



KASTAMONU ÜNİVERSİTESİ
KASTAMONU UNIVERSITY

CİLT: 20 SAYI: 3



2018

İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ
JOURNAL OF FACULTY OF ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES

Cilt: 20 - Sayı: 3, Temmuz 2018/Volume 20 - Issue 3, July 2018

E-ISSN: 2147-6012

Sahibi/Owner

Prof.Dr. Seyit AYDIN
Rektör/*Rector*

Editör/Editor

Doç. Dr. Yahya YEŞİLYURT (Assoc.Prof. Dr.)

Yardımcı Editör/Assistant Editor

Arş. Gör. Enes Uğur TOHUM (Res. Assist.)

Yayın Kurulu/Editorial Board

Prof.Dr. Yavuz DEMİREL (Prof.Dr.)
Doç.Dr. Yahya YEŞİLYURT (Assoc.Prof. Dr.)
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Yunus ÇELİK (Assist.Prof. Dr.)

Sekreteryä/Secretariat

Arş. Gör. Abdurrahman KAYA (Res. Assist.)

Arş. Gör. Murat ZORKUN (Res. Assist.)

Kapak Tasarım/Cover Design

Dr. Öğr. Üyesi Köksal BİLİRDÖNMEZ

Bilim ve Danışma Kurulu

Prof. Dr. Andrey V. KOROTAYEV	National Research University
Prof. Dr. Bayram Zafer ERDOĞAN	Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Bülent GÜLOĞLU	İstanbul Teknik Üniversitesi
Prof. Dr. Ercan TAŞKIN	Dumlupınar Üniversitesi
Prof. Dr. Fatih SAVAŞAN	Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Hasan BÜLBÜL	Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi
Prof. Dr. Hüsamettin İNAÇ	Dumlupınar Üniversitesi
Prof. Dr. Kerem KARABULUT	Atatürk Üniversitesi
Prof. Dr. Koray BAŞOL	İstanbul Arel Üniversitesi
Prof. Dr. Mahmut ZORTUK	Dumlupınar Üniversitesi
Prof. Dr. Muhsin HALİS	Kocaeli Üniversitesi
Prof. Dr. Mümin ERTÜRK	İstanbul Esenyurt Üniversitesi
Prof. Dr. Murat ERDOĞAN	Kastamonu Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa ÖZER	Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa SEVÜKTEKİN	Uludağ Üniversitesi
Prof. Dr. Najat Sayem KHALIL	San'a Üniversitesi
Prof. Dr. Orhan KÜÇÜK	Kastamonu Üniversitesi
Prof. Dr. Ömer YILMAZ	Atatürk Üniversitesi
Prof. Dr. Rafet AKTAŞ	Yıldırım Beyazıt Üniversitesi
Prof. Dr. Recep KÖK	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Recep TARI	Kocaeli Üniversitesi
Prof. Dr. Seyfettin ÜNAL	Dumlupınar Üniversitesi
Prof. Dr. Sezgin AÇIKALIN	Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Suat OKTAR	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Sudi APAK	İstanbul Beykent Üniversitesi
Prof. Dr. Şevki ÖZGENER	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Himmet KARADAL	Aksaray Üniversitesi
Prof. Dr. Utku UTKULU	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Yavuz DEMİREL	Kastamonu Üniversitesi
Prof. Dr. Yusuf SÜRMEK	Karadeniz Teknik Üniversitesi
Prof. Dr. Zeliha SEÇKİN	Aksaray Üniversitesi
Doç. Dr. Ahmet TIRYAKI	Anadolu Üniversitesi
Doç. Dr. Aysun KANBUR	Kastamonu Üniversitesi
Doç. Dr. Erol TURAN	Kastamonu Üniversitesi
Doç. Dr. Fatih YARDIMCIOĞLU	Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. Ferudun KAYA	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Doç. Dr. İlhan AKSOY	Ondokuz Mayıs Üniversitesi
Doç. Dr. İlkin BARAY	Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. Nuray TERZİ	Marmara Üniversitesi
Doç. Dr. Şakir GÖRMÜŞ	Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. Sefa ÇETİN	Kastamonu Üniversitesi
Doç. Dr. Selim İNANÇLI	Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. Serkan DİLEK	Kastamonu Üniversitesi
Doç. Dr. Tolga ULUSOY	Kastamonu Üniversitesi
Doç. Dr. Georgi MARINOV	University of Economics Varna
Doç. Dr. Jose Ramos Pires MANSO	Universidade De Beira
Doç. Dr. Maciej MILCZANOWSKI	Information Technology University
Doç. Dr. Venera İSTAYEVA	University of IR
Dr. Öğr. Üyesi Ali KONAK	Karabük Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Deniz KUNDAKÇI	Kastamonu Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Hayrettin KESGİNGÖZ	Karabük Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi İbrahim YALÇIN	Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Levent KORAP	Kastamonu Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi M. Faruk ÖZÇINAR	Aksaray Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Yunus ÇELİK	Kastamonu Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Murat FİDAN	Kastamonu Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Niyazi GÜMÜŞ	Kastamonu Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Orhan KANDEMİR	Kastamonu Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Tahir BENLİ	Kastamonu Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Yavuz GÜLOĞLU	Kastamonu Üniversitesi

Science and Advisory Board

Prof. Dr. Andrey V. KOROTAYEV	National Research University
Prof. Dr. Bayram Zafer ERDOĞAN	Anadolu University
Prof. Dr. Bülent GÜLOĞLU	İstanbul Technical University
Prof. Dr. Ercan TAŞKIN	Dumlupınar University
Prof. Dr. Fatih SAVAŞAN	Sakarya University
Prof. Dr. Hasan BÜLBÜL	Niğde Ömer Halisdemir University
Prof. Dr. Hüsamettin İNAÇ	Dumlupınar University
Prof. Dr. Kerem KARABULUT	Atatürk University
Prof. Dr. Koray BAŞOL	İstanbul Arel University
Prof. Dr. Mahmut ZORTUK	Dumlupınar University
Prof. Dr. Muhsin HALİS	Kocaeli University
Prof. Dr. Mümin ERTÜRK	İstanbul Esenyurt University
Prof. Dr. Murat ERDOĞAN	Kastamonu University
Prof. Dr. Mustafa ÖZER	Anadolu University
Prof. Dr. Mustafa SEVÜKTEKİN	Uludag University
Prof. Dr. Najat Sayem KHALIL	San`a University
Prof. Dr. Orhan KÜÇÜK	Kastamonu University
Prof. Dr. Ömer YILMAZ	Atatürk University
Prof. Dr. Rafet AKTAŞ	Yıldırım Beyazıt University
Prof. Dr. Recep KÖK	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Recep TARI	Kocaeli University
Prof. Dr. Seyfettin ÜNAL	Dumlupınar University
Prof. Dr. Sezgin AÇIKALIN	Anadolu University
Prof. Dr. Suat OKTAR	Marmara University
Prof. Dr. Sudi APAK	İstanbul Beykent University
Prof. Dr. Şevki ÖZGENER	Nevşehir Hacı Bektaş Veli University
Prof. Dr. Himmet KARADAL	Aksaray University
Prof. Dr. Utku UTKULU	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Yavuz DEMİREL	Kastamonu University
Prof. Dr. Yusuf SÜRME	Karadeniz Technical University
Prof. Dr. Zeliha SEÇKİN	Aksaray University
Assoc. Prof. Dr. Ahmet TIRYAKI	Anadolu University
Assoc. Prof. Dr. Aysun KANBUR	Kastamonu University
Assoc. Prof. Dr. Erol TURAN	Kastamonu University
Assoc. Prof. Dr. Fatih YARDIMCIOĞLU	Sakarya University
Assoc. Prof. Dr. Ferudun KAYA	Bolu Abant İzzet Baysal University
Assoc. Prof. Dr. Georgi MARINOV	University of Economics Varna
Assoc. Prof. Dr. İlhan AKSOY	Ondokuz Mayıs University
Assoc. Prof. Dr. İlkin BARAY	Dokuz Eylül University
Assoc. Prof. Dr. Jose Ramos Pires MANSO	Universidade De Beira
Assoc. Prof. Dr. Maciej MILCZANOWSKI	Information Technology University
Assoc. Prof. Dr. Nuray TERZİ	Marmara University
Assoc. Prof. Dr. Şakir GÖRMÜŞ	Sakarya University
Assoc. Prof. Dr. Sefa ÇETİN	Kastamonu University
Assoc. Prof. Dr. Selim İNANÇLI	Sakarya University
Assoc. Prof. Dr. Serkan DİLEK	Kastamonu University
Assoc. Prof. Dr. Tolga ULUSOY	Kastamonu University
Assoc. Prof. Dr. Venera İSTAYEVA	University of IR
Assist. Prof. Dr. Ali KONAK	Karabük University
Assist. Prof. Dr. Deniz KUNDAKÇI	Kastamonu University
Assist. Prof. Dr. Hayrettin KESGİNGÖZ	Karabük University
Assist. Prof. Dr. İbrahim YALÇIN	Niğde Ömer Halisdemir University
Assist. Prof. Dr. Levent KORAP	Kastamonu University
Assist. Prof. Dr. M. Faruk ÖZÇINAR	Aksaray University
Assist. Prof. Dr. Mehmet Yunus ÇELİK	Kastamonu University
Assist. Prof. Dr. Murat FİDAN	Kastamonu University
Assist. Prof. Dr. Niyazi GÜMÜŞ	Kastamonu University
Assist. Prof. Dr. Orhan KANDEMİR	Kastamonu University
Assist. Prof. Dr. Tahir BENLİ	Kastamonu University
Assist. Prof. Dr. Yavuz GÜLOĞLU	Kastamonu University

İletişim / Contact

Kastamonu Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dekanlığı
37100 Kastamonu/ Türkiye

Tel: +90 366 280 21 02
Faks: +90 366 280 21 99
iibfdergi@kastamonu.edu.tr

Kastamonu University
Dean's Office of Faculty of Economics and Administrative
Sciences
37100 Kastamonu/ Turkey

Phone: +90 366 280 21 02
Fax: +90 366 280 21 99
iibfdergi@kastamonu.edu.tr

Bu dergi yılda dört defa yayınlanır

This journal is published four times in a year.

Cilt 20 – Sayı 3 Hakemleri

Prof. Dr. Sanem ALKİBAY

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Prof. Dr. Hasan BÜLBÜL

Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi

Prof. Dr. Erhan DEMİRELİ

Dokuz Eylül Üniversitesi

Prof. Dr. Muhsin HALİS

Kocaeli Üniversitesi

Prof. Dr. Şakir SAKARYA

Balıkesir Üniversitesi

Prof. Dr. Zeliha SEÇKİN

Aksaray Üniversitesi

Prof. Dr. Funda YURDAKUL

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Doç. Dr. Eyüp AKIN

Aksaray Üniversitesi

Doç. Dr. Ufuk GENÇEL

İzmir Demokrasi Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Adil AKINCI

Kırklareli Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Yunus ÇELİK

Kastamonu Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Cengiz KARTIN

Erciyes Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Beishenbek TOKTOGULOV

Kastamonu Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Şükran SİRKINTIOĞLU YILDIRIM

Kastamonu Üniversitesi

Referees of Volume 20 - Issue 3

Prof. Dr. Sanem ALKIBAY	Ankara Hacı Bayram Veli University
Prof. Dr. Hasan BÜLBÜL	Niğde Ömer Halisdemir University
Prof. Dr. Erhan DEMİRELİ	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Muhsin HALİS	Kocaeli University
Prof. Dr. Şakir SAKARYA	Balıkesir University
Prof. Dr. Zeliha SEÇKİN	Aksaray University
Prof. Dr. Funda YURDAKUL	Ankara Hacı Bayram Veli University
Assoc. Prof. Dr. Eyüp AKIN	Aksaray University
Assoc. Prof. Dr. Ufuk GENÇEL	İzmir Demokrasi University
Assoc. Prof. Dr. Tolga ULUSOY	Kastamonu University
Assist. Prof. Dr. Mehmet Yunus ÇELİK	Kastamonu University
Assist. Prof. Dr. Cengiz KARTIN	Erciyes University
Assist. Prof. Dr. Beishenbek TOKTOGULOV	Kastamonu University
Assist. Prof. Dr. Şükran SİRKİNTİOĞLU YILDIRIM	Kastamonu University

İçindekiler (Contents)

Makaleler (Articles)	Sayfa (Page)
Türk Yükseköğretiminde Yeni Bir Arayış: Kalite Güvence Sistemi A New Quest to Turkish Higher Education: Quality Assurance System Samet IŞIK - Serap Yeşim BEYKOZ	7-22
Iran's Relations with Scandinavian Countries İran'ın İskandinavya Ülkeleri ile İlişkileri Evren KÜÇÜK - Harun KOÇAK	23-45
Finansal Piyasalarda Uzun Dönemli Bağımlılık ve Etkin Piyasalar Hipotezi Long-Term Dependence in Financial Markets and Efficient Market Hypothesis Mercan HATİPOĞLU - İbrahim BOZKURT	47-56
Ar-Ge Harcamalarıyla Yüksek Teknoloji İhracatı Arasındaki İlişki: Seçili 10 OECD Ülkesi İçin Panel Veri Analizi The Relationship Between High-Technology Exports and R&D Expenditure: Panel Data Analysis for Selected 10 OECD Countries Özer ÖZCELİK - Volkan ASLAN - Rabia İnci ÖZBEK	57-66
Emmy Ödüllü Dizilerde Alkol ve Sigara Ürün Yerleştirme Uygulamalarının İçerik Analizi Yöntemi ile İncelenmesi The Analysis of Alcohol and Cigarette Placement Practices in Emmy Awarded Series by Content Analysis Method Eyyup YARAŞ - R. Meltem YETKİN ÖZÜBEK - Pelin ÇORLU	67-84
Üniversite Sanayi İşbirliği Bağlamında Kastamonu'da Faaliyet Gösteren Sanayi İşletmelerinin Sorunlarının Tespiti Üzerine Bir Araştırma A Research on Identifying the Problems of Industrial Businesses in Kastamonu Within the Framework of University and Industry Cooperation Yavuz DEMİREL - Muhsin HALİS - Enes Uğur TOHUM - Mustafa YÜCEL	85-102

Türk Yükseköğretiminde Yeni Bir Arayış: Kalite Güvence Sistemi

Samet IŞIK*
Serap Yeşim BEYKOZ**

Atıf Künyesi: Işık, S. ve Beykoz, S.Y. (2018). Türk Yükseköğretiminde Yeni Bir Arayış: Kalite Güvence Sistemi, *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20/3, 7-22.

Öz: Toplumsal dönüşüm sürecine müteakip değişen koşullar ve yükseköğrenime olan talebin artması üniversitelerin toplumsal ihtiyaçlara dönük hizmet vermesini zaruri kılmıştır. Buna paralel olarak karar alıcılar, yükseköğretim kurumlarını bu konjoktüre göre şekillendirmek istemektedir. Özellikle gelişmiş ülkelerde yükseköğretimde kalite ve kalite güvencesi kavramları daha fazla tartışılır duruma gelmiştir. Nitekim kalite güvencesi öğretme, öğrenme, araştırma vb. konularda yüksek niteliği temsil etmektedir. Bu temsil kabiliyeti sayesinde belirli bir düzey ve kıyaslanabilirlik sağlanmaktadır. Kalite güvencesi iç ve dış denetlemelerle veya kurumların akredite edilme durumları üzerinden ifade bulmaktadır. Bu çalışma Türk yükseköğretimde kalite güvence sistemini açıklama saikiyle yapılmış nitel bir araştırmadır. Araştırmada kalite güvencesi yaklaşımı kavramsal olarak incelenmiştir. Çalışmada ayrıca yükseköğretimdeki kalite yaklaşımına yönelik güncel mevzuat araştırılmıştır. Türk yükseköğretiminde kalite anlayışının henüz gelişme safhasında olduğu söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: Yükseköğretim, Kalite güvence sistemi, Akreditasyon.

Jel Kodu: M14

A New Quest to Turkish Higher Education: Quality Assurance System

Abstract: The changing conditions and the increasing demand for higher education following the social transformation period have made it necessary for universities to serve social requirements. Policy makers want to shape higher education institutions according to this conjuncture. Exclusively in developed countries the concepts of quality and quality assurance in higher education have become more arguable. Indeed quality assurance; teaching, learning, research etc. it represents high quality in the subjects. This representation provides a certain level and comparability. Quality assurance is ensured through internal and external audits or through the accreditation of institutions. This study is a qualitative research done to explain the quality assurance system in Turkish higher education. The quality assurance approach is investigated conceptually. The study also investigates current legislation for quality approach in higher education. It can be said that the understanding of quality in Turkish higher education is on the development stage.

Keywords: Higher education, Quality assurance system, Accreditation.

Jel Code: M14

*Kastamonu Üniversitesi Strateji Geliştirme Daire Başkanlığı Mali Hizmetler Uzmanı, Kastamonu, isik_samet@kastamonu.edu.tr

**Kastamonu Üniversitesi Strateji Geliştirme Daire Başkanlığı Mali Hizmetler Uzmanı, Kastamonu, sbeykoz@kastamonu.edu.tr

GİRİŞ

Yükseköğretim kurumları, günümüz dünyasında küresel bir rekabetin içerisinde bulunmaktadır. Bu rekabet ortamı içinde üniversiteler; nitelikli bilgiyi yenileşimin gücüyle birleştirerek daha çok yatırım-fon toplamaya ve nitelikli insan gücü yetiştirmeye çalışmaktadır. Böylece hem ulusal hem de uluslararası düzeyde bilinirliğini artırmak isteyen yükseköğretim kurumlarının bunu gerçekleştirebilmek adına belirli kalite standartlarına ulaşması gereği kabul edilmektedir. Ayrıca kamusal kaynakların üniversitelerce kullanımı karar alıcıların kalite konusuna odaklanmasına vesile olmuştur. Kalitenin yükseköğretimde neyi ifade ettiği konusunda tartışmalar olsa da, bir kurumun sistematik değerlendirilmesi ve izlenmesi süreci kalite güvencesi olarak tanımlanmaktadır.

Dünyada; kalite güvencesi, kurumlara şeffaflık ve hesap verebilirlik sağlaması açısından önerilen bir sistemdir. Bu sistemi kurumlar toplam kalite yönetimi felsefesiyle işletebilir. Kurum içi kalite standartlarının yanı sıra üniversitelerin bağlı olduğu üst kurulun iç ve dış değerlendirmeleri de günümüzde önem arz etmeye başlamıştır. Diğer yandan özerk ve bağımsız bir kurumun akreditasyon sistemi de kalite güvencesini sağlamaktadır.

Türk yükseköğretiminde kalite güvence sistemine ilişkin çalışmalar sürmektedir. Özellikle 2015 yılında Yükseköğretim Kalite Kurulu'nun kurulması yükseköğretim sistemine sürdürülebilir kalite anlayışının entegre edilebilmesi açısından önemlidir. Nitekim bu araştırmanın amacı kalite güvencesi anlayışına yönelik çalışmaları betimsel bir yolla ifade etmek ve Türk yükseköğretimindeki kalite anlayışını tartışmaktır. Literatürde benzer saikle yapılan çalışmalar incelendiğinde (Prisacariu, 2015; Tezsürücü ve Bursalıoğlu, 2013; Keçetep ve Özkan, 2014; Gorea ve Saharov, 2015) araştırmanın mevzuat açısından güncel düzenlemeleri konu edinmesi önemlidir.

1. KALİTE KAVRAMI VE KALİTE GÜVENCESİ

Kalite olgusu tarih boyunca özellikle işletmeler açısından en çok tartışılan kavramlardan birisi olagelmıştır. Bundan dolayıdır ki günümüze kadar kalitenin tanımı çeşitli değişimlere uğrayarak Bütünsel Kalite Yönetim Felsefesi'nin öncülük ettiği çağdaş bir tanımla ifade edilmiştir (Andaç, 1996'dan akt. Küçük, 2012: 21).

Kalite, belirli standartları açıklar. Bu standartlara ulaşmak amacıyla belirlenmiş ilke ve

Türk Yükseköğretiminde Yeni Bir Arayış: Kalite Güvence Sistemi

yöntemlerle ifade bulur (Kalaycı, 2008:166). Mükemmele ulaşma isteğinin bir sonucu olarak kalite, etimolojik olarak Latince “nasıl” soru sözcüğünden –Qualis- türetilmiştir. Fransızca “nitelik” –Qualitas- sözcüğünden geçmiştir (Şimşek, 1998’den akt. Yılmaz, 2003: 3).

TSE-ISO 9005 Kalite sözlüğünde ise, “*bir ürün ya da hizmetin belirlenen veya olabilecek ihtiyaçları karşılama yeteneğine dayalı özelliklerinin toplamı kaliteyi ifade etmektedir*” şeklinde açıklanmıştır (Küçük 2012: 21).

Kalite ile ilgili tanımların çeşitliliği görece bir kavram olmasından kaynaklanmaktadır. Kalite diğer bir deyişle değer yargısıdır, beklentidir.

Kalite güvencesi ise literatürde ittifaka varılmış bir tanımla olmasa da genel olarak, mal ve hizmetlerin standardize edilmiş prosedürleri karşılama seviyesidir. Diğer bir deyişle, bir ürünün (mal ve/veya hizmetin) ya da bir projenin, dahası kurumsal bir yapının çeşitli yönlerden sistemli bir şekilde incelenmesi, izlenmesi ve değerlendirilmesi sürecidir (Özer vd., 2011: 60).

ISO (International Organization for Standardization) tarafından yapılan tanıma göre kalite güvencesi; “*Bir ürünün ve/veya hizmetin kalite gereksinimlerine uygunluğunu sağlamaya istinaden gerçekleştirilen sistematik ve planlanmış faaliyetler bütünüdür.*” (ISO, 2015).

Kalite güvencesi, kalite sisteminin bir modeli olarak belirtilmiş olup, Toplam Kalite Yönetimi (TKY) felsefesinin tamamlayıcısı durumundadır. Bu bağlamda kalite güvencesi, iyi bir yönetim aracıdır. Küçük vd. (2015)’ne göre TKY anlayışının yönetsel açıdan başarıyla uygulanabilmesi için yönetim liderliği, çalışan (işgören) tatmini, Kaizen (sürekli iyileştirme) yaklaşımı ve sürece odaklanma gibi ilkelerin benimsenmesi gereklidir.

Günümüzde kalite anlayışı, “ürün kalitesi” özelinde yapılan değerlendirmelerin dışına çıkmıştır. Bu anlayışa paralel olarak, bir hizmetin ve/veya bir ürünün kalitesi; tasarım, uygunluk (üretim) ve kullanım kalitesi ile belirlenmektedir (Türker, 2003: 11). Bu alışıla gelmiş yapı içerisinde kalite güvencesinin amacı, birimi veya üniteyi etkileyen unsurları bir süreç dahilinde ele alarak, kalitenin sürekliliğini sağlamaktır. Kalite güvencesi kurumlar/işletmeler açısından yönetim işlevi görür, nihai tüketici yani müşteri açısından ise güven sağlamaya yönelik bir tutumdur.

Samet Işık-Serap Yeşim Beykoz

Kalite güvencesi bir kurumda, kalite güvence sisteminin yerleşik bir hal almasıyla oluşur. Öte yandan bu sistemin kurulabilmesi için öncelikle kalite politikasının belirlenmesi elzemdir. Nitekim, ulaşılması istenen diğer bir deyişle hedeflenen kaliteye erişebilmek, kalite politikasına bağlıdır. Bu politikalar, kurumların üst yönetimi tarafından belirlenir ve aynı zamanda kalitenin amaç ve yönünü gösterir. Bir diğer ifade ile, kalite politikası yönetsel anlamda kurumların kaliteye bakış açılarını temsil etmektedir (Gencel, 2001: 181). Bu bakış açısı kurumların vizyonu ile ilişkilendirilebilir. Yönetimlerin örgütsel boyutta kaliteye olan bağlılıkları (Demirel, 2009: 269), kalite politikalarına yansır, buna paralel kalite güvence sisteminin gerek kurum içinde gerekse kurum dışında etkinliği sağlanabilir. Etkin bir vizyon yönetimi “mükemmeli arama” stratejisiyle (Çetin, 2009: 98) kalite anlayışını temsil eder, bu bir anlamda kurumun kalite güvence sistemine verdiği önemi ortaya koymaktadır.

2. YÜKSEKÖĞRETİMDE KALİTE GÜVENCE SİSTEMİ

Yükseköğretim kurumları dışarıdan aldıkları bilgiyi, sermayeyi, işgücünü ve yönetsel araçları, içeride, bir üretim sürecinden geçirerek dış çevreye sunmak üzere çıktıya dönüştürür. Bu sürece verilebilecek en primitif örnek yüksek öğrenimini tamamlayan mezunlardır. Diğer yandan bu kurumlarda hazırlanan projeler, bilimsel yayınlar, toplantılar (seminer, konferans vb.) birer çıktı mahiyetindedir.

Yükseköğretim kurumlarındaki bu döngüsel sürecin seçkinlerden kitleye doğru bir dönüşüme uğraması, diğer bir deyişle eğitimin ve öğretimin toplumsal yığınlara ulaşması sonucunda, 1980’lerden sonra özellikle Batı ülkelerinde olmak üzere yükseköğretimde kalite güvencesi konusu önem arz etmeye başlamıştır. Diğer yandan global iklimin yarattığı liberal anlayış çerçevesinde yükseköğretim kurumları “uluslararasılaşma” hüviyeti (Tezsürücü ve Bursalıoğlu, 2013: 99) kazanmaya başlamıştır. Bu yüzden yükseköğretimdeki kalite anlayışına yönelik spesifik bir tanımın varlığı söz konusu değildir. Bu anlayış ancak yoruma açık, çok boyutlu ve bağlamsal (Özer vd., 2011: 60) olarak tespit edilebilir.

Bogue (1998), yükseköğretim kurumlarında etkin kalite güvence sisteminin kurulmasına yönelik dört çağdaş yaklaşımdan söz etmektedir. Bu yaklaşımlar; Geleneksel Akran Değerlendirmesi, Değerlendirme ve Sonuç Hareketi, Toplam Kalite Yönetimi, Hesap Verebilirlik ve Performans Göstergesi Raporlaması’dır. Bu bağlamda mevcut kalite güvence uygulamaları olan standardizasyon (standardization), belgelendirme (certification) ya da

Türk Yükseköğretiminde Yeni Bir Arayış: Kalite Güvence Sistemi

akreditasyon (accreditation) yükseköğretimde kalite güvencesini sağlamaya yönelik uygulanabilir sistemlerdir (Aktan ve Gencel, 2010: 138).

a. Standardizasyon

Küreselleşmeyle birlikte yaşanan bütünleşme süreci ve yükseköğretim çok-uluslu bir yapıya bürünmesi, bu kurumlara ortak bir disiplin ve yapı getirme zorunluluğu doğurmuştur (Demirtaş ve Yılmaz, 2013: 130). Ancak bu konunun dünya genelinde rahatlıkla aşılabildiğini söylemek doğru olmayacaktır. Diğer yandan özellikle Avrupa’da ortak bir yükseköğretim seviyesi tespit edebilmek ve kültür yaratma gayesiyle ülkelerce imzalanan “Bologna Bildirisi” gibi reformist yaklaşımların varlığı, bu konudaki bazı çabalara örnek teşkil etmektedir.

Yükseköğretim kurumları belirlenmiş standartlara entegre olarak kalite güvencesi sağlayabilir. Ülke bazında standartların ortaya konulması, kurumlar arası karşılaştırma yapabilmeye olanağı sunar. Dahası farklı ülkelerde benzer standartlara sahip kurumlarla da kıyas yapabilmeye fırsatı yaratır. Standardizasyon mobility (hareketlilik) sağlar, yükseköğretimde rekabetin egemen olduğu pazar şartlarında “öğrenci hareketliliği” oldukça önemli bir konudur (Olsen ve Maassen, 2007: 11).

Kalite güvence sistemi iyileştirmeyi ve şeffaflığı esas alan bir yaklaşımla şekillenir, dolayısıyla yükseköğretim kurumlarının akademik seviyedeki bütün süreçleriyle ilgilidir (ENQA, 2008). Bu süreçlerin (araştırma, proje, öğretim etkinlikleri vb.) ulusal ve uluslararası düzeydeki standartlarla ilişkisi iç ve dış denetim faaliyetleriyle tespit edilir.

b. Akreditasyon

Akreditasyon kavramı temelde bir güven sistemidir. Bu bağlamda yükseköğretimde bir kurumun uygulamaya koyduğu herhangi bir programın –ya da kurumun kendisinin- domestik veya enternasyonal seviyede belirli performans standartlarına uygunluğunu ortaya koymaya yönelik bir sistemdir. Bahsi geçen performans standartları şunlardır:

1. Kalite
2. Verimlilik
3. Etkinlik

Akreditasyon sistemi bir yükseköğretim kurumunun kamuoyu önünde güven tesisine imkan sağlar. Aynı zamanda yükseköğretim talebinde bulunan kişilerin algısını olumlu yönde etkiler

Samet Işık-Serap Yeşim Beykoz

(Aktan ve Gencel, 2010: 138). Diğer yandan küresel rekabetin mühim boyutlara ulaştığı günümüzde üniversiteler beşeri sermayenin kalitesi hususunda titizlikle çalışmaktadır. Özellikle uluslararası düzeyde ilgi odağı olmuş yükseköğretim kurumları bu konuda sektördeki paydaşlarla ciddi bir yarış içerisinde. Kurumlar bu sayede hem başarılı öğrencileri hem de buna paralel olarak alanında uzman öğretim üyelerini bünyelerinde barındırmakta, bütün bunların yanı sıra daha büyük oranlarda araştırma fonları elde etme gayesi taşımaktadır.

Yükseköğretim kurumları açısından akredite olmanın iki önemli yararı vardır. Bunlar hesap verebilirlik ve şeffaflıktır. Dünya genelinde üniversitelerin, devlete veya devletin oluşturduğu bir üst kurula bağlı olduğu ve kurumların kalite güvence mekanizmasının devletin yükseköğretim politikasına ve sistemine istinaden işletildiği görülmektedir. Bu bağlamda yükseköğretim kurumlarına aktarılan kamu kaynaklarının kaliteli, verimli ve etkin kullanılıp kullanılmadığı sorunsalı halen tartışmalıdır. Bu sebeple karar vericiler, bu sorunsala ilişkin değerlendirmeleri üst organlar vasıtasıyla (değerlendirme komitesi, akreditasyon konseyi, kalite güvencesi ajansı gibi.) gerçekleştirmektedir (Özer, vd., 2011: 61-62).

Özetle, ülkedeki mevcut yükseköğretim sistemine bağlı olarak yükseköğretim kurumları, kalite güvence sistemini devlete bağlı bir üst kurulun düzenlemesi veya süreç takibi yoluyla oluşturmaktadır. Diğer yandan üniversiteler yine aynı koşullar altında, belirli ölçütlerin uygulanabilirliğini kabul edip yapılan anlaşmalar çerçevesinde bir kalite standardı oluşturmakta ve bu standartların neticesinde akredite sürecine* tabi tutulmaktadır.

c. Dünya Uygulamaları

Dünyada yükseköğretime yönelik talebin artışı, bu talebin yükseköğretim süreci sonucunda diploma vasıtasıyla istihdama dönüşmesi, üniversitelerin uluslararasılaşması ve rekabetçi bir yapıya bürünmesi hasebiyle, kurumların yeniden yapılanma (reconstruction) gereksinimi artmıştır. Bu yapılanma esnasında tartışılan en önemli parametrelerden birisi kalite olgusudur. Kalite güvencesi ve buna dayalı bir sistemin inşası artık yükseköğretim kurumları için mecburi hale gelmiştir.

* İlgili süreç 1-Standartların Oluşturulması, 2-Hazırlık ve Öz değerlendirme, 3-Ziyaret ve Dış Değerlendirme, 4-İzleme, 5-Akredite Edilme ve Onay, 6-Sürekli Gözden Geçirme merhalelerini içerir (Aktan ve Gencel, 2010: 145).

Türk Yükseköğretiminde Yeni Bir Arayış: Kalite Güvence Sistemi

İlgili revizyon süreci dahilinde ülkeler, kitleselleşen yükseköğrenimin verimliliği ve etkinliği hususunda çalışmalar yapmaktadır. Bu çalışmaların temelinde kalite güvencesi anlayışı vardır. Nitekim ülkeler, yüksek finansman sağladıkları kurumların belirli bir standartta ve hizmet anlayışında olmasını istemektedir (ENQA, 2008). Bu standartlar özelinde ilk konu, yükseköğretim kurumlarının işlevselliğidir. Diğer bir konu ise kurumların rekabet avantajı sağlayıp sağlayamadıklarıdır. Ülkeler bu bağlamda yaptıkları çalışmalar doğrultusunda kalite güvencesini, kurumların yapıları ve sistematiğine uygun bir biçimde düzenlemektedir. Kurumların da kendi iç denetim mekanizmaları buna uygun dizayn edilmektedir.

Değişim süreci Avrupa'da, Avrupa Yükseköğretim Alanı (EHEA) ve Avrupa Araştırma Alanı (ERA) oluşturma çabaları kapsamında geliştirilmiş ve Bologna süreciyle şekillenmiştir. Bu çalışmaların Avrupa ülkelerinde;

1. Yükseköğretimin güçlendirilmesi,
2. Yükseköğretimde kalite düzeyinin yükseltilmesi,
3. Ortak kabul görmüş standartlara binaen yükseköğretimin bu standartlara ulaşmasının sağlanmasına yönelik kalite güvence sisteminin oluşturulması, amaçlarına yönelik yapıldığı söylenebilir (YÖK, 2007: 27-29).

Yükseköğretimde kalitenin izlenmesi, değerlendirilmesi ve kalite güvence sisteminin oluşturulması yönündeki tartışmalar küresel düzeyde sürmektedir. Buna paralel olarak devletler, ülkedeki mevcut şartlara ve yükseköğretim yapılanmasına uygun olarak kalite süreçlerini yönetmektedir.

- ❖ Yükseköğretimde âdem-i merkeziyetçi bir anlayışa sahip Amerika Birleşik Devletleri (ABD)'nde akreditasyon sistemi kalite güvencesinin temelini oluşturur. Zira ABD'de kurumları doğrudan denetleyen ve onaylayan merkezi bir yapının varlığı söz konusu değildir. Serbest piyasa anlayışında akredite olmak önemlidir. ABD'de akreditasyon kurumları özel ve kâr amacı gütmeyen kurumlar olarak faaliyetlerini sürdürmektedir ve yükseköğretim kurumlarında kalite güvence standartları bu kurumlar tarafından sağlanmaktadır (Eaton, 2015).
- ❖ İsveç'te akreditasyon sisteminden ziyade, kurumların iç kalite güvence mekanizması ön plandadır. Ulusal Yükseköğretim Ajansı denetimlerini kurumların

Samet Işık-Serap Yeşim Beykoz

iç dinamikleri üzerinden gerçekleştirmekte ve kurumlarla karşılıklı etkileşimi başat tutan bir anlayışla bu sistemi yürütmektedir.

- ❖ Devlet üniversitelerine akreditasyon sistemini uygulamayan Avusturya’da, özel üniversitelerin bu sisteme dahil olması zorunlu kılınmıştır (Özer vd., 2011: 64).
- ❖ Üniversitelerin özerk yapısı sebebiyle İngiltere’de kurumların kalite güvencesi akran değerlendirmesine dayalı bir üst kurulun denetimleriyle gerçekleşmektedir. Yükseköğretim kurumlarının bağlı bulunduğu Kalite Güvence Ajansı (QAA) dış değerlendirme işlevini üstlenmektedir.
- ❖ Hollanda yükseköğretiminde denetleyici ve düzenleyici –Türkiye’deki YÖK benzeri- bir kurumun varlığı söz konusu değildir. Ülkede Yükseköğretim Müfettişliği adı altında bir kurum mevcuttur. Söz konusu kurum her üniversiteye “müfettiş” unvanıyla bir yetkili atayarak, üniversitenin kalite güvencesi ve akreditasyon süreçlerindeki olası sorunlarını çözmeye destek olur (Özgüzel, 2016: 21).
- ❖ Japonya’da yükseköğretime ilişkin kalite esasları bakanlığın yetki verdiği ajanslarca belirlenmektedir. Ajanslar kurumları belirlenmiş standartlar ve kalite güvence sistemleri üzerinden akredite etmektedir.
- ❖ Yunanistan’da parlamento aracılığıyla yetkilendirilmiş olan kalite güvence ajansı yükseköğretim kurumlarının dış denetim sürecini yürütür ve raporlar (Tezsürücü ve Bursalıoğlu, 2013: 104-105).

Dünyada uluslararası boyutta faaliyet gösteren kalite ajansları arasında ENQA (Avrupa Yükseköğretim Kalite Güvencesi Birliği), EQAR (Yükseköğretim Avrupa Kalite Güvencesi Tescili), EUA (Avrupa Üniversiteler Birliği), QAA (Yükseköğretim Kalite Güvence Ajansı), CHEA (Yükseköğretim Akreditasyon Kurulu-ABD), AQ (Kalite Güvencesi ve Akreditasyon Ajansı – Avusturya), AKKR (Danimarka Akreditasyon Kurumu), IUA (İrlanda Üniversite Kalite Kurulu), ACQUIN (Akreditasyon, Sertifikasyon ve Kalite Güvencesi Kurumu),

Türk Yükseköğretiminde Yeni Bir Arayış: Kalite Güvence Sistemi

HCERES (Araştırma ve Yükseköğretim Değerlendirme Yüksek Kurulu) yer almaktadır.

3. TÜRK YÜKSEKÖĞRETİMİNDE KALİTE GÜVENCE SİSTEMİ

Türkiye’de yükseköğretim, Yükseköğretim Kurulu (YÖK) adı verilen ve 1981 tarih 2547 sayılı Yükseköğretim Kanunu ile kurulmuş olan bir üst kurula bağlıdır. Yükseköğretimin planlanması, düzenlenmesi ve denetlenmesi son 36 yılda muhtelif farklılıklara gidilse de YÖK’ün kontrolü altındadır. Bu kontrol mekanizmasının başat özelliği merkezîyetçi ve katı yapılanmadır.

Türk yükseköğretiminde kalite güvence sistemi periyodik olarak iç ve dış değerlendirme süreçlerine bağlı olarak yürütülmektedir. Bu süreçler aynı zamanda öğrenim çıktılarının kalitesini ölçümlemek, standartları tespit etmek ve akreditasyon sağlama amacıyla da düzenlenmiştir. 2005 yılında ENQA tarafından raporlanan *Avrupa Yükseköğretim Kalite Güvence İlke ve Standartları* çerçevesinde YÖK aynı yıl, *Yükseköğretim Kurumlarında Akademik Değerlendirme ve Kalite Geliştirme Yönetmeliği* yayınlamıştır. Bu yönetmelik kapsamında kurulan YÖDEK (Yükseköğretim Kurumları Akademik Değerlendirme ve Kalite Geliştirme Komisyonu) kalite geliştirme alanında gösterdiği faaliyetlerle ilgili süreçlerde yol gösterici olmuştur. Yükseköğretimde reform çabaları ve bunun getirdiği değişim ihtiyacı nedeniyle 2011 yılında 6111 sayılı Kanun ile bir takım düzenlemeler yapılmış olup eğitim-öğretim sisteminin sürekli iyileştirilmesine yönelik kalite uygulamaları mevzuata eklenmiştir (<http://yok.gov.tr>). YÖDEK yönetmeliği ise, 2015 yılında yürürlüğe sokulan Yükseköğretim Kalite Güvencesi yönetmeliğine istinaden geçerliliğini yitirmiştir. Bahsi geçen yönetmelik yükseköğretim kurumlarının tamamının kalite güvence sistemleri ile tanışmasını zorunlu kılan bir reform niteliğindedir. Yükseköğretim Kalite Güvencesi yönetmeliği ile YÖK bünyesi içinde üniversitelerin kalite değerlendirme ve güvence çalışmaları ile akreditasyon işlemlerinin yürütülmesini düzenleyen Yükseköğretim Kalite Kurulu oluşturulmuştur. Aynı zamanda üniversitelere her yıl kalite güvence çalışmaları ile ilgili kurum iç değerlendirme raporunun hazırlanmasına yönelik zorunluluk getirilmiş ve en az beş yılda bir olmak üzere Kalite Kurulu tarafından yetkilendirilmiş bağımsız değerlendirme kuruluşları tarafından gerçekleştirilecek olan dış değerlendirme süreci uygulamaya konulmuştur. Böylelikle Bologna sürecinde kâğıt üzerinde kalan birtakım düzenlemelerin artık pratikte uygulanabilirliği söz konusu olacaktır.

Samet Işık-Serap Yeşim Beykoz

Bu değişimin bütünüyle yükseköğretim kurumlarının gelişmesi, küresel rekabet ortamında yeknesak bir yapıdan kurtulup eğitim ve öğretim faaliyetlerinin yanı sıra araştırma faaliyetlerine de gereken önemi vermesi gerekliliğinden doğduğu açıktır. Bu açıdan bakıldığında 2015 yılında başlayan bu değişim sürecini doğru anlamak, sürecin yönetimini daha dinamik kılacaktır (Seçkin vd. 2016: 133).

İlgili çalışmaların yapılıp yasal bir zemine oturması sonucunda, daha önce kalite denetimlerine kayıtsız kalan vakıf ve devlet üniversitelerinin tamamının bu yasal süreci müteakiben kurumsal iç değerlendirme raporları hazırlayarak Yükseköğretim Kalite Kurulu'na iletmeleri mümkün olmuştur. Raporlar üniversitelerin güçlü ve zayıf yönleri üzerine bir nevi SWOT analizi tekniğine uygun biçimde hazırlanmıştır. Bunun yanı sıra üniversiteler akreditasyon konusunda fikir sahibi olabilmıştır. Üniversiteler bu sayede, kendi bünyelerinde oluşturduğu araştırma merkezlerinin faaliyetlerini görebilmiş; aynı zamanda bu merkezlerin kurumlarına kattığı katma değeri tartışma olanağı elde etmiştir.

Daha önce de tartışıldığı üzere kalite güvence değerlendirmeleri “standardizasyon”, “belgelendirme” ya da “akreditasyon” süreçleriyle işlevsellik kazanmaktadır. Türkiye’de yükseköğretimde yasalar ve kurumlarla ortaya konan dönüşüm neticesinde üniversitelerin akredite olma çabaları da artmıştır. Özellikle dış değerlendirme sürecinde daha güçlü olmak kurumların bazı programlarını akredite etmek üzere Türkiye’de aktif olarak bağımsız çalışmalarını sürdüren ve tescil süreleri devam eden kalite ajanslarının varlığı söz konusudur. Bunlar; Mühendislik Eğitim Programları Değerlendirme ve Akreditasyon Derneği (MÜDEK), Tıp Eğitimi Programlarını Değerlendirme ve Akreditasyon Derneği (TEPDAD), Fen-Edebiyat Dil ve Tarih Coğrafya Fakülteleri Akreditasyon Derneği (FEDEK), Mimarlık Akreditasyon Kurulu (MİAK), Veteriner Hekimliği Eğitim Kurumları ve Programları Değerlendirme ve Akreditasyon Derneği (VEDEK) ve Hemşirelik Eğitim Programları Değerlendirme ve Akreditasyon Derneği (HEPDAK)’dir (<http://yok.gov.tr>).

3.1. Yükseköğretim Kalite Kurulu

23 Temmuz 2015 tarih ve 29423 sayılı Yükseköğretim Kalite Güvencesi Yönetmeliği[†]

[†] İlgili yönetmelik “yükseköğretim kurumlarının eğitim-öğretim ve araştırma faaliyetleri ile idarî hizmetlerinin iç ve dış kalite güvencesi, akreditasyon süreçleri ve bağımsız dış değerlendirme kurumlarının yetkilendirilmesi süreçlerini ve bu kapsamda tanımlanan görev, yetki ve sorumluluklara ilişkin esasları” düzenler (Yükseköğretim Kalite Güvencesi

Türk Yükseköğretiminde Yeni Bir Arayış: Kalite Güvence Sistemi

kapsamında oluşturulan Yükseköğretim Kalite Kurulu'nun ilgili yönetmelikte görev ve sorumlulukları şu şekilde beyan edilmiştir

- a) Yükseköğretimde kalite güvencesi ve akreditasyon sistemine ilişkin ulusal politika ve stratejiyi tanımlamak ve Genel Kurul onayına sunmak,
- b) Üniversitelerin iç kalite güvence sistemlerinin kurulması yönünde rehberlik etmek,
- c) Kalite kültürünün oluşumu, geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması adına faaliyetlerde bulunmak,
- d) Yükseköğretim kalite güvence sistemleri ile ilgili ulusal ve/veya uluslararası çalışmaları izlemek, gerektiğinde bu çalışmalara katılmak ve ortaklık etmek,
- e) Akreditasyon ve dış değerlendirmede uygulanacak ilkeleri, standartları, parametreleri ve kuralları belirlemek ve Genel Kurul onayına sunmak,
- f) Genel Kurul tarafınca onaylanan kaliteye ilişkin dış değerlendirme ve akreditasyon prosedürleriyle ilgili yükseköğretim kurumlarına enformasyon sağlamak, yayınlar yapmak,
- g) Yükseköğretim kurumlarının öz değerlendirmeleri ve dış değerlendirmelerine ilişkin fikirler sunmak, tavsiye raporları hazırlamak, bunu Genel Kurul'a sunmak,
- h) Periyodik olarak 5 (beş) yılda bir yapılmasını gereken dış değerlendirmeyi gerçekleştirilmeyen üniversiteler hakkında dış değerlendirme yapılmasını Genel Kurul'dan talep etmek,
- i) Yapılan kalite değerlendirmeleri sürecinde yaşanan olumsuzlukları ve geliştirmeye yönelik önerileri Genel Kurul'a sunmak,
- j) Dış kalite değerlendirmesi ve akreditasyon alanlarına ilişkin faaliyette bulunmak isteyen ve buna binaen tescil başvurusu yapan özel hukuk tüzel kişilerinin müracaatlarını değerlendirmek ve bu hususta Genel Kurul'a görüş vermek ve bu kuruluşların faaliyetlerini izlemek, gerektiğinde yaptırım kararı uygulamak için Genel Kurul'a öneride bulunmak,
- k) Yükseköğretimde kalite güvencesi hususunda uluslararası kuruluşlar nezdinde Kurul'u temsil etmek,
- l) Genel Kurul'a sunulan rapor ve görüşleri kamuoyu ile paylaşmak,

Samet Işık-Serap Yeşim Beykoz

m) Yönetmelik kapsamında verilen diğer görevleri icra etmek.

Kalite Güvence Kurulu; Kurumsal Dış Değerlendirme Komisyonu, Kalite Güvence Ajansları Tescil Komisyonu ve Kalite Güvence Kültürünü Yaygınlaştırma Komisyon'undan oluşmaktadır.

Türkiye’de yükseköğretime ilişkin kalite güvence sisteminin oluşturulmasında önemli bir yapı olarak ortaya çıkan Yükseköğretim Kalite Kurulu’ndan beklenen günümüzün yükseköğrenim koşullarında üniversiteleri dinamik, hesap verebilir ve rekabetçi bir yapıya dönüştürmesidir. Zira Türkiye yükseköğreniminin en büyük problemlerinden birisi kurumların topluma karşı hesap verebilirlik mekanizmalarının eksikliğidir. Diğer yandan devlet eliyle finanse edilen bu kurumların, bu finansmanı ne kadar verimli kullandıkları büyük bir soru işareti oluşturmuştur. Bu durum kalite güvencesi konusunda üniversitelerin gerek kamuoyu önünde gerekse de uluslararası boyutta güvenilirliğini azaltmaktadır. Bu tip yapıların, düzenleyici ve denetleyici kurumlarla belirli standartlara taşınması ve kalitelerinin artırılması yükseköğretimdeki mevcut büyüme eğiliminin sürdürülebilirliğine olanak tanıyacaktır.

3.2. Yükseköğretim Kalite Kurulu’nda Yapılan Revizyon

1 Temmuz 2017 tarihli ve 30111 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan Üretim Reformu paketi içinde yükseköğretimde kalite güvence sistemine yönelik düzenlemeler yer almıştır. Söz konusu düzenlemeler ile daha önce YÖK bünyesinde yer alan Kalite Kurulu idari ve mali açıdan özerk bir yapıya bürünmüştür. Bunun neticesinde Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı, kurumların kalite sürecinde ortaya koyduğu çıktılarının kontrolünü ve akreditasyona ilişkin işlemlerini bu bağımsız kurula devretmiştir. Aynı zamanda ihtisaslaşmaya ilişkin bir takım çalışmalar gerçekleştirilmiştir. Bu çerçevede çeşitli bakanlık ve kuruluşlar ile eşgüdümlü olarak “Bölgesel Kalkınma Odaklı Misyon Farklılaşması ve İhtisaslaşması” temalı proje kapsamında pilot üniversiteler ile üniversitelerin yer aldığı bölgenin şartları dikkate alınarak sürdürülebilir kalkınma hedeflerine yönelik alanlarda ihtisaslaşmaya teşvik amaçlı “çalışma alanları” belirlenmiştir. Tüm bu çalışmaların üniversitelerin benzer ve birbirlerini tekrar eden yapılarının kırılarak; bölgesel, ulusal ve küresel rekabet konusunda adımlar atmasına yönelik olduğu açıktır ve bu durumun ancak üniversitelerin kalite güvence sistemleriyle entegre bir biçimde yürütülmesiyle sürdürülebilir olabileceği görülmektedir.

Türk Yükseköğretiminde Yeni Bir Arayış: Kalite Güvence Sistemi

Üniversitelerin çıktı odaklı kalite süreç değerlendirmeleri ve programlarını akredite etme çalışmalarını denetleyen başta YÖK bünyesinde yer alan Yükseköğretim Kalite Kurulu, çağdaş devletlerde bu görevi yerine getiren bağımsız kalite ajansları gibi idari ve mali açıdan özerk bir yapıya bürünerek çalışmalarını bu şekilde sürdürmeyi ilke edinmiştir.

Türkiye’de denetim sürecinde kullanılan sistem ve süreçlerin bağımsızlığından ziyade denetleyen kurumun hukuki bağımsızlığı ile ilgilenilir. Aslında kalite güvencesi kuruluşlarının tamamıyla siyasi ve bürokratik kurumlardan bağımsız olması da beklenemez. Nitekim ENQA (2008) tarafından yapılan kalite güvencesini değerlendiren kuruluşların bağımsızlığı ile ilgili tarama çalışmalarında bu kuruluşların tamamıyla devletten ve diğer paydaşlardan bağımsız olamayacağı vurgulanmıştır. İsveç ve Finlandiya’da bu kuruluşlar Milli Eğitim Bakanlığına bağlı olarak çalışmaktadırlar. Yunanistan’da ise kalite güvence kuruluşunun başkanı meclis tarafından seçilmektedir. Bu durumda kalite güvence değerlendirmeleri yapacak ajansın bağımsızlığında ziyade bu değerlendirmeleri yaparken kullanılan kontrol ve standartların bağımsızlığı, işlem ve süreçlerin her adımının katılımcı ve şeffaf olarak gerçekleştirilmesi gerekmektedir (Özer vd. 2011: 64-65).

Düzenlemeye istinaden Yükseköğretim Kalite Kurulu’nun 13 üyeden oluşmasına karar verilmiştir. Kurul içinde yer alan Yükseköğretim programları Danışma Kurulu ile Meslek Yüksek Okulları Koordinasyon Kurulu, üniversitelerde açılacak olan programların standartlarına yönelik düzenlemeler ve öneriler yapma görevini üstlenmiştir. Ayrıca bu kurullar öğretimde kalite güvencesini korumak amacıyla, kontenjanların planlanması, program çıktılarının izlenmesi ve mezunların istihdamı gibi konularda çalışmalar yapacaktır.

SONUÇ

Bilgi toplumunun vazgeçilmez kurumları haline gelen üniversiteler; temelde eğitim, öğretim ve araştırma birimleri olarak faaliyet göstermektedir. Bu faaliyetlerin zaman içerisinde, toplumsal yapılardaki çözümlere bağlı olarak değişmesi ve bu değişim sürecinin yükseköğretim kurumlarına yansması çağın gereksinimlerine hızlı bir biçimde yanıt veren ve yenilikçi kurumlar arasında rekabet ortamı yaratmaktadır. Bu rekabet ortamında kurumlar hiç kuşkusuz “mükemmel” olma idealini diri tutmak amacıyla kurumlarını ve iç dinamiklerini belirli standartlar çerçevesinde düzenlemektedir. Bu standartlar kurumların kalite yönetimi ile ilgilidir.

Samet Işık-Serap Yeşim Beykoz

Dünyada özellikle 1980 yılından sonra yükseköğretimde kalite süreçlerinin izlendiği ve buna müteakiben belirli standartlar oluştuğu söylenebilir. Nitekim devletler genellikle hakim olduğu yükseköğretim yapısı üzerinde iç ve dış kalite denetimlerini artırma yoluna gitmiştir. Serbest piyasa şartlarına istinaden devlet tarafından denetlenemeyen yükseköğretim kurumlarına ise akredite olma şartı getirmiştir. İlgili akreditasyon sistemi için ise ülkeler ortak çalışmalar düzenlemiş, anlaşmalar imzalamıştır. Bugün halen yükseköğretimde kalite güvencesinin temini ve sürdürülebilirliği için ülkeler ve kurumlar müzakere halindedir.

Türkiye zaman içerisinde yükseköğretimdeki kalite güvencesi konusunda adımlar atmış olsa da ancak belirli bir mesafe kat edebilmiştir. Bologna ve Socrates süreci gibi entegrasyon standartlarını benimsemesine rağmen kendi özerk yapısı içerisinde üniversitelerin “kalite” denildiğinde neyi ölçümlendiği kuşkulu bir durum olagelmıştır. Bu bağlamda özellikle 2005 yılından sonra çalışmaların artması, YÖK içerisinde farklı kurulların oluşturulmaya başlanması yükseköğrenimin standardizasyonu ve akreditasyonu konusunu gündeme taşımıştır. 2015 yılında yürürlüğe giren Yükseköğretim Kalite Güvencesi Yönetmeliği gereğince kurulan ve üretim reformu paketi ile birlikte idari ve mali açıdan özerkliğe kavuşan Yükseköğretim Kalite Kurulu, Türkiye’de yükseköğretimin modern kalite esaslarına uygun bir biçimde sürdürüleceğini göstermektedir. Diğer yandan kalite güvence sistemine ilişkin bilincin oluşturulmasında üniversite yönetimlerinin daha hassas davranmaları gerektiği de gözden kaçırılmamalıdır. Ancak yasal zorunluluk bulunmasına karşın 2015 yılı Kurum İç Değerlendirme raporunu kalite kuruluna sunmayan iki üniversitenin de yer aldığı görülmektedir. Bu durum her ne kadar toplam üniversite sayısına bakıldığında oran olarak önemsiz gibi görülse de eğitim-öğretimde kalite güvence sistemi bilincinin yerleşmesi için üniversitelerin daha hassas olması gerektiği de açıktır. Yükseköğretim Kalite Kurulu’ nun yayınladığı dış değerlendirme neticesinde edinilen geri bildirim raporlarında da üniversitelerin kalite programları konusunda duyarsız kalındığı bildirilmiştir. Yükseköğretim kurumlarının nicelik olarak hızla arttığı ve gerçekleşen yasal düzenlemelerin varlığı ile birlikte günümüzde kalite güvence sisteminin, yükseköğretim kurumlarının ulusal ve uluslararası rekabet gücünü artıracak önemli bir araç olduğu kurumların üst yöneticileri tarafından farkına varılmalıdır. Kalite güvence sistemlerinde kilit nokta üniversite yönetimlerinin kalite güvence sistemini sahiplenmesi ve bunu kurum boyunca diğer alt birimlere yayılması gerektiğidir. Böylece ilerleyen dönemde uygulamaların, denetleme ve düzenlemelerin artmasıyla kalite güvencesine

Türk Yükseköğretiminde Yeni Bir Arayış: Kalite Güvence Sistemi

dayalı bir sistemin temini mümkün olacaktır. Bu durum, Türkiye’deki üniversitelerin daha şeffaf ve hesap verebilir bir yapı kazanmasına vesile olmakla birlikte, günümüz piyasasında yükseköğretim kurumları bu sayede rekabet avantajı sağlayabilecektir.

KAYNAKÇA

- Aktan, Coşkun Can ve Gencil, Ufuk (2010), “Yükseköğretimde Akreditasyon”, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2, 138-155.
- Bogue, E. Grady (1998), “Quality Assurance in Higher Education: The Evolution Systems and Design Ideals”, *New Directions for Institutional Research*, 99, 7-18.
- Çetin, Sefa (2009), “Vizyon Yönetimi”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22, 95-103.
- Demirel, Yavuz (2009), “Örgütsel Bağlılığın İç Hizmet Kalitesi Üzerine Etkisi: Kamu ve Özel Sektör Çalışanları Üzerine Bir Uygulama”, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23, 269-281.
- Demirtaş Berjan ve Yılmaz, Özgür (2013), “Türkiye’de Yükseköğretimde Küresel Standardizasyonu Yakalamada İKMEP ve Örnek Ülke Modelleriyle Karşılaştırma”, *Electronic Journal of Vocational Colleges*, 1, 130-135.
- Eaten, Judith (2015), “An Overview of U.S. Accreditation”, *Council for Higher Education Accreditation (CHEA)*, Washington DC.
- ENQA, (2008), “Quality Procedures in The European Higher Education Area And Beyond – Second ENQA Survey”, Helsinki. (<http://www.enqa.eu/indirme/papers-and-reports/occasional-papers/ENQA%20Occasional%20papers%2014.pdf>)
- Gencil, Ufuk (2001), “Yükseköğretim Hizmetlerinde Toplam Kalite Yönetimi ve Akreditasyon”, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3, 164-218.
- Gorea, Brindusa ve Saharov, Natalia (2015), “Legislative Bases for Quality Assurance In Romanian Higher Education”, *Social and Behavioral Sciences*, 177, 387-391.
- ISO, (2015), *Quality Management Systems – Fundamentals and Vocabulary*, ISO Copyright Office, Switzerland.
- Kalaycı, Nurdan (2008), “Yükseköğretimde Uygulanan Toplam Kalite Yönetimi Sürecinde Gözardı Edilen Unsurlardan TKY Merkezi ve Eğitim Programları”, *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 2, 163-188.
- Keçetep, İlker ve Özkan, İdil (2014), “Quality Assurance in The European Higher Education Area”, *Social and Behavioral Science*, 141, 660-664.
- Küçük, Orhan (2012), *Kalite İyileştirmede Adım Adım Kıyaslama (Benchmarking)*, Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Küçük, Orhan; Yılmaz E., Şen, İ. ve Küçük N., (2015), “Toplam Kalite Yönetiminin İşletme Performansına Etkisi: Lojistik Sektöründe Bir Uygulama”, *International Journal of Social Science*, 34, 53-67.
- Olsen, Johan P. ve Maassen, Peter (2007), “European Debates On The Knowledge Institution:

Samet Işık-Serap Yeşim Beykoz

The Modernization of The University at The European Level”, *University Dynamics And European Integration*, 3-22.

Özer, Mahmut; Gür, Bekir ve Küçükcan, Talip (2011), “Kalite Güvencesi: Türkiye Yükseköğretimi İçin Stratejik Tercihler”, *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 2, 59-65.

Özgüzel, Seyfi (2016), “Yükseköğretimde Standardizasyon ve Akreditasyon: Çok Kültürlü Toplumlu Hollanda Örneği”, *Hastane Öncesi Dergisi*, 1, 17-25.

Prisacairu, Anca (2015), “New Perspectives of Quality Assurance in European Higher Education”, *Social and Behavioral Science*, 180, 119-126.

QAA, <http://www.qaa.ac.uk/reviews-and-reports/how-we-review-higher-education> (E.T. 10.08.2017)

Seçkin, Zeliha; Demirel, Yavuz ve Özçınar, Mehmet Faruk (2016). “Örgütsel Sürecin Algılanmasına Yönelik Betimsel Bir Araştırma”, *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1, 125-134.

Tezsürücü, Didem ve Bursalıoğlu Sibel Aybarç (2013), “Yükseköğretimde Değişim: Kalite Arayışları”, *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10, 97-108.

Türker, Ali Rehber (2003), “Yüksek Öğretimde Kalite”, *Bilim Eğitim ve Düşünce Dergisi*, 4, 11-13.

Yılmaz, Murat (2003), “Kalite Yönetim Sistemlerinin Evrimi ve Toplam Kalite Yönetimin Banknot Matbaası Genel Müdürlüğünde Uygulanabilirliği”, *Uzmanlık Yeterlilik Tezi*, Ankara: Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası Piyasalar Genel Müdürlüğü.

Yükseköğretim Kalite Güvencesi Yönetmeliği, (2015), T.C. Resmi Gazete, 29423, 23 Temmuz 2015.

YÖK, (2007), *Türkiye'nin Yükseköğretim Stratejisi*, Yayın No: 2007-1, Ankara.

Iran's Relations with Scandinavian Countries¹

Evren KÜÇÜK*
Harun KOÇAK**

Atf Künyesi: Küçük, E. ve Koçak, H. (2018). Iran's Relations with Scandinavian Countries, *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20/3, 23-45.

Abstract: Iran, after Hasan Ruhani's victory in election in 2013, has started to establish good relations with Western countries and neighbors. Within this framework, efforts were made to develop relations with Scandinavian countries, and Hasan Ruhani invited these countries' heads of states to Iran. After the nuclear agreement between Iran and P5+1 countries in 2015, Iran-Scandinavia relations have also begun to revive. In the foreign policy of Ruhani, it is important to bring the relations with the Scandinavian countries before the Islamic Revolution and to make trade agreements with these countries for the abolition of heavy sanctions imposed on Iran. The aim of this study is to analyze Iran's relations with the Scandinavian countries in the historical framework and to analyze the developments experienced after the Iranian Islamic Revolution and their reflection on the bilateral relations.

Keywords: Iran, Sweden, Norway, Denmark, Finland.

İran'ın İskandinavya Ülkeleri ile İlişkileri

Öz: İran, 2013 yılında Hasan Ruhani'nin seçim zaferiyle birlikte Batılı ülkeler ve komşuları ile iyi ilişkiler kurmak için bir açılım gerçekleştirdi. Bu açılım çerçevesinde İskandinavya ülkeleriyle ilişkiler geliştirilmeye çalışıldı ve söz konusu ülkelerin devlet başkanları Hasan Ruhani tarafından İran'a davet edildi. 2015'te İran ve P5+1 ülkeleri arasında imzalanan nükleer anlaşma ile İran-İskandinavya ilişkileri de canlanmaya başlamıştır. Ruhani'nin dış politikasında, İskandinav ülkeleri ile ilişkileri İslam Devrimi öncesine getirmek ve İran'a uygulanan ağır yaptırımların kaldırılması için bu ülkelerle ticari antlaşmalar yapmak önemli bir yer tutmaktadır. Bu çalışmanın amacı tarihsel çerçeveden İran'ın İskandinavya ülkeleriyle ilişkilerini değerlendirerek, İran İslam Devrimi sonrasında yaşanan gelişmeler ve bu gelişmelerin ikili ilişkilere yansımalarını tahlil etmektir.

Anahtar Kelimeler: İran, İsveç, Norveç, Danimarka, Finlandiya.

¹ This article was published by Iran Research Center (İRAM) on May 2018 as an analysis. It was re-evaluated after making some review.

* Dr. Öğr. Üyesi, Kastamonu Üniversitesi, İİBF, Uluslararası İlişkiler Bölümü, ekucuk@kastamonu.edu.tr

** Arş. Gör., Kastamonu Üniversitesi, İİBF, Uluslararası İlişkiler Bölümü, hkocak@kastamonu.edu.tr

INTRODUCTION

Iran; is one of the major regional powers of the Middle East in terms of geostrategic location, population, energy resources and influence on the Shiite region. Iran and Scandinavian countries² have developed bilateral relations in economic issues despite the different forms of governance and foreign policy tendencies in the historical process.

Scandinavian countries; would like to develop good relations with Iran despite their political, cultural, economic and military differences and even their opposite policies. Since its importance in the Middle East geography, its advantageous position for investments due to the population it owns, and its energy resources have made Iran a center of attraction for Western states. Iran wants to improve relations with Scandinavian countries to get rid of sanctions, improve the banking sector and transfer technology. Moreover, Iran aims to enter into more active commercial relations with Scandinavian countries as it was before the Islamic Revolution.

Scandinavian countries and Iran are states that can act on a common ground in economic relations, even though they have different priorities that follow very different policies in the realistic framework. Iran's relations with Scandinavian countries date back to the 17th century.

1. HISTORICAL BACKGROUND OF THE RELATIONS

Iran's relations with Scandinavian countries have started with Denmark since the 17th century and had developed its relations with other countries over time. In 1687, the Danish East Asian Company (Det Istasiatisk Kompagni) seized an Iranian ship and took it to Trankebar Harbor, a colony of its own on the southeast coast of India. Four years after the Danish had sent the cargo ship to Copenhagen, an Iranian ambassador went to Denmark for compensation of the goods. On December 11, 1691, he submitted his credentials to King Christian V. (1670-99) and the Safavid Shah Suleiman's (1666-94) letter for Christian III (1534-59) about a comprehensive inventory of the names of controversial goods and Armenian merchants. Although the Ambassador cannot compensate the goods, his submission of the credentials and the letter to the Danish authorities, thus established Iran-Denmark relations (Iranica, 2017a). However, the geographical distance, the limitations of trade between countries, the internal problems of both countries, the wars in Europe and the East prevented the development of Iranian-Denmark

² Scandinavian countries are considered to be Sweden, Norway and Denmark. The Nordic countries are Sweden, Norway, Denmark, Iceland and Finland. Sweden, Norway and Denmark were included in the study, but Finnish-Iran relations were also included because Finland was in a significant relationship with Iran.

Iran's Relations with Scandinavian Countries

relations.

From the end of the 19th century, The Danish Ambassador of St. Petersburg had also been accredited in Iran and other countries in the region. Until 1933, when Denmark established the first consulate in Tehran, there was no significant diplomatic relationship between the two countries. The Danish Embassy has been operating in Tehran since 1934, while the Iranian Consulate in Copenhagen has been promoted to the embassy in 1958 with the visit of Shah Mohammad Riza (1941-79). King of Denmark Frederick IX. visited Iran in 1962 on an official visit (Vahman, 2017). During the Shah period, Iranian-Danish relations were not intensive in political, military and diplomatic terms, but commercial relations were generally developed. The Scandinavian countries followed a cautious policy towards Iran, like other European countries, after the Islamic Revolution.

Denmark has developed economic relations with Iran, as well as before the revolution, and this has reflected as an increase in diplomatic and political ties. Since the Islamic Revolution, Denmark has maintained a good relationship with Iran in general but has been cautious about human rights. Danish diplomats condemn Iran's human rights violations when decisions are made against Iran on human rights. However, the Danish government, like the example of Salman Rüşti, did not publish condemnation against Iran, despite the intense criticism of the national press.³ The tendency of the Liberal and Conservative governments of Denmark to develop relations with the US and Israel, especially in the period covering the years 2001 to 2009, has in particular overshadowed the country's relations with Iran (Embassy of Iran in Copenhagen, 2017; Iranica, 2017b). However, the failure of Denmark to participate in the condemnation and its negative attitude to Iran's sanctions prevented Iran-Denmark relations from being completely broken.

Sweden, which is an important power in the Scandinavian geography and locomotive of the region, had developed its relations with Iran in the 19th century. In 1896, Iran issued an embassy in Russia and as an accreditation to Sweden, thus taking an important step in terms of Iran-Sweden diplomatic relations. Then, in 1920, with the official opening of the Embassy of Iran in Stockholm, the diplomatic relations between the two countries reached the highest level. Prior to World War I, Swedish officers took an active role in the establishment and development of the Iranian gendarmerie contributing to the development of Iranian-Swedish relations. The

³ Ayatollah Khomeini, the leader of the Iranian Islamic Revolution, gave death fatwa in 1989 due to Salman Rushdie's book "Satanic Verses". Iranian officials have announced that Khomeini will pay a cash prize to fulfill the death penalty for Rushdie.

Evren Küçük-Harun Koçak

fact that Swedish experts are active in the region has made Sweden open to the Middle East (Küçük, 2017). Iran and Sweden's mutual abolishment of visa applications in 1968 had improved political relations as well as economic co-operation between the two countries. Sweden has become one of the first countries to recognize the Islamic Republic of Iran (Embassy of Iran in Stockholm, 2017). Despite the US sanctions against Iran in 1979 and the UN Security Council sanctions in 2006, the Iranian-Swedish economic relations were maintained as in other Scandinavian countries. The absence of medicines and food products in the sanctions provided the continuity of the relations.

Finland, an industrial power in the Scandinavian geography, gained its independence in 1917. Iran recognized Finnish Republic in 1918, and in 1934 the Finnish Government appointed the Ambassador of Angora Aarno Yrjö-Koskinen, as an accredited to Tehran. In 1970, Shah Mohammad Riza became the first Iranian president to visit Finland. The President of Finland, Urho Kekkonen, was also in Tehran in 1971 to attend the 2500th anniversary of the Persian Empire. In 1974, the Consulate General of Finland in Tehran was improved to the embassy level and Kurt Uggeldahl was appointed as the first permanent ambassador. Relations interrupted with the Islamic Revolution were reestablished in 1984 when Iran activated the embassy in Helsinki (Embassy of Finland in Tehran, 2017).

In the Scandinavian countries, although monarchy is the issue, democratic values are being considered as a top priority. The concepts of human rights, law and freedom are indispensable for these countries. The Scandinavian countries were governed by coalition governments, in which almost every political idea was represented. Along with the Iranian Islamic Revolution, Iran-Scandinavia relations stayed in the shade of issues of human rights, law, freedom due to the sensitivity of the political parties in the Scandinavian governments.

Scandinavian countries have preferred to remain neutral rather than being in a party to the developments in the Middle East and agreed that peaceful means should be used for solution. Scandinavian diplomats, who have been active in international organizations, played an active role in negotiations and diplomacy in the Middle East problems.

2. INDISPENSABILITY OF THE RELATIONS: ECONOMY

The fact that Scandinavian countries have free market economies and that they are in the first place in the global freedom standards have given the countries an important respect. Scandinavian countries that are developing in industry and technology are also important for Iran. Since Scandinavian countries do not follow hegemonic policies, Iran gives priority to these

Iran's Relations with Scandinavian Countries

countries among foreign investors.

The liberal policies followed in the period of Shah Mohammad Riza developed economic relations between Sweden and Iran, and opened the door for new investments. For example, the Swedish industrial company AB Motala Verkstad built a metal bridge in Ahvaz I in August 1936. SKF Bearing Co.Global signed a contract in 1964 and established a bed factory in Iran (Embassy of Iran in Stockholm, 2017). Sweden has continued to be effective in the Iranian market even after the Islamic Revolution. In 1983, Sweden exported \$ 256 million to Iran while imports were \$ 128 million. In the 1980s, Iran became Sweden's second largest export country in the Middle East. Swedish firms have also been instrumental in opening iron mines from Kirman (MERI, 1985). Having energy resources, having an important population and being in a strategic position in the region has Iran enabled to become a center of attraction in terms of Scandinavian countries. Swedish-Iranian economic relations have been severely affected by UN and EU sanctions. Before sanctions, one of Sweden's greatest partners in the Middle East was Iran. So for the Swedish companies, Iran has an important market potential. According to the agreement signed in 2003, if Iran became a member of the World Trade Organization (WTO), Sweden would increase its industrial, mining and telecommunication projects in Iran (IRNA, 2003). But when the UN Security Council and the European Union imposed new sanctions, the Swedish-Iran bilateral trade showed a regression. For example, Sweden's exports to Iran in 2005 were \$ 913 million, compared with \$ 416 million a year after sanctions were imposed. By 2014, exports to Iran were down to \$ 242 million, and half of this amount was from the telecommunications sector which were exempted from sanctions (The Local, 2015).

Scandinavian countries are directly influenced by the decisions of international organizations, although they want to improve relations with Iran. For example, the FATF (Financial Action Task Force) announced the restrictions imposed on Iran have been extended for one more year until the current deficiencies are resolved despite the banking and finance reforms in Iran after the Comprehensive Joint Action Plan (IRNA, 2017a). Sweden, Denmark, Norway and Finland, despite their membership of the FATF, have also failed to prevent the decision. The troubles in Iran's banking sector have been voiced at the highest level and this has been shared with Scandinavian authorities. Ruhani, during his visit to New York for the the UN General Assembly's meeting on September, 2017, had a meeting with the Swedish Prime Minister Stefan Löfven and confirmed that the Comprehensive Joint Action Plan (COP) provided a good opportunity for the development of relations between the two countries and emphasized that both Iran and Sweden could benefit from this. Ruhani, who emphasized that current agreements

Evren Küçük-Harun Koçak

should be implemented, said that "We need banking relations for the development of economic relations and all relations in other fields will develop" and Lofven also wanted to implement current agreements between the two countries and explained that his country supports the elimination of banking problems in Iran (IRNA, 2017b).

Swedish companies are closely monitoring the Iranian Nuclear Agreement process and think that exports will increase in a serious manner as sanctions against Iran are mitigated or abolished. It is also expected that there will be serious competition among international companies for the Iranian market which will hold significant potential together with the abolishment of sanctions. For example, Swedish company Ericsson, operating in the field of communications in Iran for many years as in Turkey, puts its signature under important investments. As a matter of fact, Sweden's exports to Iran amounted to 2.1 billion SEK (Swedish krona) in 2014, which amounted to SEK 1.5 billion in the telecommunications sector (The Local, 2015). The fact that the telecommunication sector is not covered by sanctions has made Scandinavian companies easier to work and made Iran more suitable for investments.

Denmark is one of the leading countries of Scandinavia, which has developed in the technology and energy sectors. Iran, which is an oil exporting country, has been trying to make a balanced trade with Denmark for many years thanks to its energy resources rather than being technologically improved. But in the mid-1970s, the discovery of oil and gas in the North Sea led Denmark to become a self-sufficient country and to pull oil imports to a very low level. As a reflection of this situation, in the export of Denmark to Iran, industrial goods constitute an important part of trade. According to the 1990 trade statistics, Denmark's agricultural exports amounted to 446 million kron, industrial exports amounted to 419 million kron and other commodities amounted to 17 million kron. Iran's exports to Denmark are predominantly carpets, dried fruits, raw and semi-finished materials (Iranica, 2017c).

Iranian companies face great difficulties in financial transactions as financial sanctions are imposed on Iran. Iran Copenhagen Ambassador Morteza Damanpak Jami stressed that Danish companies are in business with Iran even when Tehran enters international sanctions. For example, a Danish pharmaceutical company has sold drugs to Iran but announced that it will collect the money after sanctions have been abolished (Iran Front Pibid, 2016). The Danish pharmaceutical company Novo Nordisk decided to set up a \$ 80 million factory and sign an agreement with Iran before signing an agreement to lift sanctions. Since 2002, Novo Nordisk has been manufacturing with a local partner company in Iran. However, Novo Nordisk, which will have its own factory with sanctions removed, will be the first Western pharmaceutical

Iran's Relations with Scandinavian Countries

company to establish a manufacturing facility in Iran (Financial Times, 2015).

According to information provided by Denmark's Ambassador in Tehran Danny Annan, drug exports have an important place in bilateral relations in recent years. According to 2016 data, about 48% of exports from Denmark to Iran were realized in the pharmaceutical sector. According to the data of the same year, 68% increase in exports to Iran in the first 9 months was targeted and it was aimed to reach 270 million euros by the end of the year. According to Ambassador Annan, the "backbone" of Iranian-Danish trade is the pharmaceutical sector (Tehran Times, 2016a). One of the biggest reasons why the pharmaceutical sector has an important place in Denmark's exports to Iran is that the pharmaceutical sector is not included in sanctions. This is an important advantage for Danish pharmaceutical companies.

Danish companies are able to make significant investments in Iran, especially in the mining, cement and dairy sectors. In 2014 and 2015, an agreement between world-famous Danish originated FLSmidth of global mining and Iran was signed in engineering, cement production and technical fields. One of the areas Denmark wants to work with Iran is renewable energy sources (Tehran Times, 2016b). Nevertheless, it remains uncertain how much cooperation Iran will have with Scandinavian countries, which make significant investments in renewable energy sources. Because oil and natural gas are still important for the Iranian economy.

When it comes to removing the sanctions imposed on Iran, Scandinavian companies such as Western companies have also attempted to invest in the country. For example, in 2017, the Danish government decided to expand its business alliance with Iran in sustainable urban development and patent conventions (Tehran Times, 2017).

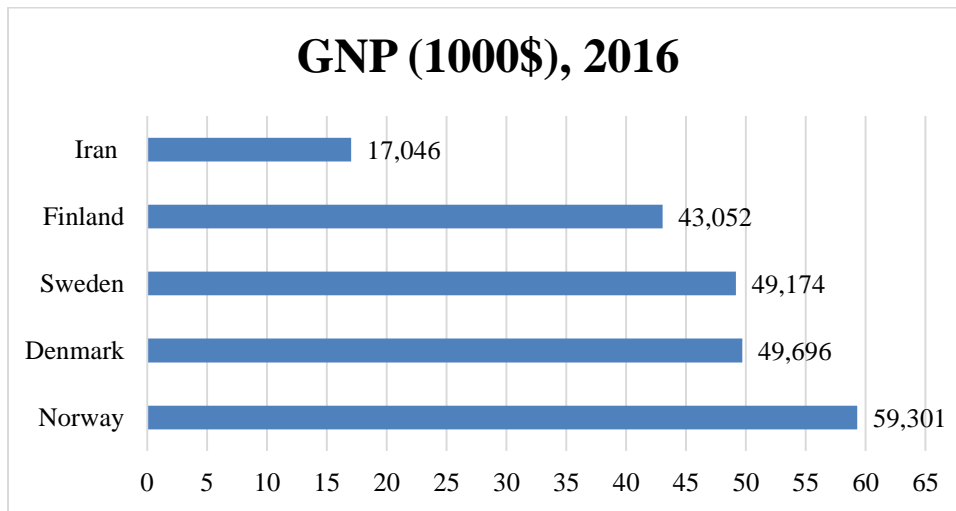
Norway is one of the world's leading countries in the field of renewable energy and wants to increase its trade volume with Iran, like other Scandinavian countries. The Norwegian Ministry of Transport announced in early 2017 on behalf of the Scandinavian countries that it would make an agreement with Iran to make direct flights to Iran (Reuters, 2017). Scandinavian-Iranian relations will gain momentum in every direction if SAS, the partner airline of three Scandinavian countries (Sweden, Denmark and Norway), is flying to Iran. In addition, the full upturn of the embargo will create new opportunities for trade, investment and technology for the Scandinavian countries, which are relatively more advantageous to other Western countries.

Finland is also one of the first countries in the field of technology, as it is one of the world's leading countries in the forest industry. With the mitigation of sanctions, the trade volume between Iran and Finland grew by 96% in 2014 and by 106% in 2015. Finnish companies,

Evren Küçük-Harun Koçak

which have reduced their relations with Iran or brought it to an end with sanctions, have started to take place in the Iranian market again with the sanctions being eased. Finland has also enjoyed Iran's return to the global market (IRNA, 2017c). But Israel, which wants to keep sanctions on Iran and pursues a policy accordingly, is uncomfortable with the development of relations between Scandinavian countries and Iran. For example, when sanctions are not yet on the agenda for mitigating or removing, the Israeli press in 2012 claimed that the Sweden was trying to prevent the enforcement of EU sanctions for fear of losing its gains in Iran (Haaretz Newspaper, 2012).

Table 1. Gross National Products of Scandinavian Countries and Iran (World Bank, 2017)



As seen in the table above, there is a gap between the Scandinavian countries and Iran's gross national product ratios. The Scandinavian countries, which have important companies in the field of technology and industry, operate in various regions of the world. But it is hard to say for Iran. This leads to a serious gap in the trade volume between the Scandinavian countries and Iran. The Iranian-Scandinavian economic relations were severely reduced due to sanctions in 1979 and 2006, but imports and exports continued.

3. REFLECTION OF HIGH LEVEL VISITS ON ECONOMIC RELATIONS

When the sanctions imposed on Iran were to be eased or abolished, Scandinavian countries' interest in Iran increased. Top-level visits were paid to Iran to improve trade relations. President Hasan Ruhani personally invited the leaders of Scandinavian countries to realize these visits and to gain momentum in bilateral relations. Iran involved in diplomatic initiatives and expects the agreements, which were signed before and during visits, to be implemented as soon as possible but the Scandinavian countries concerned and are waiting sanctions to be lifted. This situation poses a serious problem for the development of relations.

Iran's Relations with Scandinavian Countries

3.1. Finland's President Sauli Niinistö's Visit To Iran

Finnish-Iranian relations have generally improved at the level of diplomatic and economic relations, but bilateral relations have weakened due to various sanctions imposed on Iran. President Sauli Niinisto visited Iran on 25-26 October 2016 to develop relations and sign new agreements upon the invitation of President Hasan Ruhani. Ruhani said "This visit will move the regional and global business partnership between the two countries further, and we will witness the further development of the relations of the two countries after the signing of agreements. Energy, transport, industry, technology, environment, mining and forestry are important topics for developing relations between the two countries." Niinisto also noted significant steps in tourism, "In the future, travel from Finland to Iran and Iran to Finland will be easier." Within the scope of the visit, agreements were signed on business cooperation on energy, communication, technology, environment and mutual investments. Iran and Finland have also signed a business cooperation protocol in the field of renewable energy development and technology transfer (Pars Today, 2016). These signed agreements and visits at the presidential level contributed to the sustainability of Iran-Finland relations.

President Ruhani stated that the friendship between the two countries continues and that trade relations between Iran and Finland have increased in the last few months, despite the fact that trade relations are suspended due to the embargo, and that bilateral relations will further increase after this visit made by the Finnish President to Tehran. He also emphasized that the visit of the President of Finland is important in this respect, referring to the international banking transactions leading up to the troubles experienced by Iran. Hasan Ruhani stated that he had done various actions in order to make direct flights between Iran and Finland in the future (Mehr News Agency, 2016). He also considered the visit of the President of Finland as a good start for the development of relations (IRNA, 2016).

The Iranian Revolutionary Guide Ayatollah Khamenei stressed that he welcomes the development of a business tie-up with Finland by pointing out the negotiations on the development of relations for the reception of Finnish President Niinisto and his accompanying delegation. Ayatollah Hameni stated that the agreements signed between the two states should be implemented or otherwise leave a negative mark on Iranian public opinion (Pars Today, 2016). Iran wants agreements to be passed on to life as soon as possible without waiting for the sanctions to be completely lifted, in order to keep the institutional order and to keep the damages sanctions given to the country at minimum level.

Evren Küçük-Harun Koçak

Iranian President Hassan Ruhani, who received the trust letter of Keijo Norvanto, the Ambassador of Tehran, the Republic of Finland: *"Today we can say that there is a good environment for investing in Iran. Thus Finnish investors can actively operate in these areas. The two countries should also develop business co-operation in natural, historical and cultural tourism areas"* (Mehr News Agency, 2017).

Iran wants to have long term and strategic relations with Finland as well as with other Scandinavian countries. The countries are planning to make the business relations with Iran permanent because of the significant developments in the fields such as banking, energy, mining, transportation and forestry industry.

3.2. Swedish Prime Minister Stefan Löfven's Visit To Iran

Stefan Löfven became the first Swedish Prime Minister to visit Iran after many years with the invitation of Iranian President Hasan Ruhani on 11-12 February 2017. Talks focused on developments in the Middle East, human rights and trade issues. The fact that Sweden is a member of the UN Security Council has once again increased the importance of these titles. The Swedish delegation emphasized its concerns about Iran's attitude towards human rights, death penalty, freedom of the press, women and minority rights. At the end of the talks, bilateral agreements on higher education, research, transportation, technology, innovation and trade were signed. In addition, Prime Minister Löfven visited Mammüt, a joint venture of Swedish company Scania with Iran (The Government Offices of Sweden, 2017a). The visit of the prime minister and his delegation to Iran led to controversy in Sweden and other countries. An argument started about issue of Swedish Trade Minister Ann Linde, who was there for the negotiations to discuss the economic issues, wearing headscarf. Although Sweden described itself as "the world's first feminist government", the Minister's wearing headscarf on the visit was considered as a contradiction. The Swedish government explained that wearing a headscarf is a requirement of Iranian law. Some Swedish political parties also criticized the government's foreign policy rhetoric, addressing the headscarf issue. For example, Liberal Party leader Jan Björklund said, "This is the end of feminist foreign policy." Björklund further stated that the women in the delegation should not wear a headscarf otherwise; they would have to sign the agreement in Sweden or another country. According to the Swedish government, gender equality is the main objective of Swedish foreign policy (BBC, 2017a). Despite all these controversies, it will be possible to see how much Sweden's feminist foreign policy will have an effect on Iran or how it will achieve success in the world in the coming periods.

Iran's Relations with Scandinavian Countries

Prime Minister Löfven's also had a meeting with Aytullah Khamenei in Iran, the Revolution Guide. He emphasized that Sweden is a state with a good name in the eyes of the Iranian nation because of its relations with Iran and based on the theories, and that the optimistic view of the two nations will be a suitable ground for developing a business alliance. He also mentioned the existence of an educated young population, one of the important capacities of Iran. Sweden Prime Minister Löfven on this, he said that the young population of Iran has a large capacity. Like the Iranian government, Ayatollah Khamenei also said that he welcomed the development of reciprocal relations with Sweden, but he pointed out that there are anticipations in Iran as well as the anticipation of the other side. He stated that there are many convenient areas (especially populations) to develop relations, but that in the past year and a half, some European countries have not implemented the majority of agreements signed with Iran. "*We expect you to act in such a way that we do not just leave the agreements on paper, which we know you as an expert of action and practice,*" he told Swedish Prime Minister Löfven (Pars Today, 2017b). Thus, the Revolution Guide, Khamenei, demanded the support and business cooperation of Sweden's financial sector.

Iranian President Hasan Ruhani stressed the importance of Sweden for Iran with the words "*Sweden is both a developed European country and a very valuable country for us as a temporary member of the UNGC*", referring to the historical relations of the two countries at a joint press conference with the Prime Minister of Sweden (Ehli Beyt Haber, 2017). Swedish Prime Minister Löfven's visit was positive and many areas were reconciled and relations were crowned with new agreements. In this way, five business union agreements have been signed on higher education and research, technology, transportation, communication, information technology and women's participation in the work force. In addition, during this visit Sweden opened commercial representation in Tehran (The Government Offices of Sweden, 2017b). This has been an important step for institutional execution of economic relations.

As a result, Scandinavian countries are aiming to develop trade relations with Iran, a regional power in the Middle East. Both the Iranian side and the Scandinavian countries have made mutual visits at various levels. This contributes to the development of diplomatic relations as well as economic and political relations. In this context, the Scandinavian countries have signed many agreements with Iran in the fields mentioned above, but because of that these agreements cannot be implemented, relations between the two countries came to a standstill.

4. THE IMPACT OF THE NUCLEAR PROGRAM ON RELATIONS

Nuclearization in Iran began at the time of Shah Muhammad Riza Pahlavi and the first nuclear work was carried out with the support of the United States in 1957. Six nuclear reactors have been established under the leadership of Shah and US and EU countries have been an important supporter of the development of energy activities. But with the 1979 Iranian Islamic Revolution, all agreements in the nuclear field were canceled by Western countries. The nuclear problem stems from distrust between the West and Iran. The main causes of this can be explained as follows: a) Iran is governed by shari'a laws. b) Iran's bad relations with the US and Israel. c) Engagement of Iran of the proxy wars in the region. d) Iran's support of Shia groups in some countries in (Iraq, Yemen, Bahrain, etc.). e) Iran's development of relations with radical organizations (Keskin, 2008).

The United States has begun implementing new sanctions against Iran in 1999, which has continued to develop its nuclear program. In 2002, the Iranian nuclear crisis came to the surface with the disclosure of information on some secret facilities by the Organization of the People's Mujahideen, which is in opposition to the regime in Iran (İRAM, 2016). The crisis is a matter of concern to Scandinavian countries as well as to other EU countries.

Scandinavian countries, especially Sweden want diplomatic means to be preferred over nuclear crisis with Iran. For example, Carl Bildt, President of the Swedish Parliament's Foreign Policy Commission, said in 2008 that Iran had civil nuclear technology rights. Sweden has always been a fan of dialogue channels and has often voiced that the problem can not be solved with sanctions. The Swedish Kingdom's Ambassador to Tehran Christofer Gyllenstierna claimed that despite the sanctions imposed on Iran in 2007, Iranian-Swedish economic relations would not be affected. When harder sanctions against Iran came to light in 2009, Greece, Spain, Austria and Sweden opposed it. Swedish Foreign Minister Bildt emphasized the need for dialogue on uranium enrichment (Critical Threats, 2010). Scandinavian countries have to resort to sanctions imposed by the US and EU countries, albeit as long as negotiations are kept open and the nuclear issue needs to be resolved through dialogue.

While new sanctions were imposed on Iran in 2012, Scandinavian countries participated in embargoes together with other EU countries. The Chairman of the EU Council of Ministers and Danish Foreign Minister Villy Soevndal have argued that the new sanctions imposed would put Iran in a difficult situation and lead to changes (the regime would have to follow more liberal policies or the regime would be demolished). Soevndal said that "*I firmly believe that sanctions*

Iran's Relations with Scandinavian Countries

will be effective and put the Iranian government in a difficult situation." Muhammad Ismail Kuvsari, Vice-President of the National Security Committee of the Iranian Parliament, explained that the Strait of Hormuz would be closed if any obstacles to the sale of Iranian oil were encountered. Carl Bildt said, *"I do not believe that Iran will take this step. This is because they are totally away from constructivism. Their exports reach the world through the Strait of Hormuz. This gives them more damage than we do"*(Deutsche Welle, 2012). Bildt, who closely follows developments in the Middle East and is aware of the events, has assessed the situation from a real political point of view. Despite the new sanctions, the diplomacy between the EU and Iran has continued and relations have gained a positive momentum in 2015.

Five permanent members of the UN Security Council and Germany (P5 + 1) and Iran have signed an agreement on 14 July 2015. Iran, which allows the International Atomic Energy Agency to military-controlled areas, was expecting sanctions on oil, natural gas, finance, aviation and maritime transport to abolish, and to reach the billions of dollars frozen abroad (BBC, 2015). Indeed, EU High Representative for External Relations and Security Policy Federica Mogherini said on January 16, 2016 in Vienna, *"Six months have passed since the signing of the historic agreement today. The International Atomic Energy Agency (IAEA) has adhered to Iran's joint action plan, confirming that it meets the terms of the deal. Multilateral national, economic and financial sanctions related to the Iran's nuclear program has abolished and as it fulfilled its commitments"* (Euro News, 2016). He said that the sanctions imposed on Iran were brought to an end. However, US President D. Trump, who began in 2017, said he did not intend to pursue the deal with Iran, which led to stiff reactions in Iran. Indeed, on July 18, 2017, the US made new economic sanctions on Iran related for its ballistic missile program and "aid to terrorist organizations" (BBC, 2017b)

Scandinavian countries, unlike US President Trump, aim to develop relations with Iran, like other EU countries. Swedish Foreign Minister Margot Wallström explained that Europe is committed and united in the implementation of the nuclear deal with the Iranian Foreign Ministry official Majid Tahtrevani. As a matter of fact, Wallström has stated that business relations and customs in different fields between Iran and Sweden are at a good level and that this should be advanced (Pars Today, 2017a). Similarly, other Scandinavian countries also state that sanctions imposed on Iran must be concluded as soon as possible in order to improve trade relations with Iran. Scandinavian countries are advocating the preference for negotiations instead of the one for which sanctions are not desirable.

Scandinavian countries, like other EU countries, are willing to continue their negotiations with

Evren Küçük-Harun Koçak

Iran in the direction of the reports of the International Atomic Energy Agency, unlike US President Trump. Iran, on the other hand, pursue the agreement with the P5 + 1 countries and wishes to take advantage of the economic and strategic opportunities that this agreement brings. This agreement will, in the present case, provide benefits both in terms of Scandinavian countries and in terms of Iran's economic relations.

5. VULNERABILITY IN RELATIONS: CARTOON CRISIS

The Danish newspaper Politiken wrote on 17 September 2005, "Fear of Deep Criticism of Islam", by author Kåre Bluitgen. He noted that he had difficulty finding an illustrator for the book he wrote about Prophet Muhammad. Jyllands-Posten, one of Denmark's best-selling newspapers, published 12 cartoons of the Prophet. On October 12, diplomatic representatives of 11 Muslim countries demanded to meet with Prime Minister Anders Fogh Rasmussen, stating that the cartoons included aggression. But Rasmussen denied meeting with the ambassadors and explained that those who are disturbed should resort to the court. After this, some Danish Muslims filed a lawsuit against the newspaper. In addition, some Muslim leaders in Denmark visited the countries of the Middle East and wanted support from religious and political leaders. Prime Minister Rasmussen, once again on January 1, 2006 referred the freedom of Denmark, explaining that the views of publishing insulting cartoons in some newspapers about the Muhammad were transmitted to the UN, "*We have stated that it is not the question of whether we should put pressure on the press as the government. In a society where democracy is dominant, the limit of freedom of expression is very broad.*" On January 25, religious leaders in Saudi Arabia demanded apology and punishment of Jyllands-Posten. Immediately, the Ambassador of Saudi Arabia in Copenhagen was recalled and Danish goods were boycotted. Then protests began to spread in the Middle East. Jyllands-Posten apologized on his website on January 30, but said he had right to print the cartoons under Danish laws. Unsatisfied Danish Muslims demanded the journalist to openly apologize. Meanwhile Magazinet, a Norwegian newspaper, and the media of France, Germany, England, Spain, USA, Iceland, Italy, Belgium, Portugal, Switzerland, Bulgaria and Hungary re-published the cartoons. Rasmussen met with diplomats and representatives of more than 70 countries, but he explained that the Danish government could never offer an apology for a free and independent newspaper in the aftermath. Immediately the following day, on 4 February, the protesters of Damascus attacked the Danish and Norwegian Embassies. Iranian President Mahmoud Ahmadinejad demanded that the agreements with European countries, which would allow the publication of the cartoons in newspapers, should be reconsidered. While Protestors in Beirut attacked the Danish

Iran's Relations with Scandinavian Countries

Embassy, protests spread all over the Middle East. Iran recalled the Copenhagen Ambassador, while the Danish and Norwegian Governments, recalled their representatives in Damascus. On February 6, Lebanon apologized from Denmark, while Denmark, Austria Embassies and Norwegian Peace Force in Afghanistan were also attacked in Tehran. On February 7, EU Trade Chief Peter Mandelson warned that Iran should not suspend trade with Denmark. The United States accused Iran and Syria of promoting violence among Muslims by using to cartoons. By the way, people continued to die. On February 11, Denmark recalled its embassy workers in Iran, Syria and Indonesia because of security concerns and threats. On February 13, UN Secretary General Kofi Annan explained that the countries concerned should pay damages since the Iranian and Syrian governments can not protect foreign embassies against the demonstrators. The UN High Commissioner for Human Rights accused the Danish government of being irresponsible, as well as the Jyllands-Posten newspaper, which first published the cartoons. While the Danish government insisted on not apologizing, Denmark's Jyllands-Posten newspaper, which first published Muhammad's cartoons, apologized with a full-page text (Financial Times, 2006; Ayın Tarihi, 2006a; Ayın Tarihi, 2006b; Ayın Tarihi, 2006c). The Norwegian Government apologized to Muslim countries for publishing their cartoons in the *Magazinet* magazine (Hürriyet, 2006a). But the reactions from the Muslim countries continued. The Iranian press reacted to the Western media as well as to the Danish and Norwegian press. The *Hamschahri* newspaper in Tehran, which launched a retaliation against the cartoon crisis, announced that the winners of the Jewish Holocaust (Holocaust) cartoon contest will be rewarded with gold. Despite the incoming reactions, the contest was held and 12 people were rewarded (Deutsche Welle, 2006a; Hürriyet, 2006b).

As the crisis continued, Danish Prime Minister Rasmussen stated that the ambassadors in Iran, Syria and Indonesia were being withdrawn, arguing that security measures were not taken sufficiently. However, he explained that this would not mean that the mentioned countries would cut diplomatic relations. In addition, Rasmussen, in support of the words of US Secretary of State Condoleezza Rice, accused Syria and Iran for provocation (Hürriyet, 2006c). These expressions tightened the Danish-Iranian relations and economic relations were suspended. But with the end of the cartoon crisis, Danish-Iranian relations began to normalize. In 2006, the Iranian Ambassador returned to Copenhagen and the Danish Embassy in Tehran was reopened. Mutual visits in 2007 and 2009 provided the development of Danish-Iranian relations, but some political situations had varied the relations. For example, during the 2009 Iranian presidential election, relations with Denmark got abysmal because of the Danish press, and in the elections

Evren Küçük-Harun Koçak

held in 2013, a positive atmosphere emerged again. In 2014 Iranian-Danish relations were celebrated for the 80th anniversary, and on January 4, 2016, Danish Foreign Minister Kristian Jensen visited Iran with the representatives of Danish companies (Embassy of Iran in Copenhagen, 2017). In the talks, steps were taken for the development of Danish-Iranian relations, taking bilateral relations and regional issues into consideration. Mutual visits continued in 2017 and new agreements were made for cooperation.

In the cartoon crisis, Iran's political, diplomatic and economic relations with Denmark and Norway were damaged. Sweden paid special attention not to be involved in the cartoon crisis, but the intervention of Foreign Minister Laila Freivalds in the press led to serious debate in the country's public opinion. An extreme right-wing website that plans to publish the cartoons of the Prophet wanted to be shut down by the intervention of Swedish Foreign Minister Laila Freivalds. The Foreign Minister resigned on March 21st when she was subjected to intense criticism on the grounds that she was pressuring the closure of this website and lying to the press. The prudent movement of Sweden and Finland from the countries of the region did not adversely affect relations with Iran (Deutsche Welle, 2006b).

Cartoon crisis; an international problem has arisen by following the path of debate, boycott and violence. This has strained relations of Iran with Western nations as it has provoked reactions in Muslim countries. Relevance normalization can only be achieved after a painful process.

6. THE IMPACT OF THE IRANIAN DIASPORA ON RELATIONSHIPS

Members of any nation or beliefs living outside the original country are called Diasporas (TDK, 2017). Diasporas in the world are born with different or similar reasons. The reason for the emergence of the Iranian diaspora is the increasing regime opposition with the Islamic Revolution.

The Iranians who left their countries were scattered to various parts of the world. The reasons for preferring Scandinavian countries are more sensitive in particular issues such as human rights, freedom of the press, freedom of belief, and so on. In Sweden, one of these countries, 70.000 people of Iranian origin live according to the official statistics of 2016. Iranian-born Swedish citizens are active in politics as well as in many other fields (IRNA, 2017d).

In Sweden there were 1.412 Iranian immigrants in 1976. The majority of them were students or businessmen who came to the country to pursue their higher education. With the outbreak of the Islamic Revolution, the flow of migration from Iran to Sweden gained momentum. However, the number of Iranians who came to Sweden did not exceed 500 per year until 1984.

Iran's Relations with Scandinavian Countries

But in 1984, migration from Iran to Sweden had a turning point. That year, 1.074 Iranians migrated to Sweden. Since that date, the number of Iranians who came to Sweden has increased exponentially and reached the summit with 6.203 immigrants in 1988. As a result of this influx, in five years (from 1985 to 1990) the number of Iranian citizens in Sweden increased from 7.317 to 32.171. The Iranian diaspora, although viewed from the outside as a homogeneous structure, comes from many different small ethnic groups. However, ideological differences play an active role in cultural formation rather than ethnic structures (Kaladjahi, 1997). The Iranians were concentrated in the big cities of Sweden but did not concentrate in certain neighborhoods when compared to immigrant groups. The Iranians live in cities like Stockholm, Gothenburg, Uppsala, Malmö, Linköping, Lund, Borås and Västrås. Scandinavian countries are pursuing more successful policies on integration than other European countries and are signing significant projects. In Malmö, Sweden's third largest city, for example, 43% of the population have immigrant background (Deutsche Welle, 2015). The fact that the population of Scandinavian countries is low, citizenship of immigrants at certain rates every year has enabled people of Iranian origin to settle in these countries.

In a survey of Iranians living in Sweden, it is observed that the higher the duration of Iranians living in Sweden, the higher the level of education and culture (Kaladjahi, 1997).

Table 2. Iranian Diaspora in Scandinavian Countries (Danmarks Statistik, 2017; Statistics Sweden, 2017; Statistics Finland, 2017)

	1990	2000	2010	2016
Iranians in Sweden	40.084	51.101	62.120	70.637
Iranians in Denmark	8.591	12.980	15.209	19.382
Iranians in Norway	5.381	10.354	16.321	20.461
Iranians in Finland	516	2.650	5.164	7.698

The number of Iranians living in Denmark before the Islamic Revolution probably was not over 150. Since the 1980s, thousands of Iranians have benefited from Denmark's liberal refugee policy to leave their country. The Iranians in Denmark were 8.800 people, including students, writers, poets, filmmakers, artists and musicians. According to Danish statistics; The Iranians constitute the largest refugee group in Denmark with a higher education level. Due to the difficulty of learning by Danca and the high standards of the Danish education system, as well as the foreign cultures of Danish culture, "cultural shock" is one of the factors preventing

Evren Küçük-Harun Koçak

assimilation. The activities of Persian broadcasting organizations (NGOs) also prevent the full realization of assimilation (Iranica, 2017c).

The numbers of Iranians, who also have a significant population in Norway and Finland, increased after the Islamic Revolution. As can be seen in the table above, the country with the least Iranian refugees among the countries in subject is Finland, which has the least population.

Practices on human rights and death penalty in Iran can sometimes turn into an anti-Iran action or campaign around the world. For example, the imprisonment of a woman named Sakineh Mohammadi Ashtiani for imprisonment on the grounds that she was guilty of adultery has caused a great reaction in the Scandinavian countries as well as in the world. The Foreign Ministry issued a joint press statement following the meeting of the Scandinavian Council, informing that that they wanted to stop the execution of Ashtiani and that they are against any kind of death penalty. Iran, on the other hand, has declared that the Westerners are arrogant by turning Ashtiani's case into a human rights case. The death penalty was stopped on the incidents and Ashtiani, who had been detained since 2006, was released in 2014 (Svenska Dagbladet, 2010; Iran Focus, 2010 ; Radio Sweden, 2010). The Iranian diaspora living in Scandinavian countries has also been effective, as Ashtiani has been freed or recruited.

The vast majority of the Iranian diaspora, as opposed to the current Iranian regime, is an indirect or direct negative factor in Scandinavia-Iran relations. As a matter of fact, the Iranian diaspora, which has a heterogeneous structure, can follow different policies. The Iranian diaspora in Scandinavia chooses a rather criticizing approach rather than play an intermediary role in the relations between the country where they live and their motherland. This causes a negative reaction to Iran in the public opinion of the relevant countries.

CONCLUSION

Given the historical process, Iranian-Scandinavian relations have followed a positive trend in general terms. The Scandinavian countries have invested in Iran since the Shah regime, given expert support, and especially not pursuing hegemonic policies have led to the emergence of a positive image of them in the Iran's public opinion. For this reason, Iran has preferred Scandinavian countries rather than the Western countries that follow "imperial policies" through investments in the historical process. Iran and P5 + 1 countries have reached an agreement on nuclear negotiations in 2015, and it has come to abolish sanctions to Iran which was an important step towards the development of bilateral relations with Scandinavian countries. Iran is represented in Scandinavian countries by the embassy, which is regarded as

Iran's Relations with Scandinavian Countries

the highest diplomatic authority. A number of agreements have been signed between Iran and Scandinavian countries in the areas of education, health, technology, trade, energy and transport. However, these agreements were negatively affected by international sanctions and were not fully passed on. Iran is demanding that signed agreements enter into force as soon as possible.

It is possible to summarize the relations of Iran with the Scandinavian countries with the following items:

- Iran will have the feature of being a market that encourages the appetite of the Scandinavian countries when considering the young population and the economic situation it has.
- Iran-Scandinavia trade is directly affected by sanctions. In the event of mitigation or removal of sanctions, Scandinavian companies have the potential to be in significant investments in sectors such as energy, pharmaceuticals, agriculture, food products and the airline.
- Scandinavian governments and the public will be skeptical about developing bilateral relations as long as issues such as human rights in Iran, women's freedom and death penalty are on the agenda.
- Sweden, as a representative of a feminist foreign policy in the world, appears to be an extraordinary and unfavorable model for Iran.
- The Iranian diaspora living in Scandinavian countries is also operating against the current regime of Iran. This leads to sensitivities in bilateral relations.
- Because Iran is governed by a religious regime, the Iranian government is very sensitive to religious issues. Activities against Islam in Scandinavian countries, which are ahead of most European countries in terms of freedoms, lead to significant fragility in relations. The cartoon crisis is an obvious example of this.
- The fact that Iran is an important regional power in the Middle East has made it a suitable investment place for Scandinavian countries.
- Scandinavian countries are a member of the UN Security Council from time to time and play a key role in the development of relations with Iran.
- The Scandinavian countries, which will make significant developments in the industrial field if the sanctions imposed on Iran are fully abolished, will be able to help Iran in technology transfer.

Evren Küçük-Harun Koçak

Iran believes that Scandinavian countries can play a constructive role, especially in strengthening ties between Tehran and the EU. But Sweden does not want to be independent of the EU or make an initiative on its own. Sweden follows a "cautious" policy as a reaction to public opinion and as a result of the foreign policy it follows. In general and the public media in Scandinavia; Iran is perceived as a pressure based administration, a country that is insecure, does not value women's rights, and supports terrorism. It remains unclear how the Scandinavian countries, which are highly sensitive to human rights and freedoms, will enter into a stalemate in relations with Iran in the coming days. It is also difficult to find an answer to the question "How far can the application of feminist foreign policy, a model of Sweden, a country that focuses on trade issues, follows an impartial policy on foreign policy go with Iran? The implementation of the agreement with P5 + 1 countries and the attitude of US President Donald J. Trump will be decisive factors in the relations between Scandinavian countries and Iran, which have great differences in terms of foreign policy and income level.

BIBLIOGRAPHY

- Aydın Tarihi, 2006a, 22.11.2017 (Access Date): <http://ayintarihi.com/>.
- Aydın Tarihi, 2006b, 19.11.2017 (Access Date): <http://ayintarihi.com/>.
- Aydın Tarihi, 2006c, 18.11.2017 (Access Date): <http://ayintarihi.com/>.
- BBC, 2015, 10.10.2017 (Access Date): http://www.bbc.com/turkce/haberler-2015/07/150714_bes_soruda_iran_nukleer,
- BBC, 2017a, 24.11.2017 (Access Date): <http://www.bbc.com/news/world-europe-38956212>.
- BBC, 2017b, 18.11.2017 (Access Date): <http://www.bbc.com/news/world-us-canada-40647994>.
- Critical Threats, 9.10.2017 (Access Date): <https://www.criticalthreats.org/analysis/sweden-iran-foreign-relations>,
- Danmarks Statistik, 3.10.2017 (Access Date): www.statbank.dk/VAN8A.
- Deutsche Welle, 2012, 10.10.2017 (Access Date): <http://www.dw.com/tr/ab-irana-bask%C4%B1y%C4%B1-artt%C4%B1r%C4%B1yor/a-15686033>.
- Deutsche Welle, 2006a, 2.10.2017 (Access Date): <http://www.dw.com/tr/rasmussen-sorun-uluslararası%C4%B1-krize-d%C3%B6n%C3%BC%C5%9Ft%C3%BC/a-2522454>
- Deutsche Welle, 2006b, 2.10.2017 (Access Date): <http://www.dw.com/tr/isve%C3%A7-d%C4%B1%C5%9Fi%C5%9Fleri-bakan%C4%B1-istifa-etti/a-2522236>.
- Deutsche Welle, 2015, 29.11.2017 (Access Date): <http://www.dw.com/en/years-after-finding-refuge-iraqis-struggle-in-malm%C3%B6/a-18794886> .
- Deutsche Welle, 2014, 7.11.2017 (Access Date): <http://www.dw.com/en/the-rushdie-fatwa-25-years-on/a-17425932>.
- Ehl-i Beyt Haber, 18.11.2017 (Access Date): <http://www.ehlibeythaber.net/hasan-ruhani->

Iran's Relations with Scandinavian Countries

isvecin-ilimli-politikalarini-takdir-ediyoruz/.

Embassy of Finland in Tehran, 7.11.2017 (Access Date):
<http://www.finland.org.ir/public/default.aspx?nodeid=39991&contentlan=2&culture=en-US>.

Embassy of Iran in Copenhagen, 18.11.2017 (Access Date):
<http://copenhagen.mfa.ir/index.aspx?siteid=260&pageid=23146>.

Embassy of Iran in Stockholm, 9.11.2017 (Access Date):
<http://stockholm.mfa.ir/index.aspx?fkeyid=&siteid=88&pageid=25323>.

Encyclopædia Iranica, 2017a, 07.11.2017 (Access Date): <http://www.iranicaonline.org/articles/denmark>.

Encyclopædia Iranica, 2017b, 15.11.2017 (Access Date):
<http://www.iranicaonline.org/articles/denmark>,

Encyclopædia Iranica, 2017c, 03.12.2017 (Access Date):
<http://www.iranicaonline.org/articles/denmark#pt2>.

Euro News, 27.11.2017 (Access Date): <http://tr.euronews.com/2016/01/16/iran-in-nukleer-anlasmaya-bagli-kaldigini-belirten-uaea-yaptirimlarin>.

Fereydu, Vahman, "Denmark", Encyclopædia Iranica, 7.11.2017 (Access Date):
<http://www.iranicaonline.org/articles/denmark>.

Financial Times, 18.11. 2017 (Access Date): <https://www.ft.com/content/444a81d4-6114-11e5-9846-de406ccb37f2>.

Financial Tribune, 18.11.2017 (Access Date): <https://financialtribune.com/articles/economy-business-and-markets/27508/danish-cement-giant-to-transfer-technology>.

Fischer, M. (2009), Iran and The Boomeranging Cartoon Wars: Can Public Spheres at Risk Ally With Public Spheres Yet to Be Achieved?, *Cultural Politics*, 5 (1), 27-62.

Haaretz Newspaper, 16.11.2017 (Access Date): <https://www.haaretz.com/israel-news/fearing-loss-of-lucrative-deal-sweden-opposes-new-iran-sanctions.premium-1.469789>.

Hosseini-Kaladjahi, H. (1997). *Iranians in Sweden: Economic, Cultural and Social Integration*, Stockholm: Almqvist and Wiksell International.

Hürriyet, 13.2.2006.

Hürriyet, 28.1.2006.

Hürriyet, 06.2.2006.

Iran Front Page, , 22.11.2017 (Access Date):
http://iranfocus.com/en/index.php?option=com_content&view=article&id=22151:nordic-countries-make-joint-appeal-over-iran-execution&catid=6&Itemid=111.

Iran Front Page, 18.11.2017 (Access Date): "Iran, Denmark to Increase Technical, Engineering Cooperation", <http://ifpnews.com/news/business/industries/iran-denmark-increase-technical-engineering-cooperation/>.

Iran Front Page, 18.11.2017 (Access Date): <http://ifpnews.com/news/business/industries/iran-denmark-increase-technical-engineering-cooperation>.

Iran Front Page, <http://ifpnews.com/selected/denmark-ready-to-promote-ties-with-iran-in-post-sanctions-era>, 16.11.2017 (Access Date):

Evren Küçük-Harun Koçak

- IRNA, “Iran, Sweden Sign Memorandum of Understanding”, December 16, 2003.
- IRNA, 2017a, 14.11.2017 (Access Date): <http://www.irna.ir/tr/News/3472179>.
- IRNA, 2017b, 15.11.2017 (Access Date): <http://www.irna.ir/tr/News/3525656>.
- IRNA, 2017c, 18.11.2017 (Access Date): <http://www.irna.ir/en/News/82567526>.
- IRNA, 2016, 26.11.2017 (Access Date): <http://www.irna.ir/tr/News/3334347>.
- IRNA, 2017d 15.11.2017 (Access Date): <http://www.irna.ir/tr/News/3472184>.
- İRAM, 10.10.2017 (Access Date): https://iramcenter.org/iran-in-nukleer-programi-kuresel-ve-bolgesel-etkileri/#_ftn3.
- Keskin, A. (2008). İran’ın Yeni Güvenlik Konsepti ve Değişen Küresel ve Bölgesel Konumu, Hedef Neden İran?, M.Tuncel, haz), İstanbul: Etkileşim Yayınları.
- KKhamenei, 24.11.2017 (Access Date): <http://english.kKhamenei.ir/photo/4628/Swedish-Prime-Minister-met-with-Ayatollah-KKhamenei>.
- Küçük, E. (2018). Expansion Of Sweden Towards Middle East: Swedish Officers in Iran (1911-1921). İRAM, Ankara, (April 20-22, 2017), (ss.9-23), Ankara: İRAM.
- Mehr News Agency, 2016, 22.11.2017 (Access Date): <https://tr.mehrnews.com/news/1867429/%C4%B0ran-ile-Finlandiya-aras%C4%B1ndaki-m%C3%BCnasebetler-geli%C5%9Fiyor>.
- Mehr News Agency, 2017, 25.11.2017 (Access Date): <https://tr.mehrnews.com/news/1861643/%C4%B0ran-Finlandiya-g%C3%B6r%C3%BC%C5%9Fmeleri-s%C4%B1cak-ge%C3%A7ti>.
- MERI report, (1985): Iran, Middle East Research Institute.
- National Geographic, 28.11.2017 (Access Date): https://news.nationalgeographic.com/news/energy/2012/02/120206-iran-strait-of-hormuz-oil-supply/?_ga=2.70243152.1790037881.1523364476-1235908177.1523364476.
- Pars Today, 2016, 24.11.2017 (Access Date): http://parstoday.com/tr/radio/programs-i45928-%C4%B0ran%E2%80%99da_ekonomik_geli%C5%9Fmeler.
- Pars Today, 2017a, 28.11.2017 (Access Date): http://parstoday.com/tr/news/iran-i68726-%C4%B0sve%C3%A7_d%C4%B1%C5%9Fi%C5%9Fleri_bakan%C4%B1_avrupa_n%C3%BCkleer_anla%C5%9Fman%C4%B1n_korunmas%C4%B1_ve_y%C3%BCr%C3%BCr%C4%9F%C3%BCnde_karar%C4%B1d%C4%B1r.
- Pars Today, 2017b, 23.11.2017 (Access Date): http://parstoday.com/tr/news/iran-i61272-rehber%E2%80%99in_bak%C4%B1%C5%9F%C4%B1nda_%C4%B0ran_%C4%B0sve%C3%A7_ili%C5%9Fkilerinin_ufku.
- President of the Republic of Finland, 26.11.2017 (Access Date): <http://tpk.fi/public/default.aspx?contentid=353521&nodeid=44809&contentlan=2&culture=en-US>.
- Radio Sweden, 22.11.2017 (Access Date): <http://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=2054&artikel=4156381>.
- Reuters, 15.11.2017 (Access Date): <http://www.reuters.com/article/us-iran-nordics-airlines/scandinavian-countries-seek-to-liberalize-iran-air-travel-idUSKBN18M0RR>.

Iran's Relations with Scandinavian Countries

- Statistics Finland, 29.11.2017 (Access Date): https://www.stat.fi/til/index_en.html.
- Statistics Sweden, 3.10.2017 (Access Date): <http://www.scb.se/>.
- Svenska Dagbladet, 22.11.2017(Access Date): <https://www.svd.se/domd-till-stening-erkanner-i-tv>.
- TDK Lexicon, 10.04.2018(Access Date):
http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.5acd227b86c0e2.49661458.
- Tehran Times, 2016b, 18.11.2017 (Access Date)
<http://www.tehrantimes.com/news/409189/Pharmaceutical-sector-is-backbone-of-Iran-Denmark-trade-Danish>.
- Tehran Times, 2016b, 18.11.2017 (Access Date):
<http://www.tehrantimes.com/news/406002/Sanctions-removal-offers-huge-untapped-potential-for-Denmark-Iran>.
- Tehran Times, 2017, 18.11.2017 (Access Date):
<http://www.tehrantimes.com/news/411746/Denmark-steps-up-co-operation-with-Iran>:
- The Government Offices of Sweden, 2017a, 17.11.2017 (Access Date):
<http://www.government.se/articles/2017/02/prime-minister-stefan-lofven-visited-iran>.
- The Government Offices of Sweden, 2017b, 21.11.2017 (Access Date):
<http://www.government.se/articles/2017/02/prime-minister-stefan-lofven-visited-iran/>.
- The Local, 2015 16.11.2017 (Access Date): <https://www.thelocal.se/20150719/swedish-ceos-see-big-potential-in-iran>.
- World Atlas, 3.10.2017 (Access Date): <http://www.worldatlas.com/articles/religion-in-modern-denmark.html>.
- World Bank, 27.11.2017 (Access Date):
<https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD>.

Finansal Piyasalarda Uzun Dönemli Bağımlılık ve Etkin Piyasalar Hipotezi¹

Mercan HATİPOĞLU*
İbrahim BOZKURT**

Atıf Künyesi: Hatipoğlu, M. ve Bozkurt, İ. (2018). Finansal Piyasalarda Uzun Dönemli Bağımlılık ve Etkin Piyasalar Hipotezi, *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20/3, 47-56.

Öz: Bu makalenin amacı etkin piyasalar hipotezini Amerika, İngiltere, Türkiye ve Rusya finansal piyasaları için uzun dönemli bağımlılık kapsamında test etmektir. Çalışmada yöntem olarak Dönüştürülmüş Genişlik ve Trendten Arındırılmış Dalgalanma Analizi kullanılmıştır. Veriler günlük frekansta olup Mayıs 2013 ile Mayıs 2015 arası dönemi kapsamaktadır. Sonuç olarak gelişmekte olan ülke borsalarının gelişmiş ülke borsalarına göre daha etkin olduğu bulunmuştur. Bununla beraber uzun hafıza özelliği getirilerden daha fazla oynaklığın göstergesi olan getiri karelerinde görülmüştür.

Anahtar sözcükler: Etkin piyasalar, Hurst Katsayısı, Uzun dönemli hafıza
Jel Kodu: G14, G15

Long-Term Dependence in Financial Markets and Efficient Market Hypothesis

Abstract: The aim of this paper is to test the efficient market hypothesis for America, England , Turkey and Russia financial markets by means of the long-term dependence approach. In study, Rescaled Range Analysis and Detrended Fluctuation Analysis are employed. The data used in daily frequency covers the period May 2013 to May 2015. As a result emerging markets are found more efficient than developed markets. Furthermore, the long memory property is more appeared in squares of returns used as proxies for volatility than returns.

Keywords: Efficient markets , Hurst Coefficient, Long term memory
Jel Code: G14, G15

¹ Bu çalışma, 6-7 Aralık 2017 tarihinde Kıbrıs'ta düzenlenen "3rd International Conference on Applied Economics and Finance" isimli sempozyumda özet metin bildiri olarak sunulmuştur.

* Dr. Öğretim Üyesi, Çankırı Karatekin Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Çankırı, mercanhatipoglu@gmail.com.tr

** Doç. Dr., Çankırı Karatekin Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Bankacılık ve Finans Bölümü, Çankırı, ibozkurt@karatekin.edu.tr

Mercan Hatipoğlu-İbrahim Bozkurt

GİRİŞ

Finansal piyasaların etkinliği ekonomik kaynakların dağılımı üzerinde olumlu rol oynarken aynı zamanda borsalardaki manipülasyonun da önüne geçmektedir. Etkin bir piyasada yatırımcılar piyasa üstü getiri elde etmek için değil, piyasa kadar getiri sağlayabilmek için işlem yaparlar. Etkin finansal pazarlara sahip devletler ise piyasalara müdahale etmez ve regülasyon politikalarından uzak dururlar (Mookerjee, ve Yu,1999).

Hem reel ekonomi hem de sermaye piyasaları açısından önem arz eden etkinlik kavramı Fama (1970) tarafından etkin piyasalar hipotezi adıyla ilk defa finans yazınına girmiştir. Etkin piyasalar hipotezi hisse senedi fiyatlarının mevcut bütün bilgiyi yansıttığı için rassal yürüyüş sergilediğini dolayısıyla da art arda yaşanan fiyat değişmelerinin (getiriler) bağımsız ve özdeş dağılıma sahip olması gerektiğini varsaymaktadır. Bu durum geçmiş fiyat hareketlerini kullanarak gelecekteki fiyatların öngörülemediğini ifade etmektedir. Bilginin fiyatlara yansımaları durumuna göre zayıf, yarı güçlü ve güçlü formda etkinlik olarak piyasalar üçe ayrılmaktadır. Zayıf formda bile etkinliğin sağlandığı piyasalarda, sistemli bir şekilde alım-satım yaparak piyasa üstü getiri elde etmek söz konusu olamaz.

Geleneksel finans yazınında yatırımcıların piyasaya ulaşan yeni bilgiye *doğrusal* şekilde tepki verdikleri belirtilmektedir. Bu varsayım yatırımcıların yeni bilgiyi eşanlı olarak değerlendirdiğini ve kümülatif olarak bekletmediğini ima etmektedir. Bir bütün olarak bakıldığında hisse senedi getirilerinin normal, özdeş ve bağımsız dağılması beklenmektedir. Ancak yeni paradigma yatırımcıların piyasaya ulaşan yeni bilgilere *doğrusal olmayan* tepkiler verdiğini ileri sürmektedir (Hiemstra ve Jones, 1994).

Doğrusal olmayan sistemlerin ana özelliği, önce oluşan koşullara duyarlılık göstermesi yani sınırsız hafızaya sahip olmasıdır. Eğer bir borsa serisinde uzun hafızadan kaynaklanan bir *süreklilik* mevcut ise günlük fiyat değişmeleri ile gelecekteki günlük fiyat değişmeleri arasında korelasyon var demektir. Aynı durum serinin haftalık frekansdaki hali içinde geçerlidir. Yani haftalık fiyat değişmeleri ile yine gelecekteki haftalık fiyat değişmeleri arasında korelasyon vardır. Bu olgu aylık ve yıllık frekanslar içinde şüphesiz geçerli olmaktadır (Skjeltorp, 2000).

Finansal getiri serilerinin uzun hafızaya sahip olması portföy seçimi bağlamında yatırım ufkunu etkilediği için önem arz etmektedir. Örneğin uzun hafızaya sahip bir borsada aynı zamanda ortalamaya dönüş eğilimi de söz konusu ise getiri hareketleri artma trendine geçtikten bir süre sonra tam ters yönde devam edecektir. Bununla beraber yatırımcılar sadece

Finansal Piyasalarda Uzun Dönemli Bağımlılık ve Etkin Piyasalar Hipotezi
getirinin işaretine bakarak karar vermezler. Getiri serilerinin karesi yada mutlak değeri de, elde edilmesi düşünülen getirinin miktarı ve oynaklığı hakkında bilgi vermesi bakımından yatırımcıların karar mekanizmasında etkili olmaktadır (Grau-Carles, 2000).

Bu makalenin amacı gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin hem getiri hem de oynaklıklarındaki uzun hafıza özelliğini Hurst üssel katsayısı ve Trendten arındırılmış dalgalanma analizi (DFA) yöntemi aracılığıyla analiz etmektir. Çalışmanın yaygın literatüre katkısı ülkelerin gelişmişlik seviyesine göre borsa davranışlarına ait bilgiler sunmasıdır. Bununla beraber bu çalışma bizim bilgimize göre, Türkiye sermaye piyasasının uzun hafıza özelliğini Hurst ve DFA yönetimi ile karşılaştırmalı olarak inceleyen ilk çalışmadır. Çalışmanın bundan sonraki bölümleri literatür taraması, metodoloji, ampirik uygulama ve sonuç kısmı olarak sıralanmıştır.

1. LİTERATÜR

Borsa verilerini baz alıp geçmiş verileri kullanarak sürekli bir şekilde anormal getiri elde etmenin mümkün olmadığını ileri süren etkin piyasalar hipotezini geçersiz kılan nedenlerden biri getiri ve getirilerin karelerinde uzun hafıza özelliğinin bulunmasıdır (Ferreira ve Dionísio, 2016). Bu nedenle uzun hafıza özelliğine sahip borsalarda ekonometrik modellerin öngörü performansı diğer borsalara göre daha başarılı olmaktadır (Henry, 2002). Getiri serilerindeki otokorelasyonun kaynağının yeni haberlere finansal piyasaların gecikmeli olarak tepki vermesi sebep gösterilirse, serilerde uzun hafıza özelliğinin bulunması sürpriz sayılmamalıdır (Lo, 1991). Uzun hafıza özelliğini gösteren Hurst katsayısının borsalar için geleceğe dair beklentileri şimdiden gösteren bir korku endeksi olarak yorumlanabileceği Ukranya borsası bağlamında Caporale vd., (2016) tarafından gösterilmiştir. Li vd., (2016) ise uzun hafıza özelliği bulunan borsalarda işlem maliyetlerini arttırmanın arbitraja dayalı anormal getiri sağlamayı engellemediğini savunmuşlardır. Cajueiro vd., (2005) Brezilya borsasında işlem gören firmaların sermaye karlılığı, piyasa kapitalizasyonu ve borç özsermaye oranlarının Hurst katsayıları ile anlamlı ilişki içinde olduğunu tespit ederek, uzun hafıza özelliğinin söz konusu değişkenlerden kaynaklandığını ileri sürmüşlerdir. Wright (2001) çalışmasında gelişmekte olan ülkelerde uzun hafıza özelliğinin gelişmiş ülkelere göre daha fazla olmasının sebebinin gelişmekte olan ülkelerdeki risk faktörlerinin sürekliliği olarak ifade etmiştir.

Dünya borsalarında uzun hafıza yapısı gerek yerli gerekse yabancı araştırmacılar tarafından birçok farklı yöntem ile analiz edilmiştir. Örneğin Opong vd., (1999) İngiltere borsasında etkinliği FTSE-ALL, FTSE-100, FTSE-250, FTSE-350 endekslerinde Hurst, BDS ve

Mercan Hatipoğlu-İbrahim Bozkurt

GARCH modelini kullanarak test etmişlerdir. Sonuç olarak İngiltere borsasındaki dört endekste, rassal yürüyüş modelinin öngördüğü çevrimler ve eğilimlerden daha fazla çevrimlerle karşılaşıldığı rapor edilmiştir. Yazarlar serilerin normal, bağımsız ve özdeş dağılımdan geldiği hipotezini İngiltere borsası için ret etmişlerdir. Lux (1996) Almanya borsasındaki dört endeksi günlük frekansta Hurst katsayısı yöntemi ile analiz etmiş ve sonuç olarak borsadaki uzun hafızanın daha çok oynaklık bazında gerçekleştiğini bulmuştur. Di Sario vd., (2008) Borsa İstanbul 'un getiri, mutlak getiri ve oynaklığın göstergesi olan getirilerinin karelerini 1998-2004 günlük frekansta analiz ederek Borsa İstanbul'un uzun hafızaya sahip olduğunu ispatlamışlardır. Cavalcante ve Assaf (2004) Brezilya borsasının oynaklığını R/S analizi ve FİGARCH modeli ile analiz etmişler ve sonuç olarak gelişmekte olan Brezilya borsasının diğer gelişmiş ülke borsaları ile benzer derecede uzun dönemli hafızaya sahip olduğunu bulmuşlardır. Rejichi ve Aloui (2012) Ortadoğu ve Kuzey Afrika borsalarının piyasa etkinliğine etki eden faktörlerin işlem maliyetleri ve piyasa kapitilizasyonu olduğunu rapor etmişlerdir. Ayrıca çalışmada İsrail, Türkiye ve Mısır borsalarının regresyon analizi ile elde edilen Hurst üssel sayılarının benzerlik gösterdiği vurgulanmıştır. Cajueiro ve Tabak (2004) Çin borsasındaki A ve B tipi endekslerini, Singapur borsasını ve Hong Kong borsasını Hurst katsayısı yöntemini kullanarak analizi etmişlerdir. Sonuç olarak Hong Kong borsasının en etkin piyasa olduğunu ve kurumsal yatırımcıların işlem yaptığı Çin B endeksinin aynı ülkedeki S tipi endeksten daha az etkin olduğunu bulmuşlardır. Aygören (2008) 03/07/1987-28/09/2007 tarihleri arasındaki günlük getirileri kullanarak Borsa İstanbul için piyasa etkinliğini araştırmıştır. Dönüştürülmüş Genişlik yönteminin kullanıldığı çalışmada Hurst katsayısı 0,586 olarak hesaplanmış ve Borsa İstanbul'un etkin bir piyasa olmadığı sonucuna varılmıştır. Benzer bir sonucu Ural ve Demireli (2009) Hurst katsayısı modeli vasıtasıyla BİST Ulusal Tüm, BİST Ulusal 100 ve sektör endeksleri için elde etmişlerdir. Jiang ve Cai (2007) Japonya ve Çin borsalarının oynaklığını DFA yöntemi ile analiz etmişlerdir. Sonuç olarak oynaklığın yüksek olduğu dönemlerde piyasaların daha fazla etkin olduğunu bulmuşlardır. Bariviera vd., (2012) yedi Avrupa ülkesindeki sabit getirili menkul kıymet endekslerinin etkinliğini DFA analizini kullanarak araştırmışlardır. Çalışmada küresel krizin sabit getirili yerel bono endekslerindeki uzun hafızayı güçlendirirken, yabancı sabit getirili bono endekslerinde aynı özelliği zayıflattığı tespit edilmiştir. So (2000) Amerika finansal piyasalarında Geweke ve Porcher-Hudak parametrik testini kullanarak yaptığı araştırmada S&P 500 ve Dow Jones endekslerinde uzun hafıza özelliğine rastladığını belirtmiştir. Günay (2015) BİST fiyat ve işlem hacmi endekslerini

Finansal Piyasalarda Uzun Dönemli Bağımlılık ve Etkin Piyasalar Hipotezi

04.01.2000-19.03.2014 dönemi kapsamında dönüştürülmüş genişlik analizi, eğilimden arındırılmış dalgalanma analizi, kutu sayım, yarı-periyodogram ve variogram yöntemlerini kullanarak analiz etmiş ve sonuç olarak her iki endekste uzun hafızaya işaret eden fraktal bir yapıya rastlamamıştır.

2. METEDOLOJİ

Çalışmada borsaların uzun dönemli korelasyonlarını hesaplamak için Hurst Üssel Katsayısı ve Eğilimden Arındırılmış Dalgalanma Analizi olmak üzere iki farklı yöntem kullanılmıştır. Hurst üssel katsayısı yöntemi zaman serisinin gözlemlerinin kendi ortalamasından sapmalarını serinin standart sapması ile ölçeklendirerek belli aralıklar için hesaplanmasına dayanır (Horta vd., 2014).

Finansal getiri serilerinin ardışık gözlemlerini $\{r_1, r_2 \dots \dots, r_t\}$ olmak üzere, τ tahmin dönemi ve \bar{r}_t serinin ortalaması ise R/S istatistiği aşağıdaki gibi hesaplanır (Bariviera, 2011):

$$(R/S)_\tau = \frac{1}{s_\tau} [\max_{1 \leq t \leq \tau} \sum_{t=1}^{\tau} (r_t - \bar{r}_t) - \min_{1 \leq t \leq \tau} \sum_{t=1}^{\tau} (r_t - \bar{r}_t)] \quad (1)$$

Standart sapma s_τ ise şöyle hesaplanır:

$$s_\tau = \left[\frac{1}{\tau} \sum_{t=1}^{\tau} (r_t - \bar{r}_t)^2 \right]^{\frac{1}{2}} \quad (2)$$

Hurst katsayısı ise aşağıdaki gibi elde edilir:

$$(R/S)_\tau = (\tau/2)^2 \quad (3)$$

Elde edilen hurst katsayısı , (H)=0.5 ise seride uzun dönemli bağımlılık yok anlamına gelmektedir. H<0.5 ise uzun dönemli bağımlılık vardır ancak sürekli değildir. H>0.5 ise seri hem uzun dönemli bağımlılığa ve sürekliliğe sahip olduğu anlamına gelir.

Ancak durağan olmama gibi durumlarda Hurst katsayısı sahte uzun dönemli otokorelasyonda dikkate alarak katsayının olduğundan fazla büyük çıkmasına neden olmaktadır. Bu sahte otokorelasyondan kurtulmak için Trendten arındırılmış dalgalanma analizi (DFA) yöntemi Peng (1994) tarafından geliştirilmiştir. Bu yöntemde bağımsız değişkenin kendi trendinden olan sapmalarının ortalaması ile katsayı elde edilir. Yöntem aşağıdaki gibi özetlenebilir (Grau-Carles, 2001):

$\{x_t\}$, $t=1, \dots, n$ olmak üzere bir zaman serisinin önce integrali alınır.

$$y(t') = \sum_{t=1}^{t'} x(t) \quad (4)$$

Mercan Hatipoğlu-İbrahim Bozkurt

Bu aşamadan sonra elde edilen yeni seri m gözlemlili aralıklara bölünür ve her bir aralık için hesaplanan en küçük kareler doğrusu bütün veriye uydurulur. Bu doğruda y ' nin koordinatı $y_m(t')$ ile gösterilir.

İntegrali alınmış ve trendten arındırılmış serideki sapmaların ortalamasının karekökü ise aşağıdaki gibi hesaplanır:

$$F(m) = \sqrt{\frac{1}{t} \sum_{t'=1}^T [y(t') - y_m(t')]^2} \quad (5)$$

3. VERİ ve AMPİRİK UYGULAMA

Çalışmada ekonometrik analizi gerçekleştirmek için Amerika, İngiltere, Rusya ve Türkiye borsalarının günlük frekansta, 10.05.2013-12.05.2015 dönemi kapsamındaki verileri kullanılmıştır. Bütün veriler datastream veri tabanı aracılığıyla yerel para birimi cinsinden elde edilmiştir. Ampirik analizlere başlamadan önce tablo 1' de borsaların getiri ve oynaklıklarına ait tanımlayıcı istatistikler gösterilmiştir.

Tablo 1: Tanımlayıcı İstatistikler

	Ortalama	S.Sapma	Çarpıklık	Basıklık	JB	Q(5)	LM(5)
(a) Getiri serileri (r)							
Amerika	0.000	0.007	-0.305	3.761	0.00	-0.036	0.00
İngiltere	0.000	0.007	-0.264	4.685	0.00	-0.022**	0.00
Türkiye	-0.000	0.016	-0.627	8.200	0.00	0.044	0.00
Rusya	0.000	0.013	-0.894	12.236	0.00	0.032	0.00
(b) Oynaklık serileri (r^2)							
Amerika	0.000	0.000	3.106	18.09	0.00	0.319*	0.22
İngiltere	0.000	0.000	4.001	23.11	0.00	0.011*	0.00
Türkiye	0.000	0.000	10.586	158.81	0.00	0.016***	0.96
Rusya	0.000	0.000	16.355	322.29	0.00	0.021***	0.98

Getiri istatistiklerine bakıldığında bütün borsaların normal dağılım sergilemediği görülmektedir. Ayrıca çarpıklık katsayıları borsaların ilgili dönemde yatırımcılara kazandırmaktan çok kaybettirdiklerini göstermektedir. Etkin piyasalar hipotezi ile çelişen otokorelasyon katsayısı ise sadece İngiltere borsası için anlamlı çıkmıştır. Oynaklık serileri incelendiğinde ise dikkat çeken nokta otokorelasyonun bütün borsalar için anlamlı bulunmasıdır. Bu durum oynaklık kümelenmesinden kaynaklanmaktadır.

Finansal Piyasalarda Uzun Dönemli Bağımlılık ve Etkin Piyasalar Hipotezi

Tablo 2: Birim Kök İstatistikleri

	ADF	%1	%5	%10	P değeri
Amerika	-22.8326	-2.5758	-1.9599	-1.6448	0.00
İngiltere	-22.3929	-2.5758	-1.9599	-1.6448	0.00
Türkiye	-24.126	-2.5758	-1.9599	-1.6448	0.00
Rusya	-22.6254	-2.5758	-1.9599	-1.6448	0.00

Dönüştürülmüş genişlik analizi ve eğilimden arındırılmış dalgalanma analizini gerçekleştirmek için gerekli olan borsa getiri serilerinin durağanlık koşulunu sağladığı tablo 2 de görülmektedir.

Tablo 3: Dönüştürülmüş Genişlik Analizi Sonuçları

	Hurst Katsayısı	Std. hata	t-istatistiği	P değeri
(a) Getiri serileri (r)				
Amerika	0.602	0.0264	22.7630	0.00
İngiltere	0.667	0.0204	32.5823	0.00
Türkiye	0.538	0.0227	23.7216	0.00
Rusya	0.499	0.0365	13.6516	0.00
(b) Oynaklık serileri (r ²)				
Amerika	0.733	0.02443	30.04077	0.00
İngiltere	0.781	0.0364	21.4234	0.00
Türkiye	0.662	0.0170	38.9411	0.00
Rusya	0.653	0.0164	39.6833	0.00

Dönüştürülmüş Genişlik (R/S) analizine göre borsalarda uzun hafıza özelliğinin olmaması diğer bir anlatımla piyasaların etkin olması H katsayısının 0.5 değeri alması ile mümkün olmaktadır. Bu referans değerinin altında ya da üstündeki değerler piyasaların etkin olmadığını göstermektedir.

Tablo 3 getiri serilerinde en fazla Rusya borsasının etkinliğe yakın olduğunu, diğer borsaların ise belirgin şekilde uzun dönemli hafızaya sahip olduğunu göstermektedir. Oynaklık serileri baz alındığında ise bütün borsaların uzun dönem bellekli olduğu belirgin şekilde görülmektedir.

Tablo 4 'te ise eğilimden arındırılmış dalgalanma analizine göre hesaplanan H katsayısına ilişkin bilgiler sunulmuştur. Tablo incelendiğinde ilk dikkat çeken nokta hesaplanan H katsayılarının önceki yöntemle göre önemli derecede düşük çıkmasıdır. Türkiye borsasının getirilerinin eğilimden arındırılmış dalgalanma analizi kapsamında rassal yürüyüş sergilediklerini söyleyebiliriz. Amerika ve İngiltere borsalarının H katsayısı dönüştürülmüş

Mercan Hatipoğlu-İbrahim Bozkurt

analiz yönteminde 0.5’den yüksek çıkarken, bu analizde 0.5’in altında bulunmuştur. Rusya borsasının H katsayısı ise her iki yönetime göre 0.5 civarında gerçekleşmiştir.

Tablo 4: Eğilimden Arındırılmış Dalgalanma Analizi Sonuçları

	Hurst Katsayısı	Std. hata	t-istatistiği	P değeri
(a) Getiri serileri (r)				
Amerika	0.413	0.0179	23.0440	0.00
İngiltere	0.475	0.0172	7.6352	0.00
Türkiye	0.501	0.0125	39.8452	0.00
Rusya	0.513	0.0132	38.8116	0.00
(b) Oynaklık serileri (r ²)				
Amerika	0.700	0.0154	45.3127	0.00
İngiltere	0.706	0.0222	31.7849	0.00
Türkiye	0.666	0.0304	21.8478	0.00
Rusya	0.637	0.0397	16.0440	0.00

Oynaklık serileri baz alındığında, eğilimden arındırılmış dalgalanma analizi yöntemine göre de H katsayıları 0.5 ‘den epeyce yüksek bulunmuştur. Bu durum hem gelişmekte olan hem de gelişen borsalarda oynaklığın uzun hafızaya sahip olduğunu diğer bir anlatımla borsalara gelen şokların kalıcı olduğunu göstermektedir.

SONUÇ

Ektin piyasalarda, piyasa üstü getiri elde mümkün değil iken, etkin olmayan piyasalarda sürekli alım-satım işlemi yaparak ya da al-tut stratejisi ile piyasa üstü getiri elde etmek olanaklı hale gelmektedir. Bu çalışmada Dönüştürülmüş Genişlik ve Eğilimden Arındırılmış Dalgalanma analizi yöntemine göre gelişen ve gelişmiş olan ülke borsalarının getiri ve oynaklıklarında uzun dönemli hafıza özelliği test edilmiştir. Sonuç olarak Türkiye ve Rusya borsalarının rassal yürüşe benzer bir dağılım sergilediği bulunmuştur. Bununla beraber bütün borsalarda uzun hafıza özelliğinin oynaklık serilerinde daha belirgin şekilde ortaya çıkması söz konusu ülkelerin türev piyasalarında işlem yaparak piyasa üstü getiri kazanmanın mümkün olduğunu göstermektedir.

KAYNAKÇA

- Aygören, H. (2008) “İstanbul Menkul Kıymetler Borsasının Fractal Analizi”. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23(1).
- Bariviera, A. F. (2011). “The Influence of Liquidity on Informational Efficiency: The Case of the Thai Stock Market”. *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications*, 390(23), 4426-4432.

Finansal Piyasalarda Uzun Dönemli Bağımlılık ve Etkin Piyasalar Hipotezi

- Bariviera, A. F., Guercio, M. B., Martinez, L. B. (2012). "A Comparative Analysis of the Informational Efficiency of the Fixed Income Market in Seven European Countries". *Economics Letters*, 116(3), 426-428.
- Cajueiro, D. ve Tabak, B. M. (2004). "Evidence of Long Range Dependence in Asian Equity Markets: The Role of Liquidity and Market Restrictions". *Physica A: Statistical Mechanics And Its Applications*, 342(3), 656-664.
- Cajueiro, D. O., & Tabak, B. M. (2005). Possible causes of long-range dependence in the Brazilian stock market. *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications*, 345(3), 635-645.
- Cavalcante, J. ve Assaf, A. (2004). "Long Range Dependence in the Returns and Volatility Of the Brazilian Stock Market". *European Review of Economics and Finance*, 3(5), 22.
- Caporale, G. M., Gil-Alana, L., Plastun, A., & Makarenko, I. (2016). Long memory in the Ukrainian stock market and financial crises. *Journal of Economics and Finance*, 40(2), 235-257.
- Disario, R., Saraoglu, H., McCarthy, J. Li, H. (2008). "Long Memory In The Volatility Of An Emerging Equity Market: The Case Of Turkey". *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 18(4), 305-312.
- Fama, E. F. (1970). "Efficient Capital Markets: A Review of Theory and Empirical Work". *The Journal Of Finance*, 25(2), 383-417.
- Ferreira, P., & Dionísio, A. (2016). How long is the memory of the US stock market?. *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications*, 451, 502-506.
- Grau-Carles, P. (2000). "Empirical Evidence of Long-Range Correlations in Stock Returns". *Physica A: Statistical Mechanics and Its Applications*, 287(3), 396-404.
- Grau-Carles, P. (2001). "Long-Range Power-Law Correlations in Stock Returns". *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications*, 299(3), 521-527.
- Günay, S. (2015). "Bist100 Endeksi Fiyat ve İşlem Hacminin Fraktallık Analizi". *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 16(1), 35-50.
- Hiemstra, C., & Jones, J. D. (1994). Testing for linear and nonlinear Granger causality in the stock price-volume relation. *The Journal of Finance*, 49(5), 1639-1664.
- Henry, O. T. (2002). Long memory in stock returns: some international evidence. *Applied Financial Economics*, 12(10), 725-729.
- Horta, P., Lagoa, S., Martins, L. (2014). "The Impact of the 2008 and 2010 Financial Crises on the Hurst Exponents of International Stock Markets: Implications for Efficiency and Contagion". *International Review Of Financial Analysis*, 35, 140-153.
- Jiang, J., Ma, K., Cai, X. (2007). "Non-Linear Characteristics And Long-Range Correlations In Asian Stock Markets". *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications*, 378(2), 399-407.
- Li, D., Nishimura, Y., & Men, M. (2016). The long memory and the transaction cost in financial markets. *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications*, 442, 312-320.
- Lo, A. W. (1991). Long-Term Memory in Stock Market Prices. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 1279-1313.
- Lux, T. (1996). "Long-Term Stochastic Dependence in Financial Prices: Evidence From The

Mercan Hatipoğlu-İbrahim Bozkurt

German Stock Market”. *Applied Economics Letters*, 3(11), 701-706.

- Mookerjee, R. Ve Yu, Q. (1999). “An Empirical Analysis of the Equity Markets in China”. *Review Of Financial Economics*, 8(1), 41-60.
- Opong, K. K., Mulholland, G., Fox, A. F., Farahmand, K. (1999). “The Behaviour of Some UK Equity Indices: An Application of Hurst and BDS Tests”. *Journal Of Empirical Finance*, 6(3), 267-282.
- Peng, C.K., Buldyrev, S.V., Havlin, S., Simons, M., Stanley, H.E., Goldberger, A.L., (1994). “Mosaic Organization Of DNA Nucleotides”. *Physical Review*, 49(2), 1685–1689.
- Rejichi, I. Z. ve Aloui, C. (2012). “Hurst Exponent Behavior and Assessment of the MENA Stock Markets Efficiency”. *Research in International Business and Finance*, 26(3), 353-370.
- Skjeltorp, J. A. (2000). “Scaling in the Norwegian Stock Market”. *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications*, 283(3), 486-528.
- So, M. K. (2000). “Long-Term Memory in Stock Market Volatility”. *Applied Financial Economics*, 10(5), 519-524.
- Ural, M. ve Demireli, E. (2009). “Hurst Üstel Katsayısı Aracılığıyla Fraktal Yapı Analizi ve İMKB’de Bir Uygulama”. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23(2), 243-257.
- Wright, J.H., (2001). Long memory in emerging market stock returns. *Emerging Markets Quarterly* 5, 50–55.

Ar-Ge Harcamalarıyla Yüksek Teknoloji İhracatı Arasındaki İlişki: Seçili 10 OECD Ülkesi İçin Panel Veri Analizi

Özer ÖZÇELİK*
Volkan ASLAN**
Rabia İnci ÖZBEK***

Atf Künyesi: Özçelik, Ö., Aslan, V. ve Özbek, R.İ. (2018). Ar-Ge Harcamalarıyla Yüksek Teknoloji İhracatı Arasındaki İlişki: Seçili 10 OECD Ülkesi İçin Panel Veri Analizi, *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20/3, 57-66.

Öz: Bu çalışmada Ar-Ge harcamalarıyla yüksek teknoloji ihracatı arasındaki uzun dönemli ilişki incelenmektedir. Bu ilişkinin tanımlanması, uygun sürdürülebilir büyüme politikalarının belirlenmesinde büyük öneme sahiptir. Bu amaçla, seçili 10 OECD ülke panel verisi kullanarak 1996-2014 dönemi için Ar-Ge harcamalarıyla yüksek teknoloji ihracatı arasındaki uzun dönemli ilişki araştırılmaktadır. Ekonometrik analizler sonucunda Ar-Ge harcamalarıyla yüksek teknoloji ihracatı arasında eş bütünleşme ve çift yönlü bir nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir.

Anahtar sözcükler: Ar-Ge Harcamaları, Teknoloji, Panel Veri Analizi

Jel Kodu: A10, B40, C40,C23,O14

The Relationship Between High-Technology Exports and R&D Expenditure: Panel Data Analysis for Selected 10 OECD Countries

Abstract: This study investigates the long-run relationship between high-technology exports and research and development expenditure. The definition of this relationship has great importance in determining appropriate sustainable growth policies. For this purpose, the long-run relationship between high-technology exports and research and development expenditure for the selected 10 OECD countries for the period of 1996 to 2014 is analyzed. As a result of econometric analysis, a co-integration between high-technology exports and research and development expenditure and bi-directional causality relationship is identified.

Keywords: R&D Expenditures, Technology, Panel Data Analysis

Jel Code: A10, B40, C40,C23,O14

* Dr. Öğr. Üyesi, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, ozer.ozcelik@dpu.edu.tr

** Arş. Gör., Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, volkan.aslan@dpu.edu.tr

*** Arş. Gör., Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, rabiainci@dpu.edu.tr

GİRİŞ

İktisatta bir ülkede ekonomik büyümenin nasıl meydana geldiğini açıklayan iki yaklaşım ön plana çıkmaktadır. Bunlardan biri Solow (1956), Swan (1956) tarafından öne sürülen teknolojinin dışsal olarak varsayıldığı Neo-Klasik Büyüme Modeli, bir diğeri ise Arrow (1962), Romer (1986, 1990), Lucas (1988), Grossman ve Helpman (1991a, 1991b), Aghion ve Howit (1992) tarafından geliştirilen teknolojinin içsel olduğunu varsayan İçsel Büyüme Modelleridir. Her iki büyüme modeli de ekonomik büyümenin kaynağında teknolojik gelişmenin olduğunu savunmasına karşın, içsel büyüme modelleri ülkelerde teknolojik gelişmenin nasıl ortaya çıktığını ve bunun ekonomik büyümeyi nasıl sağladığını açıklamaktadır (Yıldırım ve Keskinöğlü, 2012: 166). İçsel Büyüme Modelleri temelde iki başlık altında incelenmektedir. Bunlar; a) Taşma (spillover) Modelleri, b) Ar-Ge Modelleridir. Taşma Modellerinde bir ekonomide teknolojinin firmalar tarafından yapılan özel araştırma etkinliği ve beşeri sermaye birikimi tarafından oluşturulduğu ileri sürülmektedir. Temelleri Schumpeter (1947)'in görüşlerine dayanan ve Romer (1986, 1990), Grossman ve Helpman (1991a, 1991b), Aghion ve Howit (1992) tarafından geliştirilen Ar-Ge Modellerinde, nihai mal sektörü, ara mal sektörü ve Ar-Ge sektörü merkezi duruma sahiptir. Ar-Ge sektörü inovatif fikir ve buluşları beşeri sermaye aracılığı ile üreterek bunları ara mal sektörüne satar, ara mal sektörü yeni fikir ve buluşların patentini alarak monopol gücü elde edip bunları nihai mal sektörüne satar. Sonuç olarak yenilik üretiminde ve sürdürülebilir büyümede Ar-Ge sektörü kilit bir role sahiptir (Özer ve Çiftçi, 2009: 39-40).

Diğere taraftan dış ticaretin ülkelerin gelir düzeyini dolayısıyla refah düzeyini arttıracığı 18. Yüzyılda Adam Smith'ten başlayarak günümüze kadar neredeyse tüm iktisatçılar tarafından savunulmakta ve bunu birçok uygulamalı çalışma desteklemektedir. II. Dünya Savaşından sonra kurulan uluslararası organizasyonlar (Dünya Ticaret Örgütü gibi) ve ekonomik entegrasyonlar (AB, NAFTA, vb.) dünya ticaretinin önemli derecede serbestleşmesini sağlamış ve ülkelerin dış ticaret hacimleri artmıştır. Dış ticaretin serbestleşmesi hem ulusal hem de uluslararası piyasalarda firmaları rekabete daha açık hale getirerek her firmaların kendi teknolojisini geliştirmesi dolayısıyla Ar-Ge faaliyetleri yapmasını zorunlu kılmıştır. Böylece firmalar Ar-Ge faaliyetleri sonucu yarattığı yeni fikirler ve icatların patentini alarak hem uluslararası piyasalarda rekabet gücü elde eder hem de yeni fikir ve icatlara dayalı yüksek teknoloji mal ihraç ederler. Bu durum ihracatçı sektörler açısından Ar-Ge faaliyetlerinin, ihracatın özellikle de yüksek teknoloji ihracatının temel belirleyicilerinden biri

ARGE Harcamalarıyla Yüksek Teknoloji İhracatı Arasındaki İlişki: Seçili 10 OECD Ülkesi İçin Panel Veri Analizi

haline gelmesine neden olmuştur (Uzay vd. (2012: 147).

Teorik olarak Ar-Ge faaliyetlerinin yüksek teknoloji ihracatını pozitif etkileyeceği kabul edilmesine karşın, literatürde farklı sonuçlara da ulaşılmaktadır. Literatürde Ar-Ge faaliyetlerinin ihracat üzerindeki etkileri iki farklı yaklaşımla araştırılmaktadır. Bunlardan biri “girdi yaklaşımı” diğeri ise “çıkıtı yaklaşımı”dır. Girdi yaklaşımında yeniliği üretim aşamasında girdi şeklinde kullanılan Ar-Ge harcamaları ve Ar-Ge çalışanları ile ihracat arasındaki ilişki incelenirken, çıkıtı yaklaşımında, yenilik üretmeye yönelik faaliyetler sonucu alınan patentler ile ihracat arasındaki ilişki araştırılmaktadır (Yıldırım ve Keskinoglu, 2012). Bu çalışmada Ar-Ge faaliyetleri ile yüksek teknoloji ihracatı arasındaki ilişki girdi yaklaşımıyla incelenecektir. Aşağıda girdi yaklaşımını dikkate alan literatürdeki belli başlı çalışmalara yer verilmiştir.

Landesmann ve Pfaffermayr (1997), 8 OECD ülkesi için 1967-1987 verilerini kullanarak AIDS (almost ideal demand system) Modeli yardımıyla sektörel bazda (elektrikli makineler, elektrikli olmayan makineler ve toplam imalat sanayisi için) Ar-Ge harcamalarının ihracat talep esneklikleri üzerindeki olası etkilerini araştırmışlardır. Ar-Ge harcamalarının elektrikli olmayan makineler ihracat performansını 4 ülke için pozitif etkilediği, elektrikli makineler ihracat performansını 2 ülke için arttırdığı, 2 ülke için ise azalttığı tespit edilmiştir.

Braunerhjelm ve Thulin (2008), OECD üyesi 19 ülke için 1981-1999 yılları arasında Ar-Ge harcamaları, ileri teknoloji mal ihracatı ve ülke büyüklüğü arasındaki ilişki panel veri analiziyle incelemiştir. Elde edilen sonuçlar ışığında; Ar-Ge harcamalarında ortaya çıkan %1’lik bir artış ileri teknoloji mal ihracatında %3’lük bir artışa neden olmaktadır. Ülke büyüklüğünün ise yüksek teknoloji ürün ihracatı üzerinde etkili olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Özer ve Çiftçi (2009), OECD üyesi ülkeler için 1990-2005 dönemine ait verilerle Ar-Ge harcamaları ve mal ihracatı, bilgi - iletişim teknolojisi ihracatı ve yüksek teknoloji ihracatı arasında gerçekleşen bağı panel veri analiziyle incelemiştir. Panel veri analizi sonucunda hem mal ihracatı hem de bilgi - iletişim teknolojileri ihracatı, yüksek teknoloji ihracatı ve Ar-Ge harcamaları arasında yüksek oranlı pozitif bir ilişkinin var olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Yıldırım ve Keskinoglu (2012), Türkiye için 1996- 2008 yılları aralığında Ar-Ge harcamaları ve ihracat arasındaki nedensellik ilişkisini araştırmışlardır. 25 alt sektörü kapsayan çalışmada GMM tahmini ve Wald testiyle yapılan nedensellik analizi neticesinde Ar-Ge

Özer Özçelik-Volkan Aslan-Rabia İnci Özbek

harcamalarından ihracata yönelik tek taraflı nedensellik ilişkisinin varlığını ortaya çıkarmışlardır.

Uzay vd. (2012), 1995-2005 yılları aralığında Türkiye için imalat sanayi sektöründe gerçekleşen ihracat ile Ar-Ge harcaması arasındaki ilişkiyi panel veri analiziyle incelemiştir. İmalat sektöründeki bütün sektörleri içeren analizde Ar-Ge harcamasının ihracat üstündeki etkisinin kayda değer kısmının gecikmeli gerçekleştiği sonucuna ulaşılmıştır.

Göçer (2013), 1996-2012 yılları arasında gelişmekte olan onbir Asya ülkesi için Ar-Ge harcamalarının ileri teknoloji içeren ürün ihracatına ve bilgi - iletişim teknolojilerine etkisinin yanı sıra dış ticaret dengesiyle ekonomik büyüme üstündeki etkilerini de incelemiştir. Yapılan Eberhardt-Bond Panel AMG yöntemi neticesinde Ar-Ge harcamasındaki %1'lik artışın ileri teknoloji içeren mal ihracatını %6.5, bilgi-iletişim teknolojisi ihracatınıysa %0.6 arttırdığı sonucuna ulaşılmıştır. Ekonomik büyüme ise Ar-Ge harcamasındaki %1'lik artış neticesinde %0.43 kadar arttığı sonucuna ulaşılmıştır.

Kılıç vd. (2014), 1996-2011 yılları arasında G-8 ülkelerine yönelik, Ar-Ge harcaması ve ileri teknoloji ihracatı arasındaki olası ilişkiyi panel veri analiziyle araştırmıştır. Yapılan analizler sonucunda elde edilen bulgulara göre Ar-Ge harcamasının ileri teknoloji ürün ihracatını olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Bununla birlikte Ar-Ge harcaması ve ileri teknoloji ürün ihracatı arasında çift taraflı nedensellik ilişkisi belirlenmiştir.

Özsağır ve Çütücü (2015), 1980-2013 dönemine ait verilerle Türkiye için patent başvuru sayısı ve dış ticaret arasındaki ilişkiyi VECM (vektör hata düzeltme modeli) ile ölçmeye çalışmıştır. Yapılan analiz sonucunda patent sayıları ve dış ticaretin, uzun dönemli pozitif ilişki içerisinde oldukları sonucuna varılmıştır.

Kızılkaya vd. (2016), 2001-2011 yılları arasında BRIC ülkeleri için Ar-Ge harcamaları, patent başvurusu, dışa açıklık ve yüksek teknoloji ihracatı arasındaki ilişkiyi panel veri analiziyle incelemiştir. Yapılan panel FMOLS ve panel DOLS yöntemi sonucunda uzun dönemde Ar-Ge harcamaları ve dışa açıklığın yüksek teknoloji ihracatını pozitif yönde etkilerken patent başvurusu katsayı anlamsız çıkmıştır.

Yıldırım (2016), 1996-2013 dönemi verileriyle beş doğu Asya ülkesi ve Türkiye için patent başvuru sayısı ve ihracat arasında gerçekleşen ilişkiyi panel veri analizi aracılığıyla incelemiştir. Yapılan eşbütünleşme testi; değişkenler arasında uzun dönemli ilişkinin varlığını

ARGE Harcamalarıyla Yüksek Teknoloji İhracatı Arasındaki İlişki: Seçili 10 OECD Ülkesi İçin Panel Veri Analizi

tespit belirlerken, Granger nedensellik testiyle ihracattan patent başvuru sayısına yönelik tek taraflı nedensellik ilişkisi belirlenmiştir. Ayrıca FMOLS test sonucuna göre uzun dönemde patent başvuru sayısındaki %1’lik artış ihracatı panel genelinde %0.85 oranında arttırırken Panel DOLS test sonuçlarına göre ise ihracatı %1.12 oranında arttırdığı sonucuna ulaşılmıştır.

1. VERİ SETİ VE MODEL

Ar-Ge harcamalarıyla yüksek teknoloji ihracatı arasındaki uzun dönemli ilişki seçili 10 OECD¹ ülke panel verisi kullanılarak 1996-2014 dönemi için analiz edilmektedir. Yararlanılan bütün veriler Dünya Bankası ve BP istatistik yaylığı 2017 dünya enerji istatistikleri raporuna dayanmaktadır. Çalışmada Eviews9, Gaus10 ve Stata13 paket programları ile ekonometrik analizler gerçekleştirilmiştir.

Ekonometrik model olarak aşağıdaki model kullanılmıştır;

$$YTI_{it} = \alpha_{it} + \beta_{1i}ARGE_{it}$$

2. EKONOMETRİK YÖNTEM

Çalışmaya konu olan paneli belirleyen yatay kesitler arasındaki bağımlılık, Breusch-Pagan (1980), Pesaran (2004) ve Pesaran vd. (2008) tarafından geliştirilen CD testleri ile incelenmiştir. Serilerin durağanlık dereceleri CADF birim kök testinin panel geneli için sonuçlarını veren CIPS testi ile ve değişkenler arasında uzun dönemli ilişkiye yönelik varlık ise LM Bootstrap eş bütünleşme testi (Westerlund and Edgerton, 2007) ile araştırılmıştır. Değişkenler arasındaki nedensellik ise Canning ve Pedroni, (2008) ve Emirmahmutoğlu & Köse (2011) panel nedensellik testleriyle tespit edilmiştir.

3. AMPİRİK BULGULAR

3.1. Yatay Kesit Bağımlılığı Sonuçlara

Tablo 1’e göre olasılık değerleri 0.01 düzeyinde anlamlıdır ve seriler arasında yatay kesit bağımlılığı bulunmaktadır. Buna göre, çalışmaya konu olan ülkelerden birinde Ar-Ge harcamasında ortaya çıkan değişikliklerin veya yüksek teknolojili ihracatın geri kalan ülkeleri de etkilediğini göstermektedir. Böylece bu ülkeler; Ar-Ge ve yüksek teknolojili ihracat politikalarını ortaya çıkarırken geri kalan ülkelerin uygulamış oldukları politikaları ve ihracat şoklarını da ele almalarında yarar vardır. Diğer taraftan yatay kesit bağımlılığının varlığı,

¹ Seçili 10 OECD Avusturya, Kanada, Fransa, Almanya, Japonya, Meksika, İspanya, Türkiye, Birleşik Krallık, ABD’dir.

Özer Özçelik-Volkan Aslan-Rabia İnci Özбек

çalışmanın diğer bölümlerinde panel birim kök testi ve panel eş bütünleşme metodlarının kullanılmasını zorunlu hale getirmiştir.

Tablo 1. Yatay Kesit Bağımlılığı Sonuçları

	Test İstatistiği	
	YTI	AR-GE
CD_{LM1} (Breusch,Pagan 1980)	229.32***	335.99***
CD_{LM2} (Pesaran 2004 CD_{LM})	18.37***	29.61***
CD_{LM} (Pesaran 2004 CD)	12.01***	12.97***
CD_{LMadj} (Pesaran vd. 2008)	18.09***	29.34***

***, yüzde 1 düzeyinde anlamlı

3.2. Panel Birim Kök Testi Sonuçları

Paneldeki değişkenlerin, t-istatistiği ve olasılık sonucuna bakıldığında sabit ve sabitli trend seviyesinde tüm değişkenlerin birim kök sorunu olduğu ortaya çıkmıştır. Bundan dolayı serilerin birinci farkları alınmıştır. Serilerin birinci farkları alınması ile birlikte durağanlaştıkları görülmektedir. Böylece, seriler arasında eş bütünleşmenin varlığı test edilebilecektir.

Tablo 2. CADF Birim Kök Test Sonuçları

Değişkenler	Sabit	Sabit ve Trend	1.Fark Sabit	1.Fark Trend
	CIPS İstatistiği			
YTI	-2.202	-2.622	-2.695***	-2.354**
AR-GE	-1.33	-1.435	-2.424**	-2.898**

***,**, sırayla %1 ve %5 düzeyinde istatistiki anlamlılığı göstermektedir Panel istatistiği kritik değerleri, Pesaran (2007)'den elde edilmiştir. Panel istatistiği, CADF istatistiğinin ortalamasıdır. Maksimum gecikme aralığı 2 olarak belirlenmiş ve optimal gecikme uzunluğu, Schwarz bilgi kriteri ele alınarak oluşturulmuştur.

3.3. Panel Eş bütünleşme Sonuçları

Elde edilen bulgulara göre daha güvenli sonuçlar veren bootstrap olasılık değerine bakıldığında eş bütünleşme ilişkisinin varlığını gösteren sıfır hipotezi %1, %5 ve %10 anlamlılık düzeylerinde kabul edilmiş ve dolayısıyla ileri teknoloji ihracatı ve Ar-Ge harcamaları arasında uzun dönemli eş bütünleşme ilişkisinin olduğu ortaya çıkmıştır.

ARGE Harcamalarıyla Yüksek Teknoloji İhracatı Arasındaki İlişki: Seçili 10 OECD Ülkesi İçin Panel Veri Analizi

Tablo 3. LM Bootstrap Eş bütünleşme Testi Sonuçları

LM İstatistik	Asimptotik Olasılık Değeri	Bootstrap Olasılık Değeri
5.232	0.000	0.201

Bootstrap döngü sayısı 10000'dir. Sabit ve trend model sonuçlarını göstermektedir.

3.4. Panel Nedensellik Test Sonuçları

Tablo 4'de araştırma bulguları incelendiğinde sadece ARGE değişkeni için “nedensellik yoktur” şeklindeki sıfır hipotezinin reddedildiği görülmektedir. Dolayısıyla %1 düzeyinde anlamlı ARGE'den YTI değişkenine doğru bir tek yönlü nedenselliğin var olduğu söylenebilmektedir.

Tablo 4. Canning ve Pedroni (2008) Panel Nedensellik Testi Sonuçları

	$\lambda_2: ARGE \rightarrow YTI$		$\lambda_1: YTI \rightarrow ARGE$		$-\lambda_2 / \lambda_1$
	Tahmin	Test istatistiği	Tahmin	Test istatistiği	
Panel Geneli	-2.212701	-0.716071***	-0.354389	-1.396435	-64.147416

***, %1 düzeyinde istatistiki anlamlılığı göstermektedir. λ_1 yüksek teknoloji ihracattan AR-GE'ye doğru nedenselliği, λ_2 AR-GE'den yüksek teknoloji ihracata doğru nedenselliğe temsil etmektedir. λ_2 / λ_1 ise nedenselliğin yönünü göstermektedir.

Tablo 5. Emirmahmutoğlu&Köse Panel Nedensellik Testi Sonuçları

	$YTI \rightarrow ARGE$		$ARGE \rightarrow YTI$	
	Fisher İstatistik	Olasılık Değeri	Fisher İstatistik	Olasılık Değeri
Panel Geneli	76.758	0.000	35.516	0.018

Maksimum gecikme aralığı 3 belirlenmiş ve optimal gecikme aralıkları Akaike bilgi kriterine göre oluşturulmuştur.

Tablo 5'de hesaplanan panel istatistiklerine ait “nedensellik yoktur” şeklindeki sıfır hipotezi her iki değişken için de reddedilmiştir. Panel nedensellik test sonuçları incelendiğinde %1 düzeyinde anlamlı sonuçlar veren değişkenler arasında hem yüksek teknoloji ihracattan AR-GE'ye hem de AR-GE'den yüksek teknoloji ihracata doğru çift yönlü bir nedensellik ilişkisinin varlığı görülmektedir.

SONUÇ

Bu çalışmada yüksek teknoloji ihracat ve Ar-Ge ilişkisi ekonometrik yöntemler ile analiz edilmiştir. Ede edilen bulgulardan serilerin yatay kesit bağımlılığı tespit edilirken bu

Özer Özçelik-Volkan Aslan-Rabia İnci Özбек

bağımlılık analizinde yer alan ülkelerin, Ar-Ge ve yüksek teknolojili ihracat politikalarını ortaya koyarken geri kalan ülkelerin belirledikleri politikaları ve şokları da ele almaları gerektiğini ortaya koymuştur. Seriler düzeyinde birim kök problemi içerirken serilerin birinci farkı alındığında durağanlaştıkları görülmüştür. Çalışmada, değişkenler arasında uzun dönemli ilişkinin var olup olmadığını ortaya çıkarmak için yapılan eş bütünleşme testi sonucunda değişkenler arasında eş bütünleşme ilişkisinin olduğu görülmüştür. Bu durum serilerin uzun dönemde beraber hareket ettiklerini ve gerçekleştirilecek uzun dönemli analiz tespitlerinin güvenilir olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca çalışmada değişkenler arasında nedenselliğin varlığı araştırılmış ve sonuçta iki değişken arasında çift taraflı nedensellik ilişkisi belirlenmiştir.

Analizde ortaya çıkan bulgular neticesinde, yüksek teknolojili ihracatın en önemli parçası olan yüksek uzmanlık isteyen alanların büyük ölçüde araştırma geliştirme faaliyetleri ile ilişkili olduğunu göstermektedir. Aynı zamanda ülkelerin aşırı ve sürdürülebilir büyüme oranını yakalayabilmesi için ileri teknoloji içeren ürünler üretmesi gerekmektedir. Bu ürünler aynı zamanda katma değeri yüksek ürünler olacağı için ülkelerin ihracat düzeyleri de yükselecektir. Bu durumu gerçekleştirmek ise; ülkelerin Ar-Ge harcamalarına GSMH'dan daha yüksek pay ayırmalarını ayrıca yüksek teknolojili üretimi gerçekleştirecek beşeri sermayenin yetiştirilmesine yönelik eğitim çalışmalarını yapmalarını gerektirmektedir.

KAYNAKÇA

- Aghion, P. & Howitt, P.,(1992). A Model of Growth Through Creative Destruction. *Econometrica*, 60(2): 323-351.
- Arrow, K. J., (1962). The Economic Implications of Learning by Doing. *The Review of Economic Studies*, 29(3): 155-173.
- Braunerhjelm, P.,&Thulin,P., (2008).Can Countries Create Comparative Advantages? R&D Expenditures, High-Tech Exports and Country Size in 19 OECD Countries, 1981–1999. *International Economic Journal*, 22(1): 95-111.
- Breusch, T.S & Pagan, A.R. (1980). The Lagrange Multiplier Test and Its Applications to Model Specification Tests in Econometrics. *Review of Economic Studies*, 47.
- Canning, D. & P. Pedroni (2008). Infrastructure, Long-Run Economic Growth And Causality Tests For Cointegrated Panels. *The Manchester School*, 76(5): 504-527.
- Emirmahmutoğlu, F. & Köse, N., (2011). Testing for Granger Causality in Heterogeneous Mixed Panels. *Economic Modelling*, 28: 870-876.
- Göçer, İ., (2013). Ar-Ge Harcamalarının Yüksek Teknolojili Ürün İhracatı, Dış Ticaret Dengesi ve Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkileri. *Maliye Dergisi*, (165): 215-240.

ARGE Harcamalarıyla Yüksek Teknoloji İhracatı Arasındaki İlişki: Seçili 10 OECD Ülkesi İçin Panel Veri Analizi

- Grossman, G. M. & Helpman, E., (1991a), Endogenous Product Cycles. *The Economic Journal*, 101:1214–1229.
- Grossman, G. M. & Helpman, E., (1991b), Quality Ladders and Product Cycles. *Quarterly Journal of Economics*, 106: 557–586.
- Kılıç, C., Bayar, Y., & Özekicioğlu, H., (2014), Araştırma Geliştirme Harcamalarının Yüksek Teknoloji Ürün İhracatı Üzerindeki Etkisi: G–8 Ülkeleri İçin Bir Panel Veri Analizi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 44: 115-130.
- Kızılkaya, O., Ay, A., & Sofuoğlu, E., (2016). The Determinants of High Technology Product Export in Brict Countries: An Econometric Approach. *Global Journal on Humanities and Social Sciences*, 4: 112-120.
- Landesmann, M. & Pfaffermayr, M., (1997). Technological Competition And Trade Performance, *Applied Economics*, 29(2): 179-196.
- Lucas, R., E., (1988). On The Mechanics of Economic Development. *Journal of Monetary Economics*, (22): 3-42.
- Özer, M. & Çiftçi, N., (2009). Ar-Ge Harcamaları ve İhracat İlişkisi: OECD Ülkeleri Panel Veri Analizi, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23: 39-49.
- Özsağır, A. & Çütçü, İ., (2015). İnovasyon–Dış Ticaret Arasındaki Nedensellik İlişkisi: Vektör Hata Düzeltme Modeli ile Türkiye Analizi (1980-2013). *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, 10(2): 119-132.
- Pesaran, M.H. (2004). General Diagnostic Tests for Cross Section Dependence in Panels. *Cambridge Working Papers in Economics*, No. 435.
- Pesaran, M.H. (2007). A Simple Panel Unit Root Test in the Presence of CrossSection Dependence. *Journal of Applied Econometrics*, 22: 265–312.
- Pesaran, M.H., Ullah, A. & Yamagata, T., (2008). A Bias-Adjusted LM Test of Error Cross-Section Independence. *Econometrics Journal*, 11.
- Romer, P., M. (1986). Increasing Returns And Long-Run Growth. *The Journal of Political Economy*, 94(5): 1002-1037.
- Romer, P., M., (1990). Endogenous Technological Change. *The Journal Of Political Economy*, 98(5), Part 2, The Problem Of Development: A Conference Of The Institute For Free Enterprise System: 71-102.
- Schumpeter, J., A., (1947). The Creative Response in Economic History. *The Journal of Economic History*, 7(2): 149-159.
- Solow, R., M. (1956). A Contribution to the Theory of Economic Growth. *The Quarterly Journal of Economics*: 65-94.
- Swan, T., W., (1956). Economic Growth and Capital Accumulation. *Economic record*, 32(2): 334-361.
- Uzay, N., Demir, M., & Yıldırım, E., (2012). İhracat Performansı Açısından Teknolojik Yeniliğin Önemi: Türkiye İmalat Sanayi Örneği. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 13(1): 147-160.
- Yıldırım, C., (2016). Patent Başvurusu ve İhracat Arasındaki İlişki: Panel Veri Analizi. *Bartın Üniversitesi İİBF Dergisi*, 6(12): 226-249.

Özer Özçelik-Volkan Aslan-Rabia İnci Özbek

Yıldırım, E., & Kesikoğlu, F., (2012). Ar-Ge Harcamaları ile İhracat Arasındaki Nedensellik İlişkileri: Türkiye Örneğinde Panel Nedensellik Testi Kanıtları. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 32(1): 165-180.

Westerlund, J. & Edgerton, D.L. (2007). A Panel Bootstrap Cointegration Test. *Economic Letters*, 97(3):185-190

<https://www.bp.com/en/global/corporate/energy-economics/statistical-review-of-world-energy.html> (03.01.2017)

<http://databank.worldbank.org/data/home> (01.02.2017)

Emmy Ödüllü Dizilerde Alkol ve Sigara Ürün Yerleştirme Uygulamalarının İçerik Analizi Yöntemi ile İncelenmesi

Eyyup YARAŞ*
R. Meltem YETKİN ÖZBÜK**
Pelin ÇORLU***

Atf Künyesi: Yaraş, E., Yetkin Özbük, R.M. ve Çorlu, P. (2018). Emmy Ödüllü Dizilerde Alkol ve Sigara Ürün Yerleştirme Uygulamalarının İçerik Analizi Yöntemi ile İncelenmesi, *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20/3, 67-84.

Öz: Günümüzde alkol ve sigara ürün yerleştirme uygulamaları ile oldukça sık karşılaşmaktadır. Bu çalışmada Emmy ödüllü dizilerde alkol ve sigara ürün yerleştirmelerinin nasıl gerçekleştirildiği incelenmiştir. Bu amaçla belirlenen 10 adet Emmy Ödüllü ve IMDB puanı yüksek diziden, 3'er bölüm rastgele olarak seçilmiş ve toplamda 30 bölüm dizi içerik analizi yöntemi ile incelenerek araştırma sorularına yanıt aranmıştır. Analiz sonuçlarına göre Emmy ödüllü dizilerde alkol ürün yerleştirmeleri sigara ürün yerleştirmelerine göre daha sık olarak görülmektedir ve ürün yerleştirmeler genellikle görsel bir biçimde yapılmaktadır. Sahne sayısı ile paralel bir şekilde alkol ürün yerleştirmelerinin süresi sigara ürün yerleştirmelerine göre daha uzundur. Ayrıca, alkol veya sigara ürün yerleştirmelerinin yer aldığı sahnelerdeki oyuncuların çoğunlukla erkek olduğu belirlenmiştir. Dizilerde alkol ve sigara ürün yerleştirme uygulamalarını inceleyen bir araştırmanın literatürde yer almaması sebebiyle bu çalışmanın literatüre ve sonraki çalışmalara katkıda bulunması beklenilmektedir.

Anahtar Sözcükler: Ürün Yerleştirme, Emmy Ödülü, Alkol, Sigara

Jel Kodu: M30, M31, M37

The Analysis of Alcohol and Cigarette Placement Practices in Emmy Awarded Series by Content Analysis Method

Abstract: Today, alcohol and cigarette product placement practices are quite common. In this study, it was examined how alcohol and cigarette placements were carried out in Emmy awarded series. For this purpose, 3 episodes from 10 series, which have Emmy Awards and high IMDB scores, were selected randomly and the research questions were answered by examining a total of 30 episodes through content analysis method. According to the results of the analysis, alcohol product placements in Emmy awarded series are more common than cigarette product placements, and products were usually displayed visually in product placements. In parallel with the number of stages, the period of alcohol product placements are longer than cigarette product placements. In addition, it has been determined that the actors in the stages where alcohol or cigarette placements are integrated are mostly males. Since there is no research in the literature that examines alcohol and cigarette product placement practices in series, it is anticipated that this study will contribute to the literature and following studies.

Keywords: Product Placement, Emmy Award, Alcohol, Cigarette

Jel Code: M30, M31, M37

*Prof. Dr., Akdeniz Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Antalya
eyaras@gmail.com

** Dr. Öğr. Üyesi, Akdeniz Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Pazarlama Bölümü,
meltemyetkin@gmail.com

*** Syngenta Tarım, San. ve Tic. A.Ş., pcorlu@hotmail.com

Eyyup Yaraş-R. Meltem Yetkin Özbük-Pelin Çorlu

GİRİŞ

Günümüzde geleneksel medyanın eskiye göre etkinliğini yitirmesiyle, ürün yerleştirme tekniğine olan ilgi artmış (Lehu ve Bressoud, 2008); böylece, ürün yerleştirme bir iletişim stratejisi olarak pazarlama yöneticileri ve reklamcılar tarafından kullanılmaya başlamıştır (Russell ve Belch, 2005: 73). Günümüzde, ürün yerleştirmenin çok yaygınlaşması popüler yayınlarda ve akademik literatürde sıklıkla belirtilmektedir (Homer, 2009: 21). Ancak, 1980'lere kadar "ürün yerleştirme" kavramı akademide ya da ticarete kullanılmamıştır (Newell vd., 2006: 576). Ürün yerleştirme ile ilgili yayınlanmış akademik çalışmaların sayısının ise 2000'li yıllardan sonra arttığı görülmektedir (Smit vd., 2009: 762).

Firmaların silahları, tütün ve alkol ürünlerini, özellikle de gençlere yönelik içeriklerde ürün yerleştirmede kullanmaları kabul görmemekte ve tepki çekmektedir (De Gregorio ve Sung, 2010). Her ne kadar gençleri etkileyecek şekilde doğrudan ve dolaylı olarak sigara kullanımını teşvik eden reklam ve ürün yerleştirmelere kısıtlamalar getirilse de tütün kullanımını sinema filmlerinde hala sıklıkla karşımıza çıkmaktadır (Charlesworth ve Glantz, 2005: 1516). Firmaların, sinema filmlerine ve dizilere bu ürünleri yerleştirmelerinin nedeni alkol ve sigaraya ilişkin reklamların yayınlanmasına yönelik yasalardır. Dolayısıyla geleneksel reklam ortamlarıyla tüketicilerine ulaşamayan firmalar, ürün yerleştirme aracılığıyla bu eksikliği gidermeyi amaçlamaktadır.

Alkol ve sigaranın film ve dizilerde sadece bir aksesuar olarak yer aldığını düşünmek iyimser bir bakış açısı olacaktır. Bu ürünlerin kullanıldığı sahneler aslında bazı mesajlar vermektedir. Film ve dizilerde sigara içmek, gençlik heyecanı, güzel görünmek, toplumda kabul görmek için bir araçtır. Özellikle film ya da dizilerin başrol oyuncularının alkol ve sigara içmesi, bu maddelerin kullanıldığı sahnenin bir başkaldırı, heyecan veya romantik bir an olması, o karaktere hayran izleyici kitle için özendirici nitelikte olup onların da alkol ya da sigaraya başlamasında etkili olabilmektedir. Sinema ve dizilerde ürün yerleştirme, izleyicilerin, rol alan karakterlerin kişiliği ve yaşam stili hakkında bilgi edinmelerini sağlamaktadır.

Ürün yerleştirme konusu, üç açıdan ele alınabilir. Bunlar, izleyiciler, içerik ve uygulamacılar açısından. Literatürde, ürün yerleştirme ile ilgili çalışmaların sıklıkla izleyici davranışlarını incelendiği görülmektedir. Genel olarak, ürün yerleştirme çok uzun yıllardan beri uygulamacılar tarafından kullanılmasına rağmen, bu konu ile ilgili çalışmaların kısıtlı olduğu (Auty ve Lewis, 2004: 697) ve literatürde, bu konuyu içerik ve uygulamacılar açısından ele

Emmy Ödüllü Dizilerde Alkol ve Sigara Ürün Yerleştirme Uygulamalarının İçerik Analizi Yöntemi İle İncelenmesi

alan çalışmaların daha da sınırlı sayıda olduğu belirtilmektedir (Smit vd., 2009: 763). Bu çalışmada, alkol ve sigaranın bir ürün yerleştirme uygulaması olarak içerikte yer alması; Emmy ödüllü dizilerde nasıl uygulandığı incelenmiştir. Bu konuyu belirtilen şekilde inceleyen çalışma olmaması sebebiyle mevcut araştırmanın literatüre katkıda bulunması ve bundan sonraki çalışmalara ışık tutması ümit edilmektedir.

1. LİTERATÜR TARAMASI

1.1. Ürün Yerleştirme Kavramı

Ürün yerleştirme “izleyicileri etkileme amacıyla, bir sinema filmine, televizyon programına ya da izleyiciye ulaşabilen herhangi farklı bir aracıya, bir markanın ya da ürünün planlı bir biçimde yerleştirilmesidir” (Clow ve Baack, 2012: 283) ve farklı iletişim kanallarını bir araya getiren bir tekniktir (Lehu ve Bressoud, 2008). Ürün yerleştirme, reklam ve eğlenceyi bir araya getirdiği için hibrit reklamın bir türü olarak da sınıflandırılmaktadır. Ürün yerleştirmeye dair akademik literatürde ve ticarete kullanılan birçok tanım bulunmaktadır. Ürün yerleştirme “ bir markanın bir eğlence aracına belirli bir amaç doğrultusunda entegre edilmesidir” (Russell ve Belch, 2005: 74). Ama ürün yerleştirmede, her zaman bir markanın entegre edilmesine gerek yoktur; bazen ürün yerleştirme belirli bir ürünün satışlarını arttırmak amacıyla da kullanılmakta ve ürün bir programa entegre edilmektedir.

Ürün yerleştirmede kullanılan tek araç sinema filmleri değildir. Sinema filmlerinin yanı sıra, televizyon dizilerinde ve şovlarında, tiyatro oyunlarında, şarkılarda, video oyunlarda ve romanlarda bile ürün yerleştirme ile karşılaşmaktadır (Lee ve Faber, 2007: 76; Lehu ve Bressoud, 2008: 1084; Mackay vd., 2009: 424). Ürün yerleştirmenin tarihçesini sunan Newell vd. (2006:577), çalışmasında, ürün yerleştirmenin ilk ne zaman organize bir biçimde kullanıldığı konusunda çelişkili söylemler olduğunu belirtmiştir. Aslında ürün yerleştirme ile ilk olarak yaklaşık 200 yıl önce romanlarda karşılaşmıştır (Lehu ve Bressoud, 2008). Sonrasında, bu teknik 1890’lardan beri sinema filmlerinin bir parçası olmuştur (Clow ve Baack, 2012: 283; Newell vd., 2006). Bunun da ilk örneği, 1890’larda Unilever’in Lumière filmlerine, Sunlight markalı sabunlarını yerleştirmesidir (De Gregorio ve Sung, 2010: 83). Buna ek olarak, 1930’larda, üreticiler, tüketicilerine, radyo programlarında ürün yerleştirme aracılığıyla ulaşmaya başlamışlardır (Russell ve Belch, 2005: 73).

Ürün yerleştirmenin bu kadar yaygınlaşmasındaki en önemli sebep olarak, televizyonda film ya da dizi izleyen seyircinin reklam ile karşılaşınca kanalı değiştirerek reklamı izlemekten

Eyyup Yaraş-R. Meltem Yetkin Özbük-Pelin Çorlu

kaçınması gösterilmektedir (Lee ve Faber, 2007: 75; Lehu ve Bressoud, 2008: 1084). Buna ek olarak, teknolojiye ilerlemeler ve tüketicilerin değişen yaşam stilleri de bu tekniğin yaygınlaşmasında etkili olmuştur (Cornwall, 2008: 49). Tüketicilerin her geçen gün daha zaman-odaklı olması ve pazarlama aktivitelerine karşı daha tetikte durması ürün yerleştirmenin, pazarlamacılar tarafından kullanımının her geçen gün artacağına işaret etmektedir (Law ve Braun, 2000: 1071). Ürün yerleştirmenin en önemli avantajı her bir görüntülenme için çok düşük maliyetler yaratmasıdır (Clow ve Baack, 2012: 283).

Tüketiciler, ürün yerleştirmeyi geleneksel reklamlardan daha farklı şekilde zihinlerinde işlemektedirler. Öncelikle, geleneksel reklamlarda, tüketiciler, reklam mesajının amacının farkında olup, o reklama yönelik şüphe duyar ve ikna bilgisi oluştururlar. Böylece, geleneksel reklamın ikna etkisine karşı koyabilirler. Ancak, ürün yerleştirme ile karşılaşan bir tüketicide bu mekanizmanın işlemesi ve aktifleşmesi kısıtlıdır. Ayrıca, geleneksel reklama maruz kalan bir tüketici için reklam mesajı birincil odak noktasıdır. Fakat, ürün yerleştirme sonucunda tüketici bilinçli olarak bir programı, diziyi ya da filmi izlemektedir ve bu içerik tüketicinin birincil odak noktası olmaktadır. Herhangi bir ürünün ya da markanın yerleştirilmesi ve onun tüketici tarafından fark edilip işlenmesi ekstra bir çaba gerektirmektedir (Lee ve Faber, 2007: 75).

1.2. Türkiye’de Ürün Yerleştirme Uygulamaları

Türkiye’de son yıllarda ürün yerleştirmenin kullanımı giderek artmakta; film, dizi ve kliplerde sıklıkla karşımıza çıkmaktadır. Tüzün Ateşalp ve Taşdemir’in (2014: 58) belirttiğine göre “Türkiye’de 1990 yılı itibariyle TRT’nin kamu tekelinin sona ermesi ve özel yayıncılığın başlamasıyla birlikte ticari televizyon kanallarında ürün yerleştirme uygulamaları başlamıştır. Ancak o yıllarda yasal olarak henüz bir serbestlik söz konusu değildir”.

Türkiye’de ürün yerleştirme uygulamalarına dair düzenlemeler 3 Mart 2011 tarihinde yürürlüğe giren 6112 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanununun AB müktesebatı dikkate alınarak hazırlanmıştır. 6112 sayılı kanun 13.maddesine göre, “(1) Sinema ve televizyon için yapılmış filmler, diziler ile spor ve genel eğlence programları haricinde, yayınlarda ürün yerleştirmeye yönelik uygulamalara yer verilemez. Ürün yerleştirme uygulamaları ticarî iletişimle ilgili düzenlemelere tabidir. (2) Üst Kurul tarafından belirlenecek şartlarda, belirli mal ve hizmetlerin ücretsiz olarak program içine dâhil edildiği durumlarda da ürün yerleştirmeye izin verilebilir. (3) Ürün yerleştirmenin, medya

Emmy Ödüllü Dizilerde Alkol ve Sigara Ürün Yerleştirme Uygulamalarının İçerik Analizi Yöntemi İle İncelenmesi

hizmet sağlayıcının editoryal bağımsızlığını ve sorumluluğunu etkilemesine izin verilmez. Ürün yerleştirmede, ürün veya hizmetlerin kiralanması veya satın alınması doğrudan teşvik edilemez ve ürüne aşırı vurgu yapılamaz. İzleyiciler, programın başında, sonunda ve reklam arası sonrasında program başladığında, ürün yerleştirmenin varlığı hakkında açıkça bilgilendirilir. (4) Haber bültenlerinde, çocuk programlarında ve dinî programlarda ürün yerleştirmeye izin verilmez. (5) Ticarî iletişimi yasaklanmış ürünlerin ürün yerleştirmede kullanılmasına izin verilmez” (Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanlığı, 2011). Böylece, 2011 yılında 6112 sayılı kanun ile ürün yerleştirme uygulamaları Türkiye’de yasalaşarak bilinçli bir hal kazanmıştır.

Kanundaki tanımlara göre, ürün yerleştirmeyi ve sponsorluğu birbirinden ayıran en önemli unsur ürün yerleştirme tanımındaki “...program içine dâhil edilerek...” ibaresidir. Ürün yerleştirme prosedürüne göre, programı destekleyen firma veya markaya ilişkin ürünler senaryo ya da oyunda görsel veya sözel olarak yer almaktadır ve program destekleyicisine atıf yapılması gerekmektedir (Çakır ve Kınıt, 2014: 24).

Sözü geçen kanunun yayınlandığı 2011 yılında, Türk televizyonlarında toplamda 892 adet ürün yerleştirme uygulaması gerçekleştirilmiştir (MediaCat, 2012). Bunun yanında, 2013 yılının sadece Ocak ayında 292 adet ürün yerleştirme yapılmıştır (MediaCat, 2013). Bu rakamlar, tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de ürün yerleştirmenin gün geçtikçe önem kazanan ve daha sık kullanılan bir yöntem olduğunu kanıtlamaktadır.

Türkiye’de ürün yerleştirmenin görüldüğü ilk örnek olarak 1998 yılında vizyona giren Karışık Pizza filmi verilebilir. Tıgılı (2004: 35), Karışık Pizza filminin sponsoru olan Pizza Hut firmasının film içinde geniş bir şekilde yerleştirildiğini; hatta filmin tanıtım afişlerinde Nokia, Mustang Jeans ve Efes Pilsen ile birlikte adının açıkça yer aldığını belirtmiştir.

Türkiye’de özellikle dizi ve sinemada kullanılan ürün yerleştirme uygulamaları hala gerçeklik algısına uymaması nedeniyle abartı olarak karşımıza çıkmaktadır. Örneğin, son zamanlarda sadece internet kanalı olan Puhu TV’de yayınlanan Fi dizisi abartılı ürün yerleştirmeleri ile çok eleştiri almıştır. Dizi, internetten ücretsiz bir şekilde izleyicisine ulaştığı için yayıncısına ürün yerleştirme ile para kazandırmaktadır (Görgülü, 2017). Dizide, Samsung, Eti, Vodafone, Volkswagen gibi farklı markaların ürün yerleştirme ile yer aldığı görülmektedir. Oysa Hollywood’da çok başarılı örneklere rastlamak mümkündür. Örneğin, bir cinayeti çözmeye konsantre olan oyuncu, ihtiyaç duyduğu bilgilere Apple marka dizüstü bilgisayarını açıp

Eyyup Yaraş-R. Meltem Yetkin Özbük-Pelin Çorlu

Google'ı tıklayarak ulaşır ve bu süre ekrana ortalama 1 dakikadan fazla yansımaz. James Bond serisi, ürün yerleştirmede ilk akla gelen filmlerdendir. Bond'un Omega saatine bakması 3 saniye sürer ve bombayı etkisizleştirir veya ekranda sadece saati gözükür. Ürün yerleştirmenin gerçekliğe yakın olması son derece önemlidir (Kamiloğlu, 2015).

Ürün yerleştirmenin sağladığı yararlar, zaman zaman uygulamaların belirlenen kuralların dışına çıkmasına sebep olmuş ve bunun sonucunda da kimi cezai yaptırımların uygulandığı görülmüştür. Örneğin, Yalan Dünya dizisinin 3 Şubat 2012 tarihinde yayınlanan bölümünde, mevzuata aykırı olarak 6 ayrı ürün yerleştirme yapıldığı saptanmış ve bunun sonucu olarak dizinin yayınladığı kanala 310 bin TL para cezası verilmiştir (Radikal, 2012).

12 farklı markaya dair ürün yerleştirme uygulamaları gerçekleştiren G.O.R.A. filmi, ürün yerleştirmesine dair Türkiye'deki en iyi örneklerden biridir (Aydın ve Orta, 2009: 14). Kamiloğlu (2015)'nin belirttiği gibi "Ürün yerleştirme açısından Türkiye sineması için bu önemli bir dönüm noktası olmuştur. Filmde görsel, sözel, hem görsel hem sözel gibi çeşitli ürün yerleştirme stratejileri kullanılmış, Avea, Yedigün gibi farklı sektörlerde faaliyet gösteren markaların ürün/hizmetlerinin yerleştirmesinin yanı sıra dikkat çekecek yoğunlukta alkol ve sigara ürünü yerleştirmesi yapılmıştır".

1.3. Ürün Yerleştirmenin Etkileri

Eğer pazarlamacılar, bir markanın, tüketicinin düşünce seti içerisinde en çok tercih edilen ürün olmasını istiyorlarsa ve bunu da ürün yerleştirme ile gerçekleştirmeyi planlıyorlarsa, ürün yerleştirmenin etkinliğini ölçmeleri gerekmektedir (Law ve Braun, 2000: 1071). Ancak, ürün yerleştirme çalışmalarındaki en önemli eksikliklerden birisi ürün yerleştirmenin etkinliğinin ölçülememesidir. Ürün yerleştirmenin etkinliğinin ölçülmesi için programa yerleştirilen ürün veya markanın tüketicilerin hafızasında ne kadar yer ettiğine bakılmalıdır (Law ve Braun, 2000: 1060).

Ürün yerleştirmenin, marka farkındalığını ve markaya yönelik tutumu olumlu yönde etkilediği tartışılmaktadır (Clow ve Baack, 2012: 283). Ürün yerleştirmenin, markaya yönelik tutum üzerindeki etkilerini inceleyen çalışmalarda sıklıkla markanın veya ürünün belirgin ya da belirgin olmayan bir şekilde programa yerleştirilmesinin tüketiciler üzerindeki etkilerinin tartışıldığı görülmektedir. Yerleştirmenin belirgin olması ya da olmaması ipucu manipülasyonlarının çarpıcı olup olmamasına benzer şekildedir (Homer, 2009: 22). Markanın

Emmy Ödüllü Dizilerde Alkol ve Sigara Ürün Yerleştirme Uygulamalarının İçerik Analizi Yöntemi İle İncelenmesi

ya da ürünün, yerleştirildiği programdaki belirginliğinin marka ya da ürünün geri hatırlanmasında da etkisi olduğu tartışılmıştır (Mackay vd., 2009: 425).

Ürün yerleştirmenin markaya yönelik tutum üzerindeki etkisi, tüketicilerin, markanın yerleştirildiği programa yönelik tutumuna göre değişmektedir. Tüketiciler, markanın yerleştirildiği programı çok beğenerek izliyorlarsa, belirgin ürün yerleştirmeler tüketicilerde markaya yönelik olumsuz tutum oluşmasına sebep olabilir. Fakat, tüketiciler, markanın yerleştirildiği programı çok da beğenerek izlemiyorlarsa belirgin ürün yerleştirmeler tüketicilerde markaya yönelik olumlu tutum oluşmasına katkıda bulunmaktadır (Cowley ve Barron, 2008: 98). Ayrıca, ürün yerleştirmede markanın belirgin olması ya da olmaması ile ürün yerleştirmenin sıklığının markaya yönelik tutum üzerindeki etkileri tartışılmıştır. Homer (2009: 28-29) tanınır markaların belirgin bir şekilde sıklıkla programa yerleştirilmesinin tüketicinin markaya yönelik tutumunu olumsuz yönde etkilediğini; ancak, belirgin olmayan markaların orta düzeyde bir sıklıkla programa yerleştirilmesinin tüketicilerin markaya yönelik tutumunu olumlu yönde etkilediğini belirtmiştir.

Ürün yerleştirmenin marka farkındalığını arttırdıktan sonra satışlar üzerinde olumlu etkileri olabileceği tartışılmıştır. Örneğin, 1982 yılında yayınlanan E.T. filmine Reese's Pieces şekerlemelerinin yerleştirilmesi ile Reese's şekerlemelerinin satışları artmış ancak aynı filmdeki Coors biralarının satışlarında herhangi bir etki gözlemlenmemiştir. (Russell ve Belch, 2005). Ayrıca, ürün yerleştirme aktivitelerindeki artışların aslında ürün yerleştirmenin satışları arttırdığı ile ilişkili olduğundan bahsedilmektedir. Özellikle, televizyonlardaki sitcom dizilerindeki ürün yerleştirmelerin çok etkili olduğu belirtilmektedir (Russell vd., 2006: 7). Ürün yerleştirmenin tüketiciler üzerindeki etkisinde, program türünün, tüketicinin programa yönelik tutumunun ve programın bilgilendirme değerinin önemli olduğu tartışılmıştır (Van Reijmersdal vd., 2010). Ürün yerleştirmenin marka imajı üzerinde ise olumlu etkisi olmadığı literatürde yer almaktadır (Van Reijmersdal vd., 2007: 415)

1.4. Ürün Yerleştirmede Alkol ve Sigara: Araştırma Soruları

Alkol ve sigaranın ürün yerleştirmede kullanımı etik açıdan tartışılan bir konu olmuştur (Gupta ve Gould, , 1997; Gupta ve Lord, 1998). Ancak özellikle sigara üreticileri, sigara reklamlarını radyo ve televizyonlarda yayınlamadığı için sinema filmlerine sigaranın yerleştirilmesini alternatif bir reklam aracı olarak görmüşlerdir. Ayrıca, sinema filmlerinde

Eyyup Yaraş-R. Meltem Yetkin Özbük-Pelin Çorlu

veya dizilerde sağlıklı, güçlü ve başarılı karakterlerin sigara içtikleri gösterilerek, tütün fimaları bu durumdan yararlanmaktadırlar (Gibson ve Maurer, 2000: 1458).

İçerik analizi yönteminden yararlanarak 1940 ile 2002 yılları arasındaki en popüler sinema filmlerindeki sigara kullanımının yaygınlığını inceleyen Charlesworth ve Glantz (2005), sigaraların sinema filmlerindeki kullanımının 1950'lerden 1990'lara kadar düşüş gösterdiğini ancak 1990'lar ve sonrasında hızlı bir şekilde arttığından bahsetmişlerdir. 1988 ile 1997 yılları arasında yayınlanmış en fazla gişe hasılatına sahip 250 Amerikan sinema filmi için yer alan sigaraya dair ürün yerleştirme sıklığını içerik analizi yönteminden yararlanarak inceleyen Sargent vd. (2001) ise filmlerin %87'sinde en az bir kere sigaranın yer aldığını belirtmektedirler. Marka yerleştirmeleri içinde ise en sık olarak Marlboro ile karşılaşmışlardır.

Sigaranın sinema filmlerinde ne ölçüde kullanıldığı araştırmacıların ilgisini çeken bir araştırma sorusu olmuştur (Argan vd., 2007). Ancak dizilerde, sigara ve alkol ürün yerleştirmelerinin ne sıklıkla yapıldığı araştırılmamış bir konudur. Bu sebeple, mevcut çalışmanın birinci araştırma sorusu aşağıdaki gibidir:

Araştırma Sorusu 1: Dizilerde alkol ve sigara ürünleri ne sıklıkla görülmektedir?

Russell (1998: 357), ürün yerleştirme türlerinin “görsel veya sözel olabileceğinden bahsetmiştir. Görsel ürün yerleştirme, “yaratıcı” ve “set üzerinde yerleştirmeler” olarak ikiye ayrılmaktadır. Filmlerde yer alan sokak sahnelerindeki reklam panoları yaratıcı yerleştirmeye; mutfak sahnelerine dahil edilen yiyecek ya da içecek markaları ise set üzerine yerleştirmeye örneklerdir (Öztürk ve Okumuş, 2014: 5).

Sözel ürün yerleştirmede, marka adı ya ürün sözel olarak ifade edilmektedir. Örneğin, sahnede görüntü yer almaksızın “Bir Coca-Cola alabilir miyim?” şeklinde bir konuşmanın yer alması (La Ferle ve Edwards, 2006: 67) veya Forrest Gump filmi, başkarakterin bir sahnede “Beyaz Saray’da Kennedy ile tanışmanın en iyi taraflarından birisi, istediğin kadar Dr. Pepper içmekti” demesi sözel yerleştirmelere örnek olarak gösterilebilir (Bozkurt,2008: 23). Bu bilgiler ışığında, dördüncü araştırma sorusu aşağıdaki gibidir:

Araştırma Sorusu 2: Dizilerde alkol ve sigara ürünlerine göre ürün yerleştirme stratejileri ne şekilde kullanılmaktadır?

Ürün yerleştirme uygulamalarında ürünün ekranda görülme süresi tüketicileri etkilemektedir (La Ferle ve Edwards, 2006: 68). Bu sebeple, alkol ve sigara ürünlerinin dizilerde görülme

Emmy Ödüllü Dizilerde Alkol ve Sigara Ürün Yerleştirme Uygulamalarının İçerik Analizi Yöntemi İle İncelenmesi

süreleri önemlidir. Örneğin, Smit (2009: 772), bir programda, ortalama ürün yerleştirme süresinin 20,69 saniye olduğunu belirtmiştir. Aşağıda yer alan üçüncü araştırma sorusu da alkol ve sigara ürünlerinin ekranda görülme sürelerini belirlemeye yönelik sorulmuştur.

Araştırma Sorusu 3: Dizilerde alkol ve sigara ürünlerinin görülme süreleri nedir?

Sinema filmlerinde, sigaranın genelde alkol kullanımı ile birlikte yer aldığı görülmektedir. Erkeklerin sigara kullanımı şiddet davranışı, tehlikeli hareketler veya kumar ile ilişkili iken; kadınların sigara kullanımı daha çok cinsellik ya da dikkatsiz araba sürüşü ile ilgili konuları çağrıştırmaktadır (Charlesworth ve Glantz, 2005: 1518; Gibson ve Maurer, 2000: 1458). Ancak, literatürde, genel olarak sigara ve alkol ürün yerleştirilmelerinin cinsiyete göre dağılımına dair bir bulgu mevcut değildir. Bu sebeple, beşinci araştırma sorusu aşağıdaki gibidir:

Araştırma Sorusu 4: Dizilerde alkol ve sigara ürünlerinin birlikte görüldüğü kişilerin cinsiyete göre dağılımı ne şekildedir?

2. AMAÇ VE YÖNTEM

Dizilerde yer alan alkol ve sigara ürün yerleştirme uygulamalarını incelemek için bu çalışmada, Emmy ödülüne sahip ve IMDB puanı yüksek olan 10 dizi örneklem olarak belirlenmiş; alkol ve sigara ürünlerinin dizilerde nasıl yer aldığı araştırma sorularını yanıtlamaya yönelik analiz edilmiştir. Diziler belirlenirken IMDB puanı 8,5 ile 10 arasında olan, Prime Time Emmy ödülüne sahip ve birden fazla türle ilgili (Breaking Bad dizisinin dram, suç ve gerilim içermesi gibi) diziler kriter olarak alınmış ve her bir dizi için rastgele seçilen üçer bölüm analiz edilmiştir. Buna göre, araştırmanın örneklemini oluşturan diziler ve seçilen bölümlere dair özet bilgiler Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1. Analize Dahil Edilen Diziler ve Bölümlerine Dair Bilgiler

Diziler	İlk Yayın Tarihi	Son Yayın Tarihi	Türü	IMDB Puanı	Seçilen Bölümler (s:sezon, b:bölüm)	Analize Dahil Edilen Süre
1- Band of Brothers	09.09.2001	04.11.2001	Aksiyon, Drama, Savaş, Tarih	9.5	s1b2, s1b7, s1b10	137 dk. 11 sn.
2- Mad Men	19.07.2007	17.05.2015	Drama	8.6	s1b9, s3b3, s7b6	142 dk. 46 sn.
3- Breaking Bad	20.01.2008	29.09.2013	Drama,	9.5	s1b4, s4b5,	142 dk.

Eyyup Yaraş-R. Meltem Yetkin Özbük-Pelin Çorlu

			Aksiyon, Suç		s5b7	49 sn.
4- Friends	22.09.1994	06.05.2004	Komedi	9	s3b3, s7b5, s10b16	67 dk. 30 sn.
5- Fargo	15.04.2014	Devam etmektedir.	Suç, Drama, Gerilim	9	s1b4, s1b8, s2b1	151 dk. 31 sn.
6- True Detective	12.01.2014	09.05.2015	Suç, Drama, Gerilim	9.1	s1b2, s1b5, s1b6	174 dk. 3 sn.
7- Arrested Development	02.11.2003	26.05.2013	Komedi	8.9	s1b7, s3b10, s4b14	79 dk. 3 sn.
8- How I Met Your Mother	19.05.2005	31.03.2014	Komedi, Romantik	8.4	s5b8, s7b1, s9b24	64 dk. 10 sn.
9- The Big Bang Theory	24.09.2007	Devam etmektedir.	Drama	8.1	s1b16, s5b21, s10b21	58 dk. 51 sn.
10- The Sopranos	10.01.1999	10.06.2007	Suç, Drama	9.2	s1b6, s5b5, s6b8	155 dk. 41 sn.

Diziler incelenirken içerik analizi yönteminden yararlanılmıştır. Bu amaçla, diziler belirli ölçütlere göre ele alınıp, objektif ve sistematik olarak incelenmiştir (Kerlinger, 1986). Sonrasında, araştırma sorularını yanıtlamaya yönelik sonuçlar tablolar haline getirilip frekans analizi yardımıyla yorumlanmıştır. Çalışmada tek bir kodlayıcı görev almıştır.

3. BULGULAR VE TARTIŞMA

Bu bölümde, mevcut çalışmanın araştırma soruları içerik analizinden yararlanılarak yanıtlandırılmıştır. Araştırma soruları ve nasıl yanıtladığı aşağıda yer almaktadır.

Araştırma Sorusu 1: Dizilerde alkol ve sigara ürünleri ne sıklıkla görülmektedir?

Araştırma sorusu 1'yi yanıtlamaya yönelik, dizilerde yer alan alkol ve sigara ürün yerleştirmelerinin kaç sahnede yer aldığı kaydedilmiştir. İncelenen dizilerde, alkol toplam 519 sahnede görülürken, sigara 242 sahnede yer almıştır. Alkol ve sigaranın birlikte yer aldığı sahnelerin sayısının 77 olduğu belirlenmiştir. Bu sonuçlar, dizilerde ürün yerleştirme olarak alkolün yer aldığı sahnelerin sayısının sigaraya oranla çok fazla olduğunu göstermektedir (Tablo 2).

Emmy Ödüllü Dizilerde Alkol ve Sigara Ürün Yerleştirme Uygulamalarının İçerik Analizi Yöntemi İle İncelenmesi

Tablo 2. Dizilerde Alkol ve Sigara Ürün Yerleştirmelerinin Yer Aldığı Sahnelerin Görülme Sıklığı

Diziler		Sahne Görülme Sıklığı
Band of Brothers	Alkol	10
	Sigara	53
	Alkol ve Sigara	4
Mad Man	Alkol	105
	Sigara	72
	Alkol ve Sigara	36
Breaking Bad	Alkol	29
	Sigara	9
	Alkol ve Sigara	2
Friends	Alkol	24
	Sigara	0
	Alkol ve Sigara	0
Fargo	Alkol	22
	Sigara	4
	Alkol ve Sigara	3
True Detective	Alkol	63
	Sigara	55
	Alkol ve Sigara	14
Arrested Development	Alkol	20
	Sigara	2
	Alkol ve Sigara	0
How I Met Your Mother	Alkol	147
	Sigara	0
	Alkol ve Sigara	2
The Big Bang Theory	Alkol	32
	Sigara	0
	Alkol ve Sigara	0
The Sopranos	Alkol	67
	Sigara	47
	Alkol ve Sigara	16
Toplam	Alkol	519
	Sigara	242
	Alkol ve Sigara	77

Araştırma Sorusu 2: Dizilerde alkol ve sigara ürünlerine göre ürün yerleştirme stratejileri ne şekilde kullanılmaktadır?

Araştırma sorusu 2'yi yanıtlamak için alkol ve sigara ürün yerleştirmelerinin görsel, sözel ya da görsel ve sözel bir biçimde olup olmadığı analiz edilmiştir. Bir sahnede, alkol birden fazla şekilde görsel olarak (rafta dururken, oyuncu içerken, masanın üstünde bardaktayken, vb.) yer alabilmektedir. Ayrıca, alkol ve sigaranın bir sahnede birlikte görülmesi, hem alkol hem de

Eyyup Yaraş-R. Meltem Yetkin Özbük-Pelin Çorlu

sigara için ayrı ayrı görsel ürün yerleştirme stratejisi olarak kaydedilmektedir. Bu sebeple, Tablo 3'te yer alan alkol ve sigara için görsel veya sözel ürün yerleştirme sayıları, Tablo 2'de yer alan sahne sayısından daha fazla olarak tespit edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda, toplam 959 alkol ve sigara ürünlerine ait ürün yerleştirmenin 890'nın (%92,8) görsel, 69'unun (%7,2) sözel olarak gerçekleştirildiği tespit edilmiştir. İncelenen dizilerde, görsel ve sözel olarak herhangi bir ürün yerleştirme ile karşılaşılmamıştır (Tablo 3).

Tablo 3. Alkol ve Sigara Ürünlerinin Yerleştirilme Stratejileri

Diziler		Görsel	Sözel	Görsel	Toplam
Band of Brothers	Alkol	18	4	0	22
	Sigara	65	2	0	67
Mad Man	Alkol	122	3	0	125
	Sigara	97	1	0	98
Breaking Bad	Alkol	37	1	0	38
	Sigara	11	2	0	13
Friends	Alkol	26	2	0	28
	Sigara	0	0	0	0
Fargo	Alkol	23	6	0	29
	Sigara	6	2	0	8
True Detective	Alkol	68	14	0	82
	Sigara	68	0	0	68
Arrested Development	Alkol	23	13	0	36
	Sigara	0	2	0	2
How I Met Your Mother	Alkol	167	5	0	172
	Sigara	2	0	0	2
The Big Bang Theory	Alkol	26	1	0	27
	Sigara	0	0	0	0
The Sopranos	Alkol	75	8	0	83
	Sigara	56	3	0	59
Toplam	Alkol	585	57	0	642
	Sigara	305	12	0	317
	Toplam	890	69	0	959

Literatürde, görsel ürün yerleştirmenin sözel ürün yerleştirmeye göre daha sıklıkla kullanıldığı görülmektedir. Örneğin, La Ferle ve Edwards (2006: 75), ürün yerleştirmenin prime-time TV programlarındaki yaygınlığını tartıştığı çalışmalarında, görsel ürün yerleştirme ile toplam ürün yerleştirmelerin %52,8'inde karşılaşıırken, sözel ürün yerleştirme ile 32,5'inde karşılaşıldığından bahsetmişlerdir. Smit (2009: 772) ise Hollanda televizyonlarında yayınlanan 66 programdaki ürün yerleştirmeyi incelediği çalışmasında, ürün yerleştirmelerin %57,8'inin görsel, %17,6'sının sözel ve %24,6'sının görsel ve sözel olarak birlikte yer

Emmy Ödüllü Dizilerde Alkol ve Sigara Ürün Yerleştirme Uygulamalarının İçerik Analizi Yöntemi İle İncelenmesi

aldığını belirtmiştir. Mevcut çalışmaların bulguları da literatürle örtüşen bir şekilde, dizilerde görsel ürün yerleştirme ile sözel ürün yerleştirmeye göre daha fazla karşılaşıldığını göstermiştir. Ancak, bu çalışmada, literatürden farklı bir şekilde, görsel ve sözel ürün yerleştirmenin bir arada yer aldığı herhangi bir sahne tespit edilmemiştir.

Araştırma Sorusu 3: Dizilerde alkol ve sigara ürünlerinin görülme süreleri nedir?

Araştırma sorusu 3'ü yanıtlamak için alkol ve sigara ürün yerleştirmelerinin dizilerde toplam kaç saniye görüldüğü incelenmiştir. Analiz sonucunda, alkol ürünlerinin en fazla “How I Met Your Mother” dizisinde (%47,90); sigara ürünlerinin ise en fazla “Mad Man” dizisinde yer aldığı belirlenmiştir. Toplamda ise alkol ürünleri dizilerin toplam süresinin %9,97'sinde; sigara ürünleri ise %2,99'unda yer almaktadır (Tablo 4).

Tablo 4. Dizilerde Alkol ve Sigara Ürün Yerleştirmelerin Yer Aldığı Sahnelerin Süresi

Diziler	Toplam dizi süresi (saniye)		Saniye	%
Band of Brothers	8231	Alkol	40	0,49
		Sigara	189	2,30
Mad Man	8566	Alkol	1402	16,37
		Sigara	688	8,03
Breaking Bad	8569	Alkol	556	6,49
		Sigara	36	0,42
Friends	4050	Alkol	119	2,94
		Sigara	0	0,00
Fargo	9091	Alkol	238	2,62
		Sigara	23	0,25
True Detective	10443	Alkol	806	7,72
		Sigara	641	6,14
Arrested Development	4743	Alkol	127	2,68
		Sigara	4	0,08
How I Met Your Mother	3850	Alkol	1844	47,90
		Sigara	5	0,13
The Big Bang Theory	3531	Alkol	200	5,66
		Sigara	0	0,00
The Sopranos	9341	Alkol	1687	18,06
		Sigara	520	5,57
Toplam	70415	Alkol	7019	9,97
		Sigara	2106	2,99

Araştırma Sorusu 4: Dizilerde alkol ve sigara ürünlerinin birlikte görüldüğü kişilerin cinsiyete göre dağılımı ne şekildedir?

Araştırma sorusu 4'ü yanıtlamak için erkek ya da kadınların, alkol ya da sigara ürün yerleştirmeler ile görüldüğü sahneler kaydedilmiştir. Sonuçlar incelendiği zaman, erkeklerin

Eyyup Yaraş-R. Meltem Yetkin Özbük-Pelin Çorlu

toplam 341 sahnede, kadınların ise toplam 149 sahnede alkol ve sigara ürün yerleştirmeleri ile ilişkili olduğu; ve erkeklerin kadınlara oranla ürün yerleştirme sahnelerinde daha sıklıkla yer aldığı görülmektedir.

Bulgulara, Mad Man dizisi, kadınların erkeklere yakın sayıda ürün yerleştirmelerde yer alması ile dikkat çekmektedir. İzlenen üç bölümde de kadınların da en az erkekler kadar yoğun alkol ve sigara içtiği tespit edilmiştir. Özellikle, kadınların sigara tüketimi neredeyse erkek tüketici sayısı ile başa baştır. Kadınların sigara ve alkol tüketimine olumlu yönde katkı sağlayacağı görüşü, Amerika'nın o dönemler yoğun uyguladığı bir stratejidir ve bu dizide pek çok sahnede kadın tüketici karşımıza çıkmaktadır (Tablo 5).

Tablo 5. Alkol ve Sigara Ürün Yerleştirmelerinin Görüldüğü Sahnelerde Yer Alan Oyuncuların Cinsiyete Göre Dağılımı

Diziler	Cinsiyet	Alkol	Sigara	Toplam Sahne Sayısı
Band of Brothers	Erkek	10	52	62
	Kadın	0	0	0
Mad Man	Erkek	63	56	119
	Kadın	32	44	76
Breaking Bad	Erkek	16	6	22
	Kadın	6	0	6
Friends	Erkek	2	0	2
	Kadın	1	0	1
Fargo	Erkek	8	5	13
	Kadın	2	0	2
True Detective	Erkek	13	29	42
	Kadın	3	10	13
Arrested Development	Erkek	4	0	4
	Kadın	4	0	4
How I Met Your Mother	Erkek	41	0	41
	Kadın	27	0	27
The Big Bang Theory	Erkek	1	0	1
	Kadın	0	4	4
The Sopranos	Erkek	20	15	35
	Kadın	6	10	16
Toplam Sahne Sayısı	Erkek	178	163	341
	Kadın	81	68	149

SONUÇ

Günümüzde pazarlamanın çağa ayak uydurması ve modernleşmesi sonucu klasik reklam anlayışının dışına ürün yerleştirme ile çıkılabilmektedir. Senaryolaştırılarak görsel ve sözel ürün yerleştirme stratejileri izleyiciye doğru zamanda ve şekilde ulaşmakta ve geri dönüşler

Emmy Ödüllü Dizilerde Alkol ve Sigara Ürün Yerleştirme Uygulamalarının İçerik Analizi Yöntemi İle İncelenmesi

olumlu yönde olmaktadır. Bu çalışmanın amacı, Emmy ödüllü, popüler kültürün yakından takip ettiği dizilerin içerisinde yer alan ürün yerleştirme uygulamalarında, alkol ve sigaranın ne kadar yoğunlukta ve hangi ürün yerleştirme stratejileri ile kullanıldığının, cinsiyet ile ne derece bağlantılı olduğunun ve ürün yerleştirme için ayrılan sürenin, içerik analizi kullanılarak belirlenmesine yöneliktir.

Genel olarak analiz edildiğinde 30 bölüm dizide, alkol kullanımı 519 sahnede, sigara kullanımı 242 sahnede yer almaktayken; alkol ve sigaranın birlikte yer aldığı ürün yerleştirmeler ise 77 sahnede görülmüştür. En çok alkol ürün yerleştirmesi “How I Met Your Mother” dizisinde, en çok sigara yerleştirmesi ise “Mad Man” dizisinde görülmüştür. Benzer şekilde, süre olarak en fazla alkol ürün yerleştirmesi “How I Met Your Mother” ve sigara ürün yerleştirmesi “Mad Man” dizisinde görülmektedir. Bu dizilerde, alkol ve sigara ürün yerleştirmelerinin bu ölçüde fazla görülmesinin dizilerin içeriği ile ilişkili olduğu da düşünülebilir. “How I Met Your Mother” dizisinde, genellikle oyuncuların bar ya da ev ortamında, gündelik yaşamın bir parçası veya eğlence ortamında sıklıkla alkol kullandığı görülmüştür. “Mad Man” dizisi ise bir grup reklamcının başından geçenleri anlatmakta ve hemen her ortamda sigara içen oyuncular karşımıza çıkmaktadır. Tümüyle incelediğimizde alkolün sigaradan, ürün yerleştirme açısından daha fazla yer aldığını söyleyebiliriz. Komedi dizilerinde ise sigara hiç yok denecek kadar az kullanılmış olup sadece 1 sahnede görsel olarak karşımıza çıkmıştır.

Gelecek çalışmalarda, bu analizlerden yola çıkılarak popüleritesi yüksek olan bu dizilerin izleyici kitlesi üzerinde alkol ve sigara kapsamında özendiriciliğinin ne ölçüde olduğu anket yardımı ile ölçülebilir. Belirli bir grup üzerinde deney yapılarak dizi ve seçilen bölümler izletilerek ürün yerleştirmenin alkol ve sigaraya yönelik tutuma etkisi ve akılda kalıcılığı ölçülebilir. Kadın ve erkek izleyiciler ayrı ayrı incelenip analiz edilerek, kadınlar ve erkeler üzerinde alkol ve sigara sahnelerinin etkisi incelenebilir. Bu çalışma sadece 10 dizi ve rastgele seçilmiş 30 bölümü kapsamaktadır; bu sebeple, tüm drama dizileri ya da tüm komedi dizileri temsil ettiğini söylemek güçtür. Daha sağlıklı bir çalışma için daha fazla dizi ve bölüm incelenmesi yararlı olacaktır.

KAYNAKÇA

Argan, M., Nurtanış Velioğlu, M. ve Tokay Argan, M. (2007). "Marka yerleştirme stratejilerinin hatırlama üzerine etkisi: 'GORA' filmi üzerine araştırma". Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 6(19), 159-178.

Eyyup Yaraş-R. Meltem Yetkin Özbük-Pelin Çorlu

- Auty, S. ve Lewis, C. (2004). "Exploring Children's Choice: The Reminder Effect of Product Placement". *Psychology & Marketing*, 21(9), 697-713.
- Aydın, D. ve Orta, N. (2009). "Sinemanın reklam aracı olarak kullanımı "Türk filmlerinde marka yerleştirme uygulamaları"". *İletişim Fakültesi Dergisi*, 1(36), 7-23.
- Bozkurt, S. (2008). "Ürün Yerleştirme Stratejilerinin Marka Hatırlama Üzerine Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma". *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Charlesworth, A. ve Glantz, S. (2005). "Smoking in the Movies Increases Adolescent Smoking: A Review". *Pediatrics*, 116(6), 1516-1528.
- Clow, K. ve Baack, D. (2012). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications*. Essex: Pearson Education.
- Cornwall, T. (2008). "State of Art and Science in Sponsorship-Linked Marketing". *Journal of Advertising*, 37(3), 41-55.
- Cowley, E. ve Barron, C. (2008). "When product placement goes wrong: The effects of program liking and placement prominence". *Journal of Advertising*, 37(1), 89-98.
- Çakır, V. ve Kınıt, E. (2014). "Televizyon dizilerinde ürün yerleştirme ve sponsorluğunun sonuçları". *Global Media Journal: TR Edition*, 5(9), 19-47.
- De Gregorio, F. ve Sung, Y. (2010). "Understanding Attitudes Toward and Behaviors in Response to Product Placement". *Journal of Advertising*, 39(1), 83-96.
- Downe-Wamboldt, B. (1992). "Content analysis: method, applications, and issues". *Health Care for Women International*, 13(3), 313-321.
- Gibson, B. ve Maurer, J. (2000). "Cigarette Smoking in the Movies: The Influence of Product Placement on Attitudes Toward Smoking and Smokers". *Journal of Applied Social Psychology*, 30(7), 1457-1473.
- Görgülü, G. (30.06.2017). Pazarlama 3.0. 18.08.2017 tarihinde Fi dizisi ve müşteriye "Hayır" deme sanatı: <http://www.pazarlama30.com/fi-dizisi-musteriye-hayir-deme-sanati/> adresinden alındı
- Gupta, P. B. ve Gould, S. J. (1997). "Consumers' perceptions of the ethics and acceptability of product placements in movies: Product category and individual differences". *Journal of Current Issues & Research in Advertising*, 19(1), 37-50.
- Gupta, P. B. ve Lord, K. R. (1998). "Product placement in movies: The effect of prominence and mode on audience recall". *Journal of Current Issues & Research in Advertising*, 20(1), 47-59.
- Homer, P. M. (2009). "Product Placements: The impact of placement type and repetition on attitude". *Journal of Advertising*, 38(3), 21-32.
- Kamiloğlu, F. (23.12.2015). The Brandage. 20.08.2017 tarihinde Markaların ürün yerleştirme ile imtihanı: <http://thebrandage.com/markalarin-urun-yerlestirme-ile-imtihani/> adresinden alındı
- Kerlinger, F. N. (1986). *Foundations of Behavioral Research Library of Congress Cataloging in*. New York: Publication Data.

Emmy Ödüllü Dizilerde Alkol ve Sigara Ürün Yerleştirme Uygulamalarının İçerik Analizi Yöntemi İle İncelenmesi

- La Ferle, C. ve Edwards, S. M. (2006). "Product Placement: How Brands Appear on Television". *Journal of Advertising*, 35(4), 65-86.
- Law, S. ve Braun, K. (2000). "I'll have what she's having: Gauging the impact of product placements on viewers". *Psychology & Marketing*, 17(12), 1059-1075.
- Lee, M. ve Faber, R. (2007). "Effects of product placement in On-line games on brand memory: A perspective of the limited-capacity model of attention". *Journal of Advertising*, 36(4), 75-90.
- Lehu, J. M. ve Bressoud, E. (2008). "Effectiveness of brand placement: New insights about viewers". *Journal of Business Research*, 61(10), 1083-1090.
- Mackay, T., Ewing, M., Newton, F. ve Windish, L. (2009). "The effect of product placement in computer games on brand attitude and recall". *International Journal of Advertising*, 28(3), 423-438.
- MediaCat. (02.02.2012). MediaCat. 22.08.2017 tarihinde 2011 Ürün Yerleştirme Raporu: <https://www.slideshare.net/MediaComInsights/2011-urun-yerletirme-raporu> adresinden alındı
- MediaCat. (12.02.2013). MediaCat. 22.08. 2017 tarihinde 2013 Ocak ayı ürün yerleştirme raporu: <http://www.mediacaonline.com/2013-ocak-ayi-urun-yerlestirme-raporu/> adresinden alındı
- Newell, J., Salmon, C. ve Chang, S. (2006). "The hidden history of product placement". *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 50(4), 575-594.
- Öztürk, S. ve Okumuş, A. (2014). "Pazarlama iletişim aracı olarak ürün yerleştirme: Kavramsal bir çerçeve". *İşletme İktisadi Enstitüsü Yönetim Dergisi*, 76, 96-119.
- Radikal. (25.03.2012). Radikal. 22.08.2017 tarihinde Yalan Dünya işi abartınca...: 2017 adresinden alındı
- Russell, C. (1998). "Toward a framework of product placement: theoretical propositions". *Advances in Consumer Research*, 25, 357-362.
- Russell, C. (2002). "Investigating the effectiveness of product placements in television shows: The role of modality and plot connection congruence on brand memory and attitude". *Journal of Consumer Research*, 29(3), 306-318.
- Russell, C. A., Stern, B. B. ve Stern, B. B. (2006). "Consumers, characters, and products: A balance model of sitcom product placement effects". *Journal of Advertising*, 35(1), 7-21.
- Russell, C. ve Belch, M. (2005). "A managerial investigation into the product placement industry". *Journal of Advertising Research*, 45(1), 73-91.
- Sargent, J. D., Dalton, M. A., Ahrens, M. B. ve Heatherton, T. F. (2001). "Brand appearances in contemporary cinema films and contribution to global marketing of cigarettes". *The Lancet*, 357(9249), 29-32.
- Smit, E., Reijmersdal, E. V. ve Neijens, P. (2009). "Today's practice of brand placement and the industry behind it". *International Journal of Advertising*, 28(5), 761-782.
- Tıgılı, M. (2004). *Bir Aktör Olarak Markalar* (1 b.). İstanbul: Türkmen Yayınevi.

Eyyup Yaraş-R. Meltem Yetkin Özbük-Pelin Çorlu

Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanlığı. (15.02.2011). Radyo ve Televizyon Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun. 21.08.2017 tarihinde <https://www.tbmm.gov.tr/kanunlar/k6112.html> adresinden alındı

Tüzün Ateşalp, S. ve Taşdemir, B. (2014). "Ürün yerleştirme ve editoryal içerik ile ilgili artan kaygılar: Türkiye’de televizyon draması sektörü örneği". Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi, 21, 51-78.

Van Reijmersdal, E. A., Neijens, P. C. ve Smit, E. G. (2007). "Effects of television brand placement on brand image". *Psychology & Marketing*, 24(5), 403-420.

Van Reijmersdal, E., Smit, E. ve Neijens, P. (2010). "How media factors affect audience responses to brand placement". *International Journal of Advertising*, 29(2), 279-301.

Üniversite Sanayi İşbirliği Bağlamında Kastamonu'da Faaliyet Gösteren Sanayi İşletmelerinin Sorunlarının Tespiti Üzerine Bir Araştırma¹

Yavuz DEMİREL*
Muhsin HALİS**
Enes Uğur TOHUM***
Mustafa YÜCEL****

Atf Künyesi: Demirel, Y., Halis, M., Tohum, E.U. ve Yücel, M. (2018). Üniversite Sanayi İşbirliği Bağlamında Kastamonu'da Faaliyet Gösteren Sanayi İşletmelerinin Sorunlarının Tespiti Üzerine Bir Araştırma, *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20/3, 85-102.

Öz: Bu çalışmanın temel amacı; Kastamonu İlinde faaliyet gösteren sanayi işletmelerinin, üniversite-sanayi işbirliği çerçevesinde sorunlarını bir bütün olarak tespit ederek, üniversite sanayi işbirliğinin bu sorunlar çerçevesinde yeniden dizayn edilmesini sağlamaya dönük önerilerde bulunmaktır. Bu bağlamda, Kastamonu İli sanayi sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin yönetici veya sahiplerine yönelik bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Araştırmada; işletmelerin yönetim ve organizasyon, muhasebe ve finans, insan kaynakları yönetimi, üretim/pazarlama ve Ar-Ge, eğitim, yönetim sistem belge ve üniversite-sanayi işbirliği sorunları ele alınmıştır. Sorunların belirlenmesinde öncelikle işletme sahip ve yöneticileri, sanayi ve ticaret odası başkanlığı, organize sanayi müdürlüğü gibi sivil toplum kuruluşlarının temsilcileri ile odak grup görüşmesi yapılmıştır. Daha sonra bu görüşmelerin sonuçlarından ve ikincil kaynaklardan yararlanılarak işletme sahip veya yöneticilerine yönelik bir anket formu geliştirilerek söz konusu sorunlarla ilgili veriler toplanmıştır. Elde edilen verilere ilişkin betimsel sonuçlar verilerek bir durum tespiti yapılmıştır. Çalışmada, mevcut durum değerlendirildikten sonra ise söz konusu sorunların çözümüne yönelik öneriler sunulmuştur.

Anahtar sözcükler: Üniversite, Sanayi, Üniversite-Sanayi İşbirliği, Sanayi İşletmelerinin Sorunları
Jel Kodu: M19

¹ Bu çalışma, Kastamonu Üniversitesi, Bilimsel Araştırmalar Birimi tarafından desteklenen ve başarı ile sonuçlanan projeden üretilmiştir.

*Prof. Dr., Kastamonu Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Kastamonu, ydemirel@kastamonu.edu.tr.

**Prof. Dr., Kocaeli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Kocaeli, muhsin.halis@kocaeli.edu.tr.

***Arş. Gör., Kastamonu Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Kastamonu, eugurtohum@kastamonu.edu.tr.

****Arş. Gör., Kastamonu Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Kastamonu, myucel@kastamonu.edu.tr.

A Research on Identifying the Problems of Industrial Businesses in Kastamonu Within the Framework of University and Industry Cooperation

Abstract: The main purpose of this study is to identify the problems of the industrial businesses in Kastamonu within the framework of university-industry cooperation as a whole, and suggestions are made to redesign the cooperation between university-industry depending on the problems identified. In this context, a research has been held to managers or owners of the businesses in Kastamonu within the framework of industrial sector. In the study, are investigated management and organization, accounting and finance, human resources management, production / marketing and R & D, education, management system certification of organizations, and the problems of university-industry cooperation. Firstly, to identify problems, focus group interview has been held with the owners and managers of the businesses, the representatives of the associations such as the ministry of trade and industry chamber, and the principality of organized industry. Then, by using these interview results and secondary sources, a survey has been applied to the business holders or managers, and data were collected regarding these problems. By giving the descriptive results of the obtained data and a status determination was made. In the study, after is assessed the current situation, suggestions for solving the mentioned problems are presented.

Keywords: University, Industry, University-Industry Cooperation, Problems of Industrial Businesses

Jel Code: M19

GİRİŞ

Üniversitelerin kurulum amaçlarından birisi de sanayi ile işbirlikleri yaparak; ülke ekonomisinde üretim, istihdam ve katma değer gibi unsurlara katkı sağlamaktır. Üretimin işbirliği çerçevesinde yapılması ile sanayi-üniversite arasında bir sinerji oluşacak ve oluşan sinerji ülke ekonomisine daha fazla yarar sağlayacaktır. Bu kapsamda üniversiteler genel itibari ile panel, kongre ve konferans gibi etkinlikler düzenleyerek; sanayi dünyası ile bir araya gelmektedir. Bu çabanın tek taraflı yapılması sürecin hızlı ilerlemesini engellemekte ve istenilen hususların tam olarak yapılmasını zorlaştırmaktadır. Bu sebeple üniversite sanayi işbirliğinin etkin bir şekilde sağlanması ve tarafların üzerlerine düşen görevleri yerine getirmeleri hayati önem arz etmektedir. Bu sebeplerden dolayı; üniversite-sanayi işbirliğinin geliştirilebilmesi için sanayi sektörünün üniversiteye bakışına ilişkin mevcut durumun ortaya konulması ve üniversite akademik personelinin de sanayiye dönük araştırmalarına hız vermesi oldukça önemlidir. Kısacası her iki tarafın da sorunun çözümüne dönük somut adımlar atmaları gerekir. Bu kapsamda üniversiteler sanayi sektörünün sorunlarını yerinde ve fonksiyonel bazda ele almalı (üretim-pazarlama, yönetim ve organizasyon, muhasebe-finans, Ar-Ge. vb.), Üniversite-Sanayi işbirliği sürecinde sorun yaşanan konular tespit edilmeli ve çözüm önerileri geliştirilmeli, sanayi sektöründe Ar-Ge kültürü ve yapısı detaylı bir şekilde incelenmelidir. Bunun yanı sıra; başta aile işletmeleri olmak üzere, işletmelerin kurumsallaşma yolundaki engellerinin tespit edilmesi, teknolojinin etkin olarak kullanılmasının sağlanması, sektörün eğitime dayalı sorunlarının ve ihtiyaçlarının belirlenerek

Üniversite Sanayi İşbirliği Bağlamında Kastamonu'da Faaliyet Gösteren Sanayi İşletmelerinin Sorunlarının Tespiti Üzerine Bir Araştırma

karşılanması ve işletmelerin KOSGEB, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, TÜBİTAK, Kalkınma Ajansı ve devlet teşviklerinden etkin yararlanmalarının nedenlerinin araştırılması gerekmektedir. Üniversite-Sanayi işbirliğinin sağlanması neticesinde, işletmeler sahip oldukları kaynakları daha etkin ve verimli kullanacak, sektörde yenilikleri sürekli olarak takip edecek, ürünlerini pazarlara ulaştırma konusunda ve finansal açıdan mali sorunlar yaşamayacaktır. Bütün bunların bir arada gerçekleşmesi neticesinde işletmeler varlıklarını daha uzun yıllar devam ettirecektir.

1.LİTERATÜR TARAMASI

Sanayi sektörü, ülke ekonomilerinin en dinamik ve üretken kesimini oluşturmaktadır. Sanayi sektöründe yaşanan gelişmeler ülke ekonomisine önemli katkılar sağlamaktadır. Küreselleşme, teknolojiye yaşanan hızlı değişim, bilginin artan değeri sanayi sektörüne yeni fırsatlar sunarken birçok sorunu da beraberinde getirmektedir. Rekabet bu sorunları derinleştirmekte, yöneticiler daha kompleks bir bakış açısı ile değişimi yönetmek zorunda kalmaktadırlar. Bugünün fırsat, tehdit ve sorunları “dün”den nasıl farklı ise bugünün bilgi, teknik ve iş süreçleri ile de “yarın”ın sorunlarıyla mücadele etmek mümkün görünmemektedir. Sürdürülebilir bir rekabet avantajı yakalamak, firmaların geleceğine yapılan önemli bir yatırımdır. Bunun önkoşulu, “bugün”ü iyi organize etmekten geçmekte, diğer bir ifade ile fırsat ve sorunlara bütüncül bakış açısı ile bakmayı gerektirmektedir. Tek tek sorunlara odaklanmak firmaya bütüncül açıdan bakmayı engellemekte, sistemi tehdit eden sonuçlara yol açmaktadır. Bütüncül bir bakış açısı ile sanayi sektöründe yaşanan sorunlar bu aşamada ifade edilecektir.

Üniversite-sanayi işbirliğine taraf olanların ortak payda yaratmada temkinli davranmaları da sürecin sektöre uğramasında etkili olmuştur. Son yıllarda atılan adımlar, taraflar açısından sorunları tamamen ortadan kaldırırsa da, önemli gelişmelere yol açacak niteliktedir (Erdil vd., 2013; Sakıncı ve Bursalıoğlu, 2011). Bu bağlamda; üniversite sanayi işbirliği; yönetim ve organizasyon sorunları, üniversite sanayi işbirliğine ilişkin sorunlar, belgelendirmeye dayalı sorunlar, ar-ge ve yenilikçilik temelli sorunlar, muhasebe ve finansal temelli sorunlar, insan kaynakları yönetimi ile ilgili sorunlar, üretim ve maliyet temelli sorunlar, pazarlama temelli sorunlar ve eğitim temelli sorunlar, çerçevesinde ele alınmıştır.

1.1.Yönetim ve Organizasyon Sorunları

Organizasyon, sadece firmanın içsel yapısını oluşturma sorunu değildir. İnsan, yapı ve süreç üçlüsü arasındaki ilişkinin uyumlaştırılması olarak ortaya çıkan organizasyon sorunu sadece

Yavuz Demirel-Muhsin Halis- Enes Uğur Tohum-Mustafa Yücel

üretim değil müşteri memnuniyetine yönelik sorunlara da kaynaklık etmektedir (Serinkan ve Cabar, 2008). İşletmelerin genel çerçevede gerçekleştirdiği yönetim faaliyetlerinde sorunlar olması halinde diğer birçok faaliyet tam anlamıyla gerçekleştirilemeyebilir. İşletmelerin yönetim ve organizasyon yapısının ana görevlerinden birisi işletmenin vizyon ve hedefleri doğrultusunda, işletmede çalışanların görev tanımlarını yapmak ve bu görev tanımlarına uygun niteliklere sahip kişileri bu pozisyonlarda görevlendirmektir (Şimşek, 2002:36).

Zaman içerisinde işletmelerin büyümesinin sonucu olarak işletmelerin yönetim ve organizasyon yapılarında da bir takım değişimlerin olması kaçınılmazdır. Bu değişimlere zamanında ve yeterli anlamlılık düzeyinde cevapların verilmesi işletmelerin devamlılığı açısından büyük önem arz etmektedir. Bu değişimlere zamanında cevap veremeyen işletmeler, gerçekleştirilen faaliyetlerde belirli standartların sağlanamaması ve kendilerini sürekli kontrol edecek oto-kontrol süreçlerinin sağlıklı işletilememesi gibi yönetsel sorunlar ile karşı karşıya kalabilmektedir (Gümüştekin, 2005:84).

Özellikle küçük çaplı işletmelerde olduğu gibi işletmelerin yönetici kademesinde bulunan insan veya insanlar, işletmenin bütün aşamalarında özellikle de üretim safhasında aktif rol almaktadırlar. İlerleyen zaman içerisinde işletmelerin ölçeklerinin büyümesi neticesinde yönetici kademesinde bulunan insan veya insanlar öncelikli olarak üretim safhasından geriye doğru çekilmektedir. Ama yönetim kademesi rolleri devam etmektedir (Kocabıyık ve Altunay, 2008:745). Bundan dolayı yönetim kademesinde bulunanların çalışanlara karşı bakış açıları ve davranış biçimleri işletmelerin yönetsel kademesi sorunlarına çözüm bulma noktasında yol gösterici konumdadır. Kısaca; yöneticilerin çalışanlara karşı tutumları özellikle küçük ölçekli işletmelerin yönetsel sorun yaşayıp yaşamamaları açısından önemlidir (Uslu ve Demirel, 2002:175). Bunun yanı sıra; işletmelerin yönetim kademesinde bulunan insanlar, işletmede çalışan insanların kendilerinden daha az tecrübeli olduklarını düşündüklerinden sahip oldukları bazı yetki ve görevleri çalışanlara verme hususunda çekince göstermektedir (Akın, 2002:16). Yöneticilerin sahip olduğu bilgi ve birikimi başkalarına aktarmamaları ve kendilerine olan güvenlerinin fazla olması bazı durumlar açısından işletmede sorunlara sebep olabilmektedir. Bu çerçevede yöneticilerin sahip oldukları yetkileri kendilerinden başkalarına güvenip de vermemeleri çalışanların kendilerini geliştirememelerine neden olabilmektedir (Özgener, 2003:151). Bu şekilde olan işletmelerin yöneticilerinin otokratik olması ve kararların tek kişi tarafından verilmesi, işletmenin dışa dönük yapısının olmaması ve bilgi alışverişinin düşük olmasına neden olmaktadır. Bu durumda olan işletmelerin otokratik yapısı,

Üniversite Sanayi İşbirliği Bağlamında Kastamonu'da Faaliyet Gösteren Sanayi İşletmelerinin Sorunlarının Tespiti Üzerine Bir Araştırma

esnek karar alma mekanizmalarına ve doğru kararların alınmasına engel teşkil etmektedir (Börü, 1997:179).

Küçük ölçekli işletmelerde yöneticilerin karar alma mekanizmalarını tek başına yürütmeleri, çalışanların bu kararlara katılamamaları ve departmanlar arasında işbirliğinin zayıf olması işletmelerde koordinasyonun sorunlu olduğu anlamına gelmektedir. Bu da işletme açısından yönetsel bir sorun teşkil etmektedir (Tekin, 2004:206). İşletmelerde koordinasyonun düşük olması sonucunda önceden belirlenmesi gereken planların belirlenememesi ve belirlenen planların sağlıklı olarak işletilememesi söz konusu olabilir. İşletmelerin karar mekanizmalarını kendi bildikleri gibi işletmesi yani karar alma safhasında geleneksel yöntemlerin kullanılması işletmelerin modern zamanların yönetim uygulamalarına karşı uyumu zorlaştırmaktadır. Bu kapsamda işletmeler çağın gerektirdiği şartlara uyum sağlayamamakta ve varlıklarını uzun vadede devam ettirememektedirler.

1.2.Muhasebe ve Finans Sorunları

Düşük seviyede öz sermaye ile kurulan küçük işletmeler, faaliyetlerini gerçekleştirmek için yeterli sermayeyi kendi dinamiklerinden elde edememektedirler. Literatüre bakıldığında küçük ölçekli işletmelerin çoğunlukla yatırımlarını gerçekleştirmek için kredi temininde sorunlar yaşadığı ifade edilmektedir. Bunun yanı sıra; işletmeler özsermaye yetersizliğinden, sermaye piyasasından gerekli fonları temin etmede ve finansal yapılarındaki yetersizlikten kaynaklı sorunlar yaşamaktadırlar (Yörük, 2001:59). Ayrıca küçük ölçekli işletmeler ekonomik alanda yaşanılabilen istikrarsızlıktan, bankacılık sisteminden kaynaklı sorunlardan, devletin teşvik politikalarının istenilen düzeyde olmamasından ve küçük ölçekli işletmelerin kendi yapısal şartlarından kaynaklı sorunlardan dolayı finansman noktasında problemler yaşamaktadırlar (Kutlu ve Demirci, 2007:190). Bu sebeplerden dolayı küçük ölçekli işletmeler finansman sorunlarını içyapılarından ve sermaye piyasası araçlarından karşılayamadıkları için devlet üzerinden borçlanma yolları aramaktadırlar (Tokay, 2001:104).

Firmaların ekonomik faaliyetleri yürütürken hem varlıklarında hem de kaynaklarında değişimler olmaktadır. Bu değişimin tespit ve kayıt altına alınması, işletme faaliyetlerinde etkinliği sağlamaya yardımcı olduğu gibi aynı zamanda geleceğe ilişkin faaliyet ve planlama kararlarına da ayna tutmaktadır (Alkan, 2013). Bu bağlamda işletmelerin muhasebeyi sadece varlıkları ve kaynakları kayıt işlemi olarak değerlendirmemesi gerekmekte; işletmenin gelecekteki uygulamalarına temel oluşturduğu unutulmamalıdır.

1.3.İnsan Kaynakları Yönetimine İlişkin Sorunlar

Genellikle insan gücüne dayalı işler gerçekleştiren işletmeler için insan faktörü oldukça fazla bir öneme sahiptir. Bu şekilde olan işletmeler mevcut insan kaynaklarını geliştirememekte ve çoğu zaman elinde tutamamaktadır. Bunun yanı sıra; işletmelerde çalışanların işletmeye bağlılıkları fazla olmakta ve düşük ücret almalarına mukabil işletmede bulunmaktan memnundur ve işletmeye karşı bir yabancılaşma içerisine girmeleri diğer büyük işletmelere nazaran oldukça düşüktür (Gümüştekin, 2005:85-86). Ayrıca küçük ölçekli işletmeler nitelikli insan gücü noktasında da sorunlar yaşamaktadır. Özellikle kalifiyeli çalışan küçük işletmelerde durmak istemeyip, bazı durumlar bakımından avantajlı olan büyük ölçekli işletmelere gitmek istemektedir (Özgener, 2003:146). Bütün bu gibi sebeplerden dolayı küçük ölçekli işletmeler insan kaynakları noktasında sorunlar yaşamaktadır.

Geçmişte önemli bir maliyet unsuru olarak kabul edilen insan unsuru, günümüzde değer yaratan önemli bir kaynak olarak kabul edilmeye başlanmıştır. Firmaların ihtiyaç duyduğu insan gücü üniversitelerde eğitim almaktadır. Geçmişte mühendislik mesleğinin cazibesine kapılan firmalar, sosyal bilimler alanında yetişmiş insan gücünün önemini son yıllarda fark etmeye başlamışlardır. Sorunların çözümünü mühendislik temelinde arayan firmaların başarı sağlamada yetersiz kalabildikleri görülmektedir. Bu durumun kabulü, firmalarda İnsan Kaynakları Yönetimi'nin değer bulmasında önemli bir rol oynamıştır. Rakipleri ile aralarında değer farkı yaratan unsurun insan olduğunu gören firmalar, konuya gereken önemi vermeye başlamış olsalar da, halen profesyonel hareket edemedikleri, çalışanlara karşı güven problemi yaşadıkları bilinmektedir. Profesyonel insanları işbaşına getirmede geçmişe oranla daha istekli görünseler de firma sahiplerinin kontrolü ellerinde tutma eğilimleri devam etmektedir (Zengin ve Aykırı, 2012).

1.4.Üretim/Pazarlama ve Ar-Ge Sorunları

Küçük ölçekli işletmeler yapılarından dolayı fazla miktarda ürün üretememekte ve bunun doğal sonucu olarak da küçük pazar payına sahip olmaktadır. Bunun yanı sıra; pazarlama alanında uzman yeterli sayıda personeli olmadığından veya finansal açıdan pazarlama elamanları yeterli düzeyde fonlanmadığından küçük ölçekli işletmelerin pazarlama araştırmalarına yeterince önem verdiği söylenemez. Bütün bu etkenler söz konusu işletmelerin dış pazarlara açılmasını engellemekle birlikte ulusal pazarda da fazla pazar payına sahip olamamasına neden olmaktadır (Müftüoğlu, 2002:137).

Küçük ölçekli işletmelerin üretim alanında yaşadıkları sorunların temelinde teknolojiye

Üniversite Sanayi İşbirliği Bağlamında Kastamonu'da Faaliyet Gösteren Sanayi İşletmelerinin Sorunlarının Tespiti Üzerine Bir Araştırma

erişimin kolay olmaması ve teknolojinin maliyetinin yüksek olması vardır (Özgen ve Doğan, 1998:27). İşletmelerin üretim teknolojisi alanında bilgi alabilecekleri bir kurumun olmaması, gerekli görüldüğü takdirde istenilen bilgiye ulaşılamamasından dolayı yaşanan sorunlar üretim alanında yaşanan sorun olarak ifade edilebilir. Bu çerçevede pazarın ihtiyaçlarına hızlı bir şekilde cevap verilememesi ve tüketici ihtiyaçlarının karşılanamaması, uygun üretim hatlarının tesis edilememesinden kaynaklanmaktadır. Bunun yanı sıra; küçük ölçekli işletmeler belirli standartlar içerisinde üretim yaptıklarından pazardan gelebilecek ihtiyaçlara esnek bir şekilde cevap verememektedirler. Bunun ortadan kalkabilmesi için de işletmeler esnek üretim hatlarını işletmelerine kurmaları gerekmektedir ve bu işlem yüksek oranda teknolojiye yatırım gerektirdiğinden, maliyeti yüksektir (Müftüoğlu, 2002:63-65). Özetle pazarlama açısından da en önemli sorunun modern bir pazarlama perspektifi eksikliğinin olduğu görülmektedir. Bu eksikliğin yansımaları olarak ve pazarlama büyük firmaların yaptığı bir şey olarak kabul edilmektedir (Blankson ve Stokes 2002). Bu perspektif eksikliğinin her bir sektöre hatta işletmeye göre farklı yansımalarını olacağı da göz ardı edilmemelidir.

Günümüzde teknolojinin hızla ilerlemesi ve bilgiye ulaşımın kolaylaşması rekabet koşullarını iyice zor hale getirmiştir. İşletmelerin rekabet gücünü belirleyen ana unsur ise AR-GE faaliyetleri ve inovasyona bağlı sürdürülebilir verimlilik artışıdır. AR-GE teknolojinin ilerlemesini sağlayacak yeni bilgileri elde etmek veya sahip olunan bilgilerle yeni malzeme, ürün ve araçlar ortaya çıkarmak, yeni sistem, süreç ve hizmetler oluşturmak veya geliştirmek amacı ile yapılan sistemli çalışmalardır. (Zerenler vd., 2007:653-667).

2.ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Araştırma metodolojisi; araştırmanın amacı, kapsamı, evreni, örnekleme, sınırlılıkları, veri toplama yöntemi, araştırmanın varsayımları, araştırmanın hipotezleri ve araştırmanın bulguları başlıkları altında verilmiştir.

2.1.Araştırmanın Amacı, Kapsamı, Örneklem ve Kısıtları

Bu çalışmanın temel amacı; Kastamonu İlinde faaliyet gösteren sanayi işletmelerinin, üniversite-sanayi işbirliği çerçevesinde sorunlarını bir bütün olarak tespit ederek, üniversite-sanayi işbirliğinin sorunlar çerçevesinde yeniden dizayn edilmesini sağlamaktır. Araştırmanın kapsamını Kastamonu İlinde faaliyet gösteren işletmeler oluşturmaktadır. Bu işletmeler arasından basit tesadüf örnekleme yöntemi ile gönüllük esasına dayalı olarak araştırma verileri toplanmıştır. Zaman ve maliyet kısıtlamalarından dolayı araştırma evreni Kastamonu'da faaliyet gösteren bütün işletmeleri kapsayacak şekilde genişletilememiştir.

Yavuz Demirel-Muhsin Halis- Enes Uğur Tohum-Mustafa Yücel

Anket sayısının çok fazla olmaması ve anket yöntemi dışında veri toplama tekniklerinden faydalanılmaması da araştırmanın diğer önemli kısıtlarındandır. Bu söz konusu kısıtlara rağmen, araştırma sonucunda elde edilen bulguların Kastamonu İli genelinde faaliyet gösteren işletmelere genişletilmesi öngörülmektedir.

2.2.Araştırmada Veri Toplama Yöntemi ve Kullanılan Ölçekler

Çalışmada veri toplama yöntemi olarak; nicel (kantitatif) araştırma yöntemi kullanılmıştır. Çalışma kapsamında ilk olarak Kastamonu'da faaliyet gösteren sanayii işletmeleri tespit edilmiştir. Tespit edilen işletmelerden rastgele seçilen işletmelerin yönetici veya sahipleri ile odak görüşme yaparak projede kullanılacak verilerin toplanması için bir anket geliştirilmiştir. Geliştirilen anket formu demografik özellikleri belirleyici sorular, yönetim ve organizasyon, muhasebe ve finansman, üretim, pazarlama ve Ar-Ge, insan kaynakları ile ilgili sorunları tespit etmeye yönelik sorular, üniversite-sanayi işbirliği kapsamında katılımcıların fikirlerini, işletmelerin sahip oldukları belgeleri ve üniversiteden talep ettikleri eğitimleri belirlemeye yönelik sorulardan oluşmak üzere toplam sekiz bölümden oluşturulmuştur. Anket formunda yönetim ve organizasyon sorunlarını belirlemeye yönelik sorular Kulakoğlu (2013), muhasebe ve finansman soruları Sarılı (2011), üretim, pazarlama ve Ar-Ge soruları Akgözlü (2008) ve (URL 1), insan kaynakları soruları Müfreze (2014), üniversite-sanayi işbirliği soruları Yardımcı ve Müftüoğlu (2014) çalışmalarından uyarlanmıştır. Anketler, araştırmanın ana kütesinden basit tesadüfi olarak seçilen işletmelerden 500 yönetici ve işletme sahibine yüz yüze görüşme yöntemiyle uygulanmıştır. Toplanan veriler SPSS paket programında değerlendirilerek projenin analiz ve bulgular başlığı altında verilmiştir.

3.ARAŞTIRMA BULGULARI

Çalışma kapsamında elde edilen verilerin analiz sonuçlarından çıkarılan bulgulara ve bulgulara ilişkin yapılan yorumlara yer verilmiştir. Bu çerçevede toplanan veriler, betimleyici istatistiklerle ortaya konulmuştur. Betimleyici istatistiksel değerler **“(1) Kesinlikle Katılmıyorum; (2) Katılmıyorum; (3) Ne katılıyorum Ne katılmıyorum; (4) Katılıyorum; (5) Kesinlikle Katılıyorum”** ölçeği dikkate alınıp hesaplanarak aşağıdaki gibi özetlenmiştir.

3.1.Araştırmaya Katılanların Sosyo-Demografik Özellikleri

Araştırmaya katılanların sosyo-demografik özelliklerine ait bulguları şöyle özetleyebiliriz; toplam 504 katılımcıdan 441'i (%67,5) erkek, 63'ünün (%12,5) kadın olduğu; %35,9'unun 31 ile 35 yaş arasında ve %29,2'sinin 25 ile 30 yaş arasında olduğu; %37,7'sinin lise ve %27,8'inin lisans mezunu olduğu ve katılımcıların %51,8'inin 0-5 yıl aralığında bir çalışma

Üniversite Sanayi İşbirliği Bağlamında Kastamonu'da Faaliyet Gösteren Sanayi İşletmelerinin Sorunlarının Tespiti Üzerine Bir Araştırma

süresine sahip olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca; katılımcıların kurum içerisindeki pozisyonlarına bakacak olursak; %32,1'inin personel ve %11,9'unun pazarlama yetkilisi olduğu görülmektedir. Ankete katılan işletmelerin %22,2'sinin 51 ile 100 arasında çalışana sahip olduğunu ve %12,5'inin mobilya üretim faaliyetinde bulunduğunu ifade edebiliriz.

Araştırma kapsamına dahil edilen işletmelerin yönetim organizasyon yapılarına yönelik mevcut durumları Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1: Yönetim ve Organizasyon Durumu

Değişkenler	Sayı	Ortalama	Std. Sapma
1. İşletmemizde hazırlanmış bir organizasyon şeması mevcuttur.	498	3,6546	1,1633
2. İşletmede açık ve net olarak hazırlanmış iş tanımları mevcuttur.	499	3,7836	1,0399
3. İşletmemizde işe alım ve terfi konularıyla ilgilenen ayrı bir departman veya sorumlu vardır.	497	3,5352	1,2045
4. İşletmemizde emirler yazılı olarak ve yönergelere başvurularak verilir.	491	3,4969	1,1907
5. Verimli personele verdiği katkı nispetinde maddi ve/veya manevi karşılık vererek motivasyon sağlanır.	502	3,5319	1,2565
6. İşletmenin geleceği ile ilgili amaç, plan ve programları uyum içerisindedir.	499	3,7756	1,0555
7. İşletmede çalışanlar sadece görevlendirildikleri birimde kendisine verilen işleri yaparlar.	501	3,5988	1,2069
8. İşletmede alınacak kararlar tüm işletme birim temsilcilerinin katılımı ile alınır.	504	3,5317	1,1943

Not: Ortalama değerler; 1: Kesinlikle katılmıyorum,.....5: Kesinlikle katılıyorum ölçeğine göre hesaplanmıştır.

Katılımcıların işletmelerin yönetim ve organizasyon yapılarına ilişkin algılamaları incelendiğinde, ortalamaların genellikle 3 dolaylarında olduğu görülmektedir. Burada “İşletmemizde emirler yazılı olarak ve yönergelere başvurularak verilir” ortalaması düşük olarak sonuçlanmıştır. Bunun yanı sıra; “İşletmede açık ve net olarak hazırlanmış iş tanımları mevcuttur” sorusu yüksek ortalamaya sahiptir. Bu bağlamda araştırma kapsamına giren işletmelerin emirleri yazılı olarak ve belirli yönergelere tabi olarak vermedikleri sonucuna ulaşılırken; işletmelerin iş tanımlarını açık ve net olarak belirledikleri görülmektedir.

Araştırma kapsamına dahil edilen işletmelerin muhasebe-finance sorunlarına ilişkin analiz sonuçları Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2: Muhasebe-Finans Sorunları

Değişkenler	Sayı	Ortalama	Std. Sapma
1.İşletmemizde bağımsız bir muhasebe ve finans bölümü vardır ve bütün mali işler buradan takip edilmektedir.	499	3,7916	1,1106
2.Devletimizin sağladığı teşviklerden yararlanmak için gerekli bilgi birikimine sahibiz.	500	3,7120	1,0446
3.Devletin hangi kurumlarının ne tür teşvikler sağladığını bilmekteyiz.	497	3,5070	1,1307
4. İşletmemiz bankalar ve diğer kredi kuruluşlarından kredi temin noktasında problemler yaşamaktadır.	496	2,4415	1,1444
5. İşletmemizin borçları, alacaklarından fazladır.	493	2,6085	1,2325
6. İşletmemiz dış finansmana ihtiyaç duymaktadır.	493	2,5740	1,1691
7. Kredi alabilmek için istenen başvuru şartlarının ağır olmasından dolayı, işletmemiz kredi temininde zorluklar yaşamaktadır.	492	2,4085	1,1723
8. Genellikle öz kaynaklarla hareket etmeyi tercih etmekteyiz.	490	3,2633	1,1012

Not: Ortalama değerler; 1: Kesinlikle katılmıyorum,.....5:Kesinlikle katılıyorum ölçeğine göre hesaplanmıştır.

Tablo 2’de araştırma kapsamında değerlendirilen katılımcıların muhasebe ve finans durumlarına ilişkin görüşleri incelendiğinde ortalamaların genellikle 2 ile 3 arasında değiştiği görülmektedir. Özellikle “Kredi alabilmek için istenen başvuru şartlarının ağır olmasından dolayı, işletmemiz kredi temininde zorluklar yaşamaktadır” ortalaması düşük olarak sonuçlanmıştır. Bunun yanı sıra; “İşletmemizde bağımsız bir muhasebe ve finans bölümü vardır ve bütün mali işler buradan takip edilmektedir” sorusu yüksek ortalamaya sahiptir. Bu bağlamda araştırma kapsamına giren işletmelerin kredi temin noktasında prosedürlerden kaynaklı sorunlar yaşamadıkları ve bağımsız bir muhasebe ve finans departmanına sahip oldukları söylenebilir.

Araştırma kapsamına dahil edilen işletmelerin insan kaynaklarına ilişkin sorunları Tablo 3’de verilmiştir.

Üniversite Sanayi İşbirliği Bağlamında Kastamonu’da Faaliyet Gösteren Sanayi İşletmelerinin Sorunlarının Tespiti Üzerine Bir Araştırma

Tablo 3: İnsan Kaynaklarına İlişkin Sorunlar

Değişkenler	Sayı	Ortalama	Std. Sapma
1. İşletmemizde insan kaynakları ile ilgili mevcut bir plan vardır.	499	3,5912	1,2128
2. İşletmemizde çalışanlar sınav yapılarak işe alınmaktadır.	495	2,3657	1,1246
3. İşletmemizde belirli ve sıkı işe alım standartları, prosedürleri ve önceden belirlenmiş eleman seçim kriterleri vardır.	500	3,2900	1,2653
4. Personel seçiminde farklı işe alma kaynakları kullanılmaktadır. (Üniversiteler, iş ve işçi bulma kurumu, internet vb.)	500	3,6500	1,0322
5. Bulduğumuz şehirde mevcut iş gücü nitelik ve nicelik açısından, işletmemizin ihtiyaçlarını karşılayacak düzeyde olduğunu düşünüyorum.	500	3,3680	1,1572
6. İşletmemizde her düzeyde personel için belirlenmiş eğitim programları vardır.	496	3,2238	1,1944
7. İşletmede performansa dayalı ücretlendirme yapılmaktadır.	493	2,8966	1,2954
8. Çalışanların iş güvenliği (iş yerinde sağlık tedbirlerinin alınması) sağlanmıştır.	496	3,9395	,95789
9. İşletmede çalışanlar kendi departmanlarıyla alakalı işletme bilgilerini birbirleriyle paylaşmaktadır.	498	3,7510	1,0041
10. İşin gerektirdiği niteliklerin uzun zamanda kazanılması, işletmemize işgücü temin etme noktasında zorluklar çıkartmaktadır.	495	2,8485	1,1361
11. İşletmemiz çalıştıracak nitelikli insan kaynağı bulmakta sıkıntılar yaşamaktadır.	496	2,8387	1,2103
12. İşletmemizde gerçekleştirilen işlerin ağır olması nedeniyle, işletme olarak işgücü temininde zorlanmaktayız.	496	2,6935	1,2238

Not: Ortalama değerler; 1: Kesinlikle katılmıyorum,.....5: Kesinlikle katılıyorum ölçeğine göre hesaplanmıştır.

Tablo 3’ü değerlendirdiğimizde insan kaynakları yönetimine ilişkin sorunlar arasında özellikle “İşletmemizde çalışanlar sınav yapılarak işe alınmaktadır” ortalaması düşük olarak sonuçlanmıştır. Bunun yanı sıra; “Çalışanların iş güvenliği (iş yerinde sağlık tedbirlerinin alınması) sağlanmıştır” sorusu yüksek ortalamaya sahiptir. Böylece araştırma kapsamına giren işletmelerin insan kaynağını temin noktasında sınav uygulamalarına başvurmadığı söylenebilir. Ayrıca araştırmaya katılan işletmelerin çalışanların iş güvenliği noktasında gerekli görülen tedbirleri aldığını söylemek mümkündür.

Araştırma kapsamına dahil edilen işletmelerin üretim, pazarlama ve Ar-Ge sorunları yönelik mevcut durumları Tablo 4’de verilmiştir.

Tablo 4: Üretim, Pazarlama ve Ar-Ge Sorunları

Değişkenler	Sayı	Ortalama	Std. Sapma
1. İşletmemiz pazarla ilgili bilgi toplama ve değerlendirmeye yeterince önem vermektedir.	501	3,6547	1,1218
2. İç pazardaki istikrarsızlık faaliyetlerimizi olumsuz etkilemektedir.	500	3,1080	1,1588
3. İşletmemiz büyük işletmeler karşısında rekabet etmekte zorlanmaktadır.	495	2,4465	1,1133
4. İşletmemizin dış pazarlar konusunda yeterli bilgiye sahip olmadığımı düşünüyorum.	494	2,5385	1,1559
5. Yeni pazarlara açılma noktasında sorunlar yaşadığımızdan dolayı sadece mevcut pazarları etkin kullanmaya çalışıyoruz.	499	2,7214	1,1549
6. Ürün kalitesi ve kalite yönetimi gibi uygulamalar işletmemizde yapılmaktadır.	498	3,8213	,99404
7. İşletmemizin ürün çeşitliliğini kolaylıkla artıramıyoruz.	496	2,6714	1,1077 6
8. Ürünlerimizin ambalaj ve paketlenmesinde standart sorunu yaşamaktayız.	493	2,5903	1,1645
9. İşletmemiz yeni ürün geliştirme hususunda zorluklar yaşamaktadır.	498	2,6406	1,1406
10. Ürünlerimizin fiyatlarını belirlerken maliyetlerimiz ön plandadır.	494	3,6113	1,0303
11. Müşterilerimize uygun ödeme şekilleri sunmak genellikle mümkün olmaktadır.	495	3,7333	1,0917
12. Ürünlerimizin dağıtılmasında lojistik sorunları yaşamaktayız.	485	2,5670	1,7751
13. Aracı maliyetlerimizin fazla olmasından dolayı, bu maliyetlerin ürün fiyatlarımıza yansıtıldığını düşünmekteyiz.	499	2,8216	1,1346
14. Reklam çalışmaları yapabilmek için, yeterli bütçeye sahip değiliz.	499	2,5331	1,1408
15. İşletmemiz ürünlerini tanıtabilmek için, fuar, sergi gibi organizasyonlara katılmak ve bu organizasyonları takip etme konusunda çeşitli zorluklarla karşılaşmaktadır.	497	2,6056	1,1132
16. İşletmemiz nitelikli pazarlama elemanı bulmakta zorlanmaktadır.	496	2,8528	1,4868
17. İşletmemizin ürünlerini tanıttığı ve pazarlamasını yaptığı bir web sitesi vardır.	493	3,4118	1,2682
18. Ulaşılan pazarlara mevcut uzaklığımız işletmemize ürünleri pazarlaması konusunda engel oluşturmaktadır.	497	2,5493	1,1189

Üniversite Sanayi İşbirliği Bağlamında Kastamonu'da Faaliyet Gösteren Sanayi İşletmelerinin Sorunlarının Tespiti Üzerine Bir Araştırma

19. Ürettiğimiz ürünlerin hammadde ile ilgili sorunlar yaşamaktayız.	493	2,4037	1,1086
20. Üniversiteler ile sanayinin iş yapma biçimleri ve performans kriterlerinin birbirinden farklı olması Ar-ge faaliyetlerini olumsuz etkilediğini düşünüyorum.	496	3,0645	1,0711
21. İşletmemizin Ar-ge yatırımının gerekliliğine dair bilinç eksikliğinin olduğunu düşünüyorum.	497	2,9577	1,1863
22. İşletmemizin mevcut şartları göz önüne alındığında Ar-ge faaliyetlerini gerçekleştirecek finansal alt yapısının yeterli olmadığını düşünüyorum.	498	2,6124	1,0952
23. İşletmemizde Ar-ge departmanında istihdam edecek nitelikli personel bulma sorunu yaşamaktayız.	499	3,0581	2,1673

Not: Ortalama değerler; 1: Kesinlikle katılmıyorum,.....5:Kesinlikle katılıyorum ölçeğine göre hesaplanmıştır.

Tablo 4 dikkate alındığında işletmelerin genellikle, hammadde tedarik sorunları, büyük işletmeler karşısında rekabet etmekte zorlanmaları, dış pazarlar konusunda yeterli bilgiye sahip olmamaları, ürünlerin ambalaj ve paketlenmesinde yaşanan standart sorunu, dağıtım ve lojistik sorunları, tanıtım sorunları gibi temel sorunlarla karşılaşıldığı anlaşılmaktadır.

İşletmelerin sorunları incelendiğinde Tablo 5’de ifade edilen alanlarda eğitim açığının olduğu veya eğitime ihtiyaç duydukları anlaşılmaktadır.

Tablo 5: Eğitim İhtiyacı

Eğitim türü	Evet		Hayır	
	Sayı	%	Sayı	%
1. Yönetici geliştirme eğitimi	214	42,5	290	57,5
2. Kurumsallaşma eğitimi	141	28,0	363	72,0
3. Müşteri ilişkileri yönetimi eğitimi	144	28,6	360	71,4
4. Muhasebe ve finans eğitimi	115	22,8	388	77,0
5. İnsan kaynakları yönetimi eğitimi	143	28,4	360	71,4
6. İletişim ve motivasyon eğitimi	204	40,5	298	59,1
7. Belgelendirme eğitimi	145	28,8	358	71,0
8. Üretim ve pazarlama eğitimi	155	30,8	348	69,0
9. Araştırma-geliştirme-proje eğitimi	237	47,0	267	53,0
10. Kişisel gelişim eğitimleri (stres, mobbing, zaman yönetimi, toplantı yönetimi, iş disiplini, vb.)	177	35,1	327	64,9

Diğer... Lütfen belirtiniz.

Yavuz Demirel-Muhsin Halis- Enes Uğur Tohum-Mustafa Yücel

Katılımcıların üniversiteden talep etmekte olduğu eğitimleri ifade edecek olursak; araştırma-geliştirme-proje eğitimi (%47,0), yönetici geliştirme eğitimi (%42,5) ve iletişim ve motivasyon eğitimi (%40,5)'nin görece olarak daha fazla olduğu ifade edilebilir. Ayrıca muhasebe ve finans eğitimi (%22,8), kurumsallaşma eğitimi (%28,0) ve müşteri ilişkileri yönetimi eğitiminin (%28,6) diğerlerine nazaran daha az talep edilen eğitim olduğu görülmektedir.

Sanayi kuruluşların ulusal ve uluslararası pazarlara girişini kolaylaştırmak için genel kabul görmüş standart ve spesifikasyonlara veya belgelere sahip olmaları gerekir. Ürün ve hizmet güvenliği ve kalitesini belirleyen bu belgeler çoğu sanayi işletmesinde bulunmamaktadır. Özellikle aile işletmelerinde bu oran daha da yüksektir. Araştırma kapsamında değerlendirilen sanayi işletmelerinin üretim, pazarlama, satış ve satış sonrası süreçlerde yaygın olarak sahip olunması gereken belgeleri ilişkin mevcut durumları Tablo 6'daki gibi özetlenebilir.

Tablo 6: Yönetim Sistem Belge Durumu

Belge Türü	VAR		YOK	
	Sayı	%	Sayı	%
1. ISO 9000 (Kalite Yönetim Sistemi)	329	65,3	175	34,7
2. ISO 22000 (Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi)	38	7,5	466	92,5
3. ISO 14000 (Çevre Yönetim Sistemi)	99	19,6	405	80,4
4. OHSAS 18000 (İşçi Sağlığı ve İş Güvenliği)	285	56,5	219	43,5
5. HACCP (Gıda Güvenliği)	32	6,3	472	93,7
6. SA 8000 (Sosyal Sorumluluk Standardı)	84	16,7	420	83,3
7. CE İşareti (Ürün Güvenliği) (<i>ihracat için zorunlu</i>)	173	34,3	331	65,7

Katılımcıların yönetim sistem belgeleri ile ilgili sorulara verdikleri cevaplara bakacak olursak; ISO 9000 (Kalite Yönetim Sistemi) 'in (%65,3), OHSAS 18000 (İşçi Sağlığı ve İş Güvenliği)'in (%56,5) ve CE İşareti (Ürün Güvenliği)'nin (%34,3) yaygın olarak sahip olunan belgeler arasında yer aldığını söylemek mümkündür. Bunun yanı sıra; HACCP (Gıda Güvenliği) (%6,3) ve ISO 22000 (Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi) (%7,5) belgelerinin en düşük sahip olunan belgeler olduğu söylenebilir. Bu söz konusu belgelerin düşük olmasının nedenleri arasında Kastamonu İlinde gıda üzerinde faaliyet gösteren işletmelerin sayılarının az olması gösterilebilir.

Üniversite ve sanayi arasında sosyal, kültürel, ekonomik ve teknolojik açıdan çok yönlü

Üniversite Sanayi İşbirliği Bağlamında Kastamonu'da Faaliyet Gösteren Sanayi İşletmelerinin Sorunlarının Tespiti Üzerine Bir Araştırma

işbirliğinin olması ve bu işbirliğinin her geçen gün giderek öneminin artması genel kabul gören bir gerçektir. Ancak söz konusu işbirliğinde taraflar her zaman istedikleri sonucu da almamaktadırlar. Çünkü işbirliğinin önünde bazı önemli engeller ortaya çıkmaktadır. Bu engeller geniş bir bakış açısıyla değerlendirildiğinde Tablo 7'de olduğu gibi tarafların misyonlarının, vizyonlarının, çalışma yöntem ve tekniklerinin, yapısal özelliklerinin ve beklenti farklılıklarının problemlerin kaynağı olduğu hususu ağırlık kazanmaktadır.

Tablo 7: Üniversite-Sanayi İşbirliği

Değişkenler	Sayı	Ortalama	Std. Sapma
1. Üniversitelerin sanayinin beklenti ve ihtiyaçlarını karşılamadığını düşünüyorum.	499	3,2705	1,20946
2. Öğretim üyelerinin sanayi ile işbirliği yapmalarının akademik kariyerleri açısından bir getirisi olmadığından dolayı, sanayi ile yeterince ilgilenmediklerini düşünüyorum.	503	3,4513	1,05294
3. Üniversite bünyesinde, Üniversite Sanayi İşbirliği'ni destekleyecek yapılanmaların yetersiz veya etkin olmadıklarını düşünüyorum.	498	3,4357	1,06380
4. Üniversitelerde sanayi sektörünün ihtiyaçlarını karşılayacak yeterli sayıda öğretim üyesinin bulunmadığını düşünüyorum.	501	3,3493	1,04487
5. Mevcut çalışma usul ve esaslarının, öğretim üyelerinin sanayi ile işbirliği yapmasının önünde engel teşkil ettiğini düşünüyorum.	498	3,2530	1,04441
6. Öğretim üyelerinin sanayiye yeteri kadar tanımadığını ve sanayi ile ilgili sorunları sadece akademik bakış açısı ile ele aldıklarını düşünüyorum.	500	3,5320	1,04266
7. Üniversite ile sanayi arasında yeterli koordinasyonun sağlanamaması tarafların birbirine ön yargı ile yaklaşmasına neden olduğunu, bunun da çalışmaları olumsuz etkilediğini düşünüyorum.	499	3,4449	1,03088
8. Üniversite ile sanayi arasında destek programların süreçlerinde yaşanan sıkıntılar yaşandığını düşünmekteyim.	502	3,3984	1,04234
9. Üniversiteler tarafından sanayiye sağlanan desteklerin kapsamının dar olduğunu düşünüyorum.	501	3,4212	1,02775
10.En önemlisi de biz sanayicilerin, üniversitelere uzak durduğunu düşünüyorum	499	3,0802	1,23925

Not: Ortalama değerler; 1: Kesinlikle katılmıyorum,.....5:Kesinlikle katılıyorum ölçğine göre hesaplanmıştır.

Katılımcıların üniversite ile olan işbirliğine ilişkin soruları algılamalarına bakacak olursak ortalamaların genellikle 3 dolaylarında dalgalandığını söylemek mümkündür. Burada “En önemlisi de biz sanayicilerin, üniversitelere uzak durduğunu düşünüyorum” ortalaması düşük olarak sonuçlanmıştır. Bunun yanı sıra; “Öğretim üyelerinin sanayiye yeteri kadar

Yavuz Demirel-Muhsin Halis- Enes Uğur Tohum-Mustafa Yücel

tanımadığını ve sanayi ile ilgili sorunları sadece akademik bakış açısı ile ele aldıklarını düşünüyorum” sorusu yüksek ortalamaya sahiptir. Bu bağlamda katılımcıların, sanayicilerin üniversitelerden uzak durmadığını, öğretim üyelerinin sanayiye yeterli düzeyde tanımadığını ve öğretim üyelerinin sanayi ile ilgili sorunlara teorik çerçeveden baktıkları söylenebilir.

SONUÇ

Üniversite-sanayi işbirliğinin önündeki engeller incelendiğinde temelinde, tarafların birbirlerini tam olarak anlayamamaları veya algılayamamaları, işbirliğini üstlenebilecek gerekli personelin bu sorumluluğu üstlenememeleri, üniversite ve sanayi arasındaki ilişkilerin kişisel düzeyde kalması ve kurumsallaşamaması, özellikle sanayinin üniversite ile olan ilişkilerinde kısa süreli ve ihtiyaç odaklı düşünmesi, sürekli ve uzun vadeli işbirliğine gitmemesi şeklinde sıralanabilir (Yıldız, 2005). Yardımcı ve Müftüoğlu (2014) tarafından gerçekleştirilen bir çalışmada üniversite-sanayi işbirliği çerçevesinde öne çıkan sorunlar; iletişim ve koordinasyon eksikliği sebebiyle, tarafların birbirlerine karşı güvensiz ve önyargılı olmaları, üniversitelerin sanayinin ihtiyaç ve beklentilerini karşılamaması, öğretim üyelerinin sanayi ile işbirliği yapmasının akademik kariyerleri açısından bir getirisi olmaması düşüncesi, üniversitelerin uygulamaları ve öğretim elemanlarından kaynaklanan problemler, üniversitelerin sanayilerden kopuk olmaları ve üniversitelerin sanayi kuruluşlarının ihtiyaçları hakkında bilgilerinin olmaması gibi sorunlar ön plana çıkmaktadır. Bunun yanı sıra; sanayinin üniversite ile işbirliği yapmasının avantajını yeterince anlayamaması, sanayiciyi üniversiteye yönlendirebilecek alt yapının zayıf olması, sanayicilerin üniversiteden beklentilerinin açık ve anlaşılır olmaması gibi sorunlar da yaşanmaktadır. Görüldüğü üzere, üniversite-sanayi işbirliği çerçevesinde hem üniversitelerden hem de sanayicilerden kaynaklı sorunlar vardır. Bu sorunların aşılması yüksek düzeyde koordinasyon ve güven çerçevesinde olabilecek bir husustur.

Üniversite-sanayi işbirliği sağlandığı takdirde her iki tarafın bir takım kazanımları olacaktır. Kiper, (2004) ve Erdil vd. (2013)’ e göre; işbirliği neticesinde üniversiteler açısından, öğretim üyelerinin, araştırmacıların ve öğrencilerin bilgilerini pratikteki uygulamalarla desteklemeleri, öğretim üyelerinin araştırma olanaklarının artması, öğrenciler için staj ve benzer diğer olanakların sağlanması, mezunlar için potansiyel iş olanaklarına erişim, sanayi ile birlikte yapılan uygulamalı araştırma için hükümet fonlarından yararlanma imkanı ve bölgesel kalkınmaya katkı gibi kazanımlar söz konusu olacaktır. Ayrıca; sanayi açısından ise;

Üniversite Sanayi İşbirliği Bağlamında Kastamonu'da Faaliyet Gösteren Sanayi İşletmelerinin Sorunlarının Tespiti Üzerine Bir Araştırma

üniversite tarafından patentleştirilen teknolojiye erişimin önünün açılması, akademik danışmanlık avantajından yararlanmak, özellikle işbaşında teknik personelin eğitilmesi, üniversiteden mezun olan özellikle teknik donanıma sahip öğrencilerin istihdam edilmesi, sanayi odaklı projelerde karşılaşılan problemlerin çözümü, üniversitenin sahip olduğu çeşitli olanaklarına erişim gibi kazanımları olacaktır.

KAYNAKÇA

- Akgözlü, E. (2008). KOBİ'lerin Pazarlama Sorunları ve Pazarlama Eğitimi İhtiyaçlarının Tespiti (Çorum İlinde Tanımlayıcı Bir Araştırma), Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Akın, H. B. (2002). Küçük İşletmelerde Büyüme ve Örgütsel Sorunlar. Selçuk Üniversitesi Karaman İİBF Dergisi, Sayı. 3, 13-27.
- Alkan, G. İ. (2013). İlkeler ve İşlevlerle İşletme, Detay yayıncılık, (Ed. Muazzez Babacan), Ankara.
- Blankson, C. ve Stokes, D. (2002). "Marketing Practice In The UK Small Business Sector", Marketing Intelligence and Planning, vol 20/1, 49-61.
- Börü, D. (1997). Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerde Profesyonel Yönetici Kullanımına İlişkin Bir Araştırma, Öneri Dergisi, Sayı 6, Cilt 1, 177-186.
- Erdil, E., Pamukçu, M. T., Akçomak, İ. S. ve Erden, Y. (2013). "Değişen Üniversite-Sanayi İşbirliğinde Üniversite Örgütlenmesi", Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, Cilt 68, No. 2, ss. 95 – 127.
- Ertuğrul, İ. (2004). "İmalat Sanayinde Ar-Ge Stratejisi ve Denizli Sanayinde Ar-Ge Çalışmalarına İlişkin Bir Araştırma", Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 4(7).
- Gümüştekin, G. E. (2005). KOBİ Niteliğindeki Aile İşletmelerinin Yönetim ve Organizasyon Sorunları: Kütahya Seramik Sanayi Örneği, Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Sayı. 1 Cilt. 6, 71-93.
- Karagöz, M. (2008). KOBİ'lerin Teşvik Temel Sorunları, Bu Alanda Sağlanan Destekler ve Çözüm Önerileri, İl Genel Meclisleri Yerel Siyaset Dergisi, 85-94.
- Kiper, M. (2004). "Teknoloji Transfer Mekanizmaları ve Bu Kapsamda Üniversite-Sanayi İşbirliği", Teknoloji, TMMOB 50. Yıl Yayınları, Ankara.
- Kocabıyık T. ve Altunay A. "Artan Rekabet Ortamında KOBİ'lerin Sorunları ve Buna İlişkin Bir Araştırma", Marmara Üniversitesi İİBF Dergisi, Cilt: 25, Sayı: 2, 2008
- Kulakoğlu, D. (2013). KOBİ'lerde Yönetim ve Organizasyon Sorunlarının Yaşanma Düzeyi: Ankara İli Örneği, Gazi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Kutlu, H. A. ve Demirci, N. Ş. (2007). KOBİ'lerin Finansal Sorunları ve Çözüm Önerileri. 4. KOBİ'ler ve Verimlilik Kongresi. İstanbul Üniversitesi, 187-198.
- Müfreze, D. (2014). İnsan Kaynakları Yönetiminin Performans Yönetimine Etkisi, Mersin İlinde İnsan Kaynaklarına İlişkin Bir Araştırma, Toros Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.

Yavuz Demirel-Muhsin Halis- Enes Uğur Tohum-Mustafa Yücel

- Müftüoğlu, M. T. (2002). Türkiye’de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler KOBİ’ler, Ankara: Turhan Kitabevi.
- Özgen, H. ve Doğan, S. (1998). Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Uluslararası Pazarlara Açılmada Karşılaştıkları Temel Yönetim Sorunları, Dış Ticaret Dergisi, Sayı. 9, 45-66.
- Özgener, Ş. (2003) Büyüme Sürecindeki KOBİ’lerin Yönetim ve Organizasyon Sorunları: Nevşehir Un Sanayi Örneği, Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Sayı:20, 137-161.
- Sakınç, S. ve Bursalıoğlu, S. A. (2011). “Bölgesel kalkınmada Üniversite-Sanayi İşbirliği Stratejileri”, Uluslararası Yükseköğretim Kongresi: Yeni Yönelişler ve Sorunlar (UYK, 2011), 27-29 Mayıs, İstanbul, 3.Cilt/Bölüm XV/ s. 2163-2169.
- Sarılı, Ö. (2011). Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Finansman Sorunları ve Finansman Tercihlerini Etkileyen Etmenler: Afyonkarahisar İli Örneği, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Serinkan, C. ve Cabar, H. (2008). “KOBİ’lerin yönetim ve organizasyon sorunları: Denizli’deki tekstil işletmelerinde bir araştırma”, Uluslararası İnsan Bilimleri dergisi, Cilt:5, Sayı:1, ss. 1-27.
- Şimşek, M. (2002). Ekonominin Lokomotifi KOBİ’lerin Olmazsa Olmazları. İstanbul: Alfa Basımevi.
- Tekin, M. (2004). Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği. Ankara: Detay Yayıncılık
- Tokay, H. (2001). KOBİ’lerin Finansal Sorunları ve Türkiye’de KOBİ Yatırımlarında Devlet Yardımları Konusundaki Son Yasal Düzenlemeler –I, *Yaklaşım Dergisi*, Sayı. 104, 37-45.
- URL 1, 80 Soruda Ar-Ge Faaliyetlerinin Desteklenmesi
<https://www.okul.pwc.com.tr/images/uploadfile/content/634002073287575000.pdf>
(20.12.2016).
- Uslu, S. ve Demirel, Y. (2002). KOBİ’lerde Çalışanların Sorunları Üzerine Bir Araştırma, Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı. 12, 173-184.
- Yardımcı, A. ve Müftüoğlu, E. B. (2014), “Üniversite Sanayi İşbirliğinde Sanayi Kesiminin Beklentileri ve Sorunları”, TOBB Yayın No: 2014/235.
- Yıldız, H. (2005). “Türkiye’de Üniversite-Sanayi İlişkileri Ve Kobi’ler (Küçük Sanayi) Açısından Önemi”, *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Konferansları Dergisi*, 31, 207-229.
- Yörük, N. (2011)., ‘KOBİ’lerin Kredi Yoluyla Finansmanında Karşılaştıkları Sorunlar ve Tokat İlinde Bir Uygulama’, 1. Orta Anadolu Kongresi: KOBİ’lerin Finansman ve Pazarlama Sorunları, 18-21 Ekim 2001, Nevşehir.
- Zengin, Y. ve Aykırı, M. (2012). “Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerde (KOBİ) Finansal Sorunlar: Kars İlinde Bir Uygulama”, KAÜ İ.İ.B.F. Dergisi, Cilt:3, Sayı: 3, ss. 91-116.
- Zerenler, M., Türker, N., & Şahin, E. (2007). “Küresel Teknoloji, Araştırma-Geliştirme (Ar-Ge) ve Yenilik İlişkisi”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1(17), 653-667.