Policy (2014) , Mapping Smart Cities in the EU.
- Frost & Sullivan, İSBK (2017), A Guide To Intelligent Transportation Systems & Best Practise.
- Gürses F., Engin M. (2016), Türkiye'de Yerel Yönetimlerde Mobil Devlet Uygulamaları: Büyükşehir Belediyeleri Üzerine Ampirik Bir Araştırma , Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, C.21, S.1, s.223-234.
- Kocaeli Büyükşehir Belediyesi Ulaşım ve Trafik Yönetimi Dairesi Başkanlığı
- Mora L., Bolici R. , Deakin M. (2017), The First Two Decades of Smart-City Research: A Bibliometric Analysis, Journal of Urban Technology, 24:1, 3-27, DOI: 10.1080/10630732.2017.1285123
- Örselli, E , Akbay, C . (2019), Teknoloji ve Kent Yaşamında Dönüşüm: Akıllı Kentler. Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi , 2 (1) , ss. 228-241 .
- Singh B. , Gupta A. (2015),Recent trends in intelligent transportation systems: a review, Journal of Transport Literature, 9(2), 30-34.

TÜRKİYE’DE Kİ SURİYELİ MÜLTECİLERİN ÇADIR KENTLERDE SPOR VE REKREASYON AKTİVİTELERİNİN PLANLANMASI VE MODEL ÖNERİSİ

Ezgi Çiçek

Kocaeli Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı
cicekezg@gmail.com

Öyküm Özalp

Kocaeli Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı
oykum.ozalp@hotmail.com

Özet

Bu çalışmada mültecilerin yaşadığı çadır kentlerde spor ve rekreasyon faaliyetlerinin eğitim ve yönetim süreçleri ile ilgili ulusal ve uluslararası uygulamalar incelenmiştir. Araştırmada belge tarama ve arşiv inceleme yöntemleri kullanılmıştır. Konu ile ilgili literatür incelenerek tartışılmıştır. Bu kapsamda AFAD, Kızılay, v.b kuruluşların çadır kent uygulamaları incelenmiş var olan programlara ek olarak spor ve rekreasyon faaliyetleri ile ilgili tesislerin yeniden yapılanması ve eğitim programlarının sosyal yaşam planlanması içerisinde sisteme dahil edilmesi sonucuna varılmıştır. Çalışma sonucunda çadır kentler içerisinde özel rekreasyon ve sportif faaliyetlerin uygulanacağı özel alanların planlanması gerektiği faaliyetleri yürütecek eğitim kadrosunun istihdam edilmesi önerilmektedir.

Anahtar kelimeler :Çadır kentler , Rekreasyon , Spor, Suriyeli Mülteciler, Rekreasyonel Terapi

PLANNING AND MODEL PROPOSAL OF SYRIAN REFUGEES IN TURKEY IN TENT CITIES SPORTS AND RECREATION ACTIVITIES

Abstract

In this research, National and international implementations of sports and recreation activities’ training and management situations in tent cities where Syrian Refugees lives were researched. Documentation browsing and archive screening methods were used in this research. Related literature was searched and debated. In this content, The Tent city technics of Disaster and Emergency Management Presidency (AFAD) and the Red Cross of Turkey’s were searched. To conclusion, Facilities in the tent cities must be rebuild for sport and recreation activities in addition to on going programmes and training programmes should be included to the social life system. End of the research, It’s recommended to employ trainers who can special recreation and sport activities for tent cities.

Keywords : Tent cities, Recreations, Sport, Syrian Refugees, Recreational Therapy

1.GİRİŞ

Birleşmiş Milletlerin tanımı (UNHCR, 1967) ile mülteci diye tanımlanan kişi; “ırkı, dini, milliyeti, belli bir sosyal gruba mensubiyeti veya siyasi düşünceleri nedeniyle zulüm göreceği konusunda haklı bir korku taşıyan ve bu yüzden ülkesinden ayrılan ve korkusu nedeniyle geri dönmeyen veya dönmek istemeyen kişi” dir. Mültecilik, hukuki bir statüdür. Sığınmacı, mülteci olduğu iddiasıyla ülkesini terk eden ama mültecilik statüsü başvurusu sonuçlanmamış kişiyken, mülteci sığınma başvurusu kabul edilen kişidir.(İnan, Z , Korgavuş, B . 2017) Son dönemlerde Ortadoğu coğrafyasında “Arap Baharı” denilen süreç ile başlayan ve Suriye olayları ile zirveye Çıkan iç karışıklıklar, askeri müdahaleler ve siyasi çıkmazlar milyonlarca vatandaşın ya kendi ülkeleri içinde ya da farklı ülkelere güvenlik amacıyla göç ettiği bir gerçektir. (Özpolat, V. 2018). Suriye’de meydana gelen iç savaşıla birlikte 3 milyondan fazla insan Türkiye’ye sığınmıştır.

Başta insani gerekçeler olmak üzere, coğrafi yakınlık, inanç ve kültür yakınlığı gibi sebepler ile Türk hükümetinin uyguladığı “açık sınır politikası” Türkiye’yi Suriyeli vatandaşlar bakımından hedef ülke

haline getirmiştir. Suriye’den Türkiye’ye gelen sığınmacıların oluşturduğu kitlelerin akını, Dünya’da son dönemlerde yaşanan en geniş kapsamlı göç hareketi olarak değerlendirilmektedir (Duruel M.,2017a). Herhangi bir bölgeye sığınan mülteciler farklı şekillerde yerleştirilmektedirler. İlk olarak sınır bölgelerde, boş bir alanda yoğunlaşan bir ‘kamp’ alanı planlanır ve yerleştirilirler; geniş bir alana yayılan kırsal yerleşim birimleri kurarlar ve bazen de “açık durum” olarak da adlandırılan kırsal veya kentsel yerel topluluklar tarafından barındırılırlar (İnan, Z , Korgavuş, B . 2017). Mülteci kamplarının birçoğu, standart ilkelere göre planlanan geçici yerleşim olarak tasarlanmaktadır. Bu tasarım ilkeleri, UNHCR (Handbook for Emergencies 3rd Edition), Sphere (The Sphere Project Handbook:Humanitarian Charter and Minimum Standards in Humanitarian Response) ve ülkemizde AFAD’ın (Geçici Barınma Merkezlerinin Kurulması, Yönetimi ve İşletilmesi Hakkında Yönerge) hazırladığı teknik şartnamelere göre belirlenmiştir. (İnan, Z , Korgavuş, B . 2017)

Türkiye’deki Suriyeli sığınmacıların çoğu Suriye-Türkiye sınırına yakın olan bölgelerden gelmektedir. Bu bölgeler aynı zamanda yoğun çatışmaların olduğu bölgelerdir. Türkiye’ye gelen Suriyeli sığınmacıların yaklaşık yüzde 36’sı Türkiye’deki 10 kentte bulunan 20 kampa yerleştirilmiştir ve yüzde 64’ü kampların bulunduğu 10 kent de dâhil olmak üzere çeşitli kentlerde kamplar dışına yerleşmiştir. 10 çadır kent Türkiye’nin güneydoğusundadır ve Suriye-Türkiye sınırına yakındır(AFAD 2013). Türkiye’de yaşayan Suriyeli sığınmacıların toplam sayısı konusunda kesin bir bilgi yoktur. AFAD verilerine göre 23.08.2013 tarihi itibarıyla, AFAD’ın sorumluluğundaki kamplarda yaşayan 200.386 Suriyeli sığınmacı vardır(AFAD 2013).Çadır kentlerdeki yardımlar ve uygulamalar AFAD bünyesinde sürdürülmektedir.

Çadır kentlerdeki mevcut ihtiyaçlarını karşılamak için merkezi idare bütçesinden veya farklı kaynaklar (çok az bir kısmı dış kaynaklardan) yardımlar yapılmaktadır. Bu ihtiyaçlar göç edenlerin niteliklerine göre değişmekle beraber temel insani ihtiyaçlar olan gıda, barınma, giyinme gibi konularda yoğunlaşmaktadır (Esen,A.,Duman M.,2016). Barınma merkezlerinin kurulacağı alanlar, elektrik, su ve kanalizasyonun şehir şebekesine bağlanmaya elverişli olduğu bölgelerden seçilmektedir. Barınma merkezleri yerleşime uygun, mevcut sosyal tesislere yakın, insanların kendilerini güvende ve huzurlu hissedebilecekleri, sağlanan hizmetlerden etkin ve verimli bir şekilde faydalanabilecekleri yerlere kurulmuştur. Yerleşim alanları; altyapı, sosyal tesisler, barınma alanları da dâhil kişi başına en az 45 m2 düşecek şekilde planlanmıştır. Barınma merkezlerinde kurslar ve spor faaliyetleri için en az 10.000 m²’lik alanlar oluşturulmuştur. Barınma merkezlerinde çocuk oyun alanları yapılmıştır.

Çocuk oyun alanları her bir mahallede ayrı ayrı oluşturulmuştur (AFAD,2016). AFAD Suriyeli mültecilerin her türlü ihtiyaçlarını en iyi şekilde karşılamak üzere, geçici barınma merkezlerinin kurulumu ve işletilmesi için yüksek standartlar oluşturmuştur. AFAD tarafından işletilen geçici barınma merkezlerindeki hizmet ve tesisler, dünyanın hiç bir yerinde benzer merkezlerde bulunmayan standartlara sahiptir (AFAD 2013).Kamplarda yaşayan Suriyeli sığınmacıların çok yüksek bir yüzdesi, kamplardaki güvenlik, yemek, sağlık, eğitim, dini ve diğer hizmetleri çok olumlu değerlendirmiştir(AFAD, 2013). Zorunlu göçler bireye psikososyal açıdan şiddettir; hem göç eden ve hem de göç edilen yerde ki bireyler için sosyal travmalara yol açar. Göçmen bireyler üzerindeki olumsuz etkilerinin yanında, tetiklediği toplumsal sorunlar dikkate alındığında, göçün, özellikle zorunlu göçün sosyal boyutunun da bireysel boyutu kadar travmatik olduğu görülür (Özpolat, V .Zorunlu, 2018). Kamplarda yaşayan Suriyeli sığınmacıların yarıya yakını (kamp dışında yaşayanların biraz daha azı), kendilerinin veya aile üyelerinin psikolojik desteğe gereksinimi olduğunu düşünmektedir.(AFAD, 2013). Türkiye’ye sığınan tahmini 3 milyon mülteci nüfusunun bir milyondan fazlasını ise çocuklar oluşturmaktadır (İhlamur-Öner, S. G. (2014). Kimi ailesi ve akrabalar ile kimi de refakatsiz olarak göç etmek zorunda kalan bu çocuklar, en fazla istismar ve sömürü ile karşılaşan kitleyi teşkil etmektedir (Duruel M., 2017a).

0-18 yaş grubundaki çocuklar kamplarda yaşayanların yüzde 53’ü ve kamp dışında yaşayanların, biraz daha düşük olarak yüzde 49’unu oluşturmaktadır. Bu yüzdelere, Türkiye’deki Suriyeli sığınmacılar arasında çocukların oranının görece yüksek olduğuna işaret etmektedir (AFAD, 2013). Savaşın yoğun etkili izleri en çok çocukları etkilemektedir.Göçün son aşaması yani geçiş bölgelerinde ve varılan

ülkelerde, çocuklar bütün risklerle karşı karşıya kalmakta bu risklere ek olarak ise sosyal ve kültürel uyumsuzluk, dil bilmeme, sosyal yardımlardan faydalanamama, yoksulluk, psikolojik sorunlar gibi” risklerle karşı karşıya kalmaktadırlar (Topçuoğlu, Atasü, R.2014). Suriyeli çocuklar da, hayatlarını olumsuz bir şekilde ve yüksek derecede etkileyen bu risklerle karşı karşıya kalmaktadırlar (Duruel, M., 2017b).

1.1.Rekreasyon ve Spor

Rekreasyon kelime anlamı olarak serbest zamanı kar amacı gütmeyen değerlendirme olup; boş zamanda ve tek başına grupla, araçlı-araçsız, açık veya kapalı alanlarda, kent içi veya kent dışında, bir organizasyon içinde ya da dışına zorunlu olmadan seçilen zevk ve neşe verici her türlü etkinliklerden oluşmaktadır. Etkinlikler, genellikle kar amaçlı bir ödülü bulunmayan zorlama ile değil , içten gelen bir güdü ile gerçekleştirilmektedir. Rekreasyon etkinliklerinin; ilginç ve ilgiyi artırmak için başka yapay bir motivasyon gerektirmeyen , eğlenceli ve kişinin yaşamı süresince böyle devam eden, bedensel, ruhsal ve yaratıcılığı canlandıran, başarı kazanmaktan çok insanın kendi yararı için yapılan, enerji, gerginlik ve duyguların dışarı atılmasını insanlar arasında iletişimi ve tepki vermeyi sağlayan , daha değişik meraklara ve uğraşlara yol açan, başkalarına ve çevreye zarar vermemeyi ve yararlı olmayı amaçlayan , sosyal hassasiyete ve paylaşmaya yol açan yaşamı anlamlı ve güzel kılan, insanları belirsizlikten ve sorunlarından uzaklaştıran en büyük ödülü etkinliğe bizzat katılım gerçekleştirmek olan ve tamamen gönüllü katılımı gerektiren bazı temel özellikleri bulunmaktadır (Jensen, 1977 ; Karaküçük, S., & Başaran, Z. ,1996).

Spor, ferdin doğal çevresini beşeri çevre haline çevirirken elde ettiği kabiliyetleri geliştiren, belirli kurallar altında araçlı veya araçsız, ferdi veya toplu olarak boş zaman faaliyeti kapsamı içinde veya tam zaman olacak şekilde meslekleştirerek yaptığı sosyalleştirici, topluluğu bütünleştirici ruh ve fiziği geliştiren rekabetçi, dayanışmacı ve kültürel bir olgudur (Kılcıgil, E. , 1985). Spor, bir yaşam tarzı olarak kabul edilir ve temelde bireylere ve yaşantılarına hizmet etmesi beklenir. Bu süreçte spor ve sporla ilgili tüm çalışmalar, bireylerin şekillendirmesine bağlı olarak varlığını sürdürür (Filiz, 2002). Spor, rekreasyonun en kapsamlı, çeşitli ve ilgi çeken alanlarından birini oluşturmaktadır. Rekreasyon ise sporun toplumda yaygınlaşmasında önemli rol üstlenmiştir. Bu özellikleriyle spor ve rekreasyon karşılıklı olarak birbirlerini etkilemektedir (Üstündağ, Ö., Devicioğlu, S., & Akarsu, E. E. , 2011).

Uluslararası düzeyde faaliyet gösteren kuruluşların, gelişmekte olan ya da az gelişmiş bölgelerde sosyal gelişimi sağlayacak araçları kullanma çabasına sporunda önemli katkıların olduğu görülmektedir (Öz, K. , 2012). Dezavantajlı kabul edilen her kesimden bireyin engelli olarak kadın, çocuk ya da erkek olması ayırt edilmeksizin, azınlık, göçmen veya mülteci olmalarında bile spor yapma haklarının olması gerekliliği uluslararası pek çok sözleşme ile desteklenmektedir (Öz, K., 2012 ; Çeviker, A., Mumcu, H. E., Şekeroğlu, M. Ö., & Bayrak ,2018). Avrupa komisyonu spor politika raporunda sporun sosyal uyum ve eşitlik başlığında; dezavatajlı grupların ve göçmenlerin spor yolu ile uyum sorunlarını ortadan kaldıracak çözümler üretmekte olduğunu bildirmiştir. Bununla birlikte ayrımcılık riski olan gruplar ile tüm grupların ortak yaşam alanı oluşturacağı bir düzeni desteklemektedir (Avrupa Komisyonu, 2012).

Sağlığın korunmasında, yalnızlıkla baş etmede ve sosyalleşmede önerilen spor, rekreasyon etkinlikleri içerisinde önemli bir yer tutmaktadır. Özellikle spor, resim ve müzik aktivitelerinin toplumsallaşma üzerine etkileri karşılaştırıldığında; sporun resim ve müziğe göre daha etkili olduğu görülmüştür (Ökmen vd. 2009). Yine rekreasyonun hareketten çok duyguları konu edindiği, serbest zamanda bireysel doyum beklentisi ile değerlendirilen aktiviteleri içeren bir kavram olduğu belirtilmiştir (Tekin vd. 2009). Rekreatif aktiviteler içerisinde sosyalleşmede istenen yönde etkili sonuç vermesi açısından önerilen spor ve fiziksel aktivitenin; beden sağlığı üzerindeki olumlu etkileri ile birlikte, ruh sağlığı açısından da yararları bilinmektedir. Spor aktiviteleri aracılığı ile bireylere; birlikte faaliyet yapabilmek özelliği kazandırıldığı. Spor etkinlikleri aracılığı ile bireylerin kazanma ve kaybetmeyi kabullenmeyi, paylaşmayı, yardımlaşmayı, başkalarının görüş ve düşüncelerine saygı göstermeyi öğrendikleri. Kişilerin birlikte çalışmaları sonucunda da sosyal sorumluluk duyguları geliştiği, sosyal sorumluluk duygusunun gelişmesi sonucu da toplumda sosyalleşme sürecinin sağlandığı belirtilmiştir (Şahan, 2008 ; Uzuner, M. E., & Karagün, E. 2014).

2.MATERYAL VE METOD

Araştırmada belge tarama ve arşiv inceleme yöntemleri kullanılmıştır. Konu ile ilgili literatür incelenerek tartışılmıştır.

3.SONUÇ VE TARTIŞMA

Türk Kızılayı uluslararası proje destekleri ile Suriyeli çocuklara yönelik “Mobil Çocuk Dostu Alanları” çeşitli bölgelere kurmuştur. Bu proje kapsamında yaklaşık olarak Türkiye’li ve Suriyeli çocuklar beraber olmak üzere toplam 14.902 çocuğa ulaşılmıştır. Bu proje kapsamında çocuklara çeşitli eğitimler ve etkinlikler düzenlenmiştir (www.tarsus.gov.tr ; Atalı, L. 2018). 19 Mayıs Gençlik Spor Kulübü bünyesinde Futbol Okulu olarak başlatılan Suriyeli Çocuklarla Spor programına antrenörler eşliğinde bir çok Suriyeli çocuğun katılımı sağlanmaktadır. 19 Mayıs Gençlik Spor Kulübü Başkanı Zafer Akman proje ile ilgili yaptığı açıklamada "Kulüp olarak vazifemiz bütün çocuklara spor yaptırmak ve gelişimlerine katkı sağlamaktır. Proje kapsamında ayrıca Suriyeli çocukların spor salonunda Kick Boks, Taekwondo spor dallarında eğitim almaları sağlanmaktadır. (www.baskf.org.tr ; Atalı, L. 2018).

Mültecilerin spor yoluyla sosyalleşmesi ve topluma kazandırılması önemli bir alan oluşturmaktadır. Spor, mültecilerin problemlerini çözmeye yönelik yepyeni ve tatmin edici bir yaşam şansı, umut veren bir strateji olarak önemli rol üstlenmektedir (Devecioğlu S. 2017). Adana’da yaşanan olumsuz çevre şartları, maddi olanaksızlıklar, ailevi sorunlar ve terör sebebiyle dezavantajlı olan çocuk ve gençler arasında spor yapma alışkanlığı yaygınlaştırmak sebebiyle Adana Valiliği tarafından yürütülen Güney Adana Kalkınma Projesi kapsamında hazırlanan “Geleceğin Sportmenleri” projesi hayata geçirilmiştir (Karalar, 2017). Suriyeli göçmenlerin nüfus olarak yoğun olarak yaşadıkları Diyarbakır’da çeşitli spor branşlarında kulüpleşme yoluna gittikleri görülmektedir. Buna örnek ise Suriye – Dicle Spor kulübü adı altında kurulan ve kendi aralarında sağladıkları imkânlarla amatör düzeyde faaliyet göstermekte olduğu bu yapılanma da göçmenlerin toplumumuzla uyum sağlama yolunda önemli adımlardan birisi olarak örnek gösterilebilir (Atalı, L. 2018).

Spor yönetimi çerçevesinde yapılacak yasal düzenlemeler, oluşturulacak kurullar, kurumlar ile birlikte, düzenlenecek organizasyonlar gittikçe büyüyen mülteci problemlerine çok yönlü katkı sağlayacaktır (Devecioğlu S. 2017). Başta yerel yönetimler olmak üzere, çeşitli spor kulüpleri göçmen yetenekli çocuk ve gençleri spora kazandırabilecek organizasyonlar düzenleyebilir. Dezavantajlı guruplara ilişkin çeşitli bakanlıkların ve ajansların proje kabullerinde dezavantajlı guruplara ilişkin spor ve fiziksel aktivite konulu projelere öncelik verilebilir (Çeviker, A., Mumcu, H. E., Şekeroğlu, M. Ö., & Bayrak, M. 2018).

Sonuç olarak Suriyeli mültecilere sunulan hizmetlerin spor özelinde incelenmesinde ilgili kurumlarca sportif projelerin üretildiği, spor branşlarında eğitimler verildiği, spor sahalarının yapıldığı, spor malzemesi dağıtımı yapıldığı, özel turnuvalarda Suriyelilerin yer aldığı takımların kurulduğu ve spor yolu ile sosyalleşmeye yönelik etkinlikler düzenlendiği tespit edilmiştir. Mültecilerin sosyalleşmesine spor ile katkı sağlandığı görülmüştür. Ayrıca göçten olumsuz etkilenen bireylerin spor yolu ile rehabilite edilebileceğini ve diğer eğitim, toplumla entegrasyon gibi alanlara kolaylıklar sağlayacağı sonucuna ulaşılmıştır. Barınma merkezleri, çadır kentler gibi yerlerde spor, oyun ve rekreasyon faaliyetleri için görev alacak donanımlı uzman personel sağlamak, spor ve rekreasyonel aktiviteler için uygulama rehberleri hazırlamak, sporun bir araya getirici gücünü bulundukları toplum içerisinde sosya - Bu tür durumlarda görev alacak uzmanlara özel eğitimler vermek.
- Spor, oyun ve rekreasyonel faaliyetler için uygulama rehberleri hazırlamak
- Sporun bir araya getirici gücünün diğer amaçlar için kullanılmasını sağlamak
- Spor, oyun ve rekreasyonel faaliyetlerinin insan yaşamına olan etkilerini bu tür durumlarda proje temelli hayat geçirmek (Atalı, L. 2018).

KAYNAKÇA

AFAD, (2013). T.C. Başbakanlık Afet ve Acil Durum Yönetim Başkanlığı Türkiye’deki Suriyel Sığınmacılar, 2013 Saha Araştırması Sonuçları

- AFAD, (2014). “ Türkiye’deki Suriyeli Kadınlar ”, https://www.afad.gov.tr/upload/Node/2376/files/80-20140529154110-turkiye_deki-suriyeli-kadınlar_-2014.pdf, Erişim: 31.03.2017).
- AFAD, (2016). T.C. Başbakanlık Afet ve Acil Durum Yönetim Suriyeli Misafirlerimiz Kardeş Topraklarında
- ATALI, L. (2018). Türkiye’de Suriyelilere Sağlanan Hizmetlerin Spor Yönü ile İncelenmesi An Analys On The Services Provided To The Syrians In Turkey In Terms Of Sports. *Journal of Social And Humanities Sciences Research (JSHSR)*, 5(31), 4532-4537.
- Avrupa Komisyonu. (2012). *Developing the European Dimension in Sport*. Erişim: 10.3.2018 +66
- ÇEVİKER, A., MUMCU, H. E., ŞEKEROĞLU, M. Ö., & BAYRAK, M. (2018) UNICEF’E GÖRE TÜRKİYE’DE DEZAVANTAJLI KABUL EDİLEN GRUPLARIN SPORTİF ETKİNLİKLERLE SOSYAL UYUMUN SAĞLANMASI. *SIİRT ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ*, 6(12), 221-238.
- Çeviker, A., Mumcu, H. E., Şekeroğlu, M. Ö., & Bayrak, M.2018. UNICEF’e Göre Türkiye’de Dezavantajlı Kabul Edilen Grupların Sportif Etkinliklerle Sosyal Uyumun Sağlanması. *Siirt Ünivrsitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(12), 221-238.
- DEVECİOĞLU, S. (2017) Spor Yönetiminde Mülteci Sporcular Problemi. 11. Kamu Yönetimi Sempozyumu. KAYSEM. Fırat Üniversitesi Editör: Ahmet Yatkın. Bildiri Kitabı. S:406-420.
- DURUEL,M., (2017a)., “Suriyeli Sığınmacıların Emek Piyasasına Etkileri: Fırsatlar ve Tedditler” PESA Uluslararası Ekonomik Araştırmalar Dergisi, Cilt 3, Sayı 2 (2017)
- DURUEL,M., (2017b) . Bir Sosyal Politika Aracı Olarak Suriyeli Yetim Yaşam Merkezleri: Hatay İli Örneği, PESA Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi , Cilt 3,Sayı 4 (2017)
- E.W.Sweet, Sport and Recreation in Ancient Greece, Oxford University Press, O xford,
- Esen,A.,Duman M.,(2016). Türkiye’de Geçici Koruma Altındaki Suriyeliler: Tespitler ve Öneriler ,(2016)
- Filiz, K. (2002). Sporun Tanımlanması ve Kapsamının Belirlenmesi Üzerine Bir Çalışma G.Ü. Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi, 22 (2): 203-211
- G .W. Bailey and F.W. Hoffman, Sports and Recreation: Introduction Fads, Harr ing -
- Ihlamur-Öner, S. G. (2014). Türkiye'nin Suriyeli mültecilere yönelik politikası. *Ortadoğu Analiz*, 6(61), 42-45.)
- İnan, Z , Korgavuş, B . (2017). Mülteci Kampları ve Yerleşim Alanlarında Sürdürülebilir Tasarım. *Contemporary Research in Economics and Social Sciences* , 1 (2) , 103-122 . Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/conress/issue/35835/401604>
- KARAKÜÇÜK, S., & BAŞARAN, Z. (1996). Stresle Başa Çıkma da Rekreasyon Faktörü. *Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 1(4), 55-64.
- KARALAR ,Z.(2017).Geleceğin Sportmenleri. Erişim: 12.7.2018
- Karşılaştırılması”. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 12 (21):1-6.
- Kılıçgil. E. (1985) Sosyal Çevre-Spor İlişkileri, Bağırın Yayınevi, Ankara.,
- Müzik Seçmeli Dersi Alan Öğrencilerin Toplumsallaşma Düzeylerinin
- Ökmen, Ahmet Şadan, İbrahim Erdemir ve Hasan Ali Tekin (2009). “Beden Eğitimi, Resim Ve
- Öz, K. (2012). AB Komisyonu Bildirisi Sporun Avrupa Boyutunun Gelişimi, T. Çağlar, H.G. Baykal, B. Çağatay, A. Aybers (Editörler). Ankara Barosu Spor Hukuku Kurulu Av. Atilla Elmas Armağanı. Ankara Barosu Yayınları, s. 635-658.
- Özpolat, V.(2018)Zorunlu Göçler ve Doğurduğu Sosyal Travmalar, Şiddet ve Sosyal Travmalar" Uluslararası Kongresi.
- R.C. Jensen, (1977) . Leisure and Recreation: Introduction and Overviewed, Henry K i m p ton Publishers, Philadelphia, 1977.
- ŞAHAN, Hasan (2008). “Üniversite Öğrencilerinin Sosyalleşme Sürecinde Spor Aktivitelerinin Rolü”. Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 15: 260-278. <http://dergi.kmu.edu.tr/userfiles/file/aralik2008/260-288.pdf> / 13.02.2014.

Tekin, Gülcan, M. Tayfun Amman ve Ali Tekin (2009). “Serbest Zamanlarda Yapılan Fizikse Egzersizin Üniversite Öğrencilerinin Depresyon Ve Atılganlık Düzeylerine Etkisi”,*Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 6 (2): 149-159

ton Park Press, New York, 1991.

Topçuoğlu, Atasü, R.(2014), “Hayatı Değiştirmek İçin Yola Çıkanlar- Yola Çıkınca Değişen Hayatlar: Bir Müracaatçı Grubu Olarak Göçmen Çocuklar” *Toplum ve Sosyal Hizmet Dergisi*.

UZUNER, M. E., & KARAGÜN, E. (2014). Rekreatif amaçlı spor yapan bireylerin yalnızlık düzeylerinin incelenmesi. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (27), 107-120.

Üstündağ, Ö., Devecioğlu, S., & Akarsu, E. E. (2011). Spor ve rekreasyon alanlarının şehir planlamasındaki yeri ve önemi. *Uluslararası İleri Teknolojiler Sempozyumu (IATS'11); 16-18 Mayıs 2011*, (s 32).

www.baskf.org.tr Erişim Tarihi: 2018 Eylül

www.tarsus.gov.tr erişim tarihi:2018 Eylül

ROLE OF INSTITUTIONS AND DEVELOPMENT PROBLEMATIC OF THE POOR COUNTRIES

PhD. Klodian Muço

Aleksander Moisiu University, Faculty of Integrated Studies with Practice, Durrës, Albania
kmuco@fastip.edu.al

Assoc. Prof. Flora Merko

Aleksander Moisiu University, Faculty of Business, Department of Economics, Durrës, Albania
floramerko@uamd.edu.al

PhD. Vaeld Zhezha

Aleksander Moisiu University, Faculty of Business, Marketing Department, Durrës, Albania
vaeldzhezha@yahoo.com

Msc. Florjon Merko

Aleksander Moisiu University, Faculty of Business, Marketing Department Msc. Student, Durrës, Albania;
flori.merko@yahoo.com

Abstract

For many years, economic growth has been regarded as the protagonist of countries economic development. It was considered a quantitative aspect while the benefits of growth were the qualitative element known as “development”. From this affirmation, we can come to the deduction that where there is economic growth there is development also. According to Sen (2011), development does not depend on the level of income or expenditure but the right of redistribution and choice possibility, ie the role of institutions. Whereas, according to the World Bank, to develop a poor country nowadays, it needs to strengthen institutions. The World Bank often gives a limited role to concepts such as freedom, equality, rights or democracy.

The conventional approach to economic development, or efforts to make rich the poor countries, is based on a technocratic illusion, namely the belief that poverty is a technical problem that can be solved through technical solutions without regard to citizens' rights (Easterly, 2013). According to Nyerere, development is another way of saying peace. Development according to Tanzania's first president is not only an increase in the real income of the economy but also a global improvement in the quality of life, an expansion of the choices available of individuals, a unique and indispensable prerequisite for being free. The globalization and integration of international economies have been considered as a positive force with all the potential to enrich anyone in the world, especially the poor. This model has not worked for poor countries so far, the number of the poor is steadily increasing and unemployment is not slowing. Today there are no more poor countries, but poor people in countries that are rich in natural resources. Let's look at Albania, a country rich in oil and chromium resources but with a poor population. Or Algeria, which supplies gas to many wealthy countries in Europe but Algerian citizen, continues to be poor. Developed countries take raw materials from poor countries that are led by corrupt or influenced by large company's peoples, leaving no choice for citizens, even the dignity of feeding their children. This is also the primary cause which leads many people of these poor nations to pursue the only available way to guarantee a better future, that of emigration, that although embedded with integration is anything except integration.

Given the foregoing considerations, in this article, we seek to provide a theoretical framework on the problems of poverty and the role of governments in the economic development of a country. To accomplish this objective we begin with a theoretical description of the key models of economic development to proceed with the capability and human right approach needed to interpret economic growth without development of a country. In the end, this article concludes with a synthetic analysis of poverty indicators and closing with some conclusions.

Keywords: Economic Development, Poverty, Role of Institutions, Economic Development Models.

1. Economic models to get out of poverty and the role of governing institutions

The “underdevelopment” concept was first used by Truman in his discussion of January 20, 1949. At that time, Truman emphasized the importance of supporting "underdevelopment" countries to reduce the difference between them and western countries (Galbraith, 1951). In the 1950s, liberal economic analysts defined underdevelopment as a "matter of time" ie a delay of underdeveloped countries that needed to "copy" and adopt an economic development model like that of Western countries (Ray, 2000). According to Rostow, the capacity of an economic system to move from one stage of development to another is related to non-economic factors, which according to him are related to cultural differences (Rostow, 1959). Rostow ignores one of the most important geographical principles, as he assumes that all countries have the same opportunities to develop. He did not consider the dimensions, population, and natural resources that a country has available.

Gerschenkron go a step ahead of Rostow. According to him imitation of best practice models, in the concrete case of the UK, could lead many poor countries towards development (Gerschenkron, 1965). In fact according to Garofoli (2014) to plan the future you have to know the past. It is, therefore, necessary to understand the origins of poverty before talking about development patterns, which in many developing countries relates to the end of colonialism. During this period many countries faced an immediate transformation, from a economical and political situation controlled by the European powers, to full autonomy, without the tools to cope with the market which was contoured in the mid-20th century (Frank, 2004). the decolonization is a problem that is redimensioned based on the fact that not all poor countries today used to be colonies in the past. Underdevelopment mainly depends on the lack of industrial infrastructures, the lack of a dignified politicians and the backward agricultural sector, where production goes mainly to self-consumption (Muço, 2015).

Low wages are an obstacle to stimulating consumption, which can serve as a "burner" to a positive spiral of investment to boost production and job creation. This situation is often faced not only in African countries but also in some Balkan countries with a communist past. Although these countries have many natural resources, most of them go to enrich a group of people, so their contribution to state coffers is negligible (Dunning, 2008; Sachs and Warner, 2001). According to Stiglitz (2006), this situation came not only from internal errors but also thanks to implemented strategies. The underdevelopment countries often are consulted with the theory that the state is a regulator and not a company manager, so everything should be privatized.

In over 60 concerned` s countries, it was advised to apply the “*shock therapy*”, price liberalization and production structure coupled with mass privatizations (Winiiecki, 1991c). In reality, this trade and market liberalization that it was supposed to generate development, failed in every country that was implemented. (Easterly, 2013). If we have a look at the neoclassical development models of Solow (1956), Swan (1956), Samuelson (1962), we note that economic growth was based on the interregional shift of the two productive factors such as labor and capital. Capital tended to be located in regions with higher growth rates. But in poor countries, there was a lack of capital accumulation. So government institutions, thanks to fiscal policies, but not only, were required to make these countries more attractive to foreign countries, and the way to achieve this was certainly not by "giving away for free" the natural resources that possessed.

Other neoclassical economists based economic growth on theories of trade liberalization, reexamining Ricardo's theory of comparative advantage, such as the Hecksher Ohlin theorem that focussed attention on the difference of provided factors (De Arcangelis, 2008). These theories conclude that countries are poor because they apply protectionist policies. For these reasons, these countries are suggested to to use trade liberalization and specialization to increase export volumes and ensure foreign investment flows (the best practice for these policies is Australia). Like all the theories and models mentioned above, the Hecksher-Ohlin theory has some limits. It is assumed that production factors are fully removable, but this may be reasonable for raw materials but not for labor and capital. Furthermore, a region tends to specialize in some products and try to increase exports of these

products having multiple positive effects on regional wages and investment (Hartman and Seckler, 1967). Likewise, exports do not always determine a competitive advantage if a region has a majority of only raw materials and low-wage labor-intensive. Myrdal (1957) states that foreign trade is linked to inequalities and harms less developed countries.

Whereas Prebisch, in his "center-periphery" model, has put into great question the problem of benefits of free trade for poor countries (Prebisch, 1962). Prebisch focuses mainly on the monetary aspects and balance payments of foreign trade. According to him, less developed countries tend to specialize in low-yielding activities and with low income demand elasticity in global markets. The role of the periphery was to supply rich countries with primary products, while at the center of the global system (rich countries), revenue growth generates demand and also innovation has a high incentive to the country's industrialization. Prebisch, when referring to the international market, argues that to function properly the international markets must be taken into account strong structural differences between the center and the periphery. Like other economists, he also emphasizes the role of the country's institutions to develop and benefit from market opening.

Amin, however, points out that underdevelopment comes from developed countries that control and regulate the pattern of development of poor countries according to their interests. According to him, the dependence of the periphery by the center is unlikely to be accepted as an attractive effect (Amin, 1977). Rosenstein-Rodan (1943) showed that to push a stagnation economic system towards growth and development trajectory, a stimulus and a big push is needed, which creates a synchronized development of different productive sectors.

Nurkse reintroduced this theory, but focuses only on income, noting that a low real income reflects low productivity due to the capital used in production. Every entrepreneur uses capital based on market dimensions, creating a vicious circle that can only be interrupted if investments are made in a large number of productive sectors, so consequently led to an increase in market dimensions (Nurske, 1953). While Singer criticizes the development theories prepared by Nurkse and Rosenstein-Rodan arguing that investment is concentrated only in the industrial sectors neglecting agricultural production. The increase in income leads to an increase in consumption and, consequently, to an increase in demand for food, which also requires investment in primary sectors such as agriculture (Singer, 1958). According to Singer, for a country that has started a development process, it is necessary to promote expansion and growth policies, seeking to apply a development strategy focused on some sectors without neglecting agriculture.

Lewis, however, starts from the dualism concept, explaining underdevelopment as the use of the labor force with inefficiency. According to Lewis, the strategies were to be based on the labor transfer from traditional to industrial sectors that can provide higher incomes and productivity. Only in this way these countries can achieve the accumulation of necessary capital to accomplish the industrialization process (Lewis, 1970). According to Hirschman, development is an institutional matter, so the government needs to change development strategies by directing investment towards key sectors of the economy (Hirschman, 1977). Perroux, like Hirschman, in his "growth pole" model, points out that development does not occur anywhere, but at some point or in growth poles. The dominant enterprise influences the levels of investment in some of the areas in which it is concentrated, by purchasing goods and services from other enterprises in the area, thereby leading to increased production and development of the whole area (Perroux 1961). From the main development models mentioned above, conclude that poor countries are often forced to remain unchanged because the choices of their governing institutions do not go in the same direction as development. Poverty and lack of development force people to accept what is on the market, low wages that do not allow them to choose in consumption or education and also in the treatment of their children.

The IMF and the World Bank have consistently promoted various programs and initiatives for the development of poor countries through financial assistance for projects that improve the lives of citizens or reduce the level of public debt in poor countries, which often exceeds the level of the instability. We emphasize here the initiative called Heavily Indebted Poor Countries, launched by

World Bank in 1996. This initiative aimed to provide financial assistance to developing countries with high public external debt to enable it to maintain stable levels, and in some cases even achieving total or partial cancellation of this debt. Although it has distributed \$ 60 billion in funding to 38 countries, 32 of which are in Africa (some of which led to total debt cancellation), it is again clear that only economic aid is not enough. (Easterly, 1999). Many developing countries will experience real development only when they reach the full level of democracy and social equality.

2. Human rights and differences between development and underdevelopment countries

According to Sen (2014), the desired development is the right and freedom that allows each individual the effective opportunity to purchase certain goods and services, not only by salary but also by the existence of effective policies and institutional mechanisms. Again, Sen (2010) has emphasized that this right should not be viewed as an economic analysis but as a choice. Economic development begins with human development which promotes democracy and eradicates poverty, both at the individual and at the societal level (Paris, 2004).

When we talk about poverty we mean that it is not a word about the level of income but about the complex universal welfare, ie equal opportunities in choices, equality in competitions etc. So not only the complex level of income is important, but also their distribution. This is also highlighted in Oxfam's report (2017) which emphasizes precisely the inequality and disequilibrium of net wealth distribution in the world and requires that every government should promote increasing its citizens' welfare, and not supporting business models that aim to maximize profit. This is because the higher the inequalities are, the higher is the overall violence, the abandonment of school by teenagers and also an uncertain future for the citizens of a given country.

If we have a look at GDP growth in the world in the last 40 years we see that it has changed from 3 billion to 60 billion but on the other hand, we see that the gap between rich and poor countries has not diminished as expected. Various studies have shown that in 1820 the ratio between rich and poor nations was 3 by 1; in 1913 it was 11 by 1; in 1950 it was 35 by 1; in 1973 it increased to 44 by 1, and in 1992 reached 72 by 1²³. If we look at the economic convergence of GDP per capita or the welfare indices for the Balkan countries we see that under the optimistic scenario these countries will reach the EU average in 2053; under the realistic scenario they will reach the average GDP per capita of EU countries in 2078, while under the pessimistic scenario the average GDP per capita of EU countries will be reached in 2220²⁴ only.

Another study by Oxfam (2017), which focuses on the disequilibrium of the global net income distribution, reveals that 8 people worldwide possess \$ 426 billion, the same as the wealth of the poorest half of the planet's population, or 3.6 billion people. According to it the situation has worsened compared to a year ago, where the wealth of 62 billionaires was equal to the wealth of the world's poorest half. The total wealth value possessed by 50% of the world's poorest population does not even reach 1.2% of global wealth (\$ 255,000 billion in 2016). The current economic system favors the accumulation of wealth in the hands of a super privileged elite to the prejudice of the poor. World Bank (2016) Poverty and Shared Prosperity report shows that inequality at the national level is reducing, but still needs to be done much work. According to the report, the number of people living on \$ 1.9 a day has dropped from 795 to 702 million in the last 10 years. In fact, according to a study by the Economic Policy Institute, in the US, wealth distribution continues to deteriorate, and the above decline is simply a reduction in the level of low-wage earners.

Inequality is more worrisome in poor countries because of economic growth of over 3% per annum, in recent years, which is at the same time accompanied by high poverty rates, making it more difficult to maintain the fragility democracy that exists in these countries. After the fall of the communist regime with a single party in the early 1990s, in many of the poorer countries came the multi-party democracy that promised respect for human rights and the promotion of good governance. In reality, this

²³ <http://leg15.camera.it/organiparlamentari/ufficiopresidenza/leg13/view.asp?id=87>

²⁴ See the first and second figure, Muent, H., (2017). Economic Outlook in Western Balkan, EBRD, pp.2-4

democracy, even though it has been about 30 years, has not yet arrived (Muco, 2015). Although there is political pluralism in many African or Balkan countries, economic power is concentrated in few hands, politicians are corrupt, the rule of law exists only on paper, and peoples continue to be poor. In weakening the process of democracy in poor countries such as Albania, we must not forget that the model of economic development these countries used was inadequate to give effective answers to the problems of poverty.

3. Underdevelopment indicators and possible interventions

One of the most current topics that have attracted the attention of the academic world as well as that of international institutions is the study of well-being and quality of life from a multidimensional perspective (Martinetti and Ancolla, 2011). According to the Human Development Report (UNDP, 2000), human rights and development share a common vision, the more rights are respected the more development there is. In this report, a lot of indicators are used to measure human development; such as income per capita; the country's currency purchasing power; alphabetization index; hope for life and political freedom. These indicators best illustrate the fact that there is not more a direct link between a person's pay and welfare. GDP can indeed give us information on economic growth, but we still have a lack of information on income distribution. As mentioned above the wealth can be distributed in a few hands or is it even worse where in places like Albania the quality of the basket products is beyond any standard. This, on the one hand, enriches some people by positively influencing GDP growth, but on the other, it deteriorates the health and well-being of country's citizens.

The problem of quality of consumption or consumption in the complex is not the only problem that poor countries have. In recent years, problems with respect for fundamental freedoms, lack of free institutions, lack of justice, poor quality of education, gender inequality, etc., have been observed in these countries. To measure and fight poverty, Seen in the 1970s created an indicator of poverty (Sen, 1976). This indicator, which combines household income with the Gini coefficient, was subsequently reworked by the UNDP and been renamed the Human Poverty Index. If we look at the WB data on 2018 about the Gini coefficient and GDP growth at constant prices, result that there is a negative correlation between these two indicators. This makes us think that inequality inhibits economic growth. Sen's poverty index shows that the closer to zero the Gini index is, the lower the Sen's index and therefore the less poverty there is. Based on these two indicators (Gini and UNDP), the question naturally arises: how can poverty and underdevelopment be fought?

Poverty is a complex phenomenon that depends on both internal and external factors. Internal factors to reduce poverty include political stability because it stimulates investment and enables economic planning in the medium and long term; reducing corruption and abuse because it will increase the budget available for education and health; a fair fiscal system that reduces inequality because it would have a positive effect on reducing poverty. Among the external factors, we can list economic integration, an increase in foreign investments, etc.

4. Conclusions

In this study, we present the approach of human rights and the institutional role in an innovative perspective to reconceptualize economic development. We begin with a synthetic description of the key development models to provide a clear picture of how the economic development of countries was perceived by pioneers of development but not only to continue with Sen's theoretical approach which changed the way human capacity was perceived by economists. The effects of this perception are evident in both national and international policies that are no longer limited to the economic aspects of GDP growth but also take into account welfare indicators. In more detail, this paper showed that the poverty of a country has both internal and external causes. To avoid these causes and to have sustainable economic development, emerged necessary for a democracy of rights and institutional obligations, needed to respect human rights and to promote good governance.

It was also found that the problems of developing poor countries are inequality, the rule of law, opportunities for elections, etc. To improve these indicators, developed countries or international

institutions must strengthen their commitment to poor countries to guarantee the freedom and rights of individuals, the primary ones to guarantee economic development and prosperity.

The freedoms and rights of individuals have an important contribution to society as they contribute to the development of each individual, so increasing productivity and consumption, which can lead to an increase in complex well-being. The development of each individ, except the impact on the individual level has also an impact from a mesoeconomic point of view, so the benefits go beyond the dimensions of a given country.

REFERENCES

- Amin, S. (1977). *Lo sviluppo ineguale, Saggio sulle formazioni sociali del capitalismo periferico*; Titolo originale: *Le développmentin égal, Essai sur les formation sociale du capitalisme périphérique*, Edition, tradotto da M. Ferrero, Einaudi, Torino
- De Arcangelis, G. (2008). *Economia Internazionale*, cap. 4 e cap.5, McGraw-Hill, 2005; R. C. Feenstra; A. M. Taylor, *Economia Internazionale, teoria e politica degli scambi internazionali* cap.4. A cura di G. Basevi, Hoepli editore, Milano.
- Del Grande, G. (2007). Mamadou va a morire. *La strage dei clandestini nel mediterraneo*.
- Dunning, T. (2008). *Crude democracy: Natural resource wealth and political regimes* (Vol. 7). Cambridge: Cambridge University Press.
- Easterly, W. (1999). *How did highly indebted poor countries become highly indebted? Reviewing two decades of debt relief*. The World Bank.
- Easterly, W. (2013). La tirannia degli esperti. *Economisti, dittatori e diritti negati dei poveri*.
- Frank, A. G. (2004). The development of underdevelopment. *The sustainable urban development reader*, 38-41.
- Galbraith, J. K. (1951). Conditions for economic change in underdeveloped countries. *Journal of Farm Economics*, 33(4), 689-696.
- Gerschenkron, A. (1965). Russia: Agrarian Policies and Industrialization, 1861–1917. *The Cambridge Economic History of Europe*.
- Hartman, L. M., & Seckler, D. (1970). Towards the application of dynamic growth theory to regions. In *Regional Economics*(pp. 98-106). Palgrave Macmillan, London.
- Hirschman, A. O. (1977). A generalized linkage approach to development, with special reference to staples. *Economic development and cultural change*, 25, 67.
- Lewis, W. A. (1970). *Sviluppo economico con disponibilità illimitate di manodopera*, Einaudi editore, Torino.
- Martinetti, E.C., & Accolla, G. (2011). Multidimensionalità nelle analisi di benessere e problemi di comparazione.
- Muco, K. (2015). *L'analisi del modello di sviluppo albanese nel periodo post-comunismo: il cambiamento economico e la specializzazione* (Doctoral dissertation, Università degli Studi dell'Insubria).
- Myrdal, G., & Sitohang, P. (1957). Economic theory and under-developed regions.
- Nurkse, R. (1953). *Problems of capital formation in underveloped countries*. Oxford University Press.
- Nyerere, J. K. (1973). *Freedom and Development: Uhuru Na Maendeleo. A Selection from Writings and Speeches 1968-1973*. Oxford University Press, USA.
- Parisi, L. (2004). La povertà: una rassegna sul confronto tra due approcci: capability vs. unidimensionalità. *Università degli studi, Centro di economia del lavoro e di politica economica*.
- Perroux, F. (1961). La firme motrice dans une region et la region motrice. *Cahiers de l'ISEA*, (Marzo).
- Prebisch, R. (1962). The economic development of Latin America and its principal problems. *Economic Bulletin for Latin America*.
- Ray, D. (2000). What's new in development economics?. *The American Economist*, 44(2), 3-16.
- Rosenstein-Rodan, P. N. (1943). Problems of industrialisation of eastern and south-eastern Europe. *The economic journal*, 53(210/211), 202-211.

- Rostow, W. W. (1959). The stages of economic growth. *The economic history review*, 12(1), 1-16.
- Sachs, J. D., & Warner, A. M. (2001). The curse of natural resources. *European economic review*, 45(4-6), 827-838.
- Sen A.(1976). “Poverty: an Ordinal Approach to Measurement”, *Econometrica*, vol.44, issue 2, p. 219-31
- Sen, A. (2010). *Etica ed Economia*. Editori Latenza
- Sen, A. (2014). *Lo sviluppo è libertà*. Edizioni Mondadori.
- Singer, H. W. (1958). The concept of balanced growth in economic-development-theory and practice. *Malayan Economic Review*, 3(2), 1-13.
- UNDP. (2000). Human Development Report: *Human Rights and Human Development*

INVESTIGATING HOW EFL TEACHERS TEACH AND ASSESS GRAMMAR: A QUALITATIVE STUDY IN TURKEY

Merve Bayram

Kocaeli University / Faculty of Education, English Language Department
mervebyrm1996@gmail.com

Şifanur Demir

Kocaeli University / Faculty of Education, English Language Department
sifanurakmese@gmail.com

Abstract

Grammar teaching and assessment have been studied for years, because having grammatical knowledge is generally viewed as an important part of second language development and learners' proficiency levels (Purpura, 2004). Although there are many studies based on grammar teaching, there are very few studies conducted about assessing grammar or analyzing teachers' grammar teaching and assessment way in the same study. Thus, this study aims to investigate how Turkish EFL teachers teach and assess grammar in their lessons. It also aims to compare their stated way of assessment and their actual examinations. The data were collected qualitatively through an online written interview and some teachers' exam papers were also collected. Thirty three EFL teachers participated in the study. The findings revealed that all of the teachers include grammar in their lessons although the time they allocate and the techniques that they use differ. They generally prefer teaching grammar inductively and they use selected and constructed response tasks while assessing. The results also shed light on the reasons why the teachers choose these techniques and the advantages and disadvantages of them, which would be helpful for EFL teachers, teacher education programs, and curriculum designers in terms of deciding their objectives accordingly.

Keywords: Grammar teaching, grammar assessment, EFL teachers, teacher education, curriculum.

1. INTRODUCTION

The role of grammar and its importance cannot be underestimated since language teachers generally include grammar in their language teaching and assessment. Learners need grammar to transmit and express meaning because they may use it in or out of classroom, in oral or written discourse, in formal or informal contexts (Dakin, 2018). Therefore, grammar has been studied for many years because it is both important and controversial issue among practitioners and researchers in terms of teaching and assessing. For example, in order to understand someone's proficiency level within a language, grammar knowledge is an area that should be considered according to some researchers (Bachman& Palmer, 1996; Canale& Swain, 1980; Lado, 1961; Purpura, 2004). As well as learning grammatical knowledge and being assessed in terms of this knowledge, students from all over the world have language courses at their schools. And, their teachers generally give a coverage to grammar one way or another whether they teach it in discrete points or by integrating it into other skills such as reading, writing and speaking . Looking at this issue from Turkey's perspective, most of the teachers give a wide range of coverage to grammar in the process of language teaching (Uysal & Bardakci, 2014).

In addition to the importance and coverage of grammar in language classrooms, the fact that teachers teach grammar and which approaches and methods they adopt is another important subject matter which we should consider. There are some teachers who adopt traditional approaches such as grammar translation method, form-focused instruction, and etc. while there are also others who believe that grammar should be integrated into other skills.

Language testing, including grammar testing, has an important effect on the further language learning and development (Dakin, 2018). The results may be also helpful in terms of evaluating the students' learning and teacher's instruction at the same time and diagnosing the weak or strong parts of the teaching-learning process and deciding to go on the next units based on these outcomes (Bachman& Palmer, 1996). In addition to the various ideas and techniques about teaching grammar, teachers' ways

to test students' grammar knowledge also change according to the teacher, type and goal of the test and etc. Although not so many studies were conducted on assessing or testing grammar, a great variety of techniques to measure grammatical ability were developed and defined by some researchers (Dakin, 2018; Purpura, 2004). Like in the different methods for teaching grammar, grammatical ability can be measured explicitly or implicitly; separately or in relation to other skills in accordance with the goal of the teacher, course, test, research or curriculum.

In the light of these, this study aims to investigate Turkish teachers' who teach English as a foreign language (henceforth EFL teachers) way of teaching and assessing grammar in their classrooms. In other words, it aims to examine their stated ways of teaching and assessing grammar. Furthermore, it also aims to examine the correlation between their stated ways to measure grammar and the examinations which they prepare.

1.1. LITERATURE REVIEW

1.1.1 Research on Teaching Grammar

Grammar instruction in second/ foreign language classrooms has been a matter of debate for many years. Most of the studies about the role of grammar and its instruction revealed that it is an important component in language teaching (Alghanmi & Shukri, 2016; Azad, 2013; Burgess& Etherington, 2002; Farrell & Lim, 2005; Thu, 2009). Especially adult learners generally put grammar in the central of language learning process while younger ones tend to use the language for more functional purposes such as communicating (Ellis, 2002). Early stages of second language (L2) acquisition are viewed as learning the words and chunks rather than grammar and there are also some researchers (see, for example, Lewis 1993) who think that lexical knowledge should be focused more than grammatical structures while teaching L2 to younger learners.

Besides when and how much grammar should be taught, how to teach it has been also a growing body of research and there are a lot of different opinions and beliefs in terms of teaching it. Grammar instruction is mostly seen as focusing on the form itself and giving rules. However, grammatical structures include not only morphosyntactic aspects but also some other functions such as conveying messages or appropriate usage in contexts (Larsen& Freeman, 1991). Traditional grammar teaching, which has been adopted for years by so many teachers, such as structural syllabuses, form-focused instruction, audio-lingual method or GTM occurs mostly in decontextualized classroom environments. Further, they are generally based on giving the grammar rules explicitly and practice them accordingly. With the advent of communicative language teaching by Savignon in 1970s, teachers start to include grammar in communicative contexts and adopt more implicit ways of teaching grammar. Lightbown and Spada (1993) also revealed the effect of the teachers who involve students in communicative interactions with an aim to focus on linguistic forms when compared to the ones focusing on them in decontextualized environments. Nunan (1998), in his organic approach, suggested teaching grammar within a context rather than in isolation in order that learners manage to see both the relationship between form- meaning- use and the alternative forms used for different communicative goals. Similarly, Larsen-Freeman (1991) suggested a framework which combines form (structure), meaning (semantics), and use (pragmatics) in their attempt to make grammar in accordance with communication.

In his review, Borg (2003a) examined the studies based on teacher cognition in language teaching according to their main themes; teacher cognition in relation to prior language learning experience, teacher education, and classroom practices. He (2003a; 2003b) also examined the studies about teacher cognition with regard to some specific topics such as grammar and literacy (Collie Graden, 1996; Johnson, 1992; Meijer, Verloop, & Beijaard, 1999; 2001; Tercanlioglu, 2001). Considering the studies in grammar cognition their main themes also change; teachers' knowledge, beliefs, and practices in grammar. Having looked at the studies about teachers' cognition and practices, it can be seen that although their practices can be affected by their beliefs (Le, 2011; Lee, 2008), they are not always consistent with each other (Alghanmi& Shukri; 2016; Farrel& Lim, 2005; Hos& Kekec, 2014; Phipps & Borg, 2009; Shatat, 2011). Further, their instructional decisions may be affected by so many factors

such as students' expectations (Borg, 1998a; Schulz, 1996; 2001) and their personal features such as being confident in their knowledge or not (Borg, 2001).

Speaking of grammar teaching, inductive-deductive or explicit-implicit teaching is one of the debates which have been studied for many years. For example, the study about teachers' beliefs and practices in grammar teaching by Borg and Burns (2008) indicated that grammar should be taught inductively, not in isolation but in combination with other skills such as reading and writing. They also think that younger learners can be taught more implicitly while adult ones can be taught in a more explicit way. Similarly, Alganmi and Shukri (2014) conducted a study on teachers' beliefs and practices about grammar. The findings of the study revealed that teachers prefer an implicit way of teaching rather than an explicit one. On the other hand, there are also some studies the results of which displayed the preference of explicit or deductive teaching. In his study of Farrel (1999), as an example, highlighted the importance of prior language learning experiences have an important factor in teaching grammar because most of the participants found deductive one more effective. The study by Burgess and Etherington (2000) also demonstrated teachers' tendencies towards explicit teaching but in a communicative or skills-based work. Borg (1998a) similarly conducted a study based on L2 teachers' approaches to teach grammar and the reasons behind their decisions. According to the findings of the study, the teacher integrated explicit teaching in the lesson because his students also expected him to teach that way. Accordingly, Azad (2013) also revealed that it should be taught explicitly in contexts where communicative activities are involved rather than decontextualized contexts.

In addition to the studies based on grammar from all over the world (Alghanmi & Shukri, 2016; Azad, 2013; Burgess & Etherington, 2002; Borg, 1998a; Borg, 1998b; Borg, 1999; Borg, 2001; Farrell & Lim, 2005; Thu, 2009), it has been also investigated in Turkish contexts by some researchers (Hos & Kekec, 2014; Uysal & Bardakci, 2014). Uysal and Bardakci (2014) demonstrated that teachers mostly adopt focus-on-forms approach, teacher-centered instruction, use of L1, deductive, and explicit teaching because of some factors such as textbook, curriculum, crowded classes, limited time and etc. Differently, teachers in the study of Hos and Kekec (2014) stated that most of them believe in CLT and see it as the best method for grammar teaching, yet they mostly adopt GTM in their classrooms.

Investigating teachers' practices of grammar teaching would help not only researchers but also teachers in terms of reflective practice. Borg (1999), in his another study, he focused on the reflective aspects of the theories that teachers adopt while teaching grammar so that they can be aware of their teaching practices and it would be helpful for teacher development, as well. With the help of observations, interviews, and tasks which were designed to facilitate teachers' reflection; teachers were able to be aware of their practices. In addition to awareness-raising, they had also a chance to evaluate their work, which promotes their growth as professionals.

1.1.2. Research on Assessing Grammar

According to Purpura (2012), grammar manages learners' ability to construct meaningful utterances in different contexts. Additionally, knowing grammar refers to the ability to use grammar properly while listening, speaking, reading, and writing L2. Without grammar knowledge, understanding and production in L2 would be limited since grammar is an important indicator of a students' general proficiency. Being proficient in a language does not mean just to have control over four skills but also having control over the grammar, too. Since the ability to use grammar correctly is an important indicator of L2 proficiency, grammar assessment has been an issue of interest in ELT context.

Grammar assessment techniques have been affected by the grammar teaching methods over the last decades. In the times of traditional grammar instruction up until the 1970s, grammar translation method has been used widely. In this regard, sentence translation is used for assessing grammatical ability. But in the 1970s, communicative theories became popular around the ELT field and students' grammatical ability is assessed by students' actual performance. As a consequence of this trend, implicit grammar teaching took the place of explicit grammar teaching, which is usually associated with traditional grammar instruction. Then, more emphasis was set upon informal and ongoing assessment with the idea that teaching and testing are integrated.

Although grammar has always been an essential part of many language tests, the debate of teaching and testing grammar continues among teachers, educators and policymakers. Should grammar be taught and tested? How should be grammar tested? Is it acceptable to test grammar in relation to skills or should it be tested separately? Regardless of the continual debate on teaching and testing grammar, there are restricted studies on grammar testing in the literature. SLA researchers suppose that L2 learners have a distinctive range of grammatical knowledge and to detect their grammar proficiency different kinds of grammar tests are used. It depends on the purpose of the test or the teacher to test a learners' implicit knowledge, explicit knowledge or both of them.

According to Purpura (2004), teachers usually use two types of grammar tasks in formal tests: selected response and constructed-response tasks. Multiple choice tasks, discrimination tasks (true/false) and matching tasks are examples of selected response tasks which are conceived to assess learners' receptive knowledge of a grammar point in a short amount of time. Although selected response tasks are criticized for not being authentic and sufficiently comprehensive for understanding students' grammatical ability in task format, they are quite popular because of the economical of the time and scoring. Besides, they can provide convenient information about a learners understanding of a certain grammatical point. Consequently, in recent years grammatical ability has been tested in the context of second language acquisition through speaking or writing performances, which leads to take grammatical knowledge parts away as a separate component in language tests. To say in short, recently students' implicit grammatical knowledge has been measured in most of the language tests and explicit grammatical knowledge has been removed from the tests. Like discrete point tests, this kind of speaking and writing integrated grammar tests may be useful for some specific purposes. However, this kind of grammar assessment can provide only a limited measurement of grammatical ability.

Besides, by eliminating the explicit grammatical knowledge in assessment, teachers lose the opportunity to make use of formative feedback by inhibiting students to achieve a higher level of proficiency. Furthermore, constructed-response tasks are intended to reveal a students' production of language by assessing their ability to produce language in the form of a paragraph, an essay and a conversation. Extended production tasks and limited production tasks are two most used constructed-response tasks. Limited production tasks which require answers usually at the word or sentence level are more useful with low proficiency levels. Moreover, extended production tasks are commonly used to elicit learners' full production and by this means these kinds of tasks are useful to assess learners' current level. Because of the extended amount of output teachers can make an estimate about their students' level. Extended production tasks can be in the form of spoken or written discourse going beyond the word and sentence level such as in writing an essay or making a class presentation.

Notwithstanding various studies based on teaching grammar, there is very limited number of studies investigating how EFL teachers assess grammar and to our knowledge, there is no research investigating both how EFL teachers teach grammar and how they assess it. To fill this gap in the literature, the main focus of this study is to investigate and compare Turkish EFL teachers' teaching and assessing way of students' grammatical knowledge. It also aims to examine the relationship between their stated way of assessing grammar and the examinations which they prepare for their students. Therefore, the following research questions will be answered in this study;

1. Do EFL teachers teach grammar?
2. How do EFL teachers teach grammar?
3. Do EFL teachers assess students' grammatical knowledge?
4. How do EFL teachers assess students' grammatical knowledge?
5. Do teachers stated beliefs about grammar assessment match with their actual grammar tests?

2. MATERIALS AND METHODS

2.1. Participants

Participants in this study were 33 English language teachers from Turkey. Twenty nine of them are female and 4 of the are male teachers. Two teachers graduated from American Culture and Literature Department and one of them graduated from English Language and Literature department. Thirty

participants graduated from ELT departments. Nineteen of English teachers work at public and 14 of them work at private schools in Turkey. Twenty seven of the participants have 1-4 years of teaching experience with an average of 4,4 years of experience. Two of the participants have a PhD degree in ELT and 12 of them have MA degree in ELT and 14 of them have their BA's in ELT related fields. Their ages range from 21 to 39 with an average of 30 years.

2.2 Instruments

The authors created the instrument for the study. The Online Interview consisted of 12 questions regarding teaching and assessing grammar in EFL classes. There are 7 comprehensive questions about grammar teaching and 5 questions about assessing grammar in EFL classrooms. At the end of the Interview, there were questions about teachers' demographics such as their background, teaching experience, age, gender, etc. In addition to interview, 17 sample exam papers from 9 teachers were collected.

2.4. Data Analysis

In the present study, data were analyzed with the help of thematic analysis. Accordingly, interview transcripts were read several times by the authors to familiarize themselves with the answers of the participants. Then, the authors coded the answers. According to the participants' responses, themes were identified with a short phrase. After identifying the codes and themes, all responses were defined according to the themes and codes, and all responses were listed accordingly. At the end of the coding, the authors wrote a summary for tying together the themes and their meanings. On the other hand, results from the thematic analysis of the teachers and their actual grammar tests were compared to see whether teachers stated beliefs about grammar assessment matched with their actual test practices or not.

3. RESULTS

Results will be reported according to the main themes that our research questions cover.

3.1. Grammar Teaching

3.1.1. Whether They Teach Grammar or Not

We firstly asked teachers whether they include grammar in their teaching or not. A great majority of them (N=31) stated that they teach grammar in their lessons. However, only 2 of them said that they do not teach for their students at primary school. The results clearly show that all of the teachers think that teaching grammar is beneficial for the general language learning development. Some of them also see grammar as a very crucial element for language development. Some think that it is important to have a good command of that language and it does not include just morphosyntactic patterns. For example, P12 who had PhD in ELT department said that:

Without grammar teaching, it is impossible to mention language development.

In spite of their agreement about benefit of grammar, they differ in terms of their ideas about the extent to which it is important. For example, the main idea of 9 teachers' answers was that grammar itself is not sufficient for language learning. Three of them specifically think that grammar is not the most important part of language learning or it is not a priority. For example, P3, who is MA student in

ELT, explained this issue in the interview:

We need grammar to make meaningful sentences and communicate effectively. However, I don't think that it is the most important part of language learning.

In addition, two of them highlighted the importance of the whole process, namely, they suggested that all aspects of the target language should come together for creating an efficient process. For instance,

P13 responded this question:

I think teaching grammar is beneficial for the general language learning development, because all of the skills in a language cannot be apart from each other. It is a whole process.

3.1.2. The Way The Teachers Teach Grammar

Before explaining the way they teach grammar, three of them indicated some reasons which may affect their teaching techniques, namely, aim-context-topic of the lesson and grade- aptitude-proficiency levels of the students. Five participants indicated that they prefer interactive way of grammar teaching through integrating grammar with communication-based activities. As an example,

P1 explained her grammar lesson:

I generally use interactive teaching method. I use games like jeopardy labs or kahoot to teach grammar. It not only engages students but also helps them to remember what they have learned. I also use drama to create realistic communicative situations. That is a nice opportunity to practice grammatical rules or patterns.

Seven teachers mentioned inductive grammar teaching while expressing their teaching way. In addition, two teachers stated that they teach grammar implicitly-inductively and implicitly-inductively, respectively. For the reason why they prefer inductive teaching, three teachers specified that it leads to more permanent learning. To exemplify, P14 said:

...I believe that exposing the learners to lots of examples that cover the target structures makes possible to create permanent learning.

On the other hand, there are also some teachers (N=3) prefer using explicit way of teaching and 2 of them said that they use grammar translation method (GTM) in their grammar work. Lastly, one teacher said that she used both deductive and inductive teaching. As for other methods, there was one teacher who indicated that she uses Audio Lingual Method (ALM) and one teacher using Task-based Language Learning in their grammar lessons. Only 3 teachers mentioned about the procedure of the lessons; two of them said that they use Presentation-Practice-Production model and one teacher prefers a teaching which is a student-oriented.

Considering all of these techniques and methods, the number of preference by the teachers can be seen in Table 2, teachers also used various ways to teach grammar or support students' learning. The most frequently stated techniques are songs (N=6), games (N=5), dialogue building (N=5). Further, there are some teachers, who use drama (N=2), realia (N=3), pictures / visuals (N=3), stories(N=3), drills(N=3), board work(N=3) presentations (N=3), question-answers (N=3), role-playing (N=1), movies (N=1), dictation (N=1), dictogloss (N=1), information gap activities (N=1), comparing languages (N=1), comparing tenses (N=1), making up stories (N=1), and error-correction (N=1). While talking about songs, games, dialogues, stories, one teacher expressed that they are motivating and encouraging for the students. Another teacher stated that she tries to make the structures familiar with the help of these techniques while another teacher explained his reason saying: 'Teenagers like it when we are singing, moving and being energetic'.

We specifically asked them which grammar teaching (inductive or deductive) method they use. According to the results, eighteen teachers prefer using inductive teaching in their grammar work. Some made reference to the rationale behind their choices and they said that it depends on the topic and their students. Two teachers who work at university stated that their course book designs are also in an inductive way. Furthermore, the teachers preferring inductive teaching mentioned about the advantages of using it such as 'attracting the students more, making the students more active and being the most enduring way'. To illustrate an inductive way of teaching, P15 defined her classroom in three steps:

- Reading the text and underlining the related grammar topic and focusing its usage and meaning.
- Asking students to give more examples from their daily life using that grammar topic.
- Asking some intriguing questions related to topic at the beginning of the lesson.

On the other side, seven teachers indicated that they prefer using deductive way while teaching grammar. They said that it changes based on 'students' level and grammar topic' and one teacher mentioned about the limited time to apply inductive way and expressed that the reason of her own choice may be because she also learnt grammar that way. Lastly, seven teachers explained that they

use both of them. In other words, they mostly prefer inductive teaching but when the students have some problems about understanding, they also use deductive one. Their stated reasons were 'lack of time, exam preparation, students' levels, their grades and the course book not including authentic texts or activities'. For instance, P5 said:

I mostly use inductive teaching with my 6th and 7th grade students, by giving them sample sentences and asking them for the differences. We try to come up to the rules all together. I mostly use deductive teaching with my 8th grade students because of the lack of time and the preparation for the LGS exam

3.2. Grammar Assessment

3.2.1. Teachers' grammar assessment

When asked if teachers assess students' grammar, 26 out of 32 of them stated that they assess students' grammar both during the lesson and by using quizzes, exams and tests. Concerning teachers' grammar assessment during the lesson, the most frequent way of assessing is reported as speaking activities (5), followed by writing activities (4), quizzes (2), role playing (1), fill in the blank activities (1), and games (1). For instance P1 said:

During the lessons, I use different ways to assess students' grammar. I ask them to do basic speaking activities at the end of each lesson so that I can see their mistakes. It gives them a chance to make grammar mistakes and do better for the next time. I also use some mini writing tasks to see what they have learned so far.

P2 explained why he assesses students' grammar during the lesson as:

After a new rule has been introduced, and the students are on the task practicing that newly learned rule, I monitor them to see if the rule was learned thoroughly. Accordingly, I may re-teach or continue with the schedule. Also while they are doing a grammar activity on paper, I browse in the classroom to help the students who are having difficulty and give feedback instantly.

With no exception all of the teachers stated that they assess their students' grammatical ability via quizzes, exams or tests. Most frequent task used by teachers are stated as: fill in the blanks (25), followed by multiple choice (12), sentence creation / open ended writing tasks (8), rewriting (8), matching (4), reordering (3), and dialogue completion (1). P3 explained her grammar items used in exams as:

I ask questions where they can display how well they can use a certain grammar point such as rewriting a sentence by using a different grammatical structure, fill-in-the-blanks type of questions or a writing task where they are required to use a certain grammatical structure.

However, 6 teachers reported that they don't assess students' grammar during the lessons but just during the exams; for instance P4 explained that she cannot assess students' grammar during the lesson because of limited time.

3.2.2. Grammar Section Coverage of the Test Papers

Next, we asked teachers about how much of the exam paper grammar section covers. As can be seen in Table 5, twelve of them stated that grammar section covers lower than 20% of their test papers. Another 12 of them reported that grammar part covers 40 %-60 % of their test papers while 6 of the teachers stated that grammar part covers 20 %-40 % of the exam. There were 3 teachers who reported that grammar section covers 60% - 80% of their exam papers. Furthermore there were two teachers stating that grammar covers all of the exam paper because their courses are grammar courses.

3.3. Comparison of Teachers' Claims and Their Exam Papers

Seventeen exam papers are examined to compare them with teachers' perceived utterances about grammar assessment. There were 7 exam papers which are inconsistent with what teachers claimed about the coverage of grammar parts in the exams. For instance, P1 reported that 50 % of the exam paper consists of grammar items, but actually grammar items consisted 80 % of her exam. Another participant teacher claimed that 30% of her tests are grammar items but her actual exam paper showed that 75% of her exam consists of grammar test items. Namely, all of the inconsistent teachers underestimated their coverage of grammar parts in their exams. On the other hand, 10 of the examined

exam papers were consistent with teachers' perceived claims about grammar testing in terms of grammar parts coverage of the exam. In terms of test item types asked to test students' grammatical ability. Teachers were consistent in using that type of activities they claimed during their interviews such as fill in the blanks, multiple choice, sentence creation/ open ended writing tasks, rewriting, matching, reordering, and dialogue completion tasks.

4. DISCUSSION

For the first and second research questions, overall investigation revealed that almost all of the teachers include grammar in their teaching. In line with some studies' findings (Alghanmi & Shukri, 2016; Azad, 2013; Burgess& Etherington, 2002; Farrell & Lim, 2005; Thu, 2009), they also think that it is an important element of language development and beneficial for developing other skills, as well. However, most of them think that having grammatical knowledge is not sufficient for language learning and it is just one part of the whole process.

About the way the teachers teach grammar, it was found that they use a wide range of methods and techniques. Firstly, most of them prefer using inductive teaching to deductive teaching, which is consistent with the findings of, Borg and Burns (2008), Hos and Kekec (2014), Uysal and Bardakci (2014); inconsistent with the findings of some studies such as because they found that teachers prefer using explicit teaching (Alghanmi & Shukri, 20014; Azad , 2013; Borg, 1998a; Burgess& Etherington, 2000). We also found that some teachers integrate grammar in communicative activities similar to the findings of (Azad, 2013; Burgess& Etherington, 2000) and the suggestion of Lightbown and Spada (1993). Teachers also explained their reasons related to their teaching way; aim-context-topic of the lesson, students' grade, their aptitude, their proficiency level (Shatat, 2011), course book (Shatat, 2011; Uysal & Bardakci, 2014), limited time (Farrel & Lim, 2005; Shatat, 2011; Uysal & Bardakci, 2014) previous learning experiences (Farrel, 1999), curriculum (Uysal & Bardakci, 2014), exam preparation.

Although the debate of teaching and testing grammar continues among teachers, all (32) of the participant teachers stated that they test their students' grammatical ability via tests, exams and quizzes. However teachers' emphasize on grammar sections in their exam papers vary from 15% to 100 % depending on the content and aim of the lesson. In relation to previous literature, all of the participant teachers reported that they have a separate part in their exams for testing grammar and grammar is not only tested through other skills. These studies' findings support the view that to detect students grammatical proficiency different kinds of grammar tests are used among teachers depending on the content and purpose of the test. Commonly used ways of testing grammar is reported as fill in the blanks (25), followed by multiple choice (12), sentence creation / open ended writing tasks (8), rewriting (8), matching (4), reordering (3), and dialogue completion (1). These findings are consisted with Purpura's (2004) findings indicating that teachers commonly use selected response and constructed-response tasks to test their students' grammatical proficiency. Multiple-choice tasks are found to be the most popular selected response task followed by matching tasks. Selected response tasks are popular in spite of concerns of authenticity and comprehensibility for detecting students' grammatical proficiency because of economically of the time and scoring.

Because of the criticisms for discrete point grammar test items, teachers tend to test students grammar through speaking and writing tasks, which is supported by this research indicating that 16 of the teachers use writing tasks to test their students' grammatical ability. As an example of constructed response tasks, 8 teachers use open-ended writing tasks to assess their students' grammar. This study is consisted with Rea-Dickins (2001), claiming that most of the teachers test grammar explicitly. Furthermore, Rea-Dickins (2001) reported that, half of the teachers measure students' grammatical ability indirectly through speaking and writing tasks. In comparison to his study, half of the teachers in this study test students' grammatical ability indirectly by using writing tasks in written exams and 5 of the teachers stated that they test their students' ability with the help of speaking tasks during the lesson and give feedback accordingly. To sum up, assessing students' grammatical knowledge is an essential part of English language classrooms to improve students learning and develop their English proficiency.

5. CONCLUSION

The current study contributes to the field of teaching and assessing grammar by examining teachers' way of teaching and assessing grammar since there is very limited number of studies investigating how EFL teachers assess students' grammatical ability and there is no research investigating teachers' way of teaching and assessing grammar in the same study. This study fills the gap in the literature. Findings of the study suggests that in spite of the debate of teaching and assessing grammar, teachers continue to teach and assess their students grammatical ability since grammatical ability is an important predictor of language proficiency. Overall investigation and analyses indicated that teachers tend to include grammar more or less in their teaching and they think that it is beneficial but not sufficient for general language development. They mostly prefer teaching from examples to the rules, namely, inductive teaching. They also use other techniques such as games, songs, dialogue building, visuals, presentations and etc. Teachers tested students' grammatical ability by using selected and constructed response tasks depending on the content and aim of the lesson. Lastly, some teachers' stated assessment ways were consistent with their exam papers whereas others were not. However, there are consistencies between their responses and the questions/activities types that they include in the exams.

ACKNOWLEDGEMENTS

We would like to thank Assoc. Prof. Dr. Dogan Yüksel for his assistance and feedback during the study and the EFL teachers for their invaluable participation.

REFERENCES

- Alghanmi, B., & Shukri, N. (2016). The relationship between teachers' beliefs of grammar instruction and classroom practices in the Saudi context. *English Language Teaching*, 9(7), 70-86.
- Azad, M. A. K. (2013). Grammar teaching in EFL classrooms: Teachers' attitudes and beliefs. *ASA University Review*, 7(2), 111-126.
- Bachman, L.F. & Palmer, A.S. (1996). *Language testing in practice*. Oxford: Oxford University Press.
- Borg, S. (1999). Teachers' theories in grammar teaching. *ELT Journal*, 53(3), 157-167.
- Borg, S. (1998a). Teachers' pedagogical systems and grammar teaching: A qualitative study. *TESOL Quarterly*, 32 (1), 9-38.
- Borg, S. (1998b). Talking about grammar in the foreign language classroom. *Language Awareness*, 7, 159-175.
- Borg, S. (2001). Self-perception and practice in teaching grammar. *ELT Journal*, 55, 21-29.
- Borg, S. & Burns, A. (2008). Integrating grammar in adult TESOL classrooms. *Applied Linguistics*, 29(3), 456-482.
- Burgess, J. and Etherington, S. (2002). Focus on grammatical form: Explicit or implicit? *System*, 30, 433-458.
- Canale, M. & Swain, M. (1980). Theoretical bases of communicative approaches to second language teaching and testing, *Applied Linguistics*, 1, 1-47.
- Collie Graden, E. (1996). How language teachers' beliefs about reading are mediated by their beliefs about students. *Foreign Language Annals*, 29(3), 387-95.
- Dakin, J. W. (2018). Grammar assessment. *The TESOL Encyclopedia of English Language*,
- Nunan, D. (1998). Teaching grammar in context, *ELT Journal*, 52(2), 101-109.
- Ellis, R. (2002). The place of grammar instruction in the second/ foreign language curriculum. In Hinkel E. & Fotos S. (eds.). *New Perspectives on Grammar Teaching in Second Language Classrooms* (pp. 17-34). Mahway: Lawrence Erlbaum.
- Farrell T. S. C. & Lim P. C. P. (2005). Conceptions of grammar teaching: A case study of teachers' beliefs and classroom practices. *TESL-EJ*, 9(2), 1-13.
- Hos, R., & Kekec, M. (2014). The Mismatch between non-native English as a foreign language (EFL) teachers' grammar beliefs and classroom practices. *Journal of Language Teaching and Research*, 5(1), 80-87.

- Johnson, K. E. (1992). The relationship between teachers' beliefs and practices during literacy instruction for nonnative speakers of English. *Journal of Reading Behavior*, 24(1), 83-108.
- Lado, R. (1961). *Language testing*. London, England: Longman.
- Larsen-Freeman, D. (1991). Teaching grammar. In M. Celce-Murcia (Ed.), *Teaching English as a second or foreign language* (pp. 279-295). Rowley, MA: Newbury House.
- Larsen-Freeman, D. (1991). Teaching grammar. In M. Celce-Murcia (Ed.), *Teaching English as a second or foreign language* (pp. 279-296). Boston, MA: Heinle & Heinle.
- Lewis, M. (1993). *The lexical approach: The state of ELT and the way forward*. Hove, UK: Language Teaching Publications.
- Meijer, P. C., N. Verloop & D. Beijaard (1999). Exploring language teachers' practical knowledge about teaching reading comprehension. *Teaching and Teacher Education*, 15, 59-84.
- Meijer, P. C., N. Verloop & D. Beijaard (2001). Similarities and differences in teachers' practical knowledge about teaching reading comprehension. *Journal of Educational Research*, 94(3), 171-84.
- Phipps, S., & Borg, S. (2009). Exploring tensions between teachers' grammar teaching beliefs and practices. *System*, 37, 380-390.
- Purpura, J. E. (2004). *Assessing grammar*. Cambridge, England: Cambridge University Press.
- Purpura, J. E. (2012). Assessment of grammar. In C. A. Chapelle (Ed.), *The encyclopedia of applied linguistics* (pp. 195-205). Oxford, England: Wiley Blackwell.
- Brown, E. Grove, K. Hill, N. Iwashita, T. Lumley, T. McNamara and K. O'Loughlin (eds.), *Experimenting with Uncertainty: Essays in Honour of Alan Davies* (pp. 251-63). Cambridge: Cambridge University Press.
- Tercanlioglu, L. (2001). Pre-service teachers as readers and future teachers of EFL reading. *TESL-EJ*, 5(3). Retrieved from <http://www.zait.unibremen.de/wwwgast/teslej/ej19/a2.html>
- Thu, T. H. (2009). Teachers' perceptions about grammar teaching. Retrieved from <https://eric.ed.gov/?id=ed507399>
- Uysal, H. H., & Bardakci, M. (2014). Teacher beliefs and practices of grammar teaching: focusing on meaning, form, or forms? *South African Journal of Education*, 34(1), 1-16.
- <http://dx.doi.org/10.15700/201412120943>

İKTİSADİ FAALİYET VE MESLEK GRUPLARINA GÖRE BİREYLERİN İŞ MEMNUNİYET DÜZEYLERİNİN İSTATİSTİKSEL ANALİZİ

Doç.Dr. Aysen ŞİMŞEK KANDEMİR
Kocaeli Üniversitesi, Hereke MYO, Yön. Org.
aysens@kocaeli.edu.tr

Özet

İnsanlar için pek çok alanda önemli bir kavram olan memnuniyet duygusu özellikle günlük yaşam üzerinde oldukça etkilidir. Literatür taraması, bireylerin memnun olma düzeyleri üzerine pek çok çalışmanın yapıldığını göstermekle birlikte iktisadi faaliyet ve meslek gruplarına göre yapılan çalışmaların sınırlı olduğu göstermektedir. 2017 TÜİK aracılığı ile elde edilen ikincil veriler kullanılarak yapılan bu çalışmada, bireylerin işinden memnun olma düzeyleri bağımlı değişken olarak alınmış ve memnun olma düzeyi yüksek, orta, düşük ve memnun değil şeklindeki sıralama nedeniyle ordinal lojistik regresyon analizi kullanılmıştır. Yapılan çalışmada, katılımcıların yaş, cinsiyet, eğitim durumu, işteki durumu, kayıtlılık, çalışma şekli ve çalışma alanı bağımsız değişken olarak alınmıştır. Ordinal lojistik regresyon analizinin yanında tanımlayıcı istatistikler belirlenerek, analiz sonuçlarının yorumlanması ile çalışma tamamlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: ordinal lojistik regresyon, iş memnuniyeti, uygulamalı istatistik

STATİSTICAL ANALYSIS OF THE LEVEL OF JOB SATISFACTION OF THE EMPLOYED BY ECONOMIC ACTIVITY AND OCCUPATIONAL GROUP

Abstract

Satisfaction, which is an important concept for people in many areas, it is particularly effective on Daily life. Many studies have been conducted on the level of satisfaction of individuals. Economic activities and occupational groups are limited. In this study, 2017 TURKSTAT data were used. This data is secondary data. Satisfaction levels of individuals are dependent variable. Ordinal logistic regression analysis was used because satisfaction level is ordinal (high, medium, low, not satisfied). Age, sex, education, employment status, registration, working type and working condition are independent variables. Descriptive statistics were determined with ordinal logistic regression. Analysis results were interpreted in this study.

Keywords: ordinal logistic regression, job satisfaction, applied statistic

1.GİRİŞ

Genel olarak bakıldığında, iktisadi faaliyet üretmeyi, dağıtmayı veya tüketmeyi içeren her türlü faaliyetler zinciri olarak ifade edilir. Hem çalışan hem de işveren aktif olarak iktisadi faaliyet içinde yer almaktadır. Tuik 2014-2017 yılları arasındaki istihdam oranları cinsiyet ve yaş değişkenlerine göre yaptığı araştırmada aşağıdaki tabloda bilgilerini yayınlamıştır. Bu bilgiler incelendiğinde;

Tablo1. İstihdam Oranları

Demografik Özel		Yıllar			
Cinsiyet	Yaş	2014	2015	2016	2017
Erkek	15-64	76.6	77	77.6	78.2
Kadın	15-64	33.6	35	36.2	37.6

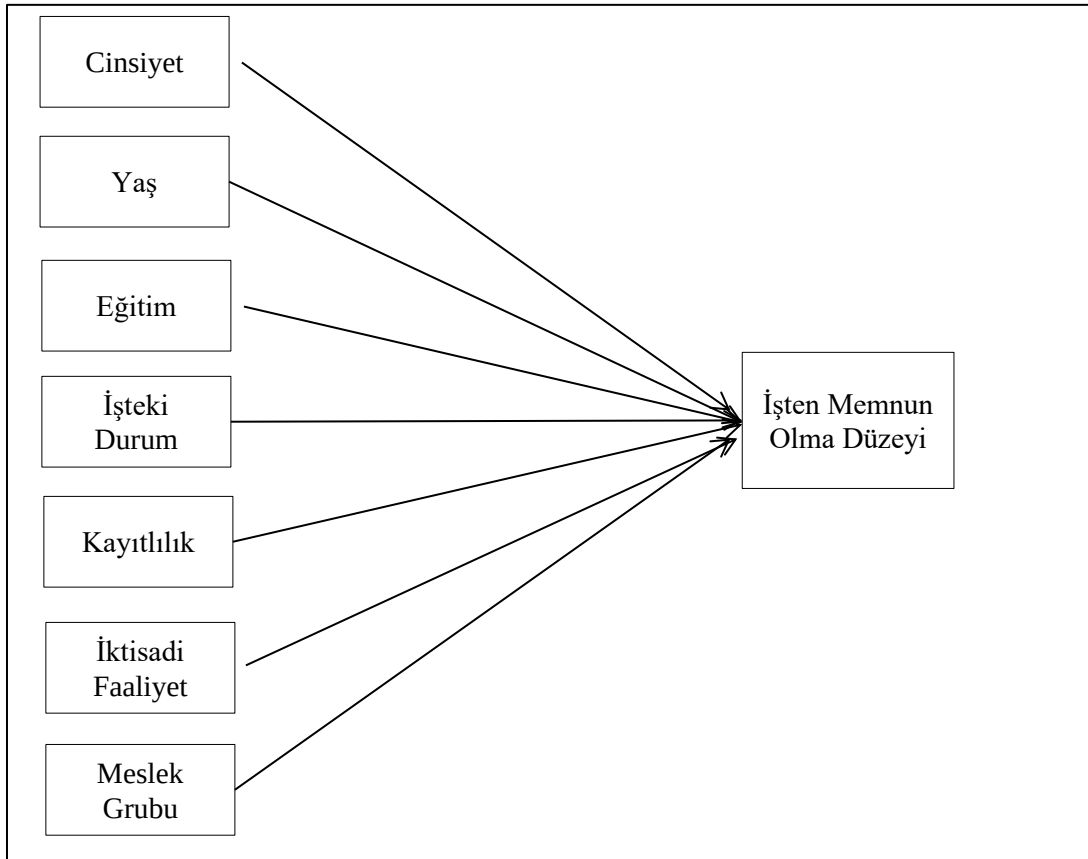
<https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=72&locale=tr> erişim 14.01.2019

erkek ve kadınlar için 16-64 yaş arasında verilen istihdam oranlarının 2014 ile 2017 yılları arasında, yıllık ortalama erkeklerde % 0.6'lık, kadınlarda ise % 2.43'lük artış gösterdiği görülmektedir. Her ne kadar ilgili yıllar arasında erkek istihdam oranı, kadın istihdam oranının yaklaşık iki katı olsa da kadınlarda, yıllara göre daha fazla artış gözlenmiştir.

Memnuniyet kısaca memnun olma sevinme mutlu olma şeklinde tanımlanmaktadır. Hatta Veenhoven (1996) tarafından memnuniyet duygusunun bir olumluluk düzeyi olduğu ve bu düzeye de yaşam kalitesinin genel olarak değerlendirilmesi ile ulaşıldığı ifade edilmiştir (Beşel, 2015:227). İnsanı ilgilendiren her olayda bir memnuniyet duygusu ve dolayısı ile düzeyi söz konusudur. Özellikle iş memnuniyeti belli bir yaştan sonra düzeyini duygusunu etkileyen çeşitli faktörler vardır. Bunlar; işinden, birlikte çalıştığı arkadaşlarından, terfi sisteminden, ücretinden v.b şeklinde ifade edilebilir. Bu faktörlerin sağlanması kişinin kendini çalıştığı yere karşı sorumlu hissetmesine, kendini işyerine adanmasına, motivasyonunun artmasına, sosyal ve aile hayatı üzerinde olumlu etki yapmasına neden olur. (Reed, Stanley ve Robert, 1994: aktaran, Özer ve Günlük, 2010: 460). Bu çalışmada bireylerin iktisadi faaliyet ve meslek gruplarına göre iş memnuniyet düzeyleri analiz edilmek istenmiştir.

2. METODOLOJİ

Bireylerin iş memnuniyetleri birçok çalışma için araştırılan bir konu olmuştur. Ancak yapılan taramalarda özellikle iktisadi faaliyetlere ve meslek gruplarına göre işten memnuniyete yönelik yeterli çalışmanın olmaması ve iş memnuniyetin genel olarak değil iktisadi faaliyet alanlarına göre de kıyaslanarak incelenmesinin önemli olması bu konuda bir çalışmanın yapılmasına neden olmuştur. Çalışma için ulaşılabilirliği ve güvenilirliği nedeniyle, tuik üzerinde yer alan ve 2017 yılı nisan - haziran ayları arasında 28488 kişiden toplanan veriler kullanılmıştır. Cinsiyet, yaş, eğitim, işteki durum, kayıtlılık, iktisadi faaliyet kolu ve meslek grubu yapılan çalışmanın bağımsız değişkenlerini, 4'lü likert (1: memnun değil, 4: yüksek) şeklinde sıralı ölçülen işten memnun olma düzeyi ise bağımlı değişken olarak alınmıştır. Yapılan çalışmada bağımlı değişken olarak alınan işten memnun olma düzeyi, kategorik olarak bir sıralamayı gösteriyor olması nedeniyle, ordinal sıralı lojistik regresyon analizi tercih edilmiştir. Araştırmanın modeli şematik olarak aşağıda sunulmuştur.



Şekil 1: İş Memnun Düzeyine Ait Şematik Model

2.1. Ordinal Sıralı Lojistik Regresyon

Özellikle sosyal bilimlerin temel çalışma konularından olan sosyo-ekonomik çalışmalarda, sıkça kullanılan bir analizdir (Tatlıdil, 1996: 289). İstatistiksel çalışmalarda lojistik regresyon bağımlı

değişkenin kategorik olması durumunda normallik ve varyans-kovaryans eşitliği gibi önemli varsayımlara ihtiyaç duymaması nedeniyle tercih edilen bir analizdir (Akın, Şentürk, 2012: 184). Bağımlı değişkenin tahmin değerlerini olasılıksal olarak ifade eden lojistik regresyon analizi binary lojistik regresyon, ordinal lojistik regresyon, multinominal lojistik regresyon olarak 3 grupta incelenir (Şerbetçi ve Özçomak, 2013: 91). Ordinal lojistik regresyonun adımları binary lojistik modele benzemektedir (Hosmer ve Lemeshow, 2000: 305). Binary lojistik regresyonda bağımlı değişken “0” ve “1” şeklinde ifade edilirken, ordinal lojistik regresyonda kategorik olarak verilen bağımlı değişken sıralı olarak ifade edilir.

1980 yılında McCullagh tarafından ordinal lojistik regresyon için orantısız oran modeli tanımlaması yapılmıştır (Brant, 1980: 1171). Ordinal lojistik regresyon analizinde paralellik varsayımı mevcut olup ordinal kategori sayısının “1” eksiği kadar model kurulur.

Çalışmada kullanılan değişkenler ve kategorileri;

Memnuniyet Düzeyi; Memnun Değil, Düşük Memnuniyet, Orta Memnuniyet ve Yüksek Memnuniyet
İktisadi Faaliyetler; Tarım, Sanayi, İnşaat, Ticaret, Hizmetler

Meslekler; Profesyonel Meslek Grupları, Teknisyen Tekniker ve Yardımcı Profesyonel Meslek Grupları, Büro Hizmetleri, Hizmet ve Satış Elemanları, Nitelikli Tarım, Ormancılık ve Su Ürünlerinde Çalışanlar, Sanatkarlar ve İlgili İşlerde Çalışanlar, Tesis ve Makine Operatörleri ve Montajcılar, Nitelik Gerektirmeyen İşlerde Çalışanlar

İşteki Durum; Ücretli veya Maaşlı, Yevmiyeli (Mevsimlik yada Günübirlik İşlerde Çalışanlar), İşverenler, Kendi Hesabına Çalışanlar, Ücretsiz Aile İşçisi

Kayıtlılık; Kayıtlı, Kayıtlı Değil

Eğitim; Okur yazar değil, Lise altı eğitim, Lise, Mesleki ve Teknik Lise

Bu değişkenlerin dışında cinsiyet ve yaş değişkeni de bağımsız değişken olarak analize alınmıştır.

3. BULGULAR VE SONUÇ

Yapılan analiz sonucunda öncelikle bağımsız değişkenlere göre memnuniyet düzeyi yüzdelik dağılımına bakılmıştır. Tablo 21 ve Tablo 3'e göre tüm değişkenler için orta düzey memnuniyet ciddi oranda yüksek çıkmıştır. Değişkenlere göre analiz sonuçları incelendiğinde orta düzey memnuniyetin erkeklerde kadınlardan %1.01 daha fazla olduğu ortaya çıkmıştır. Diğer değişkenlere göre ise; 25-34 yaş arasında olanlarda, bir işte kayıtlı olarak çalışanlarda, meslek ve teknik lise mezunu olanlarda, yevmiyeli çalışanlarda, ticari faaliyetle ilgilenenlerde ve büro hizmetleri çalışanlarında orta düzey memnuniyet düzeyi diğer kategorilerden daha yüksek olarak çıkmıştır.

Tablo 3: Memnuniyet Düzeyi Yüzdelik Dağılımı (Toplam 199421 kişi)

Memnuniyet Düzeyi Kategorileri	Frekans (n)	Yüzde (%)
memnun değil	20566	(10,3%)
düşük	36226	(18,2%)
orta	108456	(54,4%)
yüksek	34173	(17,1%)

Toplam 199421 kişi için iş memnuniyet düzeyi Tablo 3'te verilmiştir. Frekans dağılımlarının ardından yapılan sıralı lojistik regresyona ait analiz sonuçları ise Tablo 4'te sunulmuştur. Sıralı lojistik regresyon analizine ait temel varsayım olan paralellik varsayımı için ilgili test yapılarak paralellik varsayımına ait hipotez kabul edilerek parametre tahminleri yapılmıştır.

Tablo 2: Cinsiyet, Yaş ve Kayıtlılık Bilgisine Göre Memnuniyet Düzeyi Yüzdelik Dağılımı

Değişken		Memnun	Düşük	Orta	Yüksek
Cinsiyet					
	Erkek	10.0%	18.2%	54.7%	17.1%
	Kadın	10.9%	18.1%	53.7%	17.3%
Yaş					
	15-19	17.0%	24.2%	46.9%	11.9%
	20-24	11.5%	20.6%	53.1%	14.9%
	25-34	9.6%	16.3%	55.4%	18.7%
	35-54	9.6%	17.5%	54.9%	17.9%
	55+	10.8%	20.5%	54.2%	14.4%
Kayıt					
	Kayıtlı	6.9%	14.0%	57.9%	21.2%
	Kayıtlı Değil	17.0%	26.1%	47.6%	9.3%

Tablo 3 : Eğitim, İşteki Durum, İktisadi Faaliyetler ve Mesleklere Göre Memnuniyet Düzeyi Yüzdelik Dağılımı

		Memnun	Düşük	Orta	Yüksek
Eğitim	Okur-Yazar Değil	18.4%	28.4%	44.9%	8.2%
	Lise Altı Eğitim	12.2%	21.5%	54.1%	12.2%
	Lise	10.5%	16.2%	55.7%	17.5%
	Mes ve Teknik Lise	7.5%	15.2%	59.4%	17.9%
	Yükseköğretim	5.8%	10.9%	53.6%	29.7%
İşteki Durum	Ücretli / Maaşlı	27.1%	31.5%	36.6%	4.8%
	Yevmiveli	4.7%	11.6%	60.0%	23.7%
	İş Veren	14.2%	23.7%	52.4%	9.7%
	Kendi Hesabına Çalışan	14.8%	20.5%	54.0%	10.8%
	Ücretsiz Aile İşçisi	10.3%	18.2%	54.4%	17.1%
İktisadi Faal.	Tarım	14.0%	23.4%	53.4%	9.3%
	Sanayi	10.0%	17.7%	56.1%	16.1%
	İnşaat	13.8%	23.3%	51.9%	11.0%
	Ticaret	10.1%	18.0%	56.4%	15.6%
	Hizmetler	8.1%	14.9%	53.8%	23.2%
Meslekler	Yönetici	3.9%	8.3%	53.9%	34.0%
	Profes. Meslek Gr.	4.2%	9.0%	52.0%	34.8%
	Teknis. Tekn. Yrd. Prf. Mes.	6.6%	12.2%	55.9%	25.4%
	Büro Hizm.	6.2%	12.9%	59.3%	21.5%
	Hizmet - Satış El.	10.6%	19.2%	55.0%	15.2%
	Tar. Orm. ve Su Ürün. Cal.	13.0%	22.5%	54.7%	9.8%
	Sanatkar ve İlve İşl. Cal.	12.0%	19.5%	55.7%	12.7%
	Tesis ve Mak. Onr.	9.3%	20.2%	56.7%	13.9%

- Model Uyum $p = 1.000 > 0.05$
- Goodness of Fit
Pearson $p = 1.000 > 0.05$
Deviance $p = 1.000 > 0.05$

Paralellik Test sonucu $p > 0,05$ temel varsayım sağlandı.

Tablo4. Parametre Tahminleri

Estimate	Std. Error	Wald	df	Sig.	95% Confidence Interval	
Threshold					Lower Bound	Upper Bound
[Memnuniyet = 1]	-1,655	2,887	,329	1	,566	-7,313
[Memnuniyet = 2]	-,531	2,885	,034	1	,854	-6,186
[Memnuniyet = 3]	,733	2,886	,064	1	,800	-4,923
Cinsiyet=1	-,085	,718	,014	1	,906	-1,493
Cinsiyet=2	0 ^a	.	.	0	.	.
Yaş=1	-,072	,777	,009	1	,926	-1,594
Yaş=2	-,001	,759	,000	1	,999	-1,489
Yaş=3	,033	,731	,002	1	,964	-1,401
Yaş=4	,022	,720	,001	1	,976	-1,388
Yaş=5	0 ^a	.	.	0	.	.
Eğitim=1	-,267	,779	,118	1	,732	-1,793
Eğitim=2	-,267	,779	,118	1	,732	-1,793
Eğitim=3	-,267	,779	,118	1	,732	-1,793
Eğitim=4	-,063	,745	,007	1	,932	-1,523
Eğitim=5	0 ^a	.	.	0	.	.
Çalışma=1	,113	,715	,025	1	,874	-1,288
Çalışma=2	-,180	,777	,053	1	,817	-1,703
Çalışma=3	,246	,792	,097	1	,756	-1,305
Çalışma=4	-,012	,743	,000	1	,987	-1,467
Çalışma=5	0 ^a	.	.	0	.	.
Kayıtdurumu=1	,155	,684	,051	1	,821	-1,186
Kayıtdurumu=2	0 ^a	.	.	0	.	.
İşsalanı=1	-,131	,709	,034	1	,853	-1,520
İşsalanı=2	-,043	,710	,004	1	,952	-1,434
İşsalanı=3	-,117	,736	,025	1	,874	-1,559
İşsalanı=4	-,044	,718	,004	1	,951	-1,451
İşsalanı=5	0 ^a	.	.	0	.	.
Meslek=1	,340	,785	,187	1	,665	-1,198
Meslek=2	,290	,757	,147	1	,702	-1,193
Meslek=3	,219	,771	,081	1	,777	-1,292
Meslek=4	,200	,765	,069	1	,793	-1,300
Meslek=5	,079	,731	,012	1	,914	-1,353
Meslek=6	,018	,738	,001	1	,980	-1,428
Meslek=7	,054	,740	,005	1	,942	-1,396
Meslek=8	,090	,752	,014	1	,905	-1,383
Meslek=9	0 ^a	.	.	0	.	.

Yapılan Çalışma Sonucunda Aşağıdaki Bulgulara Ulaşılmıştır.

1- Yapılan Çalışmada Erkeklerde, 25-34 yaş arasında olanlarda, kayıtlı çalışanlarda, mesleki ve teknik lise mezunlarında, yevmiyeli çalışanlarda, ticaretle uğraşanlarda ve Büro hizmetleri çalışanlarında çalıştıkları işten memnuniyet oranları daha fazla çıkmıştır.

2- Ordinal Lojistik Regresyon Analizi Sonucuna Göre;

Her bir değişkene ait kategorilerde ki oransal farklar, referans kategorisine göre incelendiğinde anlamlı olamayacak kadar küçük katsayılara sahiptir (e^{β}). Dolayısı ile bireylerin işten memnuniyeti için istatistiksel olarak bir farkın olduğundan söz edilemez.

KAYNAK

Akın B. Ve şentürk, E., (2012), Bireylerin Mutluluk Düzeylerinin Ordinal Lojistik Regresyon Analizi ile İncelenmesi, neri Dergisi, 10(37), 183-193

Beşel F., (2015), 2013 Yılı Yaşam Memnuniyeti Araştırması Sonuçlarının İl Bazlı Ekonomik, Sosyal ve Siyasi Analizi, Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi Dergisi, 5(2), 227-236

Brant R.,(1990), Assessing Proportionality in the Proportional Odds Model for Ordinal Logistic Regression, Biometrics, 46(4), 1171-1178

Hosmer D.W. ve Lemeshow S., (2000), Applied Logistic Regression, John Wiley & Sons, NewYork

zer G., Günlük M.,(2010), rgtsel Adaletin Muhasebecilerin İş Memnuniyeti ve İşten Ayrılma Eğilimine Etkisi, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 9(2):459-485

Tatlılđil, H.(1996), Uygulamalı ok Değişkenli İstatistiksel Analiz, Cem Web Ofset, Ankara

şerbetçi A. ve zmak M., S.,(2013), Sıralı Lojistik Regresyon Analizi ile İstatistik ve Ekonometri, Derslerinde Başarıyı Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi: Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi ğrencileri zerine Bir Uygulama, Kahramanmaraş Sütü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 3(1), 89-110 tuik.gov.tr. erişim:14.01.2019

MYO ÖĞRENCİLERİNİN AKADEMİK ENGELLEME DÜZEYLERİNİN BELİRLENMESİ

Prof.Dr. C.Gazi UÇKUN

Kocaeli Üniversitesi Hereke Ömer İsmet Uzunyol MYO, Mülkiyet Koruma ve Güvenlik Bölümü,
Kocaeli /TÜRKİYE

Doç.Dr. Öznür Gökkaya

Kocaeli Üniversitesi İ.İ.B.F, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, Kocaeli /TÜRKİYE

Öğr. Gör. Aykut TOSUN

Kocaeli Üniversitesi, Hereke Ömer İsmet Uzunyol MYO, Mülkiyet Koruma ve Güvenlik Bölümü,
Kocaeli /TÜRKİYE

Öğr. Gör. Orkun KONAK

Kocaeli Üniversitesi, Hereke Ömer İsmet Uzunyol MYO, Mülkiyet Koruma ve Güvenlik Bölümü,
Kocaeli /TÜRKİYE

Özet

Araştırmalarda akademik engellenmenin düşük akademik başarıya yol açtığı ve bu nedenle kişinin gelecekteki performansının da zayıfladığı, okuldan zihinsel ve davranışsal uzaklaşma, karamsar bakış açısı ve depresif benlik saygısına neden olduğu açıklanmıştır. Bu çalışmada meslek yüksekokulu öğrencilerinin akademik engelleme düzeylerinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Araştırmada veri toplama aracı olarak Türkçe uyarlaması, geçerlik ve güvenirlik çalışması Anlı ve diğerleri (2018) tarafından yapılan akademik kendini engelleme ölçeği kullanılmıştır. Bu çalışmada Kocaeli Üniversitesi Hereke Ömer İsmet Uzunyol MYO' da öğrenim gören 195 öğrenciye anket uygulaması yapılmıştır. Veriler SPSS 16.0'da değerlendirilmiştir. Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin akademik kendini engellenmenin orta-yüksek düzeyde olduğu ve bu düzeyin lise türü, sınıf ve bölüm değişkenlerine göre istatistiki olarak anlamlı bir farklılık gösterdiği görülmüştür. Ancak yaş ve cinsiyet değişkenlerine göre ise istatistiki olarak farklılaşmadığı sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Meslek yüksekokulu, akademik engelleme, başarı

Determination Of Academic Self Handicapping Levels Of Vocational School Students

Abstract

Research has revealed that academic self-handicapping leads to low academic achievement and therefore weakens one's future performance, leading to mental and behavioral alienation from school, pessimistic point of view, and depressive self-esteem. The aim of this study is to determine the level of academic self-handicapping of vocational school students. Academic self-handicapping scale was used as data collection tool in the research. The Turkish adaptation, validity and reliability study was conducted by Anlı et al(2018). In this study, a questionnaire was applied to 195 students studying at Hereke Ömer İsmet Uzunyol Vocational School of Kocaeli University. Data were evaluated in SPSS 16.0. It was seen that the levels of academic self-handicapping of Vocational School students were high and this level showed a statistically significant difference according to high school type, class and department variables. However, age, gender, income level and the educational status of the parents did not differ statistically according to the variables.

Keywords: Vocational School, academic self-handicapping, success

GİRİŞ

Kendi kendini engelleme, bir görevde optimum performansı tehlikeye atan engellerin veya dezavantajların oluşturulması olarak tanımlanmıştır. (Zuckermann ve Tsai, 2005) Kendi kendini engelleme, bir görev yaparken potansiyel bir başarısızlık veya beklenen düşük performans için bir bahane olarak kullanılan, bireylerin kendilerine zarar veren bir davranıştır. Kendini engelleme

bireylerin sahip olduğu korkulardan ziyade, davranışsal engellemeleri ile ilgilidir. Karakter özelliği olarak utangaçlık, sosyalleşme korkuları vb gibi özelliklerden ziyade, kişisel tercih olarak çalışmama, madde kullanımı gibi performansını etkileyecek durumları ifade eder. Kendi kendini engelleme, birey tehdit edici bir senaryo ile karşı karşıya kaldığında öz saygıyı koruyan bir stratejidir. Yani, bireyler öz saygıları tehdit edildiğinde sıklıkla kendini koruma stratejisi kullanır ve kendini engelleme böyle bir kendini koruma stratejisidir. (Zuosong, Kaihong, Kun, 2018) Kendini engellemenin amaçlı olduğu, aktif bir engelleme olduğu, kişisel özelliklerle yakından ilişkili olmasına rağmen, önemli farklılıkları olduğu, kendini engelleme, başarı aktivitesindeki gerçek performanstan önce ortaya çıkan proaktif bir strateji olduğu Urdan ve Midgley tarafından ifade edilmiştir. (Urdan ve Midgley, 2001, Midgley ve Urdan 2001).

Akademik kendini engelleme ise, akademik öğrenme bağlamında, öğrenciler bazen özgüvenleri için tehditler yaşamaları ve bu tehditlerle birlikte başarısız olmanın korkusunun ortaya çıkması olarak görülür. (Schwinger, M., Wirthwein, L., Lemmer, G., & Steinmayr, R. 2014). Akademik anlamda en çok rastlanılan durum kişilerin olası başarısızlıkları için mazeret üretmeleridir. Çoğu zaman bu kendini engelleme durumu sorun başlamadan önce, örneğin sınavdan önceki gece, yapılan tercihlerle şekillenir. Meslek Yüksek Okulu öğrencilerinin kendini engelleme düzeyleri ile ilgili daha önce herhangi bir çalışma yapılmaması bu çalışmanın temel çıkış noktası olmuştur.

YÖNTEM

Bu çalışmada, anket yöntemi uygulanmıştır. Bu yaklaşımla elde edilen bilgiler kullanılarak sonuca ulaşılmıştır. Araştırmada veri toplama araçları örneklem içine giren çalışanlara ulaşılarak basılı soru kâğıdı üzerinden uygulanmıştır ve veriler 15 gün içinde toplanmıştır. Veriler elektronik olarak SPSS 16.0 yazılımına aktarılmıştır.

Araştırma Soruları

1. Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin akademik engelleme düzeyleri nasıldır?
2. Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin akademik engelleme düzeyleri, cinsiyet, yaş, lise türü, bölüm ve sınıf değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?

Evren ve Örneklem

Araştırmanın çalışma grubunu; gönüllülük esasına dayalı olarak katılan 2019-2020 eğitim öğretim yılında Hereke Ömer İsmet Uzunyol MYO’nda öğrenimine devam eden 195 öğrenci oluşturmaktadır. Öğrencilere ilişkin kişisel bilgiler Tablo 1’de özetlenmiştir.

Tablo 1. Araştırma Kapsamındaki Öğrencilere İlişkin Demografik Bilgiler

		f	%
Cinsiyet	Kadın	113	57,9
	Erkek	82	42,4
Yaş	17-20 arası	125	64,1
	21-23 arası	49	25,1
	24-26 arası	13	6,6
	27 ve üzeri	8	4,2
Lise Türü	Düz Lise	51	26,1
	Meslek lisesi	99	50,7
	Anadolu Lisesi	42	21,5
	Diğer	3	1,6
Sınıf	1.sınıf	103	52,8
	2.sınıf	92	47,2
Bölüm	Teknik	24	12,3
	Sosyal	171	87,7
Toplam		195	100

Tablo 1’e göre araştırma kapsamında yer alan öğrencilerin %57,9’u kadın, %42,4’ü erkek öğrenciden oluşmaktadır. 17- 20 yaş arası öğrenciler %64,1, 21-23 yaş arası % 25,1, 24-26 yaş arası öğrenciler

%6,6, 27 ve üstü yaş %4,2 olduğu görülmüştür. Araştırmaya katılan öğrencilerin %50,7'si Meslek Lisesi, %26,1'i Düz Lise, %21,5'i Anadolu Lisesi mezunudur. Öğrencilerin sınıf durumu incelendiğinde 1.sınıf %52,8, 2.sınıf olanların ise %47,2 olduğu, bölümü teknik olanların %12,3, sosyal olanların ise %87,7 olduğu görülmüştür.

Veri Toplama Aracı ve Verilerin Toplanması

Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin akademik engelleme düzeylerini ortaya çıkarmayı amaçlayan bu çalışmada, Türkçe uyarlaması, geçerlik ve güvenilirlik çalışması Anlı ve diğerleri (2018) tarafından yapılan akademik kendini engelleme ölçeği kullanılmıştır. Ölçekte yer alan 6 maddenin güvenilirliğini belirlemeye yönelik yapılan analiz sonucunda Cronbach's Alpha değeri 0.705 olarak bulunmuştur.

Verilerin Çözümlemesi

Verilerin analizinde yüzde, frekans, aritmetik ortalama, standart sapma ve tek yönlü varyans analizi kullanılmıştır. Varyans analizi sonucunda anlamlı farklılığın çıktığı durumlarda gruplar arasında farkın kaynağını belirlemek için post-hoc testlerden Tukey testi kullanılmıştır.

BULGULAR

Bu kısımda öğrencilerin Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin akademik engelleme düzeylerini ve düzeylerinin cinsiyet, yaş, lise türü, bölüm ve sınıf değişkenlerine göre değişip değişmediğini ortaya koyan bulgulara yer verilmiştir.

Tablo2. Öğrencilerin Akademik Engelleme Düzeylerine İlişkin Maddelerin Aritmetik Ortalamaları

	Maddeler	X
AEÖ	Bazı öğrenciler sınavdan önceki gece vakitlerini boşa harcarlar. Sonra sınavdan iyi alamazlarsa geçirdikleri boş vakitleri gerekçe gösterirler. Bu sizin için ne kadar geçerlidir?	3,29
	Bazı öğrenciler bilerek birçok farklı etkinlikle uğraşır. Bu öğrenciler okul çalışmalarında ya da ödevlerinde başarısız olurlarsa bu durumun başka şeylerle uğraşmalarından dolayı olduğunu söyleyebilirler. Bu sizin için ne kadar geçerlidir?	3,25
	Bazı öğrenciler kendilerini ders çalışmaktan alıkoyacak sebepler arar (iyi hissetmiyorum, anne-babama yardım etmem lazım, kardeşime bakmam gerek vb.). Bu öğrenciler okul çalışmalarında ya da ödevlerinde başarısız olursa bunların sebep olduğunu söyleyebilirler. Bu sizin için ne kadar geçerlidir?	3,41
	Bazı öğrenciler arkadaşlarının sınıfta dikkatlerini dağıtmasına ya da ödev yapmalarını engellemelerine izin verir. Sonra başarısız olurlarsa arkadaşlarının kendilerini alıkoyduğunu söyleyebilirler. Bu sizin için ne kadar geçerlidir?	3,50
	Bazı öğrenciler derslerde bilerek çok gayret etmez. Sonra başarısız olurlarsa çabalamadıkları için böyle olduğunu söyleyebilirler. Bu sizin için ne kadar geçerlidir?	2,98
	Bazı öğrenciler okul işleri ya da ödevlerini son dakikaya kadar erteler. Bu öğrenciler başarısız olurlarsa bunun sebep olduğunu söyleyebilirler. Bu sizin için ne kadar geçerlidir?	3,62
	TOPLAM	3,34

Tablo2'de akademik engelleme düzeylerine ilişkin görüşler incelendiğinde, en yüksek ortalamanın "Bazı öğrenciler okul işleri ya da ödevlerini son dakikaya kadar erteler. Bu öğrenciler başarısız olurlarsa bunun sebep olduğunu söyleyebilirler." (X=3, 62) ve en düşük ortalamanın "Bazı öğrenciler derslerde bilerek çok gayret etmez. Sonra başarısız olurlarsa çabalamadıkları için böyle olduğunu söyleyebilirler." (X= 2, 08) olduğu bulunmuştur. Ulaşılan bu bulgular öğrencilerinin akademik engelleme düzeylerine ilişkin görüşlerinin puan ortalamalarının orta-yüksek düzeyde olduğu söylenebilir (X= 3,34).

Tablo 3. Cinsiyet, Lise Türü, Yaş, Bölüm ve Sınıf Değişkenlerine Göre Akademik Engelleme Düzeylerine İlişkin Bağımsız Gruplar T Testi ile Varyans Analizi Sonuçları

Değişkenler		X	ss	f	p	t
Cinsiyet	Kadın	3,21	,345	,085	,774	0,193
	Erkek	3,47	,416			
Sınıf	1.sınıf	3,04	,513	,873	,004*	2,340
	2.sınıf	3,64	,529			
Bölüm	Teknik	3,23	,356	,729	,046*	1,750
	Sosyal	3,45	,350			
Değişkenler		X	ss	F	p	Tukey
Lise Türü	Düz Lise	3,07	,498	1,997	,026*	Meslek- düz lise
	Meslek lisesi	3,60	,568			
	Anadolu Lisesi	3,34	,506			
Yaş	17-20 arası	3,42	,444	,507	,343	
	21-23 arası	3,54	,586			
	24-26 arası	3,25	,456			
	27 ve üzeri	3,26	,332			

*p<0,05

Tablo3'teki bulgular öğrencilerinin akademik engelleme düzeylerine yönelik görüşlerinin sınıf [t=-2,340, p=.004] değişkenine göre farklılaştığını göstermektedir. Bu farklılığın sınıfı "2" olan öğrencilerden kaynaklandığı belirlenmiştir. Ayrıca öğrencilerinin akademik engelleme düzeylerine yönelik görüşlerinin; bölüm değişkenine [t=-2,250 p=.006] göre de farklılaştığı bulunmuştur. Bu farkın bölümü sosyal olan grup lehine olduğu görülmüştür. Akademik engelleme düzeylerine yönelik görüşlerin lise türü[F=-1,997, p=.026] değişkenine göre farklılaştığını göstermektedir. Bu farkın lise türü meslek lisesi olan grup lehine olduğu görülmüştür. Öğrencilerin akademik engelleme düzeylerine yönelik görüşlerinin; cinsiyet ve yaş değişkenlerine göre istatistiki olarak farklılaşmadığı görülmüştür.

SONUÇ

Çalışma bulgularına göre öğrencilerinin akademik engelleme düzeylerine yönelik görüşlerinin sınıf, bölüm ve lise türü değişkenlerine göre de farklılaştığı görülmüştür. Öğrencilerin akademik engelleme düzeylerine yönelik görüşlerinin; yaş ve cinsiyet değişkenlerine göre istatistiki olarak farklılaşmadığı bulunmuştur.

Akademik engelleme düzeylerine ilişkin görüşler incelendiğinde, en yüksek ortalamanın "Bazı öğrenciler okul işleri ya da ödevlerini son dakikaya kadar erteler. Bu öğrenciler başarısız olurlarsa bunun sebep olduğunu söyleyebilirler." ve en düşük ortalamanın "Bazı öğrenciler derslerde bilerek çok gayret etmez. Sonra başarısız olurlarsa çabalamadıkları için böyle olduğunu söyleyebilirler." olduğu bulunmuştur. Ulaşılan bu bulgular öğrencilerinin akademik engelleme düzeylerine ilişkin görüşlerinin puan ortalamalarının orta-yüksek düzeyde olduğu söylenebilir. Akademik kendini engellemeye sahip öğrencilerin tespit edilmesi öğrenciler ve öğretim elemanları açısından önem taşımaktadır. Okullarda akademik engelleme düzeyi yüksek öğrencilerle çalışmaların yapılması, öğrencilerin akademik ortama ısındırılması üzerine öğretim elemanlarımıza öneriler sunulabilir. Farklı demografik değişkenler kullanılarak öğrencilerin akademik engelleme düzeylerinin bu değişkenlere göre farklılaşıp farklılaşmadığı incelenebilir.

Kaynakça

- Anlı, G., Taş, İ., Güneş, Z., Yazgı, Z. ve Sevinç, H. (2018). Akademik Kendini Engelleme Ölçeği'ni Türkçeye Uyarlama Çalışması. OPUS – Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, 8(15), 1198-1217.
- Midgley, C. & Urdan, T., (2001). Academic Self-Handicapping and Achievement Goals:A Further Examination, (Contemporary Educational Psychology26,61–75
- Schwinger, M., Wirthwein, L., Lemmer, G., & Steinmayr, R. (2014, February 10). Academic Self-Handicapping and Achievement: A Meta-Analysis. Journal of Educational Psychology. Advance online publication. <http://dx.doi.org/10.1037/a0035832>, 1-18

- Urdan, T. & Midgley, C., (2001). Academic Self-Handicapping: What We Know, What More There is to Learn, *Educational Psychology Review*, Vol.13, No.2, 115-138.
- Zuckerman, M., & Tsai, F.-F. (2005). Costs of self-handicapping, *Journal of Personality*, 73:2, 411–442.
- Zuosong C., Kaihong S., Kun W., (2018) Self-Esteem, Achievement Goals, and Self-Handicapping in College Physical Education, *Psychological Reports* 2018, Vol. 121(4) 690–704

**YENİLENEN İLKÖĞRETİM MATEMATİK ÖĞRETMENLİĞİ LİSANS
PROGRAMIN İNCELENMESİ****Dr.Öğr.Üyesi.A.Arzu ARI**Kocaeli Üniversitesi, Eğitim Fakültesi İlköğretim Bölümü
abural@kocaeli.edu.tr**Öğr.Gör.Barış DEMİR**Kocaeli Üniversitesi, Hereke Ö.İ. Uzunyol Meslek Yüksekokulu
barisprof@yahoo.com**İlknur GÜNEŞ**

ilknuurgunees@gmail.com

Özet

YÖK'ün koordinasyonunda en son 2006 yılında güncellenen öğretmen yetiştirme lisans programları, geçen zaman içinde programların uygulanmasıyla ilgili yapılan çeşitli araştırmalar, değerlendirmeler ve hazırlanan raporlar yanında, 2017 yılında Milli Eğitim Bakanlığı tarafından geliştirilen Öğretmenlik Mesleği Genel Yeterlikleri ve Öğretmen Strateji Belgesi (2017-2023) göz önünde bulundurulmuş ve öğretmenlikle ilgili yeni lisans programlarında 2018 yılında güncelleme yapılmıştır.(YÖK, 2017) Bu çalışmanın amacı yenilenen ilköğretim matematik öğretmenliği lisans programının içeriğinin incelenmesidir. Araştırmada döküman incelenmesi yöntemi kullanılmıştır. Bu çalışmada yenilenen ilköğretim matematik öğretmenliği lisans programı ders ve içerik boyutlarında incelenmiş, bazı derslerin kaldırılarak yerlerine ihtiyaç duyulan farklı dersler koyulduğu, benzerlik gösteren bazı derslerin birleştirildiği ve programa yeni derslerin eklendiği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Matematik Öğretmenliği, Lisans, Program**Renewed Elementary Mathematics Teacher Education Undergraduate Program****Abstract**

The teacher training undergraduate programs, which were last updated in 2006 under the coordination of YÖK, various researches, evaluations and reports on the implementation of the programs over the past time, as well as the General Competencies of Teacher Profession and Teacher Strategy Document developed by the Ministry of National Education in 2017 (2017-2023) and the new undergraduate programs related to teaching were updated in 2018. (YÖK, 2017) The aim of this study is to examine the content of the renewed primary school mathematics undergraduate program. Document analysis method was used in the research. In this study, the renewed elementary mathematics education undergraduate program was examined in terms of course and content dimensions.

Keywords: Mathematics Teaching, Undergraduate, Program**Giriş**

Geçmişten günümüze kadar öğretmen yetiştirme eğitiminde, öğretmenlik bilgi ve becerililerinin lisans eğitimi süresince nasıl ve hangi kapsamda kazandırılabilceği ile ilgili çalışmalar yapılmıştır (Bütün ve Baki, 2019). Matematik eğitiminde, öğretmenlerin hangi bilgi türlerine sahip olması konusunda öne çıkan isim Shulman'dır. Shulman, öğretmen bilgisini sınıflayan ve tanımlayan araştırmalar yapmıştır (Shulman ,1986 ,1987). Shulman (1986) bir branş öğretmenin sahip olması gereken bilgiyi 3 başlık altında incelemiştir: alan bilgisi, pedagojik alan bilgisi ve öğretim programı bilgisi. Alan bilgisi, bir alanın öğretmenin zihnindeki yerini ve miktarını ifade eder. Alan bilgisi güçlü olan bir matematik öğretmeni, matematik konuları arasındaki ilişkileri bilir, matematik teorilerinin doğruluğunu açıklar, matematiksel problemleri farklı çözüm yolları kullanarak çözer (Ma,1999; Shulman, 1986). Shulman'ın tanımladığı bir diğer bilgi türü olan pedagojik alan bilgisi, pedagoji bilgisi ile alan bilgisini bütüncül olarak ele alan bir bilgi türüdür. Pedagojik alan bilgisi güçlü olan bir matematik

öğretmeni, matematiği öğrencilere anlaşılır kılabilecek öğretim yöntem ve teknikleri bilir ve derslerini bu doğrultuda planlar. Shulman'ın (1986) tanımladığı öğretim programı bilgisi ise öğretmenlerin alanlarıyla ilgili derslerin hangi sınıf düzeyinde yer aldığını ve bu derslerin içeriklerine, amaçlarına ve kazanımlarına hakim olmalarını ifade eder. Bu bağlamda öğretmen yetiştirme programları, öğretmenlerin sahip olması gereken 3 temel bilgi üzerine şekillenmiştir. Ancak ülkemizdeki mevcut öğretmenlik programları, alan bilgisi ve pedagoji bilgisi üzerine kurgulanmış olup alanın öğretimine ilişkin konular gerektiği kadar yer almamıştır (YÖK, 2018a). Bu bağlamda çağdaş eğitim anlayışına göre, nitelikli öğretmenlerin yetiştirilmesi büyük önem arz etmektedir. Eğitimde başarı; mesleğini seven, alan ve pedagojik alan bilgisine hakim öğretmenlerin yetiştirilmesiyle yakın ilişki içindedir (Kartal, Öztürk ve Ekici, 2012). Bu durumda, öğretmen yetiştirme sistemimizi incelemek ve ders programlarını geliştirmek, eğitim sistemimizi iyileştirmek adına yapılacak en önemli hususlardan biridir.

Çağdaş eğitim anlayışına göre, öğrenme sürecinin temel unsuru öğretmen değil, öğrencidir. Öğretmenin görevi, öğrencilerin bilişsel aktivitelerinde onlara rehberlik etmektir. Öğretmenin bunu yapabilmesi için, öğrenme süreci hakkında yani öğrenmenin nasıl gerçekleştiği konusunda bilgi sahibi olması gerekmektedir (Taşkesenli, Şenocak & Sözbilir, 2008).

Türkiye'de 1982 yılına kadar Millî Eğitim Bakanlığı'na bağlı olan öğretmen yetiştirme programları, daha sonra üniversitelere devredilmiştir. Öğretmen yetiştirme görevinin üniversitelere verilmesiyle eğitim fakültelerine dönüşen eğitim yüksekokulları, öğretmen yetiştirme ve eğitim bilimleri ile ilgili çalışmalar da arttırılmış ve bilgi üretimi sağlanmıştır (YÖK,2018a).

Öğretmen yetiştirme lisans programlarıyla ilgili olarak 1997, 2006 ve 2009 yıllarında önemli düzenlemeler yapılmıştır. 1996-1997 yıllarında Milli Eğitimi Geliştirme Projesi adı altında en kapsamlı çalışma gerçekleştirilmiştir. Bu düzenleme ile eğitim bilimleri alanında açılmış olup istihdamda karşılığı olmayan lisans programları kapatılmıştır. 1997-1998 öğretim yılında sekiz yıllık zorunlu eğitime geçilmesi nedeniyle okul kademelerinin ilköğretim ve ortaöğretim olarak düzenlenmesinin ardından eğitim bilimleri fakültelerindeki bölüm ve anabilim dallarıyla ders programları yeniden oluşturulmuştur (YÖK ,2018a).

2006 yılında, 1997 öğretmen yetiştirme programlarındaki eksik yönler düzeltilmeye çalışılmış; bu bağlamda hem ilköğretim hem de ortaöğretim alan öğretmenliği programlarında yer alan meslek bilgisi derslerinde bazı değişiklikler yapılmıştır. 1997'de kaldırılan bazı genel kültür derslerinin oranı artırılmıştır. Bu düzenlemeler sonucunda öğretmen yetiştirme programları, %50-60 oranında alan bilgisi, %25-30 oranında meslek bilgisi ve %15-20 oranında da genel kültür derslerinden oluşmuştur (YÖK,2018a).

Yükseköğretim Kurulu, iki yılı aşkın bir süre önce güncelleme çalışmalarına başlamıştır ve her bir program ile ilgili oluşturulan komisyonlar, taslak çalışmalar ile birlikte YÖK'te ve farklı üniversitelerde yapılan çalıştaylar ile son şekline getirilmiştir. Programlar (YÖK, 2018a) üniversitelerin eğitim fakültelerine gönderilmiş ve lisans birinci sınıflardan başlamak üzere uygulanmaya başlanmıştır.

28.02.2017 tarihli YÖK Genel Kurul kararıyla yapılan yeni eğitim fakültesi şablonunda en büyük değişim ilköğretim bölümünde olmuştur. Sınıf eğitimi ABD, okul öncesi eğitimi ABD, sosyal bilgiler öğretimi ABD, matematik öğretimi ABD ve fen bilgisi öğretimi ABD gibi 5 ABD'dan oluşan ilköğretim bölümü ayrılmış, sınıf ve okul öncesi ABD'ları ise temel eğitimi bölümü adı altında birleştirilmiştir. Bu yapılanmasının sonrasında YÖK müfredat içeriklerini de güncelleyerek eğitim fakültelerinin programlarını yeniden yapılandırmıştır (Yurdakal,2018).

YÖK (2018a, s. 12-13) müfredat içeriklerinin güncellenme gerekçelerini şu şekilde açıklamıştır:

•Öğretmen yetiştirme programlarında 1997, 2006 ve 2009 yıllarında gerçekleştirilen program güncelleme çalışmalarında, daha çok ilköğretim kademesiyle ilgili programlar üzerinde durulmuş; meslek bilgisi dersleri dışında ortaöğretim alan öğretmenliği programlarıyla ilgili bir güncelleme

yapılmamıştır. Yeni fakülte şablonunda bölüm adlarında ilköğretim ve ortaöğretim ayrımı ortadan kaldırılmış olup güncelleme çalışmaları da bütün lisans programları üzerinde gerçekleştirilmiştir.

- Özellikle ortaöğretim alan öğretmenlikleriyle ilgili lisans programları başta olmak üzere üniversiteler ve fakülteler arasında haftalık ders saati, ders kredisi ve AKTS yönlerinden uyumsuzluklar meydana gelmiştir. Bu durum, ayrıca başka sorunlara neden olmuştur. Şöyle ki; kredi ve AKTS uyumsuzluklarından dolayı yatay geçişler, çift ana dal uygulamaları, Erasmus, Mevlâna ve Farabi değişim programları yönünden aksaklıklar yaşandığı görülmüştür.

- Milli Eğitim Bakanlığı tarafından bazı derslerin programlarıyla ilgili yakın zamanda gerçekleştirilen yeniden yapılandırma ve güncelleme çalışmaları yanında öğretmenlik alanında da bazı düzenlemeler yapılmıştır. Bu bağlamda Öğretmenlik Mesleği Genel Yeterlikleri yeniden hazırlanarak 2017 yılında yayımlanmıştır. Ayrıca 2017 yılında Öğretmen Strateji Belgesi yayımlanmıştır. Söz konusu belgelerde, öğretmenlikle ilgili yeni yeterlikler yanında yeni hedeflere ve beklentilere yer verilmiştir.

- Ayrıca geçen zaman içinde eğitim bilimleri ve öğretmen yetiştirmeyle ilgili olarak 10. Kalkınma Planı (2014-2018), MEB'in Stratejik Planı (2015-2019), Türkiye Yükseköğretim Yeterlikler Çerçevesi, Öğretmen Yetiştirme ve Eğitim Bilimleri Alan Yeterlikleri gibi bir takım resmi belgeler yayımlanmıştır.

- Yakın geçmişte YÖK'ten bağımsız olarak Yükseköğretim Kalite Kurulu oluşturulmuş, 2000'li yılların başında eğitim/eğitim fakültelerinde pilot uygulama olarak başlatılan fakat daha sonra sürdürülemeyen kalite ve akreditasyon çalışmalarına bu fakültelerde yeniden başlanmıştır.

- Avrupa yükseköğretim alanında Bologna sürecine uyum, kalite ve akreditasyon çalışmaları, dünyada ve Türkiye'de aynı alanda eğitim veren lisans programları için çekirdek programlar oluşturma konuları gündeme gelmekte olup bu bağlamda eğitim/eğitim bilimleri fakültelerinin lisans programlarının da güncellenmesine ve ortak çekirdek programlar oluşturulmasına ihtiyaç duyulmuştur.

- Bologna süreci kapsamında müfredatta en az %25 oranında seçmeli derslere yer verilmesi gerekli olup her ne kadar öğretmen yetiştirme programlarında söz konusu seçmeli dersler yer almakla birlikte, giderek seçmeli derslerle ilgili olarak fakültelerde yüzlerce farklı ad altında seçmeli ders açıldığı görülmüştür. Yeni güncelleme çalışmalarında seçmeli derslerle ilgili seçmeli ders havuzlarının oluşturulması bir ihtiyaç olarak ortaya çıkmıştır.

- Gerek yükseköğretim alanında gerekse eğitim bilimleri ve öğretmen yetiştirme alanında, giderek etik, moral, ahlaki, kültürel konuların önem kazandığı ve bu konularla ilgili sorunların önemli ölçüde arttığı görülmektedir. Bu nedenle yeni lisans programlarında öğretmen adaylarının, alanıyla ilgili mesleki bilgi ve beceriler yönünden yeterli bir donanımına sahip olmaları yanında sosyal, kültürel, moral, entelektüel yönlerden donanımlı ve gelişmiş bir kişiliğe sahip olarak yetiştirilmesi, daha insani ve erdemli bir ülkenin ve dünyanın inşasında aktif rol alacak ahlaki ve kültürel liderler olarak yetiştirilmesi beklenmektedir. Bu nedenle programlardan mezun olacak öğretmen adayının; (i) evrensel, milli ve yerel/bölgesel kültürleri ve bunlar arasındaki ortak ve farklı yanları tanıyan; (ii) kültürel, etik, ahlaki değerler ve kişilik yönünden rol model olması, (iii) teknoloji okur yazarı, araştırmacı öğretmen niteliği kazanmış olarak mezun olması beklenmektedir.

Yeni öğretmen yetiştirme programı üç ana başlık üzerine düzenlenmiştir. Bunlar; alan eğitimi, genel kültür ve meslek bilgisi dersleridir. Programlarda yer alan Öğretmenlik Meslek Bilgisi dersleri %30-35; Genel Kültür dersleri %15-20 ve Alan Eğitimi dersleri de %45-50 oranında yer almıştır. Özellikle temel eğitimle i öğretmenlik programlarında alan eğitimine ağırlık verilmiştir. Bu lisans programlarının hedef öğrenci kitlesine dikkat edildiğinde öğretim programları, daha çok temel beceri, tutum, değer kazandırma ve uyum sağlama üzerine düzenlenmiştir (YÖK,2018).

Lisans programlarının toplam kredileri uluslararası standartlar da gözetilerek uygun bir seviyeye çekilmiş olup toplam krediler, 140-150 arasındadır. Böylece öğretmen adaylarının program dışı

etkinlikler daha çok sosyal ve kültürel faaliyetlerine katılabilmeleri, okullardaki öğretmenlik uygulamalarına rahatça gidebilmeleri; ayrıca Bologna sürecine uyum sağlanması amaçlanmıştır.

2018-2019 Eğitim-öğretim yılından itibaren Eğitim Fakülteleri değişen lisans programlarını uygulamaya başlamıştır. Bu araştırmada 2018-2019 eğitim öğretim yılı ile uygulamaya koyulan ilköğretim matematik öğretmenliği lisans programı ders ve içerik yönünden incelenmiştir. Bu bağlamda aşağıdaki alt problemler araştırılmıştır.

Güncellenen ilköğretim matematik öğretmenliği lisans programından kaldırılan ve programa eklenen zorunlu dersler nelerdir?

Güncellenen ilköğretim matematik öğretmenliği lisans programından kaldırılan ve programa eklenen seçmeli dersler nelerdir?

Yöntem

Bu çalışma, nitel araştırma yöntemine uygun olarak yapılandırılmıştır. Nitel araştırmalarda gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemleri kullanılır ve olaylar kendi ortamlarında gerçekçi ve bütüncül şekilde ortaya konulmaya çalışılır (Yıldırım ve Şimşek, 2005). 2018-2019 eğitim-öğretim yılında YÖK tarafından uygulamaya başlatılan ilköğretim matematik öğretmenliği lisans programı incelenmiştir. Çalışmada doküman analizi yöntemi kullanılmıştır. Doküman analizi, araştırılması amaçlanan olgu ve olgular ile ilgili bilgi içeren yazılı materyallerin analizini içerir (Yıldırım ve Şimşek, 2006). Araştırmada güncellenen ilköğretim matematik öğretmenliği lisans programı (2018-2019) ile eski lisans programı (2017-2018) incelenmiştir.

Bulgular

Araştırmanın ilk alt problemi olan “Güncellenen ilköğretim matematik öğretmenliği lisans programından kaldırılan ve programa eklenen zorunlu dersler nelerdir?” sorusuna ilişkin bulgular sunulmuştur. Eski ve güncellenen ilköğretim matematik öğretmenliği lisans programlarında yer alan zorunlu dersler Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1: 2018-2019 Eğitim Öğretim Yılına Kadar Uygulanan Eski ve Güncellenen İlköğretim Matematik Öğretmenliği		
Dönemler	Eski İlköğretim Matematik Öğretmenliği	Güncellenen İlköğretim Matematik Öğretmenliği
	Programı Lisans Dersleri	Programı Lisans Dersleri
1. Yarıyıl Dersleri	Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi I İngilizce I Bilgisayar I Eğitim Bilimine Giriş Türkçe I Genel Matematik	Eğitime Giriş Eğitim Sosyolojisi Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi 1 Yabancı Dil 1 Türk Dili 1 Bilişim Teknolojileri Matematiğin Temelleri 1 Analiz 1 Matematiğin Tarihi
2. Yarıyıl Dersleri	Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi II İngilizce II Bilgisayar II Eğitim Psikolojisi Türkçe II Geometri Soyut Matematik	Eğitim Felsefesi Eğitim Psikolojisi Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi 2 Yabancı Dil 2 Türk Dili 2 Matematiğin Temelleri 2 Analiz 2 Soyut Matematik
3. Yarıyıl Dersleri	İngilizce III Bilimsel Araştırma Yöntemleri Öğretim İlke ve Yöntemleri Analiz I Fizik I Lineer Cebir I	Öğretim Teknolojileri Öğretim İlke ve Yöntemleri Matematik Öğrenme ve Öğretim Yaklaşımları Lineer Cebir 1 Analitik Geometri Analiz 3
4. Yarıyıl Dersleri	İngilizce IV Öğretim Tekn. ve Materyal Tasarımı Analiz II Fizik II Lineer Cebir II	Türk Eğitim Tarihi Eğitimde Araştırma Yöntemleri Topluma Hizmet Uygulamaları Ortaokul Matematik Öğretim Programları Lineer Cebir 2 Algoritma ve Programlama Olasılık

5.Yarıyıl Dersleri	Özel Öğretim Yöntemleri I Analitik Geometri I Analiz III Bilim Tarihi Cebire Giriş İstatistik ve Olasılık I	Sınıf Yönetimi Eğitimde Ahlak ve Etik Sayıların Öğretimi Geometri ve Ölçme Öğretimi İstatistik Cebir
6.Yarıyıl Dersleri	Ölçme ve Değerlendirme Özel Öğretim Yöntemleri II Topluma Hizmet Uygulamaları Türk Eğitim Tarihi Analitik Geometri II Diferansiyel Denklemler İstatistik ve Olasılık II	Eğitimde Ölçme ve Değerlendirme Türk Eğitim Sistemi ve Okul Yönetimi Cebir Öğretimi Olasılık ve İstatistik Öğretimi Matematik Öğretiminde İlişkilendirme
7.Yarıyıl Dersleri	Okul Deneyimi Özel Eğitim Rehberlik Sınıf Yönetimi Elemanter Sayı Kuramı Matematik Tarihi	Öğretmenlik Uygulaması 1 Özel Eğitim ve Kaynaştırma Matematikte Problem Çözme Matematik Öğretiminde Kavram Yanılgıları Mantıksal Akıl Yürütme
8.Yarıyıl Dersleri	Öğretmenlik Uygulaması Türk Eğ. Sistemi ve Okul Yönetimi Matematik Felsefesi	Öğretmenlik Uygulaması 2 Okullarda Rehberlik Matematik Felsefesi Matematik Öğretiminde Modelleme

Tablo 1'e bakıldığında 2017-2018 ilköğretim matematik öğretmenliği lisans programında zorunlu ders sayısı 46 iken, güncellenen ilköğretim matematik öğretmenliği lisans programında zorunlu ders sayısı 50'ye yükseltiştir.

Lisans birinci sınıf eski programında yer alan Genel Matematik ve Geometri derslerinin güncellenen programda kaldırıldığı görülmektedir. Güncellenen lisans programında bulunan matematiğin temelleri 1 dersinin içeriği; matematik programında yer alan sayılar ve cebir öğrenme alanlarındaki konulara ilişkin temel kavramlar ve özellikleri şeklindedir. Matematiğin temelleri 2 ders içeriği; matematik programında geometri, istatistik ve olasılık, öğrenme alanlarındaki konulara ilişkin temel kavramlar ve özellikleri şeklindedir.

Eski programda zorunlu dersler içerisinde yer almayan Eğitim Sosyolojisi ve Eğitim Felsefesi dersleri yeni programa dahil edilmiştir. Eski ders programında lisans ikinci sınıfta yer alan Analiz I ve Analiz II dersleri, isimleri korunarak güncellenen programda lisans birinci sınıfa konulmuştur. Eski lisans programında dördüncü sınıfta bulunan Matematik Tarihi dersi, güncellenen programda lisans birinci sınıfa konulmuştur. Birinci sınıfın iki döneminde de yer alan Bilgisayar I ve Bilgisayar II dersleri birleştirilerek bilişim teknolojileri adını almıştır. Birinci sınıfın her iki döneminde de yer alan Türkçe I ve Türkçe II dersleri, Türk Dili 1 ve Türk Dili 2 olarak değişikliğe uğramıştır. Türkçe 1 ve Türk Dili 1 derslerinin içerikleri; yazı dilinin ve yazılı iletişimin temel özelliklerini içermeleri bakımından benzerdir. Ancak Türkçe II dersi sözlü dilin ve sözlü iletişimin temel özelliklerini kapsayıp, Türk Dili 2 dersi akademik dil ve yazının özelliklerini kapsadığından ders içeriği bakımından değişikliğe gidilmiştir. Eğitim Bilimine Giriş dersi Eğitime Giriş olarak isim değiştirilmiştir. Eski lisans programında yer alan İngilizce I ve İngilizce II dersleri, Yabancı Dil 1 ve Yabancı Dil 2 olarak değiştirilmiştir. Yabancı Dil 1 ve Yabancı Dil 2 derslerinin içerikleri, gramer öğretimi ağırlıklı olmaktan çıkartılarak işlevsel dil becerileri kazandırma amacına uygun şekilde düzenlenerek gündelik hayatla da ilişkilendirilerek güncellenmiştir. Eski lisans ikinci sınıf ders programında yer alan İngilizce III-IV ve Fizik I- II dersleri güncellenen programda bulunmamaktadır. Eski programda yer alan öğretim teknolojisi ve materyal tasarımı dersi kaldırılmıştır. Bu dersin içeriği güncellenerek yeni programda öğretim teknolojileri olarak aktarılmıştır. Materyal geliştirme ile ilgili konular ise alan öğretimi dersleri kapsamında yer almıştır. Eski programda Lineer Cebir I ve Lineer Cebir II dersleri ders saatleri birer saat azaltılarak lisans ikinci sınıf programında yer almaya devam etmiştir.

Eski programda lisans üçüncü sınıfta yer alan Analitik Geometri I ve Analitik Geometri II dersleri ise tek bir Analitik Geometri adı altında toplanarak ve ders süresi 2 saate indirilerek lisans ikinci sınıfa alınmıştır. Üçüncü sınıfta yer alan İstatistik ve Olasılık I ve İstatistik ve Olasılık II dersleri, güncellenen programda Olasılık bir ders ve İstatistik ayrı bir ders olarak adları ve konu içerikleri bakımından ayrılarak ders programı içeriğine aktarılmıştır. Lisans ikinci sınıf ders programında

bulunan bilimsel araştırma yöntemleri dersi, eğitimde araştırma yöntemleri olacak şekilde isim değişikliğine gidilmiştir. Lisans dördüncü sınıfta yer alan topluma hizmet uygulamaları dersi lisans ikinci sınıf ders programına dahil edilmiştir. Eski programda lisans üçüncü sınıfta yer alan Türk Eğitim Tarihi dersi isim korunarak ve ders içeriği güncellenerek lisans ikinci sınıf ders programına aktarılmıştır.

Daha önce programda yer almayan algoritma ve programlama dersi güncellenen programda lisans ikinci sınıfta dahil edilmiştir. Özel Öğretim Yöntemleri I ve Özel Öğretim Yöntemleri II dersleri lisans programından kaldırılmıştır. Eski lisans ders programında ; alana özgü temel kavramlar ve bu kavramların alan öğretimiyle ilişkisi öğrenme ve öğretme yaklaşımları, yöntem, teknik ve araç-gereçlerin kullanımı, ilgili öğretim programının incelenmesi gibi konular Özel Öğretim Yöntemleri ders içeriğine sıkıştırılırken, güncellenen programa Matematik Öğrenme ve Öğretim Yaklaşımları, Ortaokul Matematik Öğretim Programları , Matematikte Problem Çözme ,Matematik Öğretiminde Kavram Yanılgıları dersleri eklenmiştir .Böylece doğrudan alanın öğretimiyle ilgili ders sayıları arttırılmış dolayısıyla alan eğitimi derslerinin işlevselliği arttırılmıştır .Birden fazla alt alana sahip olan matematik eğitimi, güncellenen lisans ders programında ; sayıların öğretimi, geometri ve ölçme öğretimi, cebir öğretimi, olasılık ve istatistik öğretimi olacak şekilde lisans üçüncü sınıf ders programına dahil edilmiştir. Eski lisans programında lisans üçüncü sınıfta yer alan Ölçme ve Değerlendirme dersi, Eğitimde Ölçme ve Değerlendirme olarak değiştirilerek isim değişikliğine gidilmiştir. Yeni müfredat ile üçüncü sınıfların derslerine eğitimde ahlak ve etik dersi eklenmiştir. Eski lisans programında lisans üçüncü sınıfta yer alan Cebire Giriş dersi saati bir saat azaltılarak, ders adı Cebir olarak değiştirilip lisans üçüncü sınıfta yer almıştır. Önceki programda lisans üçüncü sınıfta yer alan Analiz III dersi güncellenen programda yerini korumuştur. Eski lisans programında üçüncü sınıfta yer alan Diferansiyel Denklemler dersi, güncellenen eğitim programında kaldırılmıştır.

Eski lisans programında dördüncü sınıfta yer alan Elemanter Sayı Kuramı dersi güncellenen programda kaldırılmıştır. Eski programda dördüncü sınıfta işlenen Matematik Tarihi dersi güncellenen programda birinci sınıfa alınmıştır. Eski ders programında lisans dördüncü sınıfta bulunan Türk Eğitim Sistemi ve Okul Yönetimi dersi ve Sınıf Yönetimi dersi güncellenen programda lisans üçüncü sınıfa alınmıştır. Eski lisans dördüncü sınıfların programında bulunan özel eğitim ve rehberlik dersleri, öğretmen adaylarının ileriki meslek hayatlarında ihtiyaç duyacakları bilgi ve beceriler doğrultusunda özel eğitim ve kaynaştırma, okullarda rehberlik adları altında içerikleri zenginleştirilerek yer almıştır. Güncellenen programda lisans dördüncü sınıf derslerine, Matematik Öğretiminde Modelleme ve Mantıksal Akıl Yürütme dersleri eklenmiştir. Matematik Felsefesi dersi ise eski programda yerini korumuştur. Okul deneyimi dersi, etkili bir biçimde gerçekleştirilemediğinden kaldırılmıştır. Bu dersin içeriği Öğretmenlik Uygulaması 1 ve Öğretmenlik Uygulaması 2 olmak üzere iki dönemde lisans dördüncü sınıfta yer almıştır.

Araştırmanın ikinci problemi olan “Güncellenen İlköğretim Matematik Öğretmenliği lisans programından kaldırılan ve programa eklenen seçmeli dersler nelerdir?” sorusuna ilişkin bulgular sunulmuştur.

Tablo 2: 2018-2019 Eğitim Öğretim Yılına Kadar Uygulanan Eski ve Güncellenen İlköğretim Matematik Öğretmenliği Lisans Programında Yer Alan Seçmeli Dersler ve Yarıyılları

Eski İlköğretim Matematik Öğretmenliği		Güncellenen İlköğretim Matematik Öğretmenliği
Programı Lisans Dersleri		Programı Lisans Dersleri
Dönemler	Seçmeli Dersler	Seçmeli Dersler
1. Yarıyıl Dersleri	Yok	Yok
2. Yarıyıl Dersleri	Yok	Yok
3.Yarıyıl Dersleri	Seçmeli I (Karşılaştırmalı Matematik Eğitimi) (Matematikte Temel Kavramlar ve Öğretimi)	Seçmeli 1 (Alan Eğitimi) Seçmeli 1 (Meslek Bilgisi) Seçmeli 1 (Genel Kültür)
4.Yarıyıl Dersleri	Seçmeli II (Matematik ve Sanat) (Satranç)	Seçmeli 2 (Alan Eğitimi) Seçmeli 2 (Meslek Bilgisi) Seçmeli 2 (Genel Kültür)
5.Yarıyıl Dersleri	Seçmeli III (Eğitim Sosyolojisi) (Yapılandırmacı Öğrenme Yaklaşımına Göre Matematik Öğretimi)	Seçmeli 3 (Alan Eğitimi) Seçmeli 3 (Meslek Bilgisi) Seçmeli 3 (Genel Kültür)
6.Yarıyıl Dersleri	Yok	Seçmeli 4 (Alan Eğitimi) Seçmeli 4 (Meslek Bilgisi) Seçmeli 4 (Genel Kültür)
7.Yarıyıl Dersleri	Seçmeli IV (Diksiyon)	Seçmeli 5 (Alan Eğitimi) Seçmeli 5 (Meslek Bilgisi)
8.Yarıyıl Dersleri	Seçmeli V (Bilgisayar Destekli Matematik) (Matematik Eğitiminde Probleme Dayalı Öğrenme) Seçmeli VI (Matematikte Aktif Öğretim)	Seçmeli 6 (Alan Eğitimi) Seçmeli 6 (Meslek Bilgisi)

Güncellenen İlköğretim Matematik Öğretmenliği Lisans Programında seçmeli ders sayısının artırıldığı görülmektedir. Eski lisans programında seçmeli dersler 1., 2. ve 6. dönemler dışında her dönemde yer almakta ve Üniversite Seçmeli Dersi adı ile öğrenciler üniversitenin tüm fakültelerinden seçmeli ders alabilmekteydiler. Eski programda seçmeli dersler; alan ,meslek bilgisi ve genel kültür olmak üzere üç grupta toplanırken güncellenen programda seçmeli dersler meslek bilgisi, alan eğitimi ve genel kültür adları altında üç grupta toplanmıştır. Seçmeli derslerin listesi aşağıda sunulmuştur.

Meslek Bilgisi Seçmeli Dersleri	
Dikkat Eksikliği ve Hiperaktivite Bozukluğu	Eğitim Hukuku
Açık ve Uzaktan Öğrenme	Eğitim Antropolojisi
Eğitim Tarihi	Eğitimde Drama
Eğitimde Program Dışı Etkinlikler	Eğitimde Program Geliştirme
Eğitimde Proje Hazırlama	Eleştirel ve Analitik Düşünme
Hastanede Yatan Çocukların Eğitimi	Kapsayıcı Eğitim
Karakter ve Değer Eğitimi	Karşılaştırmalı Eğitim
Mikro Öğretim	Müze Eğitimi
Okul Dışı Öğrenme Ortamları	Öğrenme Güçlüğü
Öğretimi Bireyselleştirme ve Uyarlama	Sürdürülebilir Kalkınma ve Eğitim
Yetişkin Eğitimi ve Hayat Boyu Öğrenme	Çocuk Psikolojisi

Genel Kültür Seçmeli Dersleri	
Beslenme ve Sağlık	Bilim Tarihi ve Felsefesi
Bilim ve Araştırma Etiği	Ekonomi ve Girişimcilik
Geleneksel Türk El Sanatları	İnsan Hakları ve Demokrasi Eğitimi
İnsan İlişkileri ve İletişim	Kariyer Planlama ve Geliştirme
Kültür ve Dil	Medya Okuryazarlığı
Mesleki İngilizce	Sanat ve Estetik
Türk Halk Oyunları	Türk İşaret Dili
Türk Kültür Coğrafyası	Türk Musikisi
Türk Sanatı Tarihi	Bağımlılık ve Bağımlılıkla Mücadele

Alan Eğitimi Seçmeli Dersleri	
Kültür ve Matematik	İlkokul Matematik Öğretimi
Matematik Ders Kitabı İncelemesi	Matematik Eğitiminde Kaynaştırma Uygulamaları
Bilgisayar Destekli Matematik Öğretimi	Sınıf İçi Öğrenmelerin Değerlendirilmesi
Matematik Eğitiminde Öz düzenleme	Matematik Öğretiminde Etkinlik Geliştirme
Matematik Öğretiminde Materyal Tasarımı	Matematik Öğretiminde Okul Dışı Öğrenme Ortamları
Matematik Sınıflarında İletişim	Üstün Yetenekli Öğrencilere Matematik Öğretimi
Oyunla Matematik Öğretimi	

Kaynakça

- Bütün, M, Baki, A. (2019). İlköğretim Matematik Öğretmeni Adaylarının Matematiği Öğretme Bilgilerinin Gelişimi. Cumhuriyet Uluslararası Eğitim Dergisi, 8 (1), 300-322. DOI: 10.30703/cije.493676
- Kartal, T., Öztürk, N. & Ekici, G. (2012). Developing pedagogical content knowledge in preservice science teachers through microteaching lesson study. ProcediaSocial and Behavioral Sciences, 46, 2753-2758.
- Shulman, L., S. (1986). Those who understand: knowledge growth in teaching. Educational Researcher, 15(2), 4-14. <https://doi.org/10.3102/0013189X015002004> Shulman, L., S. (1987). Knowledge and teaching: foundations of the new reform. Harvard Educational Review, 57(1) 1-22. <https://doi.org/10.17763/haer.57.1.j463w79r56455411>
- Şimşek, H. (2009). Methodical Problem In The Researches of Educational History. Journal of Faculty of Educational Sciences, (42), 1, 33-51. [Çevrimiçi:<http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/40/1147/13450.pdf>, Erişim tarihi: 01.07.2015]
- Taşkesenli, Y., Şenocak, E. ve Sözbilir, M. (2008). Probleme Dayalı Öğrenme Teorik Temelleri, Milli Eğitim Dergisi, 177, 50-64
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2005). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayınları
- Yurdakal, İ. H. (2018). Değişen Sınıf Öğretmenliği Lisans Program İçeriğinin İncelenmesi. Ulakbilge, 6 (29), s.1483-1499.
- YÖK (2018a). Öğretmen yetiştirme lisans programları, Programların Güncelleme Gerekçeleri, Getirdiği Yenilikler ve Uygulama Esasları.
- YÖK (2018b). İlköğretim Matematik Öğretmenliği Lisans Programı, Yeni Öğretmen Yetiştirme Lisans Programları.

MATEMATİK EĞİTİMİNDE SOMUT KAVRAMININ ALGILANMA DÜZEYLERİ**Doç. Dr. Sinan AYDIN**Kocaeli Üniversitesi Kocaeli Meslek Yüksekokulu Muhasebe Bölümü
sinanaydin1704@yahoo.com**Özet**

“Somut anlam”, “somut düşünme”, “somut düzey”, “somut ifade etme”, “somut yaklaşım” ve “somut örnek” ifadeleri, bir matematiksel kavramın ya da düşüncenin ifade edilmesi düzeyi ile ilgili kullanılan bilimsel yaklaşımlardır. Benzer ifadeler somut kavramının tamamlayıcı düzeyi olarak ifade edilebilecek “soyut” kavramı içinde kullanılabilir. Bu anlamda somut ve soyut kavramları matematiksel öğrenme ve öğretim düzeylerinin farklı iki düzeyleri olarak düşünülebilir. Bu çalışmada, somut kavramının tanımları analiz edilerek bu kavramın farklı nüansları olarak ifade edilen yukarıdaki ifade biçimlerinin doğru kullanılıp kullanılmadığını matematik eğitimcilerinin görüşleri ışığında belirlemeye çalışılmaktadır. Bu analizler sonucunda somut kavramının matematik eğitimindeki anlamı üzerine farklı ve güncel bir ifade biçimi sunulmaktadır.

Anahtar kelimeler: matematik eğitimi, somut kavram, kavramsal düzey**PERCEPTION LEVELS OF CONCRETE CONCEPT IN MATHEMATICS
EDUCATION****Abstract**

The expressions that “Concrete meaning”, “concrete thinking”, “concrete level”, “concrete phrase” “concrete approach” and “concrete example” are used as scientific approaches of a mathematical concept or thinking. The similar expressions are also, can be used for “abstract” concept as a complementally level of concrete concept. In this context, concrete and abstract concepts are could be expressed as two different levels of mathematical learning and teaching. In this paper, it is analyzed the definitions of concrete concept and determined the using of the above expressions which are the different presentations of this concept suitably or not by the view of mathematics educations researchers thinking. At the end of this analyzes, it is presented a different and daily expression way of concrete concept on the meaning within mathematics education.

Key words: mathematics education, the concept of concrete, conceptual level**1.GİRİŞ**

Nesnelerin, varlıkların, materyal ve olayların tanımlanmış bir takım belirlenmiş özelliklere göre sahip ve herkesçe aynı şekilde algılanması “kavram olarak ifade edilmektedir (Tuncer ve Altunay, 2004). Kavram, dünyanın ve çevrenin ilk ifade edilme biçimi olarak ta düşünülebilir. Türlerine göre somut ve soyut kavramlar olarak sınıflandırılırlar. Tuncer ve Altunay (2004) gözleme dayalı algılanabilen kavramları somut kavram, hislere dayalı algılanabilenleri de soyut kavram olarak ifade etmiştir. Ayrıca, çocukların zihinsel gelişime bağlı olarak büyüme süreçleri somut dönemlerden soyut dönemlere geçiş şeklinde gruplandırılmıştır; Piaget (1952) bu gelişim süreçlerini, somut işlemler döneminden formel (biçimsel) işlemlerin dönemine geçiş olarak tanımlamaktadır. Bu ifade biçimi eğitim açısından bakıldığında nasıl bir anlam ifade etmektedir? Ya da matematik eğitimi yönüyle bakıldığında matematiksel kavramları hangi sınıf düzeylerinde hangi derinlikte öğrencilere sunulmalıdır? “Somut anlam”, “somut düşünme”, “somut düzey”, “somut ifade etme”, “somut yaklaşım” ve “somut örnek” ifadeleri, bir matematiksel kavramın ya da düşüncenin ifade edilmesi düzeyi ile ilgili kullanılan bilimsel yaklaşımlardır. Benzer ifadeler somut kavramının tamamlayıcı düzeyi olarak ifade edilebilecek “soyut” kavramı içinde kullanılabilir.

Matematik öğretimlerimizi soyut yaklaşım üzerinden gerçekleştirdiğimizde öğrencilerin anlama ve öğrenme düzeylerinin hedeflediğimiz ölçüde gerçekleşmeyeceğini söyleyebiliriz. Kavram

öğretimlerimizin soyut sunum düzeylerini ne kadar artırırsak öğrencilerin matematik dersine olan ilgisi, konsantrasyonu ve dersten memnun kalma düzeyleri ters orantılı bir şekilde azalma gösterecektir. Bu alanda yapılan çeşitli çalışmalar, matematik problemlerinin öğrencilere belirli bir konunun uygulaması olarak değil de konulardan bağımsız sorular olarak sunulduğunda problem çözmede sıkıntılar yaşadığını göstermiştir (Aksu, 1989; Çilingir, 2006; Schoenfeld, 1985, Kenneth at all., 2002). Aynı şekilde, problemler, bir matematik konusunun soruları olarak verildiğinde, öğrenciler problem çözümlerini daha kolay yapabildiği ifade edilmektedir.

SOMUT ALGI

Kavramların somut düzeyde anlaşılmasını, mesleki tecrübelerimizden faydalanarak analiz etmeyi çalışalım. Birçok öğrenciye göre soyut olarak değerlendirilebilecek “kesirler” kavramını inceleyelim. Kesirler kavramı, bir bütün ile onun parçalarını ve bunlar arasındaki ilişkilendirmeleri ifade ettiği için öğrencilerin ilişkilendirme sıkıntı yaşayabileceği bir kavram olarak ta görülebilir. Daha özele indirildiğinde, “bütün” ün neyi ifade ettiği, farklı nesnelerin bütünü ifadesinin nasıl algılandığı ve bir bütünün parçalarının somut olarak ifade edilmesi istendiğinde öğrencilerin zorluklar yaşayabilmektedir. Kesirlerdeki işlemlerin öğretimi genel bir kural (formül) üzerinden ifade edilir: kesirleri toplamak ve çıkarmak için ortak payda oluşturmak, kesirleri çarpma için payların ve paydaların kendi aralarında çarpılması ve kesirlerin bölünmesi içinde birinci kesrin aynen yazılıp ikinci kesrin ters çevrilerek çarpma işlemi yapmak (Moynahan, 1996).

Somut kavramı üzerine birçok yaklaşım incelendiğinde genel ve ortak bir ifadenin olduğunu söylemek zorlayıcı bir durum olur. Bir kavramın özel ve/veya belli bir konsepte kullanılan anlamı bu kavramın genel tanımına göre neyi ifade eder ya da ne kadar farklılık gösterir durumu bu kavram için aydınlatıcı bir yaklaşım olabilir. Bu kavramı özel bir anlamda kullanan kişinin genel duruma göre neyi ifade ettiği, genel durumdan ne kadar farklı bir anlam yüklediği ve özel durumun sınırlarının belirlenmesi önemlidir. Kesir kavramını ele aldığımız da bu kavramın somut olup olmadığı sorusu sorulduğunda herkesin yaklaşımının aynı olması beklenemez. Kesir kavramının somutluğu veya somutluğuna verilecek dönütler, kişilerin belleklerindeki birikimlerle direkt bağlantılıdır. Kesir kavramının bir madde ve gözle görülen bir nesne olarak kabul etmediğinden verecekleri dönüt “kesir somut değildir” olacaktır. Ancak, günlük hayatta gözle görülen birçok maddenin bir bütününe göre parçalarını da görenlerin yaklaşımı da “kesir somut bir kavramdır” olabilmektedir. Burada, dikkat edilmesi gereken bir nokta; kesir kavramına tanım veya işlevi olarak herkesin aynı rolü yüklediği, aynı anlamda kullandığı ancak bu anlamın algılanması yönüyle farklı yaklaşımların olmasıdır.

Lave (1988) dünyada var olan nesnelerin sayısının sabit olduğunu ve bütün insanların bu nesneleri tanımlamaları veya ifade etme biçimlerinin aynı olduğunu ifade eder. Bu yaklaşım çok benimsenmekle birlikte yanlış bir varsayım olduğunu düşünenlerde vardır. Lave, nesneler dünyasında bütün insanların ontolojik yaklaşımlarının aynı olduğunu savunur. Bununla birlikte, algılamaların kişilerin dünyasında farklılıklar gösterdiğini de ifade etmektedir. Kişilerin nasıl ve ne şekilde sorularına, kavramları algılayarak verdikleri yanıtlara bağlı olarak verdikleri yanıtlar ontolojik yaklaşımlarının farklılığını ortaya koyduğunu vurgular. Bu çerçevede nesnelerin anlam ve algılanmaları üzerine düşündüğümüzde, kişisel yaklaşım ve zihinsel oluşumlardan bağımsız olarak bir yargıya varamayacağımızı görmekteyiz. Baka bir ifadeyle, bir kimsenin bir nesne hakkında ne düşündüğünü dikkate almadan bu nesne ile ilgili bir düşünce ifade edemeyiz. Sonuç olarak, bir kişinin bir nesne ile ilgili düşüncesini, yaklaşımını ve tanımlamasını bilerek kişinin bu nesne üzerindeki zihinsel oluşumları hakkında bilgi sahibi olabiliriz. Kesirler örneğine dönecek olursak, kesir kavramı bir lise öğrencisi için veya bu kavramı iyi öğrenmiş soyut işlemler dönemindeki bir kişi için somut olarak ifade edilebilir ancak bir ilköğretim düzeyindeki bir öğrenci için de soyut bir nesne olarak algılanmış olabilir.

ÖZEL YAKLAŞIM

Somutluk üzerine genel yaklaşımlar incelendiğinde, bir nesnenin özel bir ifadesi olmaktan ziyade bir kişinin bu nesneyle olan iletişiminin bir özel durumu olarak daha çok ön plana çıktığını görmekteyiz. Tuke ve Papert (1991) bu durumu, soyut olarak ifade edilen kavramlar, bu kavramlarla ilişkilendirmelerin doğru yapılması durumunda somut kavram olarak tanımlanabilir şeklinde

açıklamaktadır. Bu temel perspective ışığında mesleki tecrübelerimizden faydalanarak bir yaklaşım sunabiliriz; bir nesnenin ilgili diğer objelerle ne kadar fazla ilişkilendirmesi yapılırsa bu nesnenin somut olarak algılanması o derece artmaktadır. Kesir kavramının daha fazla uygulaması yapıldığında somut bir kavram olarak algılanabilmesi gibi. Bir kavramla ilgili farklı yaklaşımların ortaya konulması, örneklemelerin çok çeşitli yapılması, uygulamaları zenginleştirilmesi bu kavramın daha somut algılanmasına doğru orantılı olarak etki ettiğini söyleyebiliriz. Başka bir ifadeyle somutluk bir nesnenin ilişkilendirme derecesi olarak ta ifade edilebilir. Bu durumu, bir nesneyle doğru iletişim, sağlıklı iletişim, zengin iletişim gibi daha spesifik kelimelerle de öze olarak ifade edebiliriz.

İlişkilendirme ve bağlantı kurma ifadeleri somut olma ya da olmama üzerinde direkt belirleyici olduğunu söyleyebiliriz. Dolayısıyla, bir kişi için başlangıçta bir kavramla olan zayıf iletişim veya yetersiz bağlantı kurma sonucunda soyut olan algılama, bağlantı ve uygulamaların zenginleştirilmesi sonucunda somut bir nesne olarak algılanma olarak değişebilir. Somut olma ya da olmama durumunu belirleyen kritik nokta, nesnenin kendi doğasından veya epistemolojik yapısından ziyade bir kişinin bu nesneyi anlamak veya öğrenmek için kullandığı yaklaşım, sergilediği zengin iletişim ve yoğunlaşma düzeyidir. Bu değerlendirme çerçevesinde, doğası itibarıyla soyut olarak bilinen matematik kavramlarının çok iyi bir analiz, farklı ve zengin bir yaklaşımla ele alınması durumunda somut anlam kazanabileceğini göstermektedir. Soyut matematik kavramlarının öğrenciler için somut kavram olabileceğinin en önemli şartının bu kavramlarla rehber öğretmenlerin eşliğinde doğru ve çok yönlü olarak ele alınmasına bağlı olduğu unutulmamalıdır. Böyle bir kavramsal geçiş gerçekçi matematik öğretimi, yapısalcı yaklaşım, matematiksel modelleme gibi öğrenci merkezli öğrenme yöntemlerine uygun olduğu söylenebilir.

Bir öğrencinin matematiksel bir kavramla iletişim düzeyinin zayıf olması, basit ve örneklem düzeyinde olması, basit yaklaşımlarla ele alınması, sadece öğretmenin sunumuyla kalması, öğrenci tarafından kendi bakış açısıyla veya özetle düzeyinde irdelenmemesi bu kavramın öğrenci için soyut bir kavram olarak kalması beklenen bir sonuçtur. Matematiksel algılama açısından soyut algılama düzeyine geçebilmek için öğrencilerin hazır bulunuşluk düzeylerinin de önemli ve gerekli olduğu açıkça görülmektedir. Bununla birlikte öğrenci için soyut olan kavramlar sadece tanımları ve basit özellikleri ile verilmesi durumunda da somut algılanmaya geçişin zor olacağı da söylenebilir. Matematik eğitimi açısından kavramların doğasının güçlü bir şekilde öğrenilmesinin hem bu kavramların öğrenmesinde yaşanan zorlukların ortadan kaldırılması hem de somut anlama düzeyine geçiş için çok önemli olduğu görülmektedir.

SONUÇ

Soyut kavramların öğrenme ortamlarında somut algılama düzeyine indirgenebilmeleri ve bunun hangi yöntemlerle kazanabileceği öğretmenin sınıf yönetimi becerisine bağlıdır. Matematik kavramlarının öğrencilere soyut gelmesi onların bu kavramlara daha geniş bir perspektiften bakamamasının bir sonucudur. Böyle bir engelin aşılması için öğrencilerin bu kavramlarla karmaşık ve çok yönlü ilişki düzeyine girmesi belki matematiğe bakış açılarında bazı sıkıntılar doğurabilecektir ancak bu kavramlarla aşına olmaları dolayısıyla daha kalıcı bir iletişimin kurulmasına katkı sağlayacağı söylenebilir.

KAYNAKLAR

- Aksu, M. (1989). Problem Çözme Becerilerinin Geliştirilmesi. Kültür ve Turizm Bakanlığı ve Orta Doğu Teknik Üniversitesi Problem Çözme Yöntemleri Sempozyumu, 44-54.
- Çilingir, Arzu (2006). Fen Lisesi ile Genel Lise Öğrencilerinin Sosyal Becerileri ve Problem Çözme Becerilerinin Karşılaştırması. Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kenneth, D., Belzer, Thomas J. D., Albert M.-O. (2002). Social Problem Solving and Trait Anxiety as Predictors of Worry in a College Student Population. *Personality and Individual Differences*, 33(4), 573-585
- Lave, J. (1988). *Cognition in Practice: Mind, Mathematics and Culture in Everyday Life*. Cambridge, England: Cambridge University Press.
- Moynahan, J. (1996). Of-ing fractions, in *What is Happening in Math Class?: Envisioning New Practices Through Teacher Narratives*, Deborah Schifter, Ed., Teachers College Press.

- Tuncer, T. ve Altunay, B. (2004). Doğrudan Öğretim Modeli'nde Kavram Öğretimi. Ankara: Kök Yayıncılık.
- Turkle S., & Papert, S. (1991). Epistemological Pluralism: Styles and Voices Within the Computer Culture in In I. Harel & S. Papert (Eds.) Constructionism. Norwood, N.J. Ablex Publishing Corp.

PROBLEM ÇÖZMENİN MATEMATİK EĞİTİMİNDEKİ YERİ

Doç. Dr. Sinan AYDIN

Kocaeli Üniversitesi Kocaeli Meslek Yüksekokulu Muhasebe Bölümü
sinanaydin1704@yahoo.com

Özet

Matematik problemi çözme, geçmişten günümüze, matematik eğitiminin ve matematik eğitimi araştırmacılarının üzerinde durduğu en temel konulardan bir tanesidir. Üzerinde durulması gereken önemli bir nokta, öğrencilerin problem çözme becerisinin artırılması veya matematik öğretimi ve öğreniminin geliştirilebilmesi için onların matematik müfredat programının bütünü üzerindeki hakimiyetinin dikkate alınması gerekliliğidir. Birçok matematik eğitimcisine göre, matematik öğrenmek, matematik problemi çözmektir. Bu durum yine çok yaygın bir kanı olan önce matematiksel beceriler öğrenilir daha sonrada bu beceriler matematik problemlerinin çözümünde uygulanır anlayışıyla çelişkili gibi görülebilir. Matematik bilgisinin oluşturulması ise bir takım sistematik ilişkilerin kurulmasıdır. Söz konusu sistematik ilişkilerin kurulması da matematik problemi çözme eylemlerinin gerçekleşmesi olarak ifade edilmektedir. Bu çalışmada, matematik problemi çözmenin matematik öğrenme üzerindeki etkisi irdelenmektedir.

Anahtar kelimeler: problem çözme, matematik öğrenme, matematik eğitimi

THE ROLE OF MATHEMATICAL PROBLEM SOLVING IN MATHEMATICS EDUCATION

Abstract

Mathematical problem solving is one of the basic subjects that mathematic education and mathematics education researchers have focused on this item from past to now. One of the main points that need be concentrated is the necessity of consideration of students' taking firm on the all mathematical curricula to increase their problem solving abilities and to develop the teaching and learning mathematics. According to many mathematics education researchers, learning of mathematics is solving of mathematical problems. But this situation could be seen as a construction with a general view that first some basic mathematical abilities are learned that these abilities are applied on the solving of mathematical problems. Developing of mathematical knowledge is the designing of some systematic relations. Also, designing of these systematics relations are to be expressed as the realization of mathematical problem solving acts. In this study, it is examined of the effect of mathematical problem solving on the mathematics learning.

Key words: problem solving, learning mathematics, mathematics education

1. GİRİŞ

Problem çözmek matematik icra etmenin en temel göstergelerinden bir tanesidir. Matematiğin doğuşundan gelişimine kadar problem çözme yaklaşımı lokomotif bir unsur olarak hep var olmuştur. Kimilerine göre matematik problem çözme olarak ta ifade edilmektedir. Matematik başarısı ya da başarısızlığının belirleyen temel değer problem çözme becerisidir. Çoğu matematik müfredat programı öğrencilerin problem çözme becerilerini geliştirmeye ve günlük hayatta karşılaştıkları sorunları matematik yardımıyla gidermeye odaklı başka bir ifadeyle gerçekçi matematik öğretimi üzerine inşa edilmiştir. Problem çözme becerisi geliştirilebilir bir beceridir ve bütün öğrenci merkezli yaklaşımlar, öğretim ve öğrenme yöntemleri, eğitim teorileri ve matematik eğitimi bu becerinin geliştirilmesini dikkate almıştır. Problem çözmenin en temel göstergesi olan işlemsel düşüncenin geliştirilmesi ve problem çözmenin geliştirilebilmesi için problem çözme eyleminin uygulamaya nasıl konulacağıdır (Thomson, 1985).

İşlemsel düşünme piaget'nin işlemsel ve şekilsel düşünme olarak tanımladığı iki düşünce biçiminden biridir. Piage bu tanımlamayı düşüncenin bir alt düzeyinden daha gelişmiş bir düzeyine geçiş olarak

ayırt emiş ve bu düşünce biçimleri arasındaki farkları ve belirtilerini ortaya koymuştur (Piaget, 1964). Verilen ya da sunulan bir durum karşısında bir kişinin düşünsel eylemi sadece bu durum içerisinde kalır ve herhangi bir farklı tepki göstermezse bu kişinin şekilsel düşünce sergilediği söylenebilir. Ancak, kişi sunulan durum için bir öneri geliştirir, farklı bir yaklaşım sunar ya da eleştirel yaklaşabilirse bu kişinin düşüncel eylem gerçekleştirdiği ve buna bağlı olarak bu kişinin işlemsel düşünceye sahip olduğu söylenebilir (Carpenter, Hiebert, & Moser, 1981; Larkin, 1980).

Herhangi bir bilgi şekilsel olarak ya da işlemsel olarak bir kişi tarafından algılanabilir ya da değerlendirilebilir. Bu durum tamamıyla kişinin bilgi birikimine, bilgiye yaklaşımına, zihinsel durumuna ve problem çözme becerisine bağlıdır. Örneğin ilkökul düzeyindeki bir öğrencinin geometrik şekiller üzerindeki düşünce yapısı işlemsel düzeyde gerçekleşmiş olabilir ancak bu düşünsel yapı diferansiyel geometri için şekilsel bir düşünce olarak bile değerlendirilemez.

PROBLEM ÇÖZME – İŞLEMSEL DÜŞÜNCE

İşlemsel düşüncenin geliştirilmesi problem çözme becerisini geliştirecek en temel bileşendir. Piaget bu durumu yansıtıcı soyutlama (reflective abstraction) olarak ifade etmektedir (Anderson, Greeno, Kline, & Neves, 1981). Bununla birlikte Piaget yansıtıcı soyutlamanın iki farklı tamamlayıcı bileşenini tanımlamıştır. Her iki bileşende öğrenmenin ve problem çözmenin gelişimi için gerekli olan yöntemleri ifade eder. Birincisi, ileri düzeyde işlemler aracılığıyla zihinsel eylemlerin dizayn edilmesini ikinci adım, birinci aşamada şekillendirilen zihinsel eylemler aracılığıyla var olan durumun yansıtılmasını ifade eder. Daha basit bir ifadeyle, birincisi matematiksel öğrenmeleri ikincisi ise bu matematik öğrenmelerinin işlemsel kavrama düzeyinde olmasını ifade eder (Şekil 1). Yansıtıcı soyutlama işlemlerin koordine edilmesi sonucu üretilen bir yeni bilgidir. Bu bilgilerin işlenmesindeki yüzeysellik ve derinlik problem çözme becerisinin gelişim düzeyini başka bir ifadeyle problem çözmeye olan yansımaları belirler.

Öğrenciler matematiksel işlemleri ve bu işlemlerin koordinasyonunu, öğrendikleri önceki bilgilerin kullanarak veya onları analiz ederek gerçekleştirirler. Eğitimin her kademesinde işlemse düşünce öğrencilerin kavramsal bilgi düzeylerine göre işlemelidir. Hazır bulunuşluk olarak yetersiz düzeyde olan bir öğrenci kendisinden beklenen işlemsel düşünce becerisini gösteremeyecek buna bağlı olarak problem çözme becerisindeki beklenen ilerlemeyi gösteremeyecektir. Öğretmenin rehberlik etmede ki birikimi, tecrübesi, becerisi ve gayreti öğrencilerin problem çözme süreçlerindeki işlemsel düşünceyi kullanabilmesi üzerinde direk bir etkiye sahip olduğu söylenebilir.

Genetik etkilerin işlemsel düşünce üzerinde etkisi olup olmadığı burada yapılan analizlerin dışında bırakılmıştır. Bu incelemede üzerinde durulan konu, işlemsel düşüncenin etkin kullanılması, geliştirilmesi, matematiksel problem çözme üzerindeki yansıması ve problem çözme becerinin geliştirilmesine olan etkisidir.



Şekil 1. Bilgiler parça parça algılandıktan sonra sınıflandırılır ve işlenir.

<https://yandex.com.tr/gorsel/search?from=tabbar&text=operative%20thought&pos>

Öğrenciler matematiksel objeleri zihinsel olarak yapılandırır ve bunlar arasındaki ilişkilendirmeleri yaparak sistematik bilgi oluşturmaya çalışırlar. Oluşturulan bu zihinsel sistematik bilgiler ilgili matematiksel problemlere yansıtılarak problemin anlaşılması ve çözümü gerçekleşir (Vergnaud, 1982). Öğrenciler köklü ifadelerin toplanabilmeleri, çarpılabilmeleri, dereceleri, içindeki ifadelerin benzerliği ilgili problemleri çözdüklerinde onların köklü sayılar kavramı bilgileri gelişir. Öğrencilerin zihinlerinde köklü ifade kavramı iki şekilde oluşturulur. Birincisi öğrencinin karekök düşüncesini oluşturup oluşturamama düzeyidir. İkinci düzey, öğrencinin karekök kavramının dört işlemin gerçekleşme şartlarını oluşturabilme seviyesidir. Bu son düzey düşünce düzeyinde karekök kavramı ile ilgili diğer matematiksel özellikleri de algılaması vardır.

Bir kavramın farkı modellerinin veya özelliklerinin öğrenilmesi, analiz edilmesi öğrencilere bu kavramın işlemsel düşünce düzeyinde anlamalarına olanak sağlar. İşlem ve özelliklerinin bilinmesi, reel sayılar kümesinin tanınması öğrencilerin karekök kavramı üzerinde düşünürken bir yaklaşımdan başka bir yaklaşıma geçmelerine katkı sağlar;

$f: A \times A \rightarrow B$.

$(x,y) \rightarrow z$ ile tanımlı bir fonksiyon;

- $(a * b) \in A, \forall a, b \in A$ için
- $a * b = b * a, \forall a, b \in A$ için
- $(a * b) * c = a * (b * c) \quad \forall a, b, c \in A$ için
- $a * e = e * a = a \quad \forall a \in A$ için

özellikleri ile f A üzerinde bir ikili işlem. İşlem bilgisine yukarıdaki düzeyde sahip bir öğrenci köklü ifadeler ilgili aşağıdaki bilgiyi işlemsel düşünce düzeyinde kolaylıkla analiz edebileceği söylenebilir;

- $x = \text{karekök içinde } x \text{ çarpı karekök içinde}$
- $x \text{ in karesi eksi } y \text{ in karesi}$
- $x - y = (\text{karekök içinde } x - \text{karekök içinde } y) \cdot (\text{karekök içinde } x + \text{karekök içinde } y)$

Öğrencilerin bütün bu işlemleri analiz ederken bir düşünce düzeyinden diğerine geçebilmeleri onlar için en büyük avantaj olarak değerlendirilebilir.

SONUÇ

Matematik problemi çözmenin birçoklarına göre matematik anlamına geldiği günümüzde problem çözme becerisi ve bu becerinin geliştirilmesi oldukça önemlidir. Bu durum yine çok yaygın bir kanı olan önce matematiksel beceriler öğrenilir daha sonrada bu beceriler matematik problemlerinin çözümünde uygulanır düşüncesiyle uyummadığı söylenemez. Matematik bilgisinin oluşturulması problem çözme süreçleri ile gelişir ve sistematik bir bilgi halini aldığı söylenebilir. Karşıt bir ifadeyle, söz konusu sistematik ilişkilerin kurulması da matematik problemi çözme eylemlerinin gerçekleşmesi olarak ifade edilmektedir

KAYNAKLAR

- Anderson, J., Greeno, J., Kline, P., & Neves, D. (1981). Acquisition of problem-solving skill. In J. Anderson (Ed.), Cognitive skills and their acquisition. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Carpenter, T.P., Hiebert, J., & Moser, J.M. (1981) Problem structure and first-grade children's initial solution processes for simple addition and subtraction problems. Journal for Research in Mathematics Education 12, 27-39.
- Larkin, J. (1980). Teaching problem solving in physics: The psychological laboratory and the practical classroom. In D.T. Tuma & F. Reif (Eds.), Problem solving and education: Issues in teaching and research. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Piaget, J. (1964). Development and learning. In R. Ripple & U. Rockcastle (Eds.), Piaget rediscovered. Ithaca, NY: Cornell University, School of Education.
- Thompson, P. W. (1985). Experience, problem solving, and learning mathematics: Considerations in developing mathematics curricula. In E. A. Silver (Ed.), Teaching and learning mathematical problem solving: Multiple

research perspectives (pp. 189–243). Hillsdale, NJ: Erlbaum. (Pagination differs slightly from published chapter. Also, this pdf is made from a page scan, so please excuse any OCR errors that I did not catch.).

Vergnaud, G. A (1982). Classification of cognitive tasks and operations of thought involved in addition and subtraction problems. In T.P. Carpenter, J.M. Moser, & T.A. Romberg (Eds.), Addition and subtraction: A cognitive perspective. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1982

https://yandex.com.tr/gorsel/search?from=tabbar&text=operative%20thought&pos=4&img_url=https%3A%2F%2Fst2.depositphotos.com%2F1384048%2F12364%2Fv%2F950%2Fdepositphotos_123645072-stock-illustration-head-and-brain-gears-in.jpg&rpt=simage

DÜZENSİZ GÖÇ OLGUSU VE TÜRKİYE'DEKİ ETKİLERİ

Doç.Dr. Ali Asker

Karabük Üniversitesi İİBF Uluslararası İlişkiler Bölümü
aliasker2068@gmail.com

Berna Türksoy

Karabük Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Bilimleri Enstitüsü
Uluslararası Politik Ekonomi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Öğrencisi
turksoyberna26@gmail.com

Özet

Göç kavramı son zamanlarda dünyada yaşanan olumsuz olaylardan dolayı sıkça gündemde yer almaktadır. Göç; insanların yaşadıkları olumsuz ekonomik, siyasi ve sosyal durumlardan dolayı ülkelerini tek etme durumu olarak tanımlanabilir. Düzensiz göç çeşitli nedenlerle ülkesini terk eden göçmenlerin başka bir ülkede izinsiz ve yasadışı bir şekilde yaşamasıdır. Bu göçmen kitlesi bünyesinde barındırdığı değişik gruplar nedeniyle karmaşık bir yapı teşkil eder. Bu kategorideki göç olayları birçok olumsuz eylemi içermekte olup ciddi bir sorun teşkil etmektedir. Türkiye transit bir ülke olduğu için düzensiz göçler her geçen gün artmakta ve ekonomik, sosyal ve hatta kültürel sorunları beraberinde getirmektedir. Düzensiz göçün artması sadece sosyal sorunların değil terör, insan ticareti, kaçakçılık vs. ilgili suçları da tetiklemektedir. Son yıllarda Türkiye'de düzensiz göçün önlenmesi amacıyla birçok kurumsal ve yasal önlemler alınmıştır.

Anahtar kelimeler: düzensiz göç, göçmenler, göç mevzuatı, göç yönetimi

IRREGULAR MIGRATION AND ITS EFFECTS ON TURKEY

Abstract

The concept of migration is frequently on the agenda due to the recent negative events in the world. Migration can be defined as people's leaving their country due to the negative economic, political and social conditions experienced by them. Irregular migration is the unauthorized and illegal living of migrants, who leave their country for various reasons, in another country. This group of migrants constitutes a complex structure due to the different groups it contains. Migration incidents in this category involve many negative actions and pose a serious problem. As Turkey is a transit country, irregular migration increases day by day and brings along economic, social and even cultural issues. The increase in irregular migration triggers not only the social problems but also the crimes related to terrorism, trafficking, smuggling, etc. In recent years, in Turkey, many institutional and legal measures have been taken to prevent irregular migration.

Keywords: irregular migration, migrants, migration legislation, migration management

1. GİRİŞ

Toplumların savaşlar, ekonomik sorunlar, afetler ve kısacası çaresiz kaldığı olağan dışı durumlarda bir kurtuluş olarak gördükleri göç olgusu tarihin tüm dönemlerinde yaşanmış ve yaşanmaya devam etmektedir. İnsanlar özellikle üstesinden gelemedikleri sorunlarla karşı karşıya kaldıklarında yaşadıkları ülkeden kaçmayı bir kurtuluş olarak görmektedirler. Literatürde göçlerin farklı türlerinden bahsedebilmektedir. Bu türler arasında düzensiz göç kavramı özellikle devletlerin sınır güvenliği, asayiş, ekonomik ve sosyal yaşam konusuyla doğrudan ilgili olup birçok yönden çözülmesi zor sorunların ortaya çıkmasına neden olmaktadır.

Düzensiz göç çeşitli nedenlerle ülkesini terk eden göçmenlerin başka bir ülkede izinsiz ve yasadışı bir şekilde yaşamasıdır. Bu göçmen kitlesi bünyesinde barındırdığı değişik gruplar nedeniyle karmaşık bir yapı teşkil etmektedir.

İran Devrimi, Sovyetler Birliği'nin Afganistan'a müdahalesi, İran-İrak Savaşı gibi olaylar sırasında Türkiye'ye yönelik düzensiz göç olayları daha belirgin hale gelmiştir. Soğuk Savaş sonrası ortaya çıkmış ekonomik istikrarsızlık ortamında eski sosyalist ülkelerden Türkiye'ye yasa dışı yollarla çalışmak amacıyla gelenlerin sayısında bir artış gözlemlenmiştir. Bu süreç, maalesef günümüzde de devam etmekte olup daha ziyade söz konusu ülkelerdeki ekonomik-sosyal sorunların kalıcı çözüme kavuşturulmamasından kaynaklanmaktadır.

Özellikle 2011 yılında Orta Doğu'da yaşanan "Arap Baharı" ile başlayan süreçte bölgedeki iç savaş ortamından kaçmak için yerli halkın kitlesel ve düzensiz olarak göç ettiği ülkelerin başında Türkiye gelmektedir. Keza yasa dışı yollarla Türkiye'ye gelenlerin bir kısmı aynı zamanda burayı Avrupa'ya geçmek için bir transit ülke olarak kullanmayı amaçlamıştır. Her ne kadar evrensel olarak kabul edilmiş bir tanım olmasa da transit göç düzensiz göçün bir alt kategorisidir. Avrupa ülkelerinin yasa dışı göçlerin durdurulması için aldığı sert önlemler sayesinde söz konusu kategorideki göçmenler ülkemizde "kalıcı" hale gelmekte ve düzensiz göç sorununu daha da derinleştirmektedirler. Üzerinde durulması gereken bir başka önemli husus da Avrupa devletlerinin göç olayları konusundaki tutumudur. Göçmenleri kategorilere ayırmak, sosyal tabakalara göre ayrımcılık yapmak, insani felaketlerin boyutunu görmezden gelmeyi her geçen gün daha fazla belli eden Avrupa ülkelerinin göç ve mülteci sorunları konusunda çifte standart uyguladığını görmekteyiz.

2. KAVRAM VE OLGU OLARAK DÜZENSİZ GÖÇ

Günümüzde göç olayları hükümetlerin ve dünyanın gündemini meşgul eden, pek çok tartışma ve uyuşmazlıkları beraberinde getiren, sayısal olarak her geçen gün daha yoğun hale gelen bir olaydır. Toparlayıcı ve genel niteliğe sahip olan göç kavramı düzenli ve düzensiz olmanın yanı sıra, iç göç, dış göç, zorunlu göç, kitlesel göç, beyin göçü, işgücü göçü vs. şeklinde tanımlanırken teori ve uygulamada bazen birbirinden farklı anlamlarda kullanılmaktadır. Bu durum, sadece günümüze özgün bir durum değildir. Keza bir politik olgu olarak tarihin değişik dönemlerinde insan hareketliliğine ilişkin farklı kavram ve tanımlamaların yapıldığı bilinmektedir. Hazırda göçle ilgili literatürde kurumsal ve bilimsel söylemlerin etkisiyle çoğu zaman göçle ilgili kavramların sorgulanmadan aktarıldığı ve dolaşıma sokulduğu gözlemlenmektedir. Göç yazımında göçün politikliğinden, aynı zamanda göç politikasından etkilenmekte olup düzenli/düzensiz, yasal/mülteci, kaçak, insan ticareti mağduru olarak tanım ve kavramlar kullanılmaktadır (Atasü Topçuoğlu, 2016: 2-3). Bu kavram karmaşası literatürde, kurumsal ve kuramsal sorunlar doğurmaktadır. Bu bağlamda birkaç temel kavrama vurgu yapmakta fayda vardır. Göçle ilgili literatürde temel bir sınıflandırma olarak kaynak, transit ve hedef ülke kavramları hem göç, hem insan ticaretiyle ilgili literatürde sıkça kullanılmaktadır. Literatürde kullanılan bu kavramlarla ilgili telakkiler göç serüvenine odaklanırken geçilen ve gidilen ülkelerdeki enformel sektörü göz ardı etmektedir (Atasü Topçuoğlu, 2016:7).

Benzeri sorunsal yasal/yasadsız, düzenli/düzensiz göçmen kavramları bağlamında da belirlemektedir. Bu kavramların literatürde sorgulanmadan kullanıldığı, ayrıca birçok betimleyici çalışmada yine bu tür bir sorgulamanın sarfı nazar edildiği görülmektedir. 'Yasal/yasadsız göç' ve 'düzenli/düzensiz göç' kavramlarının özellikle merkez ülkeler ya da zengin ülkeler ve uluslararası kuruluşlar tarafından kullanıldığı vurgulanmaktadır. Düzensiz göç; çeşitli yönleriyle yasa dışı hususları içeren, göçmenlerin belge ve kayıtlarının olmaması, dolayısıyla düzensiz göçmenlerin devlet tarafından tam olarak bilinmemesi gerçeğine dayanıyor (Atasü Topçuoğlu, 2016:9).

Medyada göçle ilgili olarak; göç, yasadışı göç, iltica, mülteci/sığınmacı, göçmen kaçakçılığı, insan ticareti kavramlarının çoğu zaman yanlış kullanıldığı, birbirinin yerine ikame ettirildiği, hatta resmi belgelerde bile kavram ve ifadelerin özensiz ve dikkatsizce kullanıldığı gözlemlenmektedir. Örneğin, ABD İnsan Ticareti Raporu yerine, İnsan Kaçakçılığı Raporu; yasadışı konumda bulunan yabancılar için "mülteci", göçmen kaçakçılığı olaylarında "insan tacirleri", aynı haber içinde aynı olayla ilgili hem "göçmen kaçakçılığı hem de "insan ticareti", "kaçak mülteci" ifadeleri kullanılmıştır. 2008 yılına ait bir medya çalışmasında belli gazeteler üzerinden bazı kavram ve tanımların doğru kullanımına ilişkin analiz yapılmıştır. Analiz sonucunda doğru haber oranının %68, yanlış haber oranının %32 olduğu belirlenmiştir (Demir, Erdal, 2010: 45-46). Oysa bu tür kavramların seçimi ve kullanımında yürürlükteki mevzuat hükümlerine bakılması, terim, kavram ve ifadelerin seçiminde bu doğrultuda

tercih yapılması son derece önemlidir. Keza son dönemde göç olaylarındaki yoğunluk devletin göç politikalarına ivme kazandırmış ve bu alandaki bilimsel literatürün zenginleşmesine neden olmuştur.

“Göç Terimleri Sözlüğü”nde “Düzensiz Göç” maddesinde şöyle bir açıklama yapılmıştır: “*Gönderen, transit ve kabul eden ülkelerin düzenleyici normlarının dışında gerçekleşen hareketlilikler. Düzensiz göç konusunda açık veya genel kabul gören bir tanım yoktur. Hedef ülkeler açısından, göç düzenlemeleri uyarınca gerekli olan izin veya belgelere sahip olmadan bir ülkeye giriş yapmak veya bir ülkede kalmak veya çalışmak anlamına gelmektedir. Gönderen ülke açısından ise örneğin, bir kişinin geçerli pasaportu veya seyahat belgesi olmadan uluslararası sınırı geçmesi veya ülkeden ayrılmak için idari koşulları yerine getirmemesi gibi durumlarda düzensizlik söz konusudur. Ancak, ‘yasadışı göç’ terimini göçmen kaçakçılığı ve insan ticaretiyle kısıtlamak gibi bir eğilim söz konusudur.*” (Göç Terimleri Sözlüğü, yy.y.)

3. DÜZENSİZ GÖÇÜN TÜRKİYE ÜZERİNDE ETKİLERİ VE ALINAN ÖNLEMLER

Uluslararası göç hareketleri özellikle ulusal ve uluslararası politikada önemli yer işgal eden bir konu haline gelirken önemli siyasi, sosyo-politik ve kültürel sorunları da beraberinde getirmektedir. Gittikçe yoğun bir hale gelen göç süreçleri karşısında ülke yönetimleri birçok açıdan zorlanmakta olup göç hareketlerinin baskısı altında bazen geri çekilmek zorunda kalmaktadırlar. Keza olayları ve olguları sarfi nazar ederek, zamanında etkin ve çözücü adımların atılmaması göç süreçlerini kontrolsüz hale getirmekte, göç olgusunun gerek iç gerekse dış bir sorun olarak ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Çoğu zaman göç olgusunu manipüle eden, siyasi bir rant aracına dönüştüren, kamuoyu tepkilerini güdümü altında tutmaya çalışan oluşumlar (iktidar ve muhalefet olarak) bu olgunun insani yönünü aldırmadan siyasi amaçlar doğrultusunda suiistimal ederler.

Yukarıda değindiğimiz kavram karmaşasını daha somut halde ve Türkiye bağlamında ele almakta fayda vardır. Türkiye’de kamuoyunda çok tartışılan, kimi zaman siyasi polemiklerin odaklandığı konulardan biri de Suriyeli göçmenler meselesidir. Ülkesinden ayrılmış ve uluslararası korumaya ihtiyacı olan insanların sorunlarına çözüm aramak amacıyla kurulmuş Mülteciler ve Sığınmacılar Yardımlaşma ve Dayanışma Derneği’nin son verilerine göre Türkiye’deki kayıtlı Suriyeli sayısı 31 Ekim 2019 tarihi itibarıyla 3 milyon 680 bin 603 kişidir (Mülteciler Derneği, <https://multeciler.org.tr/turkiyedeki-suriyeli-sayisi/>). Yukarıda da bahsettiğimiz gibi göçle ilgili haber, analiz ve tartışmalarda göçmen, geçici koruma statüsü, düzenli veya düzensiz göç vs. kavram karmaşası gözlemlenmektedir. Halbuki Türkiye’nin izlediği politika ve bu konudaki mevzuat hükümleri doğrultusunda Suriyeliler farklı bir konumdadırlar. Daha önce “misafir” olarak kabul edilmiş Suriyelilere Ekim 2011’den itibaren “geçici koruma statüsü” verilmiştir (Bodur Ün, Paydak, 2017:188-189). Ayrıca, 30.03.2012 tarihinde İçişleri Bakanlığı tarafından “Türkiye’ye Toplu Sığınma Amacıyla Gelen Suriye Arap Cumhuriyeti Vatandaşlarının ve Suriye Arap Cumhuriyeti’nde İkamet Eden Vatansız Kişilerin Kabulüne ve Barındırılmasına İlişkin Yönerge” çıkarılarak yürürlüğe konulmuştur.

Ayrıca, düzensiz göç kavramı ve yasa dışı göç kavramlarını birbirinden ayırmak gerekir. Bu kavramlar her ne kadar birbirinin yerine kullanılsa da mahiyet itibarıyla birbirinden farklıdır. Sınırların yasa dışı yollarla geçişiyle ilgili “yasa dışı göç” kavramı kullanılmaktadır. Bu durum çoğunlukla çaresizlikten meydana gelirken, düzensiz göç kavramı bir suç unsurundan ziyade kayıt dışılığa işaret etmektedir (İçduygu, 2004: 384, Naklen, Bodur Ün, Paydak, 2017:190). Bir ülkede düzensiz şekilde bulunma; gizli giriş yapma ya da mecburi adresten kaçma ya da kişisel durumun değişmesi sebebiyle önceden kanuna uygun olan ikamet izninin yenilenmesi için artık uygun olmama gibi pek çok şekilde meydana gelebilir (Sığınma, Sınırlar ve Göç ile İlgili Avrupa Hukuku El Kitabı, 2015:62).

Türkiye’de uygulanan göç mevzuatı düzensiz göç kavramını “*bir ülkeye yasadışı giriş yapmak, bir ülkede yasadışı şekilde kalmak veya yasal yollarla girip yasal süresi içerisinde çıkmamak*” şeklinde tanımlamaktadır. *Düzensiz göç hedef, transit ve kaynak ülkeler açısından ayrı ayrı değerlendirilmesi gereken bir konudur. Düzensiz göç; hedef ülkeler için ülkelere yasadışı yollardan gelen veya yasal yollarla gelip yasal çıkış süreleri içerisinde çıkmayan kişileri kapsarken; kaynak ülke için ülkesini terk ederken gerekli prosedürlere uymayarak ülke sınırlarını geçen kişileri içerir. Transit ülkeler içinse;*

kaynak ülkelerden hedef ülkeye ulaşmak için yasal ya da yasal olmayan yollarla ülkeye girip bu ülkeyi bir geçiş ülkesi olarak kullanarak ülke sınırını terk eden kişilerdir (T.C. İçişleri Bakanlığı Göç İdaresi Genel Müdürlüğü, <https://www.goc.gov.tr/duzensiz-goc-hakkinda#>)

Dış göç hareketlerinin gelişim serüvenine baktığımızda zamanla Türkiye'nin merkezi ülke konumuna gelerek kaynak, hedef ve transit bir ülke haline geldiğini görebiliriz. 1970'li yıllara kadar Türkiye ağırlıklı olarak Avrupa'ya göç veren, Soğuk Savaş sonrası dönemde ise göç alan, hatta 2018'den itibaren en büyük mülteci nüfusuna sahip olan bir ülke haline gelmiştir (Songur, Demirtaş, 2018:155; Aygül, 2018:69). Soğuk Savaş sonrası Türkiye'ye yaşanan göçlerin yoğun hale gelmesinin nedeni İran, Orta Doğu ve Afganistan'da yaşanan gelişmeler, ayrıca sosyalist sistemin dağılmasına bağlı olarak uluslararası sistemde yaşanan dönüşümlerdir. Bu gelişmeler Türkiye'yi düzensiz göç hareketleri için önemli bir varış noktası durumuna getirmiştir. Ayrıca küreselleşme süreci de Türkiye'yi "göç alan bir ülke" konumuna gelmesinde etkili olmuştur. Bu göç olgusu Türkiye'de sığınmacı, mülteci, kaçak göçmen, transit göçmen, bazen de düzenli (yasal) göçmen statüsünde olan kişileri bir araya getiren karmaşık bir göç rejiminin oluşmasına neden olmuştur (İçduygu, Erder, Gençkaya, 2014: 230).

Türkiye'nin ilgili kurumlarının açıkladığı istatistikler; düzensiz göçün önemli bir sorun olduğunu gözler önüne sermektedir. Ülkemizde düzensiz göçün 1990'lı yılların ortalarından 2000'li yılların başlarına kadar hızla artış gösterdiği gözlemlenmiştir. 1995 yılında 11 000, 1994 yılında 47 000, 2000 yılında ise 94 000 düzensiz göçmen yakalanmıştır. 2001 yılından itibaren bu sayıda bir düşüş yaşanmıştır (İçduygu, Erder, Gençkaya, 2014: 235). 2005-2016 döneminde ülkemizde yakalanan düzensiz göçmen sayısı 900 bine yakındır (Türkiye'de Düzensiz Göç, http://www.mfa.gov.tr/turkiye_de-duzensiz-goc.tr.mfa).

Literatürde düzensiz göç; mekik veya yasadışı emek göçü, geçiş göçü, sığınmacı ve mülteciler gibi kategorilere ayrılmaktadır. Mekik veya yasadışı emek göçü kategorisine genelde Moldova, Ukrayna, Rusya, Gürcistan, Romanya gibi ülkelerden gelenlerin ait oldukları, ev işleri, fuhuş, eğlence, tekstil, inşaat ve turizm gibi alanlarda geçici olarak istihdam edildikleri görülmektedir. Geçiş göçü kategorisine genel olarak İran, Irak, Pakistan, Bangladeş ve bazı Afrika ülkelerinden gelen ve Türkiye'yi transit ülke olarak seçen göçmenler aittir. Sığınmacılar ve mülteciler kategorisine genel olarak Asya, Avrupa ve Afrika kıtaları arasında bir geçit bölgesi oluşturan Türkiye'yi durak noktası olarak kullanan göçmenler aittir. Bu tür düzensiz göçmenler özellikle 1980'lerden bu yana yoğunluk göstermekte olup büyük çoğunluğu Asya ya da Afrika kökenlidirler (İçduygu, Erder, Gençkaya, 2014: 236).

Sosyo-politik, ekonomik ve güvenlikle ilgili etkiler göçün yönetilmesi alanında politikalar geliştirilmesini zorunlu kılar. Dönemsel olarak göçlerdeki artışa bağlı olarak bazı ülkeler göçle ilgili politikalarını veya buna ilişkin tedbirlerini gözden geçirir veya yeni düzenlemeler yapar (Aktel, Kaygısız, 2018:591-592).

Genel olarak göç alan devletlerin izledikleri göç politikaları göçmenlerin ülkeye girişi, yerleşmesi, çalışması ve ülkeden çıkışına kadar devam eden tüm aşamalarındaki eylem ya da eylemsizliklerini şekillendirir. Göç politikalarının kapsamını tanımlamak son derece güçtür. Nitekim bu tanımlamayı zorlaştıran en önemli etkenlerden biri göçle doğrudan ilgili olmayan ancak göç unsuru üzerinde ekonomik, sosyal ve siyasal birçok etkisi bulunan çeşitli kamu politikalarının varlığıdır. Göç politikalarının bu denli kapsamlı ve girift nitelikte olması göç olgusunun diğer kamu politikalarından ayrı düşünülememesini zorunlu kılar. Bu bağlamda göç salt bir dış politika aracı olmaktan çıkarak iç politika aracına dönüşmüştür. Bunun en önemli göstergelerinden biri de Türkiye'de göç yönetiminden sorumlu kurum olarak İç İşleri Bakanlığı'na bağlı olarak Göç İdaresi Genel Müdürlüğü teşkilatlanmasıdır (Örselli, Babanaoğlu, 2016: 2065-2066). Bu idare Yabancılar ve Uluslararası Koruma Kanunu çerçevesinde kurulmuş, 11 Nisan 2014 tarihinde faaliyete geçmiştir. Göç İdaresi Genel Müdürlüğü'nün amacı kanunun 103. maddesinde "göç alanına ilişkin politika ve stratejileri uygulamak, bu konularla ilgili kurum ve kuruluşlar arasında koordinasyonu sağlamak, yabancıların Türkiye'ye giriş ve Türkiye'de kalışları, Türkiye'den çıkışları ve sınır dışı edilmeleri, uluslararası koruma, geçici koruma ve insan ticareti mağdurlarının korunmasıyla ilgili iş ve işlemleri yürütmek"

olarak belirlenmiştir. Bu kurumun görevlerinden birisi de düzensiz göçle ilgili gelişmeleri izlemek, bu gelişmeler çerçevesinde gerekli tedbirleri almak ve uygulamaktır. Düzensiz göçle mücadelenin etkinliğini artırmak amacıyla 15.07.2018 tarihinde yayımlanan 4 sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi ile Göç İdaresi Genel Müdürlüğü bünyesinde Düzensiz Göçle Mücadele Dairesi kurulmuştur. Dairenin görev alanı düzensiz göçle ilgili iş ve işlemleri yürütmek, düzensiz göçle mücadele doğrultusunda kolluk birimleri ve ilgili kamu kurum ve kuruluşlar arasında koordinasyonu sağlamak, tedbirler geliştirmek, alınan tedbirlerin uygulanmasını takip etmek, Türkiye'nin taraf olduğu geri kabul anlaşmalarına ilişkin hükümleri yürütmek, ayrıca Genel Müdür tarafından verilen diğer görevleri yapmaktır (Türkiye'nin Düzensiz Göçle Mücadelesi, <https://www.goc.gov.tr/turkiyenin-duzensiz-gocle-mucadelesi>).

Türkiye'nin düzensiz göçle mücadele stratejisinin bir gereği olarak uluslararası iş birliği alanında önemli çalışmalar yapılmaktadır. Bunlardan birisi de değişik ülkelerle geri kabul anlaşmalarının imzalanmasıdır. Hâlihazırda 2001 yılından bu yana bu tür anlaşmalar Türkiye Cumhuriyeti ile Suriye, Yunanistan, Kırgızistan, Romanya, Ukrayna, Rusya, Moldova, Belarus ve Avrupa Birliği arasında imzalanmıştır. Avrupa Birliği ile Geri Kabul Anlaşması ve Vize Muafiyeti Yol Haritası eş zamanlı olarak 16 Aralık 2013 tarihinde Ankara'da imzalanarak 25 Haziran 2014 tarihinde TBMM tarafından onaylanmıştır. Anlaşmanın onaylanmasının uygun bulunmasına dair 6547 sayılı kanun 28 Haziran 2014 tarihinde 29044 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanmıştır. Türkiye, "Sınıraşan Örgütlü Suçlara Karşı Birleşmiş Milletler Sözleşmesi" ile bu Sözleşme'ye ek protokolleri Aralık 2000 tarihinde imzalamış ve Mart 2003'te taraf olmuştur.

Türkiye ayrıca göçle ilgili ulusal mevzuatın geliştirilmesi yönünde de önemli adımlar atmıştır. Türk Ceza Kanunu'nda göçmen kaçakçılığı ve insan ticareti suç olarak tanımlanmış, bu suçları işleyenlere 3 yıldan 8 yıla kadar hapis ve on bin güne kadar adli para cezası getirilmiştir (Türkiye'de Düzensiz Göç, http://www.mfa.gov.tr/turkiye_de-duzensiz-goc.tr.mfa). 11 Nisan 2013 tarihli ve 28615 Sayılı Yabancılar ve Uluslararası Koruma Kanunu düzensiz göç karşı mücadele konusunda birçok hüküm içermektedir.

Vurgulanması gereken bir başka önemli husus da Türkiye'de son yıllarda göç konusunda bilimsel yayınlarda ciddi bir artışın gözlemlenmesidir. Bunun yanı sıra Türkiye göçle ilgili çok sayıda etkinliğe ev sahipliği yaparken, ulusal ve uluslararası bilimsel kongre ve sempozyumların sürekli bir hale gelmesidir. Yine ulusal ve uluslararası fonların desteği ile yürütülen çok sayıda proje ve saha çalışması yapılmaktadır. Tüm bunlar gerek bilimsel literatüre gerekse alanla ilgili sorunların tespiti ve çözümüne önemli katkı sağlamaktadır.

4. SONUÇ

Göç olgusu tarih boyunca yaşanmış, farklı şekillerde ortaya çıkmış, dönemin sosyo-politik, ekonomik, kültürel koşullarına bağlı olarak, ayrıca uluslararası alanda yaşanan gelişmeler doğrultusunda değişik şekillerde tezahür etmiştir. Farklı şekillerde ve ortamlarda meydana gelen göç olgusu günümüzde değişik kategori ve türlere ayrılmaktadır. Bunun yanı sıra son derece girift yapıya sahip göç olgusuyla ilgili bir kavram karmaşasının yaşandığına da dikkat çekmek gerekir. Özellikle medya ve günlük politik-sosyal söylemlerde bu karmaşıklık daha bariz şekilde kendini göstermektedir.

Türkiye gerek hedef gerekse transit bir ülke olması itibarıyla düzensiz göçten kaynaklanan birçok ekonomik, sosyal ve hatta kültürel sorunlarla uğraşmak zorundadır. 1970'lerden itibaren Türkiye bağlamında belirgin hale gelen düzensiz göç olgusu özellikle 2011 yılında Orta Doğu'da meydana gelen "Arap Baharı" ile yeni ivme kazanmıştır. Nitekim bu süreçte bölgedeki iç savaş ortamından kaçmak için yerli halk Türkiye'yi hedef veya transit ülke olarak seçmiştir.

Göçle ilgili birçok kavramın literatürde sorgulanmadan kullanıldığı görülmektedir. Ayrıca medyada bu kavramların çoğu zaman yanlış kullanıldığı ve bir kavram karmaşasının yaşandığını da vurgulamak gerekir. Günümüzde Türkiye merkezi ülke konumunda olup hem göç alan hem de göç veren transit bir ülke haline gelmiştir. Özellikle Türkiye'nin ilgili kurumlarının açıkladığı istatistikler; düzensiz

göçün önemli bir sorun olduğunu gözler önüne sermektedir. Ülkedeki düzensiz göçmen sayısı doğal olarak tespit edilen rakamların birkaç katı kadardır.

Türkiye'nin düzensiz göçle mücadele stratejisi gereği ulusal mevzuatın geliştirildiğini ve kurumsal önlemlerin alındığını söyleyebiliriz. Ayrıca bu doğrultuda uluslararası iş birliği alanında önemli çalışmalar yapılmaktadır. Bunlardan biri de değişik ülkelerle geri kabul anlaşmalarının imzalanmasıdır. Ayrıca Türkiye'de son yıllarda göç konusunda yapılan araştırmaların artması bu alandaki bilimsel literatüre önemli katkı sağlamıştır.

KAYNAKLAR

- AKTEL Mehmet, KAYGISIZ Ümmühan, Türkiye'de Göç Yönetimi, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt:23, Sayı:2, Yıl 2018, s. 579-604.
- ATASÜ TOPÇUOĞLU Reyhan (2016), Göç Yazınındaki Düzenli/Düzensiz Göç Kavramları: İnsan Hakları Temelinde Bir Kavramsal Sorgulama, *İnsan Hakları Yıllığı*, Cilt 34, s. 1-20.
- AYGÜL Hasan Hüseyin (2018), Mülteci Emeginin Türkiye İşgücü Piyasalarındaki Görünümü ve Etkileri, *SDÜ Vizyoner Dergisi*. 9 (20), s. 68-82.
- BODUR ÜN Marella, PAYDAK Anış (2017), Küreselleşen Dünyada Düzensiz Göç ve Türkiye: Adana İli Yabancılar Misafirhanesi Çalışması, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 17, Sayı/No: 3, s.187-204.
- DEMİR Oğuzhan Ömer, ERDAL Hakan (2010), Yasadışı Göç İle İlgili Kavramların Doğru Anlaşılabilmesi Sorunu ve Yazılı Basında Çıkan Haberler Üzerine Bir İnceleme, *Polis Bilimleri Dergisi*, Cilt:12 (1), s. 29-54.
- Düzensiz Göç Hakkında, T.C. İçişleri Bakanlığı Göç İdaresi Genel Müdürlüğü, 25 Ekim 2019 tarihinde Göç İdaresi Genel Müdürlüğü <https://www.goc.gov.tr/duzensiz-goc-hakkinda#> adresinden alındı.
- Göç Terimleri Sözlüğü* (yy.y) (Editörler: Richard Perruchoud ile Jillyanne Redpath - Cross), İkinci Baskı, Uluslar arası Göç Hukuku, No: 31, Uluslararası Göç Örgütü, 25 Ekim 2019 tarihinde Uluslar arası Göç Örgütü https://publications.iom.int/system/files/pdf/iml31_turkish_2ndedition.pdf adresinden alındı.
- İÇDUYGU Ahmet (2004). Türkiye'de Kaçak Göç, İstanbul: İstanbul Ticaret Odası.
- İÇDUYGU Ahmet, ERDER Sema, GENÇKAYA Ömer Faruk (2014), *Türkiye'nin Uluslararası Göç Politikaları, 1923-2023: Ulus-Devlet Oluşumundan Ulus-Ötesi Dönüşümlere*, İstanbul: Koç Üniversitesi Göç Araştırmaları Merkezi.
- İÇDUYGU, Ahmet (2004), *Türkiye'de Kaçak Göç*, İstanbul: Ticaret Odası.
- ÖRSELLİ, Erhan, BABANAOĞLU, Veysel, Türkiye'nin Göç Yönetimi ve Göç Politikalarının Gelişimi: Bir Kamu Politikası Analizi, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt: 9 Sayı: 43, Nisan 2016, s. 2063-2072.
- Sığınma, Sınırlar ve Göç ile İlgili Avrupa Hukuku El Kitabı (2015), 2014 baskısı, Lüksemburg: Avrupa Birliği Resmî Yayınlar Ofisi.
- SONGUR Ahmet, DEMİRTAŞ İbrahim (2018), Mültecilere Yönelik İnsani yardımlar: Türkiye Boyutu, 21. Yüzyılda Uluslararası Göç ve Mülteciler. Bir Türkiye Perspektifi (Editörler: Hasan Hüseyin Aygül, Erdal Eke), Ankara: Nobel Yayınları, s.149-177.
- Türkiye'de Düzensiz Göç, 25 Ekim 2019 tarihinde T.C. Dışişleri Bakanlığı http://www.mfa.gov.tr/turkiye_de-duzensiz-goc.tr.mfa adresinden alındı.
- Türkiye'de Düzensiz Göç, 25 Ekim 2019 tarihinde T.C. Dışişleri Bakanlığı http://www.mfa.gov.tr/turkiye_de-duzensiz-goc.tr.mfa adresinden alındı.
- Türkiye'deki Suriyeli Sayısı, Mülteciler Derneği, 25 Ekim 2019 tarihinde <https://multeciler.org.tr/turkiyedeki-suriyeli-sayisi/>
- Türkiye'nin Düzensiz Göçle Mücadelesi, 25 Ekim 2019 tarihinde Göç İdaresi Genel Müdürlüğü <https://www.goc.gov.tr/turkiyenin-duzensiz-gocle-mucadelesi> adresinden alındı.

İŞLE BÜTÜNLEŞMENİN İŞTEN AYRILMA NİYETİNE ETKİSİNİN İNCELENMESİ

Dr. Öğr. Üyesi Emre Oruç

Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Gölpazarı MYO, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü
emre.oruc@bilecik.edu.tr

Özet

Bu çalışmanın amacı, işle bütünleşmenin işten ayrılma niyetine etkisinin olup olmadığını belirlemektir. Bu amaçla çalışma özel sektörde çalışan ve farklı kademelerde görev yapan toplam 293 personel üzerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın verileri Schaufeli ve diğerleri (2006: 66) tarafından geliştirilen Özkalp ve Meydan (2015: 4) tarafından Türkçeye uyarlanan İşle Bütünleşme Ölçeği ve Camman ve diğerleri (1979) tarafından geliştirilen ve bu çalışmada Türkçeye uyarlanan İşten Ayrılma Niyeti Ölçeği ile toplanmıştır. Araştırmada değişkenler arası ilişkiler korelasyon analizi ile etkiler ise regresyon analizleri ile belirlenmiştir. Elde edilen bulgulara göre işle bütünleşmenin işten ayrılma niyetini negatif yönde ve istatistiki açıdan anlamlı bir şekilde yordadığı sonucuna ulaşılmıştır. Buradan konu ile ilgili araştırmacılara ve uygulayıcılara yönelik önerilerde bulunulmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: İşle bütünleşme, işten ayrılma niyeti, özel sektör çalışanları

INVESTIGATION OF THE EFFECTS OF WORK ENGAGEMENT ON TURNOVER INTENTIONS

Abstract

The aim of this study is to determine whether work engagement has an effect on turnover intentions. For this purpose, the study was conducted on 293 staff working in different levels in the private sector. The data of the research were collected by Work Engagement Scale, which was developed by Özkalp and Meydan (2015: 4) and Turnover Intentions Scale developed by Camau et al. (1979). The relationships between variables were determined by correlation analysis and the effects were determined by regression analysis. According to the findings, it is concluded that job integration predicts the intention to leave negatively and statistically. From this point, suggestions were made to the researchers and practitioners.

Keywords: Work Engagement, Turnover Intentions, Private Sector

1. GİRİŞ

Günümüz örgütlerinde aşırı iş yükü, yorgunluk, stres, iş-aile çatışması gibi nedenlerle çalışanları elde tutmak giderek zorlaşmaktadır. İşten ayrılma niyeti, örgütlerde sürdürülebilir rekabet üstünlüğünün sağlanmasında önemli rol oynadığından araştırmalara sıklıkla konu olan bir değişken olarak karşımıza çıkmaktadır. Türkiye İnsan Yönetimi Derneğinin (PERYÖN) 2018 yılında farklı sektörlerden farklı büyüklükteki işletmelerin katılımıyla yapmış olduğu araştırmada işgücü devir oranının %24,45 olarak gerçekleştiği görülmektedir. Bunun anlamı Türkiye’de her yüz çalışandan 25’i çeşitli nedenlerle işten ayrılmaktadır. Diğer bir anlamı da işletmelerde 4 yılda bir bütün çalışanlar yenilenmektedir. Bu durum işletmelerde yetenekli çalışanların kaybına, işe alım ve eğitim maliyetlerinin artmasına, örgütsel verimliliğin düşmesine dolayısıyla da güçlü bir örgüt kültürünün sağlanamamasına neden olmaktadır (Kadiresan, Selamat, Selladurai, Ramendran ve Mohamed, 2015; Matz, Woo ve Kim, 2014).

Diğer yandan son yıllarda psikoloji bilimindeki gelişmelerle birlikte örgütlerde pozitif psikolojiden hareketle pozitif örgütsel davranış akımı ortaya çıkmıştır. (Luthans, Youssef ve Avolio, 2006; Luthans ve Jensen, 2002; Seligman ve Csikszentmihalyi, 2000). Örgütsel davranışın odak noktasında değişimi temsil eden bu akım çalışanların olumlu niteliklerini geliştirmenin örgütte yaşanan problemlerin çözümünde etkili bir yol olduğunu savunmaktadır (Turner, Barling ve Zacharatos’un, 2002). Bu akımı temsil eden kavramlardan biri de çalışanın işle bütünleşmesidir. İşle bütünleşme çalışanın kendisini işiyle bilişsel, duyuşsal ve davranışsal olarak entegre etmesini ifade etmektedir (Kahn, 1990). Bu

anlamda işle bütünleşme çalışanın işini sevmesi, sahiplenmesi, işine kenetlenmesi ve şevkle çalışmasıdır. Bu açıklamalardan hareketle örgütler için önemli sorun olan işten ayrılmaların çözümünde pozitif bakış açısının ve çalışanların işle bütünleşme gibi olumlu özelliklerin geliştirilmesinin etkili bir yol olacağı varsayılabilir. Bu durum her ne kadar literatürde kuramsal olarak ifade edilse de ampirik olarak kanıtlanmaya ihtiyacı vardır. Dolayısıyla araştırmanın hipotezi “işle bütünleşme işten ayrılma niyetini anlamlı bir şekilde negatif yönde etkilemektedir” olarak belirlenmiştir. Bu nedenle çalışmada işle bütünleşmenin işten ayrılma niyetine etkisi ampirik olarak test edilerek literatüre katkı sağlamaya çalışılmıştır.

1.1. Literatür incelemesi

Literatür incelendiğinde işle bütünleşme kavramının temellerinin Goffman’ın (1959) çalışmalarına dayandığı görülmektedir. Daha sonra İşle bütünleşme kavramı Kahn’ın (1990) yaptığı çalışmayla iş rolleri ve kişilik bütünleşmesi üzerinden tekrar açıklanmaya çalışılmıştır. Kahn’a (1990) göre işle bütünleşme çalışanların kendilerini iş rolleri ile bilişsel, duyuşsal ve davranışsal olarak bütünleştirmesi olarak tanımlanmıştır. Schaufeli ve diğ. (2002) ise işle bütünleşmeyi dinçlik, adanma ve yoğunlaşma ile nitelendirilen işle ilgili bir zihinsel durum olarak ifade etmektedirler. Dinçlik çalışanın işine karşı yüksek enerji seviyesini; adanmışlık, yüksek düzeyde bağlılığını; yoğunlaşma ise, yüksek düzeyde konsantre olmasını ifade etmektedir. Dolayısıyla İşle bütünleşen çalışanlar enerjiktir, işlerine pozitif olarak bakarlar ve işlerini etkin bir şekilde yaptıklarını hissederler. Çalışanlar işine ve çalıştığı örgüte duygusal olarak yakın oldukları için işini sahiplenir, işine kenetlenir ve bu doğrultuda işini yerine getirirken şevkle çalışmaktadırlar (Ardıç, Özsoy ve Uslu, 2016). Maslach ve Leiter (1997) işle bütünleşmeyi, tükenmişliğin tersi olarak tanımlayarak tükenmişlik ölçeğinden düşük puan alanların işle bütünleşme düzeylerinin yüksek olacağını ifade etmiştir. İşle bütünleşmenin bireysel ve örgütsel olarak birçok sonucu bulunmaktadır. Literatürde yapılan çalışmalar işle bütünleşmenin çalışanların psikolojik sermayelerini, iş tatminlerini, örgütsel bağlılıklarını ve performanslarını arttırdığı sonucuna ulaşmıştır (Bakker, Albrecht ve Leiter, 2011; Bakker, Schaufeli, Leiter ve Taris, 2008; Hakanen, Schaufeli ve Ahola, 2008; Maslach, Schaufeli ve Leiter, 2001). Diğer yandan Ardıç ve Polatçı (2009) çalışmasında örgütte işle bütünleşme stratejilerinin uygulanmasının tükenmişlikle başa çıkmada önemli bir faktör olduğu sonucuna ulaşmıştır. Aynı şekilde tükenmişlikte olduğu gibi diğer bir olumsuz değişken olan işten ayrılma niyetinin azaltılmasında da önemli bir rol oynayacağı teorik olarak Sohrabizadeh ve Sayfour (2014) tarafından ifade edilmektedir.

Çalışmanın diğer değişkeni olan ve genel olarak çalışanın kurumundan ayrılma isteği ve eğilimi olarak tanımlanan işten ayrılma niyeti ise literatürde araştırmalara geniş çapta konu olan bir değişkendir. İşten ayrılma niyeti çalışanın, çalıştığı örgütten bilinçli, gönüllü ve kararlı bir biçimde geliştirdiği ayrılma düşüncesi şeklinde ifade edilebilir (Hom, Griffeth ve Sellar, 1984; Mowday, Porter ve Steers, 2013; Tett ve Meyer, 1993). Literatürde işten ayrılmayı etkileyen ana faktörlerin örgütsel bağlılık ve iş tatmini olduğu görülmektedir (Mowday, Porter ve Steers, 1982). İşten ayrılma niyetinin ana sonucu ise işten ayrılmayla gerçekleşen işgücü devir oranının yükselmesidir.

Literatürde işle bütünleşmenin işten ayrılma niyetiyle ilişkisini inceleyen sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Buna göre Koyuncu, Fiksenbaum ve Burke (2006) yaptıkları çalışmada işle bütünleşmenin iş tatmini ve işten ayrılma niyeti gibi değişik iş çıktılarının tahmincisi olabileceğini ifade etmişlerdir. Hamidun (2019) yapmış olduğu çalışmada ise iş stresi, iş katılımı, iş tatmini ve örgütsel bağlılığın işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisinde en önemli açıklayıcının iş stresi olduğu sonucuna varmıştır. Bu çalışmalardan hareketle literatürde bu ilişkilerin ampirik olarak test edilmeye halen ihtiyacı olduğu görülmektedir.

2. MATERYAL VE METOD

Araştırmanın hipotezlerini test etmek için nicel araştırma yöntemlerinden yararlanılmıştır. Veriler literatürde güvenilirliği ve geçerliliği test edilmiş standardize ölçeklerden oluşan form vasıtasıyla toplanmıştır. İşle bütünleşmeyi ölçmek için Schaufeli ve diğerleri (2006: 66) tarafından geliştirilen daha önce Özkalp ve Meydan (2015: 4) tarafından Türkçeye uyarlanan yine bu çalışmada da uyarlaması tekrar yapılan “İşle Bütünleşme Ölçeği” ve işten ayrılma niyetini ölçmek için Camman ve

diğerleri (1979) tarafından geliştirilen ve bu çalışmada Türkçeye uyarlanan “İşten Ayrılma Niyeti Ölçeği” kullanılmıştır.

İşle Bütünleşme Ölçeği 9 maddeli, tek boyutlu ve 5’li likert tipindedir. Ölçeğin orijinali 3 boyutlu kavramsal bir yapıya sahip olmasına rağmen Schaufeli ve diğerleri (2006) eğer alt boyutlar bazında bir araştırma sorusu söz konusu olmadığında ölçeğin tek boyutlu olarak analizlere dâhil edilmesini önermektedirler. İşle bütünleşmenin işten ayrılma niyetiyle ilişkisinde alt boyutlar bazında kavramsal olarak böyle bir alt problem söz konusu olmadığından ölçek tek boyutlu olarak analizlere dâhil edilmiştir. Ölçeğe ilişkin hesaplanan Cronbach’s Alpha iç tutarlılık katsayısı 0.847 olarak belirlenmiştir. Ölçeğin geçerliliğini belirlemek üzere ise doğrulayıcı faktör analizinden yararlanılmıştır [CMIN/DF (3,80), GFI=0.92, RMSEA=0.98, CFI=0.92, AGFI=0.87, NFI=0.90]. Bu değerlere bakılarak ölçeğin güvenilir ve geçerli bir ölçek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

İşten Ayrılma Niyeti Ölçeği ise 3 maddeli tek boyutlu ve 5’li likert tipi bir tasarıma sahiptir. Ölçeğin Türkçe çevirisi bu çalışmadaki yazar ve iki Türk dili uzmanı tarafından yapılarak dil ve anlam geçerliliği sağlanmıştır. Sonrasında ölçekler tekrar İngilizceye çevrilerek Türkçe-İngilizce uyumuna bakılmıştır. Ölçeğin Cronbach’s Alpha iç tutarlılık katsayısı değeri 0,781 olarak belirlenmiştir. Ölçeğe ait doğrulayıcı faktör analizi sonuçları ise [CMIN/DF (3,64), GFI=0.86, RMSEA=0.27, CFI=0.79, AGFI=0.72, NFI=0.78] olarak belirlenmiştir. Buna göre ölçeğin güvenilir ve geçerli bir ölçek olduğu ifade edilebilir.

Katılımcıların demografik bilgilerini belirlemek üzere ise cinsiyet, yaş, medeni durum, kıdem ve eğitim durumu gibi özelliklerine ait sorular yöneltilmiştir. Araştırma 2019 yılı Ekim ayında gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın evrenini özel sektörde çalışan beyaz yakalıları oluşturmaktadır. Kolayda örnekleme tekniğiyle araştırmaya konu olan örneklemden gönüllülük esasına dayalı olarak yüz-yüze gerçekleştirilen görüşmelerle toplamda 300 form elde edilmiştir. Bunların 7 tanesinin uygun doldurulmadığı tespit edildiğinden araştırmaya 293 form dâhil edilerek analizler gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya katılan çalışanların demografik değişkenlerine ilişkin frekans analizi bulguları Tablo 1’de gösterilmektedir.

Tablo 1. Tablo Başlığı Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Frekans ve Yüzde Dağılımları

Değişkenler	Kategori	Frekans	%
Cinsiyet	Kadın	86	29,4
	Erkek	207	70,6
Medeni durum	Evli	189	64,5
	Bekâr	104	35,5
Eğitim Düzeyi	Lise	30	10,2
	Ön Lisans	59	20,1
	Lisans	171	58,4
	Yüksek Lisans	33	11,3
Yaş	20-30 yaş	20	6,8
	31-40 yaş	140	47,8
	41 ve üzeri	133	45,4
Kıdem	0-5 yıl	171	58,4
	6-10 yıl	93	31,7
	11-15 yıl	13	4,4
	16 ve üzeri	16	5,5
Toplam		293	100

Tablo 1’de Katılımcıların 70,6’sı erkek, % 64,5’i evli, %58,4’ü lisans mezunu, %47,8’i 31-40 yaş arasında ve %58,4’ü ise 0-5 yıl deneyime sahiptir. Buna göre katılımcıların çoğunluğunun demografik olarak erkek, evli, lisans mezunu ve 31-40 yaş arasında olduğu görülmektedir.

Veri analizinde öncelikle verilerin normal dağılım gösterip göstermediğini belirlemek üzere skewness (-782) kurtosis (+172) değerlerine bakılmıştır. Bu değerler -1 ve +1 değerleri arasında olduğundan

verilerin normal dağılım sergilediği ve araştırma verilerinin analizinde parametrik testlerin kullanılabileceğine karar verilmiştir (Tabachnick ve Fidell, 2013).

3. BULGULAR

Bu bölümde sırasıyla tanımlayıcı istatistikler, korelasyon ve regresyon analizi bulgularına yer verilecektir. İlk olarak işle bütünleşme ile işten ayrılma niyeti ölçeklerinin toplam skorlarının ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 2’de gösterilmektedir.

Tablo 2. İşle Bütünleşme ve İşten Ayrılma Niyeti Ortalama Ve Standart Sapma Değerleri

Boyutlar	Ortalama	Standart Sapma
İşle bütünleşme	4,2030	0,51810
İşten ayrılma niyeti	4,2309	0,73517

Tablo 2 incelendiğinde katılımcıların 5’li likert tipinde olan işle bütünleşme ölçeğinin toplam puanının ortalamasının üzerinde yüksek bir değer aldığı (4, 2030) görülmektedir. Buna göre katılımcıların işle bütünleşme seviyeleri çok yüksektir. Diğer yandan İşten ayrılma niyetlerine ilişkin skor ise maddeler ters çevrildikten sonra hesaplanan ortalama puanı ifade etmektedir (4,2309). Bunun anlamı katılımcıların işten ayrılma niyetlerinin çok düşük seviyede olduğudur.

Araştırma kapsamında yer alan değişkenler arasındaki ilişkiyi incelemek için Pearson Korelasyon analizinden yararlanılmıştır. Bu kapsamda işle bütünleşme ve işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Bulgular Tablo 3’te gösterilmiştir.

Tablo 3. Değişkenler Arasındaki İlişkiyi incelemeye yönelik Pearson Korelasyon analizi bulguları

Değişkenler	1	2
1. İşle bütünleşme	-	,411**
2. İşten ayrılma niyeti	,411**	-

**Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlıdır (2-tailed).

Tablo 3’te görüldüğü üzere işle bütünleşme ile işten ayrılma niyeti arasında istatistiki açıdan anlamlı, negatif yönde (maddeler ters kodlandığı için katsayı pozitifdir) ve orta kuvvette ilişki elde edilmiştir. Bu bulgular işle bütünleşme arttıkça işten ayrılma niyetinin orta kuvvete ve negatif yönde azalacağını göstermektedir.

İşle bütünleşmenin işten ayrılma niyetine etkisi tekli regresyon analizi ile incelenmiştir. Bulgular Tablo 4’te gösterilmektedir.

Tablo 4. Değişkenler Arasındaki etkiyi incelemeye yönelik Regresyon Analizi Bulguları

Bağımsız Değişken	R	R ²	Düzeltilmiş R ²	Beta	t	P
İşle Bütünleşme	,411	,169	,166	,411	7,693	,000

Bağımlı değişken: İşten Ayrılma Niyeti

İşle bütünleşmenin işten ayrılma niyetine etkisini incelemeye yönelik regresyon analizi bulguları Tablo 4’te gösterilmektedir. Buna göre işle bütünleşme işten ayrılma niyetini orta kuvvete (Beta= 0,411), negatif yönde (Maddeler ters kodlandığından beta değeri pozitifdir) ve istatistiki açıdan anlamlı (p=0,000) bir şekilde etkilemektedir. R2 değeri (0,169) göstermektedir ki, işle bütünleşmedeki her bir değişim işten ayrılma niyetindeki her bir değişimin % 16,9’unu açıklamaktadır.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

İşle bütünleşmenin işten ayrılma niyetine etkisinin araştırıldığı bu çalışmada özel sektörde çalışan beyaz yakalılar üzerinde bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın sonuçlarına göre katılımcıların işle bütünleşme seviyelerinin yüksek, işten ayrılma niyetlerinin ise çok düşük olduğu görülmektedir. Bununla birlikte işle bütünleşmenin işten ayrılma niyetini negatif yönde anlamlı bir şekilde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Literatürde benzer şekilde Durmaz (2019) uçuş personeli üzerinde yapmış olduğu çalışmada işle bütünleşmenin işten ayrılmanın yordayıcısı olduğu sonucuna ulaşmıştır. Aynı

şekilde Sinthya, Dharmanegara ve Yasa, 2019 yaptıkları çalışmada iş aile çatışması, yorgunluk ve işle bütünleşmenin işten ayrılma niyeti üzerine etkisini inceledikleri çalışmada işle bütünleşmenin işten ayrılma niyeti üzerinde etkisinin olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Schaufeli ve Bakker (2004) ise işyerinde sosyal destek, süpervizör koçluğu, olumlu geri bildirimin işten ayrılma niyetine etkisinde katılımın aracılık rolü olduğunu ifade etmektedir.

İşten ayrılma niyetinin ortaya çıkmasında hem örgütsel hem de bireysel faktörlerin etkili olduğu ifade edilebilir. Çalışmanın sonuçları diğer çalışmalardan farklı olarak örgütlerde işten ayrılma niyetinin azaltılmasında işle bütünleşmeyi odak noktası olarak pozitif bir yaklaşıma vurgu yapması açısından önem taşımaktadır. Örgütsel verimliliği artırmak, çalışan kalitesini yükseltmek ve işten ayrılma niyetini azaltmak için çalışanların işle bütünleşmesini sağlayan stratejiler geliştirmek gerekmektedir.

Bu çalışmanın sonuçlarından hareketle literatüre ve uygulayıcılara bazı önerilerde bulunulabilir. Öncelikle örgütlere patojenik bir bakış açısıyla yaklaşmak yerine Salutogenik bir bakış açısıyla yaklaşarak çalışan potansiyelinin daha da geliştirilmesi için nasıl bir örgüt yapısı, örgüt kültürü ve yönetim anlayışı gereklidir sorularına cevap aramak gerekmektedir. Bununla birlikte örgütlerde hangi çalışanlar demografik özellikleri ve kişilik özellikleri bakımından işle daha fazla bütünleşmektedirler? Yine bu değişkenlerin farklı örneklerle farklı sektörlerde araştırılmasında ve ampirik olarak test edilmesinde fayda görüldüğü ifade edilebilir. Ayrıca konunun derinlemesine incelenmesi bakımından nitel veya karma yöntemler kullanılarak başka araştırmalar yapılarak literatüre katkı sağlanabilir.

KAYNAKLAR

- ARDIÇ, K., USLU O. VE ÖZSOY E. (2016), *Türkiye’de çalışmaya tutkunluk (work engagement) araştırmalarının genel görünümü*. Türkiye’de Örgütsel Davranış Çalışmaları II İçinde Ed.: Kutanis, R.Ö., Ankara: Gazi Kitabevi
- BAKKER A., SCHAUFELI W.B., LEITER M.P. VE TARIS T.W.(2008), Work Engagement : An Emerging Concept in Occupational Health Psychology, *Work and Stress*, 22(3), 187-200.
- BAKKER, A.B., ALBRECHT, S.L. VE LEITER, M.P. (2011), Key Questions Regarding Work Engagement, *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 20(1), 4-28.
- CAMMANN, C., FICHMAN, M., JENKINS, D. VE KLESH, J. (1979), *The Michigan Organizational Assessment Questionnaire*, , Ann Arbor: University of Michigan, Unpublished manuscript.
- DHARMANEGARA, I. B. A. VE YASA, P. N. S. (2019), Job-Family Conflict and Impact on Turnover Intention through Job Engagement and Emotional Fatigue of Female Employess. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 6(2), 104-112.
- DURMAZ, İ. B. V.(2019), Havayolu Yolcu Taşımacılığı Sektöründe Algılanan Stres Ve İşle Bütünleşme Arasındaki İlişkinin İşten Ayrılma Kararına Etkisi, *Al Farabi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(1), 59-69.
- GOFFMAN, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. New York: Doubleday.
- HAKANEN, J., SCHAUFELI, W.B. VE AHOLA, K. (2008), The Job Demands-Resources Model: A Three Year Cross-Lagged Study of Burnout, Depression, Commitment, and Work Engagement”, *Work and Stress*, 22, 224-241.
- HAMİDUN, N. F. (2019), Relationship between job stress, work engagement, job satisfaction, organization commitment and employees’ turnover intention in retail and consumer product industry in Melaka, Nur Farhana Hamidun yayınlanmamış doktora tezi. Faculty of Business and Management, Bandaraya Melaka.
- HOM, P. W., GRIFFETH, R. W. VE SELLARO, C. L. (1984), The Validity of Mobley’s (1977) Model of Employee Turnover. *Organizational Behavior and Human Performance*, 34 (2), 141-174.
- KADİRESAN, V., SELAMAT, M. H., SELLADURAI, S., RAMENDRAN, C. S. VE MOHAMED, R. K. M. H. (2015), Performance appraisal and training and development of human resource management practices (HRM) on organizational commitment and turnover intention, *Asian Social Science*, 11(24), 162.
- KAHN, WILLIAM A. (1990), Psychological Conditions of Personal Engagement and Disengagement at Work. *Academy of Management Journal*, 33, (4), 694.

- KOYUNCU, M., BURKE, R. J. VE FİKSENBAUM, L. (2006), Work engagement among women managers and professionals in a Turkish bank: Potential antecedents and consequences. *Equal opportunities international*, 25(4), 299-310.
- LUTHANS, F. VE JENSEN, S. M. (2002), Hope: A new positive strength for human resource development. *Human resource development review*, 1(3), 304-322.
- LUTHANS, F., YOUSSEF, C. M. VE AVOLIO, B. J. (2006), *Psychological Capital: Developing the Human Competitive Edge*, USA: Oxford University Press.
- MASLACH, C. VE LEITER, M.P.(1997), *The Truth About Burnout: How Organizations Cause Personal Stress and What To Do About It*, San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- MASLACH, C., SCHAUFELI, W. B. AND LEITER, M. P. (2001), Job Burnout, *Annual Review of Psychology*, 52 (1), 397-422.
- MATZ, A. K., WOO, Y. VE KIM, B. (2014), A meta-analysis of the correlates of turnover intent in criminal justice organizations: Does agency type matter?, *Journal of Criminal Justice*, 42(3), 233-243.
- MOWDAY, R. T., PORTER, L. W. VE STEERS, R. M. (2013), *Employee—Organization Linkages: The Psychology of Commitment, Absenteeism, and Turnover*, U.S.A.: Academic Press.
- MOWDAY, R. T., PORTER, L. W., STEERS, R. M., (1982), *Employee-Organization Linkage, The Psychology of Commitment, Absenteeism and Turnover*, Massachusetts: Academic Press.
- ÖZKALP, E. VE MEYDAN, B. (2015), Schaufeli ve Bakker tarafından geliştirilmiş olan İşe Angaje Olma ölçeğinin Türkçe’de güvenilirlik ve geçerliliğinin analizi, *The Journal of Industrial Relations and Human Resources*, 17(3), 1-19.
- SCHAUFELI, W. B., BAKKER A. B. VE SALANOVA M. (2006), The Measurement of Work Engagement with a Brief Questionnaire: A Cross-national Study, *Educational and Psychological Measurement*. 66, 701-716.
- SCHAUFELİ, W. B. VE BAKKER, A. B. (2004), Job demands, job resources, and their relationship with burnout and engagement: A multi-sample study. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 25(3), 293-315.
- SELIGMAN, M. E. P. VE CSIKSZENTMIHALYI, M. (2000), Positive psychology: An introduction. *American Psychologist*, 55(1), 5-14.
- SOHRABIZADEH, S. AND SAYFOURI, N. (2014), Antecedents and Consequences of Work Engagement among Nurses. *Iranian Red Crescent Medical Journal*, 16 (11).
- TABACHNICK, B. G. VE FIDELL, L. S. (2013), *Using multivariate statistics (6th ed.)*, Boston: Allyn and Bacon.
- TETT, R. P. VE MEYER, J. P. (1993), Job Satisfaction, Organizational Commitment, Turnover Intention, and Turnover: Path Analyses Based on Meta-Analytic Findings. *Personnel Psychology*, 46(2): 259-293.
- TURNER, N., BARLING, J. VE ZACHARATOS, A. 2002, “Positive psychology at work”, *Handbook of positive psychology içinde*, Editör: Snyder, C. and Lopez, S. 715–730. Oxford: Oxford University Press.

CEBİRSEL KAVRAMLARIN ÖĞRENCİLER TARAFINDAN ALGILANMASI ÜZERİNE BAZI DEĞERLENDİRMELER

Doç. Dr. Sinan AYDIN

Kocaeli Üniversitesi Kocaeli Meslek Yüksekokulu Muhasebe Bölümü
sinanaydin1704@yahoo.com

Özet

Bu çalışmada, öğrencilerin temel soyut cebirde teoremlerin ispatlarını öğrenirken yapmış oldukları bazı kavramsal yanlışlıklara değinilmektedir. Bu kavramsal yanlışlıklar, yazarın yıllarca okutmuş olduğu temel soyut cebir derslerindeki gözlemlerinden ve tecrübelerinden faydalanılarak derlenmiştir. Bu tip kavramsal yanlışlıkların ifade edilmesinden, soyut cebir dersini öğrenen öğrencilerin ve dersi okutan öğretmenlerin kavramsal öğrenme konusunda faydalanması hedeflenmektedir. İspatlarla ilgili yapılan kavramsal yanlışlıklar daha önce öğrenilen bağlantılı temel kavramların tam olarak öğrenilememesinden ve daha sonra öğrenilecek olan yeni kavramların da dolaylı olarak yanlış ya da eksik öğrenilmesi ile direkt bağlantılı olduğu söylenilebilir. Ek olarak bu çalışmada, matematik öğreniminde ve öğretiminde etkin bir şekilde kullanılan problem çözme kavramına değinilecek ve öğrencilerin bu konudaki yetersizliklerin matematik öğrenimleri üzerindeki olumsuz etkileri tartışılmaktadır.

Anahtar kelimeler: kavram hataları, temel soyut cebir, matematiksel ispat

SOME ANALYSES ON ALGEBRIC CONCEPTS ACCORDING TO STUDENTS' PERCEIVING

Abstract

In this study, it is focused on some conception errors of the students in elementary abstract algebra course. These conception errors were collected from the author's perennial observations and experiences in abstract algebra courses. At the expressions of such types of misconception, it is hoped that students learning abstract algebra and teachers teaching abstract algebra benefits from this study on conceptual learning and teaching. It could be said that the conception errors on proofs is directly related with the weak learning of the related concepts in past years and the well learning of new concepts which will be learned in next years at math lectures. Additionally, concept of problem solving used effectively in mathematics learning and teaching are examined and the negative effects on the learning of mathematics at the inability of students on this concept are discussed.

Keywords: concept errors, basic abstract algebra, mathematical proof

1.GİRİŞ

Temel matematik dersi, kavramlar, problem çözümü için algoritmalar ve özel algoritma uygulamaları olarak üç alt kategoriye ayrılabilir (Selden, 1987). Bu bakış açısına göre matematik yapmak, uygun algoritmanın seçimi ve bu algoritmanın doğru olarak uygulanması olarak ifade edilebilir. Matematiksel konuya veya probleme göre birden fazla uygulama gerekebilir veya özel algoritma bulma ihtiyacı doğabilir. Bu tanımlamaya göre matematiksel bilginin artması veya matematiksel ilerlemeyi daha fazla sayıda algoritmayı bilmek ve bunları uygun yerlerde doğru bir şekilde uyarlayabilmek olarak tanımlayabiliriz. Örneğin bir grubun normal alt grubunun araştırılmasında önce alt küme olarak var olduğunun görülmesi, daha sonra alt grup olduğunun araştırılması ve son olarak normal olup olduğunun incelenmesi süreçlerinin gösterilmesi gibi. Elementer düzeyde basit olarak değerlendirilebilecek bu örnek bile öğrencilerin bu işlemin nasıl yapılacağını düşünmeye sevk etmektedir (Puig, 2004). Öğrencilerde bu düşüncelerin oluşturulması, ilgili bütün matematik kavramlarının açık bir şekilde ifade edilmesini, kavramla bağlantılı algoritmaların net bir şekilde

anlaşılmasının sağlanmasını ve bu algoritmalarının gerekli bütün uygulamalarının yapılmasını zorunlu hale getirmektedir.

Matematik öğretmenleri, öğrencilerinin kavramlarla ilgili algoritmaların anlaşılıp anlaşılmadığını anlamak için öğrencilerinden problem çözmelerini isteyebilirler. Matematik dersinde kullanılan ders kitaplarını göz önüne bulduğumuzda genellikle düzeylerinin statik bakış açısı ile uyumlu olduğunu görülmektedir (Novak, 1983; Sham, and Tigg, 1994). Bununla birlikte tanım, kavram ve algoritmaların sade ve açık bir şekilde ifade edilmesi, bunlarla ilgili somutlaştırıcı örneklerin gösterilmesi ve gerçekçi matematik eğitime uygun farklı uygulamaların sunulmasının ön plana çıktığı söylenebilir. Bütün bu sadeleştirici özelliklere rağmen öğrencilerin bu ders kitaplarını tam olarak anlama konusunda bazı sorunlar yaşadığı söylenebilir (Mehl, Merlyn C. and John D. Volmink, 1983). Tanım, algoritma ve teoremlerin daha anlaşılır ve daha sade yazılıyor olması ilgili ispatlarla bağlantılarının kurulmasında bazı zorluklara sebep olduğu görülmektedir (Novak, 1983). Bu tür matematik ders kitaplarının birçok avantajının olmasıyla birlikte bunlara alışık olmayan öğrenciler için bazı sıkıntılar doğurabileceği söylenebilir.

İSPATLARININ ÖNEMİ

Birçok matematikçiye göre ispat matematiksel ilerlemenin yanında ileri düzeyde matematiksel kavramların anlaşılması için gerekli ve önemli bir matematiksel süreçtir (Mehl, Merlyn C. and John D. Volmink, 1983; Forbes, 1971; Khrisnamani and Kimmus, 1995). Bu süreçte kavramı anlama il ilgili bazı eksiklerin ortaya çıkması kavramlar arasında bağlantıların kurulmasında zorlukların yaşanması ve bu soruların açıklığa kavuşturulması matematiksel olarak ilerlemenin birer adımlarıdır. Soyut cebir dersi, matematik ve bazı fen programlarında okutulan temel matematik derslerinin en önemlilerinden bir tanesidir. Bu süreçte zihinsel becerilerin oldukça ön plana çıktığı ve gelişme gösterdiği ya da bunu başaramayan öğrencilerin oldukça sıkıntı yaşadığı ve başarısız olduğu ifade edilebilir. Bununla birlikte, soyut cebir dersindeki ispat ve algoritmaların ileri analiz ve karmaşık sayılar gibi derslere göre daha az karışık olması ve kavramlar arası bağlantıların daha kolay anlaşılıyor olması sebebiyle mantıksal öğrenmelerin daha fazla olduğu sonucuna varılabilir. Ayrıca, diğer derslere göre ön önemli farklılıklarından bir tanesi bu derste yer alan birçok kavramla öğrencilerin daha önce karşılaşmamış olması ve hem yeni kavramları ve hem de onların ispatlarıyla ilk defa karşılaşılıyor olmaları onlar için zihinsel yoğunlaşma ve gelişim gösterme açısından daha heyecan verici ve daha fazla öz güven gerektiren bir durumdur (Benjamin, 2001).

YÖNTEM

Moore yönteminden (Forbes, 1971) esinlenerek bu çalışma da Türkiye de bir üniversitenin matematik bölümünde soyut cebir dersini alan 30 kişilik bir öğrenci gurubuna tanım, teorem, problem ve örneklerden oluşan fakat ispat ve çözümleri olmayan 20 tane cebirsel ifadeden oluşan bir çalışma kâğıdı verildi. Öğrencilerden bu cebirse ifadelerin hangi kategoride değerlendirileceğini isteyen sorulara cevap vermeleri istendi. Verilen cevaplar aşağıdaki kısaca analiz edilmiştir.

BULGULAR

Öğrenci çalışma kâğıtları incelendiğine, daha çok ispatların yapılmasında bazı mantıksal ve kavramsal hataların yapıldığı görülmüştür. Kavramların doğasını eksik ya da yanlış anlamaktan kaynaklanabilecek bu hatalar, öğrencilerin soyut cebir kavramlarını zihinsel kaydetmeleri ile ilgili örüntüleri ortaya koydukları için cebir dersini veren öğretmenler için faydalı olduğu söylenebilir.

H1: farklı cebirsel argüman içerisinde yer alan ancak tanımlayıcı sembolleri aynı olan cebirsel ifadelerin yanlış kullanılması. Genelde farklı ders üniteleri içinde geçen kavramlar da daha çok yapılan bu tip hatalar durum analizini içeren teoremlerin ispatların da daha çok yapıldığı görülmektedir. Örnek olarak aşağıdaki teorem gösterilebilir.

Teorem: G bir gurup ve $a, b, c \in G$ nin birer elemanı olsun. $ab = ac$ ise $b = c$ dir.

İspat: G bir gurup olduğundan e (birim) G nin bir elemanıdır ve $ab = e = ba$ eşitliği yazılabilir. k da G nin bir elemanı olduğu için G gurubunda $bc = e = cb$ elde edilir. Bir grupta bir elemanın yalnız bir tersi olacağından $b = c$ elde ederiz.

H2: bir cebirsel ifadenin diğerinden elde edilmesine bağlı olarak yapılan hatalar. Gurubu içerisinde sabit bir elemanın bu elemanda farklı olan başka bir sabit elemanla karıştırılması olarak ta ifade edilebilecek bu tip hatalar iki farklı cebirsel ifadedin karıştırılmasından kaynaklandığı görülmektedir. Örnek olarak aşağıdaki teorem gösterilebilir. Bir ispat içerisinde. G gurubunda sabit olarak seçilen her c elemanı için... şeklinde başlayan bir ispatta daha sonra keyfi olarak seçilen bir c elemanı ifadesinin kullanılması gibi.

SONUÇ

Öğrencilerin mantıksal hatalarının birçok sebebi olabilir. Bunların hangi nedenlere bağlı olarak ortaya çıktığının belirlenmesi bu dersleri okutan öğretmenler için öğretim yöntemlerini belirlemede belirleyici ve etkili olacağı aşikardır. Bu tip hataların nasıl zihinsel olarak şekillendiğinin ve nasıl engelleneceği, bir tip hatanın yapılması başka bir tip hatanın yapılmasına vesile olup olmayacağı, daha çok hangi tip hata ya da hataların yapıldığı gibi soruların araştırılması soyut bir ders olarak bilinen soyut cebir dersinin öğrencilerin anlamasında ve daha az hata yapmalarına katkı sağlayacağı söylenebilir. Soyut cebir dersinde uygulama alıştırmaların sayılarının artırılması mantıksal hataların azaltılmasında dersin daha iyi öğrenilmesinde etkili olabilir. Ancak soyut cebir dersinde yapılan hatalar ile bu dersin genel öğretim yöntemleri ile öğretilmesi arasında bir bağlantı olup olmadığını kesin bir ifadeyle söylemek zordur.

KAYNAKLAR

- Benjamin, B. (2001). *Fundamentals of Teaching Mathematics at University Level*. London: Imperial College Press
- Forbes, D. R. (1971). *The Texas System: R. L. Moore's Original Edition*, Ph.D. dissertation, University of Wisconsin. Ann Arbor: University Microfilms International.
- Khrisnamani, i, V. & Kimmus, D. (1995). *Using Technology as a tool in Abstract Algebra & Calculus*. Seventh Annual ICTCM reference
- Mehl, Merlyn C. and John D. Volmink (1983). *Influence of Cognitive Instruction on Misconceptions in Physics and Mathematics*. Proceedings of the International Seminar Misconceptions. In *Science and Mathematics*, 228-232.
- Novak, Joseph D. (1983). *Overview of the Seminar*. Proceedings of the International Seminar Misconceptions in Science and Mathematics, 1983, 1-4.
- Puig, L. (2004). *History of Algebraic Ideas and Research on Educational Algebra*. lecture notes, university of Valencia, Spain.
- Sham, W. T. and Tigg, J. (1994). *Applied Mathematica: Getting Started, Getting It Done*. Addison Wesley, NY
- Selden, A. and Selden, J. (1987). *Errors and misconceptions in college level theorem proving*. In the *Proceedings of the Second International Seminar on Misconceptions and Educational Strategies in Science and Mathematics* Joseph D. Novak, Editor Vol. III, Cornell University, July 1987, 457-470.

KİMYA PROGRAMI ÖĞRENCİLERİNİN GÜNLÜK HAYATTA KULLANDIKLARI KİMYASALLAR

Dr.Öğr. Üyesi Serpil ÖZKURT SİVRİKAYA
Kocaeli Üniversitesi / Kocaeli MYO / Kimya
s_sivrikaya@yahoo.com

Özet

Canlıların yapısında bulunan karbondan, suya kadar kimya hayat ile iç içedir. Kimyasal maddelerle günlük hayatta sürekli karşılaşmaktadır. Kimya programında öğrenim gören öğrencilerin günlük hayatta kullandıkları kimyasal maddelerin ne olduğunun belirlenmesi, bu kimyasalları hangi amaçla kullandıklarını tespit etmek araştırmanın amacını oluşturmaktadır. Ayrıca öğrencilerin günlük hayatta kullandıkları kimyasalların formüllerini bilip bilmedikleri de sorgulanmıştır. Araştırma Kocaeli Meslek yüksekokulu Kimya Programı öğrencileri üzerinde uygulanmıştır. 2018-2019 bahar yarıyılında uygulanan araştırmada nitel yöntem tercih edilmiştir. 20 öğrencinin katıldığı araştırmada, kullanılan kimyasallara ilişkin cevaplar yakıt, tatlandırıcı, içecek, temizlik, endüstriyel amaçlı kategorize edilmiştir. Öğrenciler günlük hayatta kullandıkları 32 adet kimyasal maddeden bahsetmişlerdir. Bu maddelerden 15 tanesinin formülünü bildikleri görülmüştür. Bu araştırma kimya öğrencilerinin kimya ile günlük hayatı ne kadar içselleştirebildiklerini ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kimyasal Madde, Kimya Programı, Günlük Hayat

CHEMISTRY PROGRAM STUDENTS' DAILY USE CHEMICALS

Abstract

From carbon to water in the structure of living things, chemistry is intertwined with life. Chemical substances are constantly encountered in daily life. The aim of this research is to determine the chemical substances that the students studying in chemistry program encounter in daily life and to determine the purpose they use these chemicals. In addition, students were asked whether they knew the formulas of chemicals used in daily life. The research was applied to students of Chemistry Vocational School of Kocaeli Vocational School. Qualitative method was preferred in the research applied in 2018-2019 spring semester. 20 students participated in the study, the answers to the chemicals used in fuel, sweetener, beverage, cleaning, categorized for industrial purposes. The students mentioned about 32 chemicals used in daily life. 15 of these substances appeared to be familiar with the formula. This research reveals how much chemistry students can internalize chemistry and daily life.

Keywords: Chemical Substance, Chemistry Program, Daily Life Page.

1. GİRİŞ

Kimya, yaşamsal varlığı devam ettirmede önemli bir role sahiptir. Vücudun temel yapı taşında yer alan kimyasallar, yaşamsal süreç içerisinde her türlü işleve dail olur, hatta vücudu hastalıklardan korurlar. Özetle; kimyasallar günlük yaşamın vazgeçilmez bir unsurudur.

Günlük hayat içerisinde su, hava gibi organik; deterjan, ilaç, parfüm, boya gibi çeşitli kimyasallar kullanılmaktadır. Günümüzde doğa veya insan yapımı olan on milyonun üzerinde kimyasal kullanıldığı belirtilmektedir (Yeşil Kutu, 2019: 115). Kimyada elde edilen ve doğal olarak kullanılan element, bileşik veya karışımlar kimyasal madde olarak adlandırılır. Kimyasal maddeler günlük hayatın her noktasında yer alan, yaşamsal fonksiyonların devamını sağlarken, bazen de sağlık açısından tehdit oluşturabilen maddelerdir (Tezcan vd., 2019). Kimyasal maddeler günlük hayatın bir parçası olarak beslenme, sağlık, yaşam refahı açısından önemli bir yer tutmaktadır (Demir, 2010).

Günlük hayatta kullanılan kimyasallara örnek olarak “bakır, demir, çinko, alüminyum, kalsiyum, magnezyum, selenyum, florür” gibi kimyasallar kişi ve çevre sağlığı açısından da önem taşımaktadır

(Güler ve Ramazanoğlu, 2001). Bu kimyasalların yanı sıra sülfirik asit, benzoik asit, folik asit, asetik asit, formik asit, nitrik asit, sodyum hidroksit gibi kimyasal maddeler günlük hayatta yer almakla birlikte daha çok endüstriyel nitelikte kullanılmaktadır (www.incendüstri.com). Ayrıca günlük hayatın içerisinde sıklıkla kullanılan ve masum gibi görünen çamaşır suyu, tuz ruhu, kireç sökücü, lavabo açıcı gibi maddelerin birbirleriyle karıştırılarak kullanılmaması gerekmektedir. Karışım esnasında reaksiyona girmeleri söz konusu olduğundan canlılar için zehirlenme durumuyla karşılaşılmasına neden olmaktadır (www.kmo.org). Kimyasal maddelerle istenmeyen bir olaylarla karşılaşılmasını önlemek eğitimle sağlanabilmektedir.

Fen bilgisi dersleriyle öğrencilere bilimsel bilgileri kazandırmak amaçlanırken aynı zamanda günlük hayatta karşılaşılan sorunlara mantıklı çözümler getirmeleri de beklenmektedir (Pekdağ vd., 2013: 1276). Fen bilgisi dersleri günlük yaşamla kolaylıkla ilişkilendirilip, yaşamsal süreç boyunca karşılaşılan kimyasal maddelere karşı duyarlı ve farkında olan bireyler yetiştirmekte eğitimin bir amacını teşkil etmektedir. Kimyasal maddelerin yarar ve zararlarını bilmek, zararlara karşı önlem alabilmek fen bilgisi ve kimya eğitimi alan öğrencilerin farkındalıklarının artırılmasını sağlamaktadır (Ünüvar, 2019).

Günlük hayatta kullanılan kimyasal maddeleri; temizlik maddeleri, polimerler, kozmetik malzemeler, ilaç, gıda, yenilebilir yağlar olarak (İpek, 2018) sınıflandırmak mümkünken, kimyasalları tehlikeli ve tehlikesiz olarak da sınıflandırmak söz konusu olabilmektedir. Kimyasal maddelerle ilgili olarak yapılan araştırmaların Yıldız ve Aykan (2018) kimyasal maddelerle ilgili bilgi ve farkındalık, Yılmaz (2005) kimyasalların tehlikeli özellikleri, Derman ve Çakmak (2016) laboratuvar güvenliği ve kimyasallar olduğu görülmüştür. Bu araştırmada öğrencilerin günlük hayatta kullandıkları kimyasallar, kimyasalların kullanım amaçları ve bu kimyasalların formülleri hakkındaki bilgi düzeyleri ölçülmek amaçlanmıştır.

Yukarıdaki tabloya göre meslek seçimi iki ana başlık altında toplanmıştır. Bunlardan biri bireyin gelecekle ilgili tercih ve beklentileri diğeri ise İdeal standartlar ve gerçekçi tahminlerdir. Ülkemizde meslek tercihi genelde üniversite tercihi ile birlikte anılmaktadır. Gençlerin üniversite tercihlerini etkileyen değişik faktörler bulunmaktadır. Bunları genelleme yapacak olursak iş bulma olanağının yüksek olması, mesleğe duyulan ilgi, üniversitenin aileye-yaşadığı yere yakın olması, lisedeki alan tercihi, gelecekle ilgili amaçlara uygun olması, meslekte yükselme olanaklarının fazla olması, üniversiteye giriş sınav puanının bu bölüme yetmesi, aile bireylerinden birinin tavsiye/yönlendirmesi, öğretmenlerin yönlendirmesi, arkadaş tavsiyesi; üniversite ortamda bulunma, evden uzaklaşma vs. sayılabilmektedir.

2. MATERYAL VE METOD

Araştırma 2018-2019 bahar yarı yılında Kocaeli Meslek Yüksekokulu Kimya Programında öğrenim gören öğrenciler üzerinde yapılmıştır. Araştırma deseni olarak nitel yöntem tercih edilmiştir. Araştırmaya 20 öğrenci katılmıştır. Kolayda örneklem metodu seçilmiştir. Araştırmada elde edilen veriler yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile toplanmıştır. Veri analizi tekniği olarak içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. İçerik analizi; ister sözlü ister yazılı dokümanların sistematik olarak incelenmesine dayalı bilimsel bir analiz tekniğidir (Sert vd., 2012: 352-353). Görüşme esnasında öğrencilere aşağıdaki sorular yöneltilmiştir:

Öğrencilere günlük hayatta kullandığınız kimyasallar nelerdir?

Bu kimyasalları hangi amaçla kullanmaktasınız?

Günlük hayatta kullandığınız kimyasalların formüllerini yazabilir misiniz?

3. BULGULAR

Sorulara verilen cevaplar içerik analizi yöntemi ile kategorize edilmiş ve aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 1: Günlük yaşamda kullanılan kimyasallar ve kullanım amaçları

Kimyasal maddeler	n	f	Hangi amaçla kullanıldığı
Tuz	13	% 65	Yemek yapımı, tatlandırıcı
Sirke	11	% 55	Yemek yapımı
Sabun	10	% 50	Temizlik amaçlı
Çamaşır suyu	8	% 40	Temizlik amaçlı
Tuz ruhu	7	% 35	Temizlik amaçlı
Alkol	6	% 30	Temizlik amaçlı
Gazoz	6	% 30	İçecek
Parfüm	6	% 30	Temizlik amaçlı
Benzin	5	% 25	Yakıt olarak
Deterjan	5	% 25	Temizlik amaçlı
Su	5	% 25	İçecek, temizlik amaçlı
Doğalgaz	4	% 20	Yakıt olarak
Kolonya	4	% 20	Temizlik amaçlı
Aseton	4	% 20	Temizlik amaçlı
Şampuan	4	% 20	Temizlik amaçlı
Limon	2	% 10	Yemek yapımı
Ketçap	2	% 10	Yemek yapımı
Şeker	2	% 10	Yemek yapımı
Antifriz	2	% 10	Endüstriyel amaçlı
Amonyak	2	% 10	Temizlik amaçlı
Naftalin	2	% 10	Temizlik amaçlı
Mayonez	1	% 5	Yemek yapımı
Antidepresan	1	% 5	Sağlık için
İlaç	1	% 5	Sağlık için
Diş macunu	1	% 5	Temizlik amaçlı
Yağ	1	% 5	Yemek yapımı
Boya	1	% 5	Temizlik, endüstriyel amaçlı
Hidrojen peroksit	1	% 5	Endüstriyel amaçlı
Sülfirik asit	1	% 5	Endüstriyel amaçlı
Parafin	1	% 5	Endüstriyel amaçlı
Tiner	1	% 5	Endüstriyel amaçlı
Yapıştırıcılar	1	% 5	Endüstriyel amaçlı
Toplam	121	% 100	

Tablo 1' de görüldüğü üzere günlük hayatta kullanılan kimyasallar olarak öğrencilerin % 65'i tuz, % 55'i sirke, % 50'si sabun, % 40'ı çamaşır suyu, % 35'i tuz ruhu, % 30'u alkol, % 30'u gazoz, % 30'u parfüm, % 25'i benzin, % 25'i su, % 20'si doğalgaz, % 20'si kolonya, % 20'si alkol, % 20' si aseton, % 20'si şampuan cevabını vermişlerdir. Öğrencilerin % 10'u, ketçap, limon, şeker, antifriz, amonyak, naftalin cevabını vermişlerdir. Günlük hayatta kullanılan kimyasallara örnek olarak öğrencilerin % 5'i mayonez, antidepresan, ilaç, diş macunu, yağ, boya, hidrojen peroksit, sülfirik asit, parafin, tiner, yapıştırıcılar cevaplarını vermişlerdir. Öğrenciler, toplamda 32 kimyasal ve kullanım amacından bahsetmişlerdir.

Öğrencilerin günlük hayatta kullanılan kimyasalların hangi amaçla kullanıldığına ilişkin verdikleri cevaplar, yemek yapımında, temizlik, endüstriyel, sağlık amaçlı, yakıt olarak belirtilmiştir. Su ise hem içecek hem temizlik amaçlı olarak ifade edilirken, boyanın hem temizlik hem endüstriyel olarak iki ayrı amaca hizmet ettiği belirtilmiştir.

Tablo 2: Günlük Yaşamda Kullanılan Kimyasallardan Bilinen Formüller

Formülü bilinen kimyasallar	n	f
Yemek tuzu- sodyum klorür	14	% 70
Sirke-Asetik asit	8	% 40
Amonyak	5	% 25
Tuz ruhu-nitrik asit	4	% 20
Sülfirik asit	4	% 20
Su	4	% 20
Karbondioksit	3	% 15
Şeker	2	% 10
Metan	2	% 10
Hidroklorik asit	2	% 10
Karbonat	1	% 5
Alkol	1	% 5
Formik asit	1	% 5
Sorbik asit	1	% 5
Hidrojen sülfür	1	% 5

Öğrenciler günlük hayatta kullandıkları kimyasallardan formülleriyle bildiklerini yazmaları istenmiştir. Öğrencilerin % 70'i yemek tuzunun formülünü, % 40'ı sirkenin formülünü, % 25'i amonyakın formülünü, % 5'i tuz ruhunun, sülfirik asitin ve suyun formülünü, % 15'i karbondioksitin formülünü yazmıştır. Öğrencilerin % 10'u şeker, metan hidroklorik asitin formülünü yazarken, % 5'i karbonat, alkol, formik asit, sorbik asit, hidrojen sülfürün formülünü yazmışlardır. Toplamda 15 kimyasalın formülünü bildikleri belirlenmiştir.

Tablo 1 ve 2 karşılaştırıldığında günlük hayatta kullanılan bazı kimyasalların formüllerini yazdıkları ama bu kimyasalları günlük hayatta kullandıkları kimyasal olarak belirtmedikleri tespit edilmiştir.

Çalışmanın sonucunda öğrencilerin Kocaeli Meslek Yüksekokulu'nu tercih etme nedenleri belirlenmiştir. Bu nedenler; iş bulma olanağının yüksek olması, mesleğe duyulan ilgi, üniversitenin aileye-yaşadığı yere yakın olması, lisedeki alan tercihi, gelecekle ilgili amaçlara uygun olması, meslekte yükselme olanaklarının fazla olması, üniversiteye giriş sınav puanının bu bölüme yetmesi, aile bireylerinden birinin tavsiye/yönlendirmesi, öğretmenlerin yönlendirmesi, arkadaş tavsiyesi ve DGS ile ideali olan mühendisliğe geçiş yapma isteğidir.

4. SONUÇ ve TARTIŞMA

Öğrencilerin bazı derslerde özellikle kimya dersinde öğrendikleri bilgilere ihtiyaçlarını olmadığı düşüncesinin kırılması, günlük hayatta kullandıkları kimyasalların farkında olmaları, hangi kimyasalları hangi amaçla günlük hayatta kullandıkları ve bu kimyasallardan hangilerinin formüllerini bildiklerini ortaya çıkarmak bu araştırmanın konusu olmuştur.

Kimya programı öğrencileri 32 adet günlük hayatta kullandıkları kimyasal maddeyi ve kullanım amaçlarını belirtmişlerdir. Öğrenciler kimyasalları; yemek yapımı, temizlik, endüstriyel, sağlık ve yakıt olarak kullandıklarını belirtmişlerdir. Öğrencilerin ilk aklına gelen günlük hayatta kullandıkları kimyasallar tuz, sirke ve sabundur. Öğrencilerin günlük hayatta kullandıkları kimyasallardan formüllerini bildikleri kimyasallardan ilk üç sırada yemek tuzu, sirke ve amonyak gelmektedir. Su şaşırtıcı olarak altıncı sıra yer almıştır. Öğrencilerden 4'ü suyun formülünü söylemiştir.

Kimya programı öğrencilerinin daha fazla kimyasal madde örneği vereceği ve daha çok kimyasalın formülünü bileceği düşünülmüştür. Ancak en basit olan su, şeker, karbondioksit gibi kimyasal maddelerin formüllerini hemen belirtmedikleri gözlemlenmiştir. Sonuç olarak öğrenciler derslerde öğrendikleri bilgileri günlük hayattan ayrı tutmaktadırlar. Eğitimin önemli amaçlarından biri de günlük hayatla öğrenilen bilgileri içselleştirmek olmalıdır.

KAYNAKLAR

- CEYLAN, H., Tezcan, M., Çıvrılı, P. ve Korkut, M.A. (2019). *Kimyasal maddeler (Deterjanlar, Boyalar, İlaçlar)*. Dokuz Eylül Üniversitesi, Buca Eğitim Fakültesi Fen Bilgisi Öğretmenliği. <http://kisi.deu.edu.tr/bulent.cavas/ders/bok8.pdf>, erişim tarihi: 02.08.2019.
- Derman, M. ve Çakmak, M. (2016). Biyoloji Öğrencilerinin Laboratuvar Güvenliği Konusundaki Görüşlerinin İncelenmesi. *Bartın Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 5(1): 178-187
- Demir, S. (2010). *Tehlikeli kimyasal maddelerin iş sağlığı ve güvenliği yönetimi*. İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Güler, Ç. ve Çobanoğlu, R. (2001). *Kimyasallar ve çevre*. Çevre Sağlığı Kaynak Dizisi NO:50. <http://www.incendustri.com.tr/faydali-bilgiler-pdf/ENDUSTRIDE-ASIT-VE-BAZLAR.pdf> erişim tarihi: 02.08.2019.
- İpek, İ. (2018). *Kimya*. Milli Eğitim Bakanlığı Hayat Boyu Öğrenme Genel Müdürlüğü Açık Öğretim Daire Başkanlığı Kimya Ders Kitabı.
- Kimya Mühendisleri Odası (TMMOB) (2019). *Evimizdeki tehlikeli kimyasallar*. Kimya Mühendisleri Odası İstanbul Şubesi http://www.kmo.org.tr/resimler/ekler/e0f05f77c1b19d1_ek.pdf?tipi=2&turu=H&sube=7 erişim tarihi: 01.09.2019.
- Ünüvar, B. (2019, 27 Şubat). Günlük hayatta kimya. <https://www.bilimseldunya.com/gunluk-hayatta-kimya>, erişim tarihi: 01.08.2019
- Pekdağ, B., Azizoğlu, N., Topal, F. Ağalar, A. ve Oran, E. (2013). Kimya bilgilerini günlük yaşamla ilişkilendirme düzeyine akademik başarının etkisi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 21(4): 1275-1286.
- Sert, G., Kurtoğlu, M., Akıncı, A. ve Seferoğlu, S.S. (2012). Öğretmenlerin teknoloji kullanma durumlarını inceleyen araştırmalara bir bakış: bir içerik analizi çalışması. *Akademik Bilişim'12 - XIV. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri*, 351 -357, 1 - 3 Şubat 2012 Uşak Üniversitesi.
- Yeşil Kutu (2019). *Çevremizdeki kimyasal maddeler*. <https://docplayer.biz.tr/6353343-Cevremizdeki-kimyasal-maddeler.html>, erişim tarihi: 02.08.2019.
- Yıldız, Y., Aykan, Ş. B. (2018). Tıbbi laboratuvar öğrencilerinin kimyasal maddeler ile ilgili bilgi ve farkındalığı. *Sağ Aka Derg.* 5(2): 102-108.
- Yılmaz, A. (2005). Lise 1 kimya ders kitabındaki bazı deneylerde kullanılan kimyasalların tehlikeli özelliklerine yönelik öğrencilerin bilgi düzeyleri ve öneriler. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 28: 226-235.

**ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN KOCAELİ'Yİ VE BÖLÜM'Ü SEÇME
NEDENLERİ: KOCAELİ MESLEK YÜKSEKOKULU ÖRNEĞİ****Dr.Öğr. Üyesi Serpil ÖZKURT SİVRİKAYA**

Kocaeli Üniversitesi / Kocaeli MYO / Kimya

s_sivrikaya@yahoo.com

Özet

Asya ve Avrupa'yı birbirine bağlayan kavşak durumunda olan Kocaeli; Marmara bölgesinin en büyük 3. şehri ve 12 ilçeye sahip Türkiye'nin en büyük sanayi merkezlerinden biridir. Özellikle, Türkiye imalat sanayisinin %13'lük bölümü bu ilde büyük ölçüde gelişmiştir. Kocaeli'nde iki üniversite bulunmaktadır, bu üniversitelerden biri de Kocaeli Üniversitesidir. Kocaeli Üniversitesi'nin insan kaynaklarının yetişmesinde önemli bir yeri vardır. Meslek; "saygınlık kazanma, başkalarıyla ilişki kurma, sosyal hayatta yer edinme imkanı tanır. Bu getirilerinden dolayı meslek seçimi birey yaşamında önemli dönüm noktalarından biri olarak görülmektedir. Bu çerçevede örneklem olarak Kocaeli Üniversitesi Kocaeli Meslek Yüksekokulu Kimya Teknolojisi Bölümünde 2019-2020 güz yarıyılında okuyan öğrenciler baz alınmıştır. Öğrencilere kimya bölümünü ve Kocaeli'yi neden tercih ettikleri sorusu yöneltilmiştir. Araştırmada nitel yöntem benimsenmiştir. Veriler mülakat yöntemi ile toplanmıştır. Öğrencilerin verdikleri cevaplar kayıt cihazı ile kaydedilmiştir. Veriler önem performans analiziyle değerlendirilmiştir Çalışmanın sonucunda öğrencilerin Kocaeli Meslek Yüksekokulu'nu tercih etme nedenleri belirlenmiştir. Bu nedenler; iş bulma olanağının yüksek olması, mesleğe duyulan ilgi, üniversitenin aileye-yaşadığı yere yakın olması, lisedeki alan tercihi, gelecekle ilgili amaçlara uygun olması, meslekte yükselme olanaklarının fazla olması, üniversiteye giriş sınav puanının bu bölüme yetmesi, aile bireylerinden birinin tavsiye/yönlendirmesi, öğretmenlerin yönlendirmesi, arkadaş tavsiyesi ve DGS ile ideali olan mühendisliğe geçiş yapma isteğidir.

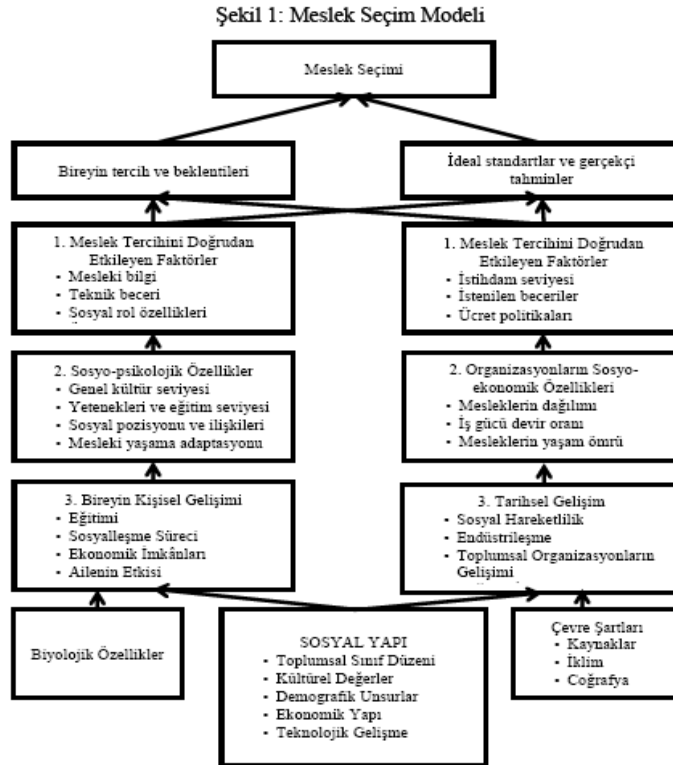
Anahtar Kelimeler: Üniversite öğrencileri, bölüm seçme, meslek yüksekokulu, Kocaeli**THE STUDY OF UNIVERSITY STUDENTS AND THE REASONS FOR CHOOSING
DEPARTMENT: CASE OF KOCAELI VOCATIONAL SCHOOL****Abstract**

Kocaeli is the intersection of Asia and Europe. 3. largest city in the Marmara region has 12 districts and is one of Turkey's largest industrial centers. In particular, the 13% portion of Turkey manufacturing industry has developed greatly in this city. There are two universities in Kocaeli, one of which is Kocaeli University. Kocaeli University has an important place in human resources development. Job; to gain respectability, to establish relationships with others and to take part in social life. Because of these benefits, occupational choice is seen as one of the important turning points in individual life. In this context, the sample was based on the students studying at Kocaeli University Kocaeli Vocational School Chemistry Technology Department in the fall semester of 2019-2020. The students were asked why they preferred the chemistry department and Kocaeli. Qualitative method was adopted in the research. Data were collected by interview method. The answers of the students were recorded with the recorder. The data were evaluated with importance performance analysis. At the end of the study, the reasons for choosing Kocaeli Vocational School were determined. These reasons; the possibility of finding a job, the interest in the profession, the proximity of the university to the family-place of residence, the choice of high school area, suitable for the purposes related to the future, the possibility of promotion in the profession, the university entrance exam score enough to this section, one of the family members advice / guidance, teachers orientation, advice from friends and the desire to switch to engineering, which is ideal with DGS.

Keywords: University students, program choice, vocational school, Kocaeli.**1. GİRİŞ**

Gerek bireysel gerekse toplumsal anlamda meslek seçimi büyük önem taşımaktadır. Son yıllarda meslek seçimi tercihinde, mesleklerin hızla değişmesi meslek tercihi yapacak olan bireylerin en büyük

handikapıdır. Bireyler becerilerini, ilgilerini, yeteneklerini, yetilerini, çevresel faktörleri, ailelerini, olanaklarını, imkânlarını ve ekonomi gibi durumlarını göz önünde bulundurmaları gerekmektedir. Çünkü bireyin sevecek ve isteyerek yaptığı bir meslek, kişinin mutluluğunu ve başarısını olumlu yönde etkilemektedir (Yılmaz, 2012: 23). Kişinin mesleğini seçerken yaşadığı tercihin yanında birde hangi üniversite olmalı tercihidir. Kocaeli Asya ve Avrupa'yı birbirine bağlayan kavşak durumundadır. Aynı zamanda Marmara bölgesinin en büyük 3. şehri ve 12 ilçeye sahip Türkiye'nin en büyük sanayi merkezlerinden biridir. Özellikle, Türkiye imalat sanayisinin %13'lük bölümü bu ilde büyük ölçüde gelişmiştir (akt. Demirarslan ve Demirarslan, 2018). Kocaeli'nde iki üniversite bulunmaktadır, bu üniversitelerden biri de Kocaeli Üniversitesi'dir. Kocaeli Üniversitesi'nin insan kaynaklarının yetişmesinde önemli bir yeri vardır. Kocaeli Türkiye'de sanayileşmenin en yüksek olduğu ildir. Kentteki nüfus yoğunluğu bakımından iller arasında en başta gelmektedir. Kocaeli'de kilometreye düşen kişi sayısı bakımından 432 kişi ile İstanbul'dan sonraki ildir. Dolayısıyla ildeki üretim oldukça yüksek olmaktadır (TÜİK, 2011). Bu sonuç sanayi sektörünün il içindeki üretimi payının yüksek bir orana sahip olmasından kaynaklanmaktadır. Meslek; birey için başkaları ile ilişki kurma, saygı-sevgi görme, toplumda bir yer edinme ve bir işe yaradığı hissiyatını oluşturan bir etkinlik unsurudur. Dolayısıyla meslek seçimi kişi yaşamında en önemli seçim noktalarından biridir. Doğru meslek seçimini yapan bireyin yaşam kalitesi yüksek olur. Bu şekildeki toplumlarda bireyler ülke kaynaklarını etkili ve verimli kullanırlar. Hem birey hem de toplum için meslek seçimi birçok faktörlere bağlıdır. Yapılan literatür araştırmalarında meslek seçimiyle ilgili birçok araştırmaya rastlanmıştır (Şimşek vd. 2019; Ensari ve Alay, 2017; Sarıkaya ve Khorshid, 2009). Blau ve arkadaşları (1956) meslek seçimiyle ilişkili olan faktörleri ortaya koyan bir model (Şekil 1) geliştirmişlerdir (akt. Köksal, 2016: 534-536).



Kaynak: Blau vd. 1956: 534'dan aktaran Köksal, 2016.

Yukarıdaki tabloya göre meslek seçimi iki ana başlık altında toplanmıştır. Bunlardan biri bireyin gelecekle ilgili tercih ve beklentileri diğeri ise İdeal standartlar ve gerçekçi tahminlerdir. Ülkemizde meslek tercihi genelde üniversite tercihi ile birlikte anılmaktadır. Gençlerin üniversite tercihlerini etkileyen değişik faktörler bulunmaktadır. Bunları genelleme yapacak olursak iş bulma olanağının yüksek olması, mesleğe duyulan ilgi, üniversitenin aileye-yaşadığı yere yakın olması, lisedeki alan

tercihi, gelecekle ilgili amaçlara uygun olması, meslekte yükselme olanaklarının fazla olması, üniversiteye giriş sınav puanının bu bölüme yetmesi, aile bireylerinden birinin tavsiye/yönlendirmesi, öğretmenlerin yönlendirmesi, arkadaş tavsiyesi; üniversite ortamda bulunma, evden uzaklaşma vs. sayılabilmektedir

2. MATERYAL VE METOD

Bu araştırmada temel olarak, ön lisans öğrencilerinin “üniversite tercihini etkileyen etmenlerin” belirlenmesi amaçlanmaktadır. Araştırma, örneklem olarak Kocaeli Üniversitesi Kocaeli Meslek Yüksekokulu Kimya Teknolojisi Bölümünde 2019-2020 güz yarıyılında okuyan öğrenciler baz alınmıştır. Öğrencilerin verdikleri cevaplar tablolastırıldı. Öğrencilere kimya bölümünü ve Kocaeli’yi neden tercih ettikleri sorusu yöneltilmiştir. Öğrencilerin verdikleri cevaplar tablolastırıldı (Korkut-Oven vd., 2012). Araştırmada nitel yöntem benimsenmiştir. Veriler mülakat yöntemi ile toplanmıştır. Öğrencilerin verdikleri cevaplar kayıt cihazı ile kaydedilmiştir. Veriler önem performans analiziyle değerlendirilmiştir.

3. BULGULAR

Çalışmanın sonucunda öğrencilerin Kocaeli Meslek Yüksekokulu’nu tercih etme nedenleri belirlenmiştir. Bu nedenler; iş bulma olanağının yüksek olması, mesleğe duyulan ilgi, üniversitenin aileye-yaşadığı yere yakın olması, lisedeki alan tercihi, gelecekle ilgili amaçlara uygun olması, meslekte yükselme olanaklarının fazla olması, üniversiteye giriş sınav puanının bu bölüme yetmesi, aile bireylerinden birinin tavsiye/yönlendirmesi, öğretmenlerin yönlendirmesi, arkadaş tavsiyesi ve DGS ile ideali olan mühendisliğe geçiş yapma isteğidir

Tablo 1: Katılımcıların Cinsiyet Dağılımları

Cinsiyet	N
Erkek	29
Kız	60
Toplam	89

Araştırmaya toplamda 89 öğrenci katılmıştır. Toplam 89 öğrencinin dahil olduğu araştırmada öğrencilerin 29’ si erkek, 60’u u kızdır. Araştırmaya katılan öğrencilerin bölüm tercih nedenleri aşağıdaki tabloda toplanmıştır.

Tablo 2: Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Bölüm Tercih Sebebine Ait Veriler

Öğrencilerin Okudukları Bölümü Seçme Nedenleri ile İlgili Genel Bulgular	N	%
Lisedeki alan tercihim	12	13.48
Bu üniversitenin ailemle yaşadığım yere yakın olması	12	13.48
İş bulma olanağının yüksek olması	11	12.36
DGS ile ideali olan mühendisliğe geçiş	10	11.23
Kimyayı labratuvarda çalışmayı sevdiğim için	10	11.23
İstanbul’a yakın olduğu için	10	11.23
Üniversiteye giriş sınav puanımın bu bölüme yetmesi	7	8.86
Anne/babamın tavsiye/yönlendirmesi	6	6.74
Ailede (Baba/abla/abi Amcam) bu bölüm mezunu olam	4	4.49
Öğretmenlerimin yönlendirmesi	3	3.37
Arkadaşlarımın tavsiye/yönlendirmesi	2	2.24
Gelecekle ilgili amaçlarıma uygun olması	1	1.12
Ailemden uzak olmak için	1	1.12
Yeniden üniversite sınavına hazırlanmamak için	1	1.12
Üniversite ortamında bulunmak için	1	1.12
Toplam	89	100.0

Tablo 2’de belirtildiği gibi, araştırmaya katılan 89 öğrenciden, 12 (%13.48) öğrenci Lisedeki alan tercihten, 12 (%13.48) öğrenci bu üniversitenin ailesiyle yaşadığı yere yakın olması (öğrenci ya bu şehirde yaşıyor ya da İstanbul’a çok yakın olması Tablo 2’den de izleneceği gibi en çok işaretlenen

nedenlerin başında bu iki sebep gelmektedir. Ardından iş bulma olanağının yüksek olması üniversiteyi tercih sebeplerinin başında gelmektedir bunu DGS ile ideali olan mühendisliğe geçiş, Kimyayı, laboratuvarında çalışmayı sevdiği için ve özellikle belirtmektedir. İstanbul'a yakın olduğu için gibi sebepler sıralanıyor. Diğer önemli sebepleri ise sırasıyla Üniversiteye giriş sınav puanının bu bölüme yetmesi, Anne/babamın, öğretmen, arkadaşlarının tavsiye/yönlendirmesi gelmektedir. Bir iki cevapta ise ailemden uzak olmak için üniversite ortamında bulunmak için şeklinde cevaplanmıştır.

4. SONUÇ ve TARTIŞMA

Bu çalışmada, önlisans öğrencilerin üniversite tercihinde dikkat ettikleri etmenlerin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda "üniversite tercihi" konusuyla ilgili literatür taraması yapılmıştır. Bu çalışmada Kocaeli Üniversitesi Kocaeli Meslek Yüksekokulu Kimya Teknolojisi Bölümünde 2019-2020 güz yarıyılında okuyan öğrenciler baz alınmıştır. Öğrencilere kimya bölümünü ve Kocaeli'yi neden tercih ettikleri sorusu yöneltilmiştir. Araştırmada nitel yöntem benimsenmiştir. Veriler mülakat yöntemi ile toplanmıştır. Öğrencilerin verdikleri cevaplar kayıt cihazı ile kaydedilmiştir. Veriler önem performans analiziyle değerlendirilmiştir. Çalışmanın sonucunda öğrencilerin Kocaeli Meslek Yüksekokulu'nu tercih etme nedenleri belirlenmiştir. Bu nedenler;

- İş bulma olanağının yüksek olması,
- Mesleğe duyulan ilgi,
- Üniversitenin aileye-yaşadığı yere yakın olması,
- Lisedeki alan tercihi,
- Gelecekle ilgili amaçlara uygun olması,
- Meslekte yükselme olanaklarının fazla olması,
- Üniversiteye giriş sınav puanının bu bölüme yetmesi,
- Aile bireylerinden birinin tavsiye/yönlendirmesi, öğretmenlerin yönlendirmesi, arkadaş tavsiyesi
- DGS ile ideali olan mühendisliğe geçiş yapma isteğidir.
- Öğrencilerin Kocaeli Meslek Yüksekokulunu tercih etme nedenleri üniversite yönetimi tarafından değerlendirilmeli, MYO'nun bulunduğu konumun tercihi etkilediği göz önünde bulundurulmalıdır.
- Bununla birlikte öğrencilerin kimya bölümünün, çalışma hayatında kariyer yapmaya imkan sağlayan bir bölüm olduğuna dair inançları yüksek olduğunu da belirtmek mümkündür.

KAYNAKLAR

- DEMİRARSLAN, K. O. ve DEMİRARSLAN, D. (2018). Sanayileşme, Kentleşme ve Çevre İlişkisi: Kocaeli İli Örneği. *Sürdürülebilir Mühendislik Uygulamaları ve Teknolojik Gelişmeler Dergisi*, 1(1): 29-43
- ENSARİ, M. Ş., ALAY, H. K. (2017), Meslek Seçimini Etkileyen Faktörlerin Demografik Değişkenler ile İlişkisinin Araştırılması İstanbul ilinde ki Bir Uygulama. *Humanitas*, 5(10):409-422.
- KORKUT-OWEN, F., KEPİR, D. D., ÖZDEMİR, S., ULAŞ, Ö. ve YILMAZ, O. (2012) Üniversite Öğrencilerinin Bölüm Seçme Nedenleri. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 8(3), 135-151.
- KÖKSAL, K. (2016), Üniversite ve Meslek Tercihini Etkileyen Unsurlara Yönelik Bir Alan Araştırması. *Kara Harp Okulu Bilim Dergisi*, 26 (2), 39-69.
- SARIKAYA, T., KHORSHID, L. (2009), Üniversite Öğrencilerinin Meslek Seçimini Etmenlerin İncelenmesi: Üniversite Öğrencilerinin Meslek seçimi, *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi Bahar*, 7(2), 393-423
- ŞİMŞEK, A., TÜRKOĞLU, M. E., KÜÇÜKEŞMEN, E., (2019), Üniversite Tercihini etkileyen Faktörlerin Belirlenmesine Yönelik Ampirik Bir Çalışma: *Isparta Uygulamalı Bilimler Fakültesi Örneği Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi (ASEAD)*, 6(6), 205-224
- TÜİK (2011), *Sanayi İstatistikleri*. (erişim tarihi: 09.09.2019)
- YILMAZ, Ö. (2012), Öğrencilerin Üniversite Tercihini Etkileyen Kriterlerin Belirlenmesinde Analitik Hiyerarşi Proses Uygulaması ve Süleyman Demirel Üniversitesi Örneği. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.

THE CHALLENGE OF YOUTH UNEMPLOYMENT IN ALBANIA

Dr. Alma ZISI

"Aleksander Moisiu" University, Business Faculty, Department of Economic Sciences, Durrës, Albania
E-mail: alma_zisi@yahoo.com

İsmail KILIÇARSLAN

Kocaeli University
E-mail: isokaslan@gmail.com

Prof.As.Dr. Flora MERKO

Aleksander Moisiu" University, Business Faculty, Department of Economic Sciences, Durrës
E-mail: floramerko@yahoo.it

Abstract

After finishing high school, most young people continue their studies in order to be more skilled and specialized in the labor market. When young people enter in the labor market, they facing with many challenges.

Therefore, this paper aims to address labor market issues and the challenges that young people faced to find work. Young people, who have just finished school, face these problems: difficulties in finding a job, lack of income, lack of experience, social issues, loss of confidence, etc. In a competitive market, employers often prefer experienced, which prevents graduates who have not had any work experience during their studies.

This paper will also be based on the answers given by the questionnaire to the students about the problems they have when entering the labor market. Since young people are the main driving force for the development of the domestic economy, it is important to analyze labor market issues and find opportunities to minimize youth unemployment.

Key words: unemployment, challenge of youth unemployment, labor market.

JEL classification: E24,

1. INTRODUCTION

During recent years there has been an increase in the number of unemployed mainly among young people. It may be noted that young people face many challenges as they move from school banks to the labor. That is the reason that the focus of this study will be on youth unemployment and the challenges that face the young people nowadays in Albania. Many authors, who have analyzed the youth unemployment, point out the challenges that young people face in the labor market and the problems associated with youth unemployment.

Blanchflower and Freeman (1996) noticed that youth in United States hold seven or eight different jobs. Later, Blanchflower (1998) analyzes that the percentage of self-employed people tends to increase over the years. In most countries, both the better and the less-well-educated have probabilities of being self-employed.

According to Niall O'Higgins (1997) the main determinants of fluctuations in youth unemployment are: aggregate demand, youth wages and size of the youth labor force. Bell and Blanchflower (2010) pointed out that youth unemployment is the most pressing problem that governments are facing in recent years. Considering that the problem of youth unemployment has not been studied affects both the young people themselves and the entire economy.

Kolev and Saget (2005) argue that some of the problems of youth unemployment are: the poor quality of the skills possessed by labor market entrants, the lack of incentives for employers to hire first job seekers, the lack of work experience and the credit constraints.

Sackey and Osei (2006) argued that youth unemployment occurs because young people have fewer job skills in the labor market than older people. In her Buckley study. P (2015), analyzes the effects of unemployment on youth ranks. If young people enter the labor market late, this situation can lead to lower income during their lifetime.

2. THE SITUATION OF THE UNEMPLOYED IN ALBANIA

According ILO, unemployment rate is defined as the proportion of the labor force that has not worked more than one hour during the short reference period and is actively looking for and is available for work. Youth unemployment are those people aged between 15-24 who haven't worked but are available and actively seeking work.

Let's analyze the labor market situation in Albania.

According to the Labor Force Survey 2014-2018 (INSTAT) the labor force participation rate for the population aged 15-64 is 68.3%, table 1. As can be seen from Table 1, the labor force participation rate has been increasing from 2014 onwards.

Table 1: Labor Force participation rate

Age group	Labor Force participation rate				
	2014	2015	2016	2017	2018
Total					
15-29	41.9	44.5	45.7	45.6	50.1
30-64	72.3	74.5	76.1	77.0	78.1
15-64	61.5	64.2	66.2	66.8	68.3
15+	53.7	55.7	57.5	58.3	59.4

Source of information: Labor Force Surveys 2014-2018, INSTAT

But what is most worrying is the youth unemployment rate which remains at worrying levels compared to other groups. As can be seen from Table 2, the youth unemployment rate is higher than other age groups. The unemployment rate for young people aged 15-24 is 28.3% (29.6% for males and 26.0% for females).

Figure 1 shows that the youth unemployment rate in 2018 decreased by 3.6 percentage points compared to 2017.

Respectively, the main sectors with the highest percentage of employees are the services sector and the agricultural sector with 42.9% and 37.4% of the total employed. In 2018, it results that 44.5% of employees are employed, 34.0% are self-employed (employers or self-employed without other employees) and 21.6% are unpaid workers in family business.

Table 2: Unemployment rate

Age group	Unemployment rate (%)				
	2014	2015	2016	2017	2018
Total					
15-29	32.5	33.2	28.9	25.9	23.1
30-64	13.3	12.5	11.8	10.8	9.2
15-64	17.9	17.5	15.6	14.1	12.8
15+	17.5	17.1	15.2	13.7	12.3
Male					
15-29	35.6	32.3	29.7	27.0	23.1
30-64	14.0	12.2	12.2	11.3	9.4
15-64	19.7	17.5	16.4	15.1	13.2
15+	19.2	17.1	15.9	14.6	12.7
Female					
15-29	27.4	34.7	27.8	24.0	23.1
30-64	12.3	12.9	11.2	10.1	9.0
15-64	15.5	17.4	14.6	12.8	12.3
15+	15.2	17.1	14.4	12.6	11.9

Source of information: Labor Force Surveys 2014-2018 INSTAT

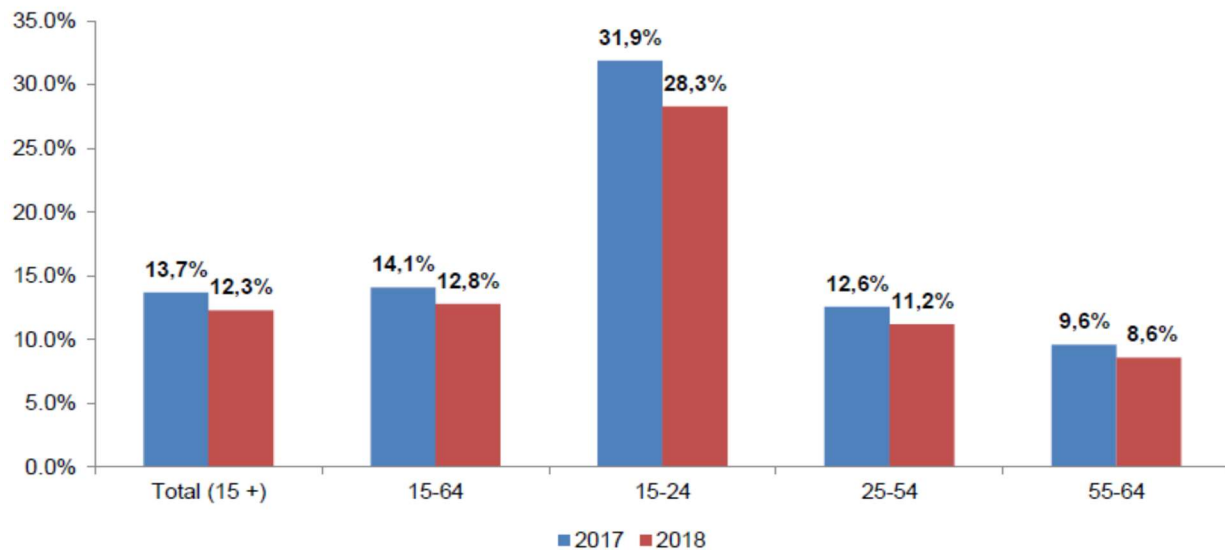


Figure.1 Unemployment rate by age group

Source of information: INSTAT, 2019

3 THE CHALLENGE OF YOUTH UNEMPLOYMENT

Nowadays, the youth unemployment remains one of the most serious problems. Youth unemployment remains one of the most worrisome problems nowadays. After finishing their studies the young people are interested in integrating into the labor market as soon as possible but lack of experience is one of the main challenges for them. It is also noted that young people are not always allowed to find work according to the education they finished and this is another problem.

The longer they are employed in a job that does not fit the profile of their studies, the more difficult is for them to maintain and practice the gained knowledge. One of the main problems that young people face when they are unemployed is the lack of monetary income. This has brought young people prefer to leave Albania

In recent years is being seen as a very disturbing phenomenon as young Albanians see emigration abroad as the best solution for their life. The great desire of young people to emigrate is one of the most difficult challenges both for young people themselves as well for Albanian society and for Albania itself.

According to a 2015 monitoring¹ report, INSTAT and World Vision reported that over 70 percent of young people wanted to leave Albania for a better life in another country. The following graph shows the dynamics of migration in recent years.

¹ Monitoring Report (2015-2017)



Figure 2: Dynamic of migration

Source of information: INSTAT, 2017

One of the most serious facts is that the majority of people who want to emigrate are young people. The young people who want to leave can be roughly divided into two main groups:

First, young people who are just finishing high school or bachelor education are looking to continue their studies abroad for a better qualification.

Second, young people who want to leave Albania because of the difficulties of finding a job in Albania, low wages, low hopes that they can find a better-paying job, etc.

Migration as a phenomenon can be viewed in two respects. First, emigrants bring in remittances to Albania. These incomes are then invested in Albania in various forms such as businesses or real estate purchases or can be used by their family members for consumption expenses.

If immigrants return to Albania after a period of time they bring a new culture, a new form of doing business by bringing innovation to our country. But on the other hand, it is seen that the majority of young immigrants build a new life in the countries where they have emigrated and the most serious problem is the "brain drain"; For example, many physicians are looking to leave mainly for a better pay as well as furthering their professional careers. But this will affect the quality of medical care in the years ahead. The departure of young people is seen as a worrying problem as Albania will face many consequences in the future. It is thus noted that Albania is "aging", from a young country Albania is facing an increase in middle age, affecting the future workforce.

Based on the main problems that unemployment brings, and especially youth unemployment, it is necessary to develop and implement incentives policies for youth employment.

4. CONCLUSION

This paper addresses the main challenges young people face in the labor market. Failing to find a job as soon as students finish secondary or higher education brings major problems to young people. Even in the

study "Problems of Youth Unemployment in Albania"² we analyzed the main problems such as: lack of experience, lack of income, problems in social circles, loss of confidence if they do not find a job for a long time or according to their education, etc. It is precisely these problems which are encouraging young people to leave Albania.

Migration to developed countries for a better livelihood is turning into a trend with increasing rates in recent years.

But what does the emigration bring?

After the 1990s, Albania faced a massive wave of people migrating to different countries. Even in recent years, there is an increasing trend of people wanting to emigrate and mainly young people. By Guy Ryder "Investing today in the employment of young people means investing in the present and future of our societies".

For this reason it is necessary and to take measures so that young people have easier to integrate into the labor market when they finish their studies. One of the best solutions would be to integrate the education system with the labor market. This integration would provide an incentive for young people to graduate exactly to the needs of the job market today.

It is also important that young people get their first work experience while studying. The connection between businesses and schools / Universities will help young people gain new experience.

The more experience they get, the easier it will be for young people to adapt to the demands of the labor market. The policies which should be undertaken by the government to promote foreign investment, promote competition in the country, minimize informal markets will affect the increase in the number of jobs. The implementation of these policies will promote the youth employment and in this way they can positively affecting both Albanian society and the country's economy as a whole.

In this way it is expected that the emigration of young people will be reduced by contributing to the skills and qualities that they proceed not only today but also in the future.

The implementation of the policies will promote the youth employment and this way they can positively affecting both Albanian society and the country's economy as a whole.

REFERENCES

- Blanchflower, D.G and Freeman, R.B. (1996), 'Growing into Work: Youth and the Labour Market over the 1980s and 1990s',
- Blanchflower, D.G. (1998), "Self-Employment in OECD Countries", paper presented at the OECD/CERF/CILN International Conference on Self-Employment, September, Paris.
- Buckley. P (2015) An unbalanced age: Effects of youth unemployment on an aging society. Issues by the Numbers, April 2015
- David N.F. Bell David G. Blanchflower "Youth Unemployment: Déjà Vu"? IZA DP No. 4705 January 2010

² Zisi. A, Merko.F "Problems of Youth Unemployment in Albania"

Kolev, Alexandre; Saget, Catherine (2005): Towards a Better Understanding of the Nature, Causes and Consequences of Youth Labor Market Disadvantage: Evidence for South-East Europe, Social Protection Discussion Paper no. 0502, World Bank, Washington D.C.

ILO (2013) Youth Employment and Migration in Albania

INSTAT. Labour Market 2018. <http://www.instat.gov.al/media/5575/tregu-i-punes-2018-ang-alb.pdf>

N. O'Higgins (1997), 'The challenge of youth unemployment', Employment and labour market policies branch action programmed on youth unemployment ', ILO, Geneva.

Monitoring Report Summary (2015-2017)

https://www.crca.al/sites/default/files/publications/YOUTH%20IN%20ALBANIA%202015-2017_1.pdf

Sackey, H. A. and B. Osei (2006), 'Human Resource Underutilisation in an Era of Poverty Reduction: An Analysis of Unemployment and Underemployment in Ghana, African Development Review, Vol. 18, No. 2, pp. 221–47.

Youth in Albania Challenges in changing times

http://www.instat.gov.al/media/3548/youth_in_albania_challenges_in_changing_times.pdf

PPP IN ALBANIA

Dr. ALBA RAMALLARI

University Aleksander Moisiu, Business Faculty, Economics Department
albaramallari@gmail.com

Prof.As.Dr.Floria MERKO

University Aleksander Moisiu, Business Faculty, Economics Department
floramerko@yahoo.it

MBA. Gentjan RAMALLARI

Ministry of Finance and Economy
gramallari@gmail.com

ABSTRACT

As one of the favored method for economic development, PPPs are in dispute and conflicts not only in Albania, but in other developed and developing countries as well.

Recently, PPPs are progressively being elevated as an approach to finance development projects. To floor the way of PPPs, beneficiary governments and financial institutions have proposed and established initiatives to promote changes in national legislation and strategy frameworks, in order to provide guidance on financing and developing Public-Private Partnerships Projects.

A development of the law on Concession and PPPs has undergone a numerous amendments and interventions since the first law no. 9663 dated 18.12.2006, to provide economic, effective and efficient use of funds as well as protection of government financial interests.

Amendments in the recent law are made in order to regulate the competences of contracting authorities to enter into private concession / public partnership agreement for investments based on private concessions.

Key words: public investments, private investments, partnership, development.

1. Literature review

According to world cases of PPP, One of the continuing trends in government contracting is the usage of public-private partnerships or P3s as a way to build true partnerships between the public and private sector. (onvia.com 5 EXAMPLES OF PPP IN USA)

In many cases PPP are positive elements which help the development process of a country. They can affect different sectors which can do a faster development in a country. They can rise capital introducing the private sector and achieve the development wanted and the services needed as fast as possible.

Certainly taking into account the risks, which under the contracts are distributed among the sectors. These collaborations are often very effective for sectors such as education, health, transport, energy, etc. Regardless of whether these types of contracts are accepted, it is important to provide quality services. Looking at the world there are billions of people still without power, millions without clean water in use and many others lacking quality service. When the state cannot provide it, it tends to provide services with the help of the private. It sets the criteria and objectives and then has to control. Monitor and set payment prices, best practices and their structures.¹

The World Bank (2007) states that governments tend to create Centralised PPP Units as a response to weaknesses in the central government's ability to effectively manage PPP programmes. Different governments suffer from different institutional failures in the PPP procurement process, hence these Centralised PPP units need to address these different issues by shaping their functions to suit the individual government needs. The function, location (within government) and jurisdiction (i.e. who controls it) of dedicated PPP Units may differ amongst countries, but generally these include: Policy guidance and advice on the content of national legislation. Guidance also includes defining which sectors are eligible for PPPs as well as which PPP methods and schemes can be carried out. Approving or Rejecting proposed PPP projects i.e. playing a gatekeeper role that can occur at any stage of the process i.e. at the initial planning stage or at the final approval stage. Providing technical support to government organisations at the project identification, evaluation, procurement or contract management phase. Capacity building i.e. training of public sector officials that are involved in PPP programmes or are interested in the PPP process. Promote PPPs within the private sector i.e. PPP market development.

In the UK it is important to pay attention from the contract to the high quality project. Quality service is required. (Istrate & Puentes, 2011)

There are some ministries involved in the delivery of the project or service, such as in Ireland and Australia, each of which has to bear its own risk and respond to the services it has to offer. (Istrate & Puentes, 2011)

PPP Units can also be established as a knowledge centre which can provide government agencies with a centralised location for information on the PPP process (OECD, 2008).

The Vienna Institute for International Economic Studies says it expects Albanias economy to grow by an average of 4 percent annually over the next couple of years, but warns of risks that public private partnerships and the implementation of a justice reform could pose to the countrys public debt reduction agenda and EU integration prospects.

Taxpayer support to 11 PPP contracts is expected to increase by around 50 percent to 100 million for 2019, taking PPP spending to 3 percent of the previous years fiscal revenue, compared to 5 percent threshold that the government has set.

At an average of about 4 percent over the next couple of years, wiiw expects Albania to register the highest growth among the six EU aspirant Western Balkan countries where overall 2019-2020 is estimated at 3.35 percent, mainly because of a significant slowdown in Serbia, the regions largest economy.

The Vienna Institutes forecast are slightly higher compared to the World Bank and the IMF which expect Albanias economy to slow down to 3.5 to 3.7 percent in 2019 on the back of lower FDI following the completion of two major energy-related investment, but yet lower compared to the Albanian governments

¹ IFC's transaction structuring role WBG

target of 4.3 percent for 2019 and growth gradually picking up to 4.5 percent by 2021 when Albania heads to general elections.²

2. Our country

Instead the changes that are coming and seeking to become more visible. The first changes in our country started in 1990. Then the system, economy, social principles and everything else changed. Life changed. They were asked to follow the examples of western countries, but they were wrong. They thought that everything coming from abroad was positive despite the norms and principles of our culture. They wanted to get away from everything they had before, whether or not they were ready. Great desires exceeded opportunities and opportunities.

There are numerous surprises. Along with the demand for development, new economic problems began.

The new spirit of private investment made the privatization process flourish more. Privatization was termed as a phenomenon that could further drive economic growth. Thus began the numerous privatizations that also resulted in total closure of state-owned businesses whose buildings had begun to be demolished.

In the early years the income was very small. Privatization began to flourish in 2000-2010. In 2000, revenues of ALL 8.9 billion financed 22% of the deficit. In 2001 they increased by 43% and financed 30% of the deficit. In the following years, the rate started to decline, until in 2004 growth began again as a result of the privatization of the Savings Bank and in 2007 Albtelekom was partially privatized. In 2009 and 2010 the privatizations that were discussed most not at their fair value were Albpetrol and Hotel Dajti. Based on the fiscal year 2011 table, the privatization of 1280 state-owned facilities and the privatization of the remaining state-owned shares by Albtelekom, AMC and the former DSO were also foreseen and the estimated value would be ALL 300 million..³

The privatization process could not continue indefinitely. In most cases, governments have been pushing for privatization to cover deficits and the fact that they lack the capacity to carry out the instruments needed to achieve development.

In addition to privatizations, our country has acted in another way, concessions or public-private partnerships. The latter is another instrument that replaces privatization and the possibility of borrowing.

3. PPP in Albania

In our country PPPs are managed by ATRAKO.

According to national laws the main mechanisms⁴ that play supervision and regulatory role for concessions and PPPs comprise of several national institutional bodies and agencies, specifically involved in this process are, the Council of Ministers, the ministry responsible for the economy, the ministry responsible for finances, the Procurement Agency Public, Public Procurement Commission and Concession Treatment Agency. Roles and indirect competencies in this process include other bodies, such as the State Advocate, the Competition Authority and the Administrative Courts.

- Council of Ministers (CoM) - the competent body for the adoption of sub-legal acts necessary for the implementation of Law 125/2013. CoM has the power to approve the provisions for stabilization of PPPs by a particular decision, when requested by the contracting authorities, pursuant to the provisions of Article 41 of Law 125/2013.
- Ministry of Finance and Economy (MoFE)– particularly responsible for the financial aspects of contracts and their impacts or implications in the National Budget. Among other competencies and responsibilities MoFE takes part in; a) the evaluation process of projects and PPPs, and its

² TIRANA, Nov. 7, The Vienna Institute for International Economic Studies

³ Source: Albania, Ministry of Finance, drafting the consolidated budget table.

⁴ Law No. 125/2013 "On Concessions and PPPs, amended.

approval in cases when financial support is required, b) the approval of MoFE is required for all cases when the effects of contract affect or constitute risks that directly or indirectly impact on the State Budget or on the Budget of Local Authorities.

MoFE is also the competent body for preliminary approval of amendments in the contracts signed with a request by contracting authorities, which inherit the above impacts, c) preliminary approval of the MoFE is also required in cases of transfer of PPP contract in case of change of ownership rights or management of the entity for special purposes (SPV) d) and last but not least in cases of violations of legal provisions by the responsible persons of the contracting authorities, MoFE has the power to propose and take disciplinary actions in cases of violations of legal provisions by the contracting authorities or the contractors.

- Concession Treatment Agency (CTA / ATRAKO) – Responsible for, a) preparation of feasibility studies, competitive procedures and evaluation criteria, b) evaluation of proposals and selection of the best bidder, c) negotiations and signing of the PPP, d) monitoring PPP contracts.

CTA also exercises the following competencies: e) proposes to the Minister responsible for finances and economy, amendments to the legislation in the area of PPPs as well as in the instructions for implementation of the provisions of the law, f) monitors, analyzes and studies current European and global trends, knowledge and experience in the field of PPP.

- Public Procurement Agency (PPA) – which carries out the following responsibilities, a) monitors the compliance with competitive procedures for concession/PPPs, b) According to the provisions of the Public Procurement Law, disqualifies or excludes an economic operator from participating in the concession proceedings, c) publishes the standard tender documents for PPP procedures on its official website.
- Public Procurement Commission (PPC) – which is under the supervision of the Prime minister's office, is in charge of reviewing complaints against the procedures and the outcome of the tendering procedures. Like MoFE, PPC has also the power to propose and take disciplinary actions in cases of violations of legal provisions by the contracting authorities or the contractors.⁵
- Other institutions/bodies involved – during procedures for the adoption of a PPP, have interconnected competencies, according to the specific competencies recognized by the legislation, related to their field of activity. Herewith, contracting authorities are obliged, during the process of preparation and signing of administrative contracts to seek advice from State Advocacy. So are they obliged to request the assessment of the Competition Authority, for cases when, as a result of PPP projects, adopt normative acts.⁶
- Contracting Authorities – which by law have the right and power to undertake a procedure for granting private-public partnerships.⁷

Important regulatory role in the PPP procedures have also judicial or arbitral institutions.⁸

3.1 Types PPPs

Design-Build (DB) – A combination of two separate operations into one contract, in which public sector provides the financing and procures from a private partner. Both assume their responsibilities and risks that derive from completing the project within a timeline for a fixed fee.

Design-Build-Operate-Maintain (DBOM) - A more sophisticated partnership which swells operational and / or maintenance duties to project design and delivery. The public sector secures the design, construction,

⁵User's manuals, Concession Treatment Agency

⁶User's manuals, Concession Treatment Agency

⁷Law No. 125/2013 "On Concessions and PPPs, amended.

⁸User's manuals, Concession Treatment Agency

operation and / or maintenance from the private sector through a single contract. Traditionally, the public sector assumes the full financial burden, however, it keeps potential surplus income from operations (just in case needed).

Design-Build-Finance (DBF) – The financing of a project design and construction or delivery⁹ is done through combination, partial or full financing by a private or nonprofit partner. Though the project is partially financed by the public partner, in terms of responsibility the Public Partner holds the full burden of the risks related to operation and maintenance.

Despite the interest shown by the Private Sector to engage in PPPs, Legislation¹⁰ in Albania limits it only to the following main sectors:

- Transport (railway system, rail transport, ports, airports, roads, tunnels, bridges, parking, public transport);- Energy, oil and gas- Waste management; -Telecommunications; -Science and education;- Tourism; -Culture and sport; - Health; -Social services; -Infrastructure and Development;- Rehabilitation of land and forests;- Housing;- Natural resources - Agriculture.

For 2019, the Albanian government planned to increase the amount of PPP amounts to 15 per cent of the GDP, or €1.65 billion.¹¹

The 2019 value reported by the IMF is 2.5 times bigger than the total value of PPPs six years ago. In case the government's plan gets implemented, the total value of PPPs in Albania would reach to 45 per cent of the GDP, which is or €5 billion, now is 31%, but 23 % are only in energy sector.

Increasing PPPs is not a sure advantage, rather they appear as if they were a debt, in our case a hidden debt.

PPP itself also contains many risks. Among the ways of PPP creation in the country we have also considered the case of PPP creation by proposal from their author, otherwise the unsolicited proposals. By January 2019 we had most PPPs in place as unsolicited proposals. Following IMF guidelines, this was eliminated.

3.2 IMF Suggestions

The report particularly stresses IMF's concern that the government has not met its previous recommendations regarding the need to improve the administration of PPPs. Therefore, the report reiterates the same recommendations:

- The government should ensure value for money for PPP projects through competitive bidding.
- The government should halt the acceptance of unsolicited PPP proposals from private companies.
- The government should improve the risk analysis and consolidate the decision-making processes for public investments, including the management of PPPs.

3.3 Procedures

According to the Albanian Law for Concessions and PPPs¹², procedures for granting a Concession / Public-Private Partnership conclude in three, a) open procedure, b) the restricted procedure and c) negotiated procedure with prior announcement of the contract notice¹³. First step of the procedures is the publication of the contract notice and ends with the publication of the notice of the winner, for which the deadline for bids submission is not less than 30 days from the date of publication of the contract notice. In

⁹Non-infrastructure programs

¹⁰Law no. 125/2013 "On Concessions and Public-Private Partnership", amended

¹¹ IMF 2019/10

¹²Law no. 125/2013 "On Concessions and Public-Private Partnership", amended

¹³Article 22 of Law no. 125/2013

cases when the grant for PPPs is valued over the floor monetary threshold¹⁴, procedure is prepared in accordance with the relevant provisions of the Public Procurement Law, unless otherwise provided in this Law^(footnote 14).

Evaluation Criteria - for granting a concession / public- private partnership contract, requires that the grant, without discrimination but full transparency¹⁵, is given based on, '*economically most favorable offer*', related to the concession/public-private partnership facilities¹⁶.

Contract Notice - indicates the aim and purpose of the Contracting Authority for the concession / Public-Private Partnership grant as well as the information¹⁷ to be included in the Contract Notice.

Unsolicited Proposals - The contracting authority is authorized to examine and accept unsolicited proposals in accordance with the procedures laid down¹⁸.

Moreover, in the law no.9663, dated 18.12.2006 - for concessions, identification of possible concessions / PPPs and selection of concessionaire, is made within 90 days of receipt and initial review of the unsolicited proposal, the contracting authority determines whether the concessionary project represents public interest. Within 120 days he has to make ready the financial model and the financing plan. For a period of 6 months, the authority should decide whether or not to accept the proposal. This procedure no longer exists and the project drawer is compensated by 0.5% to 2% of the value of the PPP or the bonus points that the commission assigns.

3.4 Current situation

In Albania, Public-Private Partnerships have steadily been increasing, for several years now. In order to boost the economy at a faster pace, governments have been heading for partnerships, but these services are often accompanied by high costs (duties, tariffs, etc) to be paid. In the EU Directives it is clearly stated that for each PPP related, we should look at the way it serves society and that this partnership weighs less on the budget of citizens¹⁹. Each PPP during the approval process should be judged fairly and the impact on the market that will operate should be seen and analysed. This remains highly important to maintain competitiveness and avoiding poor and bad management of state funds as a partner in investment. Another important consideration should be given to the study of additional costs as a result of the PPPs establishment. A good example is the case with Albanian Customs with Scanners Concession, and we can see other private strategies that seek to obtain immediate benefits, or in short terms, from the approval to the end of Public-Private Partnership period.

In a report of the year 2018, there are eight contracts that receive funding from the state budget. The largest financing contracts signed is lead by the Ministry of Health, contract for "check-up" followed by the Ministry of Infrastructure and Energy and the Municipality of Tirana, and the Ministry of Finance and Economy. The table below gives a clear picture of the amount of contracts with budget support.

Table 1. Costs of PPPs for 2018

	Ministry	Duration	Timeline	Contract value in \$	Cost for 2018 in (000) \$
1	Ministry of Health and Social Protection	10 years	2015-2024	60,032,836	8,172

¹⁴DoCM No. 914, dated on 29.12.2014

¹⁵Except when otherwise indicated in specific laws and regulations

¹⁶Quality, technical merit, esthetic characteristics, functional and environmental costs, running costs, cost of effectiveness, delivery services after-delivery of product and technical assistance, delivery date and period or termination period of works, service price for end-beneficiaries, amount of concession fee.

¹⁷Point(2), Article 23 of Law no. 125/2013, amended

¹⁸Point (2),(6) & (7), Article 25 of Law no. 125/2013, amended

¹⁹Green Paper on public-private partnerships and Community law on public contracts and concessions

2	Ministry of Health and Social Protection	10 years	2016-2025	81,218,284	6,113
3	Ministry of Health and Social Protection	10 years	2015-2024	93,801,045	14,555
4	Ministry of Health and Social Protection	10 years	2018-2027	84,496,269	8,268
5	Ministry of Infrastructure and Energy	7 years	2015-2022	27,000,000	7,022
6	Ministry of Infrastructure and Energy	6 years	2017-2022	34,199,418	6,171
7	Ministry of Infrastructure and Energy	13 years	2018-2030	224,365,672	0
8	Ministry of Infrastructure and Energy	30 years	2018-2047	18,706,291	0
9	Ministry of Infrastructure and Energy	5 years	2015-2019	65,298,507	12,820
10	Ministry of Infrastructure and Energy and Municipality of Tirana	30 years	2018-2047	171,406,401	9,693
11	Ministry of Finance and Economy	15 years	2014-2029	258,053,776	15,074
12	Ministry of Education and Municipality of Tirana	8 years	2017-2024	60,074,627	0
Total				1,178,653,125	87,888

Source: Ministry of Finance and Economy 2018

Perhaps there is the rigidity in the law that it does not foresee special procedures for different types of PPPs. At the same time it excludes certain sectors which if developed would be able to offer products or services that in the future could become part of the trade sector. Specifically in the country there are 13 active PPP investments. In the table below we present the largest value investments that are active with a total value reaches \$ 1.006 million.

Table 2: Active PPPs

Project name/sector	Financial closure Year	Investment (\$US millions)	Years
Tirana International Airport concession /Airports	2005	\$308.00	20
Milot - Morine Highway/Roads	2017	\$284.60	30
Ashta Hydro Power Project /Electricity	2009	\$272.00	35
Port of Durres /Ports	2013	\$51.30	35
Enso Hydro Lengarica HPP/ Electricity	2013	\$19.40	35
ETEA Lapaj SHPP/ Electricity	2012	\$19.40	
Energio-SAS Sasaj SHPP /Electricity	2012	\$10.60	
Ble-Klo-ArTervol SHPP/ Electricity	2012	\$10.10	
Ostrovica Faqekuq I & II SHPPs /Electricity	2012	\$9.00	
Essegei Hydro Power Plants/ Electricity	2002	\$8.00	

Source: World Bank <https://ppi.worldbank.org/snapshots/project>

In addition, in their finalization stages are projects worth \$ 1.014 mln.

Table 3: PPPs toward completion

Project name/sector	Financial Closure Year	Investment (\$US millions)
Tirana International Airport concession Airports	2005	\$308.00
Milot - Morine Highway Roads	2017	\$284.60
Ashta Hydro Power Project Electricity	2009	\$272.00
Port of Durres	2013	\$51.30
Enso Hydro Lengarica HPP Electricity	2013	\$19.40
ETEA Lapaj SHPP	2012	\$19.40
Energo-SAS Sasaj SHPP Electricity	2012	\$10.60
Ble-Klo-ArTervol SHPP Electricity	2012	\$10.10
OstrovicaFaqekuq I & II SHPPs Electricity	2012	\$9.00
Elbasan Water Supply and Wastewater Treatment Concession	2002	\$8.00

4. Risks and Cost-benefits Analysis

Risks in the short and long run

An important issue in PPP agreements is risk sharing between the public sector and the private sector or more specifically, the transfer of risk from the public sector to the private sector. Almost in every aspect a new project inherits somehow risks because the future cannot be predicted with precision. In this way, all parties involved in a PPP should consider a number of possible events that may occur. Each of these events should be thought ahead of effect on the project and its goals. The risk of a PPP is related to unexpected results which could have a direct effect on the provision of services or financial instability for the project. Anyhow, in both cases, the result is either losing or extra costs. The biggest and perhaps the only one often faced by either the public or private partner in Albania is the risk of sustainability of the projects after they are delivered by the contractor. Often in our country observations have shown that management capacities consists of a serious issue. Another risk observed recently is the maintaining facilities in term of physical and technological support as well as funding the maintenance in a long run, for example railways, highways and rural roads for which the investment rate of return is at a low rate for a long period of time, and sometimes they need to be refinanced due to level of amortization.

Since, often the risks appear unexpectedly when the PPP is created, perhaps the best way to reduce them is if contracting authority expresses the need for PPP and not otherwise such as unsolicited proposals. Cases when an individual or firm takes the initiative and addresses the institution to a project that is needed for the institution leaves room for doubts not only in the design but also in the continuation of the work for this project. Such cases tend to create monopolies, favorably for the bidder, however not for the general public and the public partner. Here, we must take a stand at the first moment. Probably no immediate developments are needed or required, however they will be of use even if their realization is delayed. Perhaps it would be better if certain activities were to be controlled by the government itself, in order to mitigate the abuse with prices that are forced to pay customers. Do we need to manage a risk transfer since, given that the state perceives its ability and the project has a higher incentive than it can bear.

Because of budget shortages to implement and maintain the projects and investment, the government finances them through partnership with private entities, with the use of concessions and PPPs. However, such financing, motivated by the shortages of budget and revenues, can in some cases also be treated as indirect government borrowing, which in turn leads to an increase in government debts. Perhaps it is precisely these type of risks and responsibilities that cause the greatest problems with PPPs. First of all, we are trying to make a fair presentation of the establishment of a PPP so that the outcome will be beneficial not only to the investing economic entity, but to the public entity as well as society as a whole, while maintaining economic costs at the lowest level possible.

Governments have shown generosity in granting permits for private investment, but they not implemented, and remained in paper only, and that's not just once! Thus, for example, for Skavica HPP was tendered twice in 2005 and 2007. The Kukes-Kalimash road was previously granted with concession in 2004, but this project failed and was realized by state-budget finances.

If now we compare the number of concessions established by unsolicited proposals with years ago they have gradually decreased, this also as a message from the World Bank and the IMF. Here the problem is not only in the format of the procedure, but it is also related to the social damages that can be done if its adoption occurs faster than the forecast.

If here we take the example of the unsolicited proposal for the Tirana Durrës highway where it just finished a partial adjustment of it. Accepting such a proposal causes not only suspicion, but the way of such funding increases even more costs for consumers, they will first encounter traffic, then pay and should wait at the time of return to a public good. If the same thing were to be considered in the case of hydropower plants, the study should be more detailed, because it does not only affect the cost of money, but it can spoil beautiful natural landscapes, which can be very well used for tourist sites.

Moreover, adoption of unsolicited proposal are risky mostly because they leave room for other benefits. There are times when the observation deadlines are approved, but there are also other short-term adoptions as the project is good and necessary, but the initiator is treated differently. Also in the law (2006) it has foreseen that it receives 10% of the bonus points while in law No. 88 (2014) it is compensated the proposer for the expenditures made for drafting the documentation for this proposal.

PPPs give rise for the need of selling government obligations in order to purchase services from a private operator and to honor calls on guarantees. These known and potential future costs for the government can influence debt sustainability in much the same way as if the government had incurred debt to finance public investment and provide a service itself, in that more fiscal adjustment is needed to stay on a desired debt level. These costs should therefore be taken into account when undertaking debt sustainability analysis. In order to overcome such situations, two possible options can do the job.

- PPP obligations could be added to public debt

These obligations would comprise the present value of 1) future service payments under PPP contracts (less any contractual receipts from private operators) and 2) calls on guarantees (less any receipts from private operators). Debt sustainability would then be argued referring to public debt and PPP obligations, and the use of PPPs when debt is public-private partnerships, government guarantees and unsustainable fiscal risk, would call for a larger primary surplus (or smaller primary deficit).

- An analytically equivalent approach is to count known and potential future PPP costs as future primary spending.

In this case, debt sustainability is judged by reference to public debt alone, and the use of PPPs when debt is unsustainable would require additional fiscal measures to meet the original primary surplus/deficit target.²⁰

²⁰Public-private partnerships, government guarantees, and fiscal risk, by Barry Anderson, m. Cangiano, m. Alier, Murray Petrie, Richard Hemming.

Only a few scholars consider the public perspective by studying possible explanations for the budget-constrained governments' adoption of PPPs – explanations that differ primarily based on whether the government is benevolent or non-benevolent. Public spending decisions are also affected by other factors such as the state of public financing or institutional and political concerns.²¹

Theoretical model shows that constraints on conventional measures of addressing budget deficits or public debt will only induce an illusionary fiscal adjustment since government will prevent changes to its net worth. This result suggests that an exclusive focus on deficit and debt levels conveys a misleading picture of the evolution of the underlying fiscal situation.²²

4.1 Cost-benefits

When PPPs' costs and benefits begin to be analyzed, it would normally have to be done about who would be the ideal bidder. In the case of drafting the PPP project, he seeks to implement the latest technology in order to offer better services at lower cost and high efficiency. At a time when the state budget can not afford all PPP costs, new and better alternatives appear to realize the project. Often the state requires that through PPPs to bring powerful investors, either domestic or foreign. Development initiatives, especially PPPs for infrastructure, often use the justification for increasing the country's competitiveness level in terms of trade opportunities. At the same time, through the PPPs, the state removes responsibility and self-accountability outsourcing them / passing them on to the private.

Normally, the contractors strive toward profit. They determine and calculate the costs of PPPs and usually there are additional increments that are justified by governments, with the change in time value of money and do not deal with their analysis. This is most likely when the benefits do not only come from domestic activity, but also from outside, such as ports and airports. From here we can conclude for the fact of incorporating particulars in the laws, including the law in our country, whichever type of PPP the conditions are the same. It should not be forgotten the monetary changes that occur as a result of exchange rate changes. Normally these are not required for the contracting firm. It is intended to carry out the activity that is written in the contract and nothing more than it.

Although the government can claim that through PPPs the risk and responsibility is transferred, it can hardly achieve it. Inside, the state must control the efficiency and quality of service delivery. Here the question arises: How much control does the government has over us and how does it put the contractor under the pressure to realize PPP correctly and timely? Often there were changes due to deadlines. It is difficult to control long-term PPPs. The longer the contracts are, the more likely there will be chances of deviation, because the public part passes from one government to another, or there may be changes in laws and policies of the government. Here the control remains questionable.

Even if we look at other countries, for example Spain or Greece for PPP contracted in infrastructure²³, problems with delegation of responsibility remain evident. Therefore, a detailed plan should be drafted especially when it comes to PPPs with high costs such as infrastructure projects or hydroelectric constructions. Not only cost but at the same time the impact they will have on the market. Often such activities affect competition by making a subject more influential than the other. The solution would be to invest in foreign investments. In such a case, it would probably be easier to find funds for initial financing than to pass it directly to foreign investors. Such high-value PPPs of initial investment affect the estimation of income that the contracting entity will generate when the projects are to be utilized. However, this kind of assessment is worth comparing to how much it can ease the livelihoods of individuals, so it will affect their social benefit. There are times that profitability is higher and PPP is given for action²⁴.

²¹International journal of industrial organization, Public-private partnerships from budget constraints: Looking for debt hiding? Marco Busoa , *, Frederic Marty b , Phuong Tra Tran

²²Easterly (1999) Life during growth

²³<http://publications.europa.eu/webpub/eca/special-reports/ppp-9-2018/en/>

²⁴<https://www.fhwa.dot.gov/>

Conclusions and Recommendations

Taking in consideration the above analysis several recommendations would be supportive to PPPs adoption:

- To be effective a PPP must take into account all types of analysis and costs and be accounted for from the start of its establishment.
- A good PPP emerges as a result of cooperation given the priorities, that is, what is needed most in a country at a specific place and time.
- Abandonments of attempts to establish a PPP with the intention of abolition of state responsibility and transfer to the private, and each party take matters on their own hands and execute responsibilities accordingly.
- Analyze and clarify all the risks before contracts are signed so as to avoid future risks along the way that affect and delay the realization of PPPs.
- Fair and transparent negotiations as well as transparent procedures on selection of the winners of the PPP proposals.
- Ensure the sustainability of the projects and investments after the completion by the contractor.

If at least all PPPs would follow these principles through all phases, then the positive results would be numerous and no one would raise any doubts on its creation, the approval by the commission and the implementation of a PPP.

A government should not simply approve unsolicited proposals and open the public tendering process where the supplier/bidder has the advantage, but rather study the momentum by starting determining the priorities, benefits, risks and effects.

A strict regulation for the adoption of PPPs, their operation and finalization of implementation phases would bring success for the future PPPs (e.g. water administration power generation as well as in the case of transport sector such as roads, highways, ports and airports and their maintenance).

References

International journal of industrial organization, Public-private partnerships from budget constraints: Looking for debt hiding? Marco Busoa , *, Frederic Marty b , Phuong Tra Tran

IFC's transaction structuring role WBG

Ministry of finance and economy, Reports, Atrako, PPP, 2018-2019

publications.europa.eu/webpub/eca/special-reports/ppp-9-2018/en/

Public-private partnerships, government guarantees, and fiscal risk, by Barry Anderson, m. Cangiano, m. Alier, Murray Petrie, Richard Hemming

www.fhwa.dot.gov

World Bank



IMASCONGRESS

www.imascon.com
www.imascon.org
www.imascon.net